

научно-практический журнал

Современная

КОНКУРЕНЦИЯ

2023. Том 17. № 3

Май–Июнь

Сквозной номер выпуска – 93

Издается с января 2007 г. Периодичность издания – 6 раз в год.

ISSN 1993-7598 (Print)

ISSN 2687-0657 (Online)

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3

**Национальная ассоциация обучения предпринимательству (РАОП)
Университет «Синергия»**

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК для публикации основных результатов диссертационных исследований

Главный редактор

Рубин Юрий Борисович

доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент Российской академии образования, заведующий кафедрой предпринимательства и конкуренции Московского финансово-промышленного университета «Синергия»

Редколлегия (редакционный совет)

Авдашева Светлана Борисовна

доктор экономических наук, профессор, заместитель директора Института анализа предприятий и рынков НИУ ВШЭ

Клейнер Георгий Борисович

доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАН, действительный член РАЕН, академик Международной академии менеджмента, заместитель научного руководителя Центрального экономико-математического института РАН

Князева Ирина Владимировна

доктор экономических наук, профессор, заместитель директора Сибирского института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Коваленко Александр Иванович

кандидат экономических наук, доцент, кафедра предпринимательства и конкуренции Московского финансово-промышленного университета «Синергия», заместитель главного редактора

Коробов Юрий Иванович

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой банковского дела Саратовского государственного социально-экономического университета

Леднев Владимир Алексеевич

доктор экономических наук, профессор, вице-президент Московского финансово-промышленного университета «Синергия»

Манев Иван

PhD, профессор кафедры менеджмента Университета Мейна, декан Колледжа бизнеса, государственной политики и здравоохранения (США)

Моррис Майкл

PhD, профессор, декан факультета предпринимательства Университета Оклахомы (США)

Осипенко Олег Валентинович

доктор экономических наук, профессор, кафедра предпринимательства и конкуренции Московского финансово-промышленного университета «Синергия»

Платонова Елена Дмитриевна

доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономической теории и менеджмента Московского педагогического государственного университета

Светульников Сергей Геннадьевич

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономической кибернетики и экономико-математических методов Санкт-Петербургского государственного экономического университета

Смайлор Рэй

PhD, профессор кафедры инноваций и технологии Школы бизнеса им. Нили при Техасском христианском университете (США)

Хабаров Владимир Иванович

доктор экономических наук, профессор, вице-президент, профессор кафедры организационного менеджмента, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», заместитель главного редактора

Цыганов Андрей Геннадьевич

кандидат экономических наук, заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы России

Шаститко Андрей Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор МГУ имени М. В. Ломоносова, директор Центра исследований конкуренции и экономического регулирования ИПЭИ РАНХиГС

Шиндэхут Минэт

PhD, профессор кафедры предпринимательства Школы менеджмента им. Уитмена Сиракьюсского университета (США)

Юданов Андрей Юрьевич

доктор экономических наук, профессор Финансового университета при Правительстве РФ, член Европейской ассоциации истории бизнеса

Журнал «Современная конкуренция» индексируется в российских и зарубежных базах научной периодики: eLIBRARY (РИНЦ), ВИНИТИ, Ulrich's Periodicals Directory (Bowker, USA)

Учредитель и издатель: Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»»

Адрес редакции и издателя:
129090, Москва, ул. Мещанская, д. 9/14, стр. 1 (юррид.)
125315, Москва, Ленинградский проспект, д. 80Б, корп. 3
Тел.: +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04)

E-mail: evlasova@synergy.ru; www.moderncompetition.ru

© Университет «Синергия»

JOURNAL OF MODERN COMPETITION

2023. Vol. 17. No. 3

May–June

ISSN 1993-7598 (Print)
ISSN 2687-0657 (Online)
DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3

Continuous issue – 93

Published since 2007. Periodicity: six times a year.

**Russian Association for Entrepreneurship Education (ICSB-Russian)
Synergy University**

Editor-in-Chief

Yury Rubin

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Corresponding Member of the Russian Academy of Education, Head of Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University

Editorial Board

Svetlana Avdasheva

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Deputy Director of the Institute for Industrial and Market Studies HSE

Georgiy Kleiner

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Corresponding Member of the Russian Academy of Sciences, Full Member of the Academy of Natural Sciences, Academician of the International Academy of Management, Deputy Scientific Director of Central Economics and Mathematics Institute of the Russian Academy of Sciences

Irina Knyazeva

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Deputy Director of Siberian Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Aleksandr Kovalenko

Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University, Deputy Chief Editor

Yuriy Korobov

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Chairman of Banking Department, Saratov State Socio-Economic University

Vladimir Lednev

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Vice-President of Synergy University

Ivan Manev

PhD, Professor of Management Department at the University of Maine, Dean of the College of Business, Public Policy and Health (USA)

Michael Morris

PhD, Professor, Dean of the Faculty of Business at the University of Oklahoma (USA)

Oleg Osipenko

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University

Elena Platonova

Sci. (Econ.), Professor, Chairman of Economic Theory and Management Department, Moscow Pedagogical State University

Sergey Svetunkov

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Chairman of Economic Cybernetics and Mathematical Economics Department, Saint-Petersburg State University of Economics

Raymond Smilor

PhD, Professor of Innovation and Technology Business School at Texas Christian University (USA)

Vladimir Khabarov

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Vice-President, Professor of Organizational Management Department, Synergy University, Deputy Chief Editor

Andrey Tsyganov

Cand. Sci. (Econ.), Deputy Head of FAS Russia

Andrey Shastitko

Dr. Sci. (Econ.), Professor of the Moscow State University named after M. Lomonosov, Director of Center for Research in Competition and Economic Regulation Studies IAER RANEPА

Minet Schindehutte

PhD, Professor of Business Management School at Syracuse University (USA)

Andrey Yudanov

Dr. Sci. (Econ.), Professor of Finance University under the Government of the Russian Federation, a member of the European Association of Business History

The journal is included into the Russian and international scientific databases: eLIBRARY (Russian Science Citation Index), VINITI (Russian Academy of Sciences), Ulrich's Periodicals Directory (Bowker, USA)

Publisher: Moscow University for Industry and Finance “Synergy”

Publisher address: 9/14 k. 1, Meshchanskaya str., Moscow, 129090, Russia
Editorial office address: 80B, k. 3, Leningradskiy Avenue, Moscow, 125315, Russia
Tel: +7 (495) 987-43-74 (ext. 33-04)

E-mail: evlasova@synergy.ru; www.moderncompetition.ru

© Synergy University

Содержание

Конкурентная среда

Е. Л. Долгих, А. Е. Трубин, И. О. Трубина, А. В. Семенихина, Е. В. Филимонова

Выбор приоритетного пути повышения уровня конкурентоспособности экономики России в условиях неопределенности мировой конъюнктуры. 5

А. Ю. Бойко, А. Е. Трубин, Е. В. Филимонова

Анализ конкурентной среды производителей сидра на российском рынке слабоалкогольных напитков. 18

Цифровая трансформация бизнеса

Д. А. Аяцков, Т. П. Горелова

Визуализация данных как стратегический инструмент в оценке эффективности экономической деятельности компании в конкурентной среде 31

Практика предпринимательства в конкурентной среде

С. Н. Любященко

Стратегия взаимодействия фокусной фирмы с поставщиком и потребителем в цепи поставок 44

Г. Н. Чернухина, А. В. Храмова

Взаимоотношения торговой организации с поставщиками: как добиться конкурентного преимущества. 59

А. Ю. Анисимов, О. В. Поляков

Эволюция маркетплейсов на российском рынке от новаторства до массовой популярности. 76

И. В. Косорукова, О. Д. Ксенофонтова

Особенности развития корпоративного управления в России в современных экономических условиях 87

Дискуссионный клуб

В. Н. Волкова, А. В. Логинова

Состояние «подвижного равновесия» (по А. А. Богданову) как объект управления 101

О. В. Осипенко

Институт «товарищеских начал» и субсидиарные конфигурации управления первичным производственным звеном в российской экономике 115

А. И. Коваленко

Возможности упорядочения конкурентного взаимодействия в свете «Тектологии» А. А. Богданова 126

Правила оформления материалов 138

Contents

Competitive environment

E. Dolgih, A. Trubin, I. Trubina, A. Semeniina, E. Filimonova

Choosing a Priority Way to Increase the Level of Competitiveness of the Russian Economy in the Conditions of Uncertainty of the Global Conjuncture 5

A. Boiko, A. Trubin, E. Filimonova

Analysis of the Competitive Environment of Cider Producers in the Russian Market of Low-alcohol Beverages. 18

Digital business transformation

D. Ayatskov, T. Gorelova

Data Visualization as a Strategic Tool in Assessing the Effectiveness of the Company's Economic Activity in a Competitive Environment 31

The practice of entrepreneurship in a competitive environment

S. Lyubyashenko

The Strategy of Interaction of a Focused Firm with Supplier and Consumer in the Supply Chain 44

G. Chernukhina, A. Khramova

Relationships of a Trade Organization with Suppliers: How to Achieve a Competitive Advantage 59

A. Anisimov, O. Polyakov

The Evolution of Marketplaces in the Russian Market from Innovation to Mass Popularity . . . 76

I. Kosorukova, O. Ksenofontova

Features of Corporate Governance Development in Russia in Modern Economic Conditions 87

Discussion club

V. Volkova, A. Loginova

The State of "Movable equilibrium" (According to A. A. Bogdanov) as an Object of Control 101

O. Osipenko

The Institute of "Comradely Principles" and Subsidiary Configurations of Management of the Primary Production Link in the Russian Economy 115

A. Kovalenko

Possibilities of Streamlining Competitive Interaction in the Light of A. A. Bogdanov's "Tectology" 126

Guidelines for authors 138

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3-5-17

Выбор приоритетного пути повышения уровня конкурентоспособности экономики России в условиях неопределенности мировой конъюнктуры

Е. Л. Долгих^{1,2}, А. Е. Трубин^{2*}, И. О. Трубина², А. В. Семенихина¹, Е. В. Филимонова²

¹ Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева, Орел, Россия

² Университет «Синергия», Москва, Россия

* niburt@yandex.ru

Аннотация. Данная статья является дискуссионной и посвящена рассмотрению проблемы выбора путей реформирования экономики России в условиях кризиса мировой экономической системы. Актуальность предлагаемой дискуссии определяется необходимостью поиска действенных инструментов экономического регулирования, позволяющих национальной экономике России занять достойное конкурентное место в меняющемся геоэкономическом пространстве. В статье анализируется основная причина кризисов в мировой капиталистической экономике на основе теории К. Маркса, заключающаяся в противоречии между общественным характером производства и частнокапиталистической формой присвоения результатов труда. Приведена статистика мировых циклических кризисов за период с 1825 года до настоящего времени. Циклические кризисы, порождаемые в основном экономическими факторами, повторяются периодически через 7–9–11 лет с незначительными отклонениями. Рассмотрена причина ипотечного кризиса США и его влияние на экономику других стран, в том числе и России. Показаны три возможные пути развития экономики России: 1) прозападный; 2) развитие экономики в интересах национальной буржуазии; 3) нэповского периода советского власти, который успешно использует Китай. Третий путь объективно обоснован. Об этом свидетельствуют статистические данные, приведенные в этой статье. Обоснована необходимость изменения в ближайшем будущем курса управления экономикой страны на основе реализации левоцентристского финансово-экономического курса на обоснованный социализм. Изложены условия перехода к управленческой революции, обеспечивающей скачок в развитии страны. Предлагаются направления для снижения зависимости российской экономики от конъюнктуры капиталистического рынка.

Ключевые слова: экономическое развитие, циклический кризис, капитализм, обновление, развитие, национализация, планирование

Для цитирования: Долгих Е. Л., Трубин А. Е., Трубина И. О., Семенихина А. В., Филимонова Е. В. Выбор приоритетного пути повышения уровня конкурентоспособности экономики России в условиях неопределенности мировой конъюнктуры // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 3. С. 5–17. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-5-17

Choosing a Priority Way to Increase the Level of Competitiveness of the Russian Economy in the Conditions of Uncertainty of the Global Conjuncture

E. Dolgih¹, A. Trubin^{2*}, I. Trubina², A. Semehina¹, E. Filimonova²

¹ Orel State University named after I. S. Turgenev, Orel, Russia

² Synergy University, Moscow, Russia

* niburt@yandex.ru

Abstract. This article is debatable and is devoted to the consideration of the problem of choosing ways to reform the Russian economy in the conditions of the crisis of the world economic system. The relevance of the proposed discussion is determined by the need to find effective instruments of economic regulation that allow the national economy of Russia to take a worthy competitive place in the changing geo-economic space. The article analyzes the main cause of crises in the world capitalist economy on the basis of the theory of K. Marx, which consists in the contradiction between the social nature of production and the private capitalist form of appropriation of the results of labor. The statistics of the world cyclical crises for the period from 1825 to the present are given. Cyclical crises, generated mainly by economic factors, are repeated periodically through 7–9–11 years with minor deviations. The author considers the cause of the US mortgage crisis and its impact on the economy of other countries, including Russia. Three possible ways of development of the Russian economy are shown: 1) pro-Western; 2) the development of the economy in the interests of the national bourgeoisie; 3) the NEP period of Soviet power, which is successfully used by China. The third way is objectively justified. This is evidenced by the statistics provided in this article. The necessity of changing in the near future the disastrous liberal course of managing the country's economy, of carrying out a left-centrist financial and economic course towards justified socialism, is justified. The conditions for the transition to a managerial revolution that provides a leap in the development of the country are outlined. The directions for reducing the dependence of the Russian economy on the conditions of the capitalist market are proposed.

Keywords: economic growth, cyclical crisis, capitalism, renewal, development, nationalization, planning

For citation: Dolgih E., Trubin A., Trubina I., Semehina A., Filimonova E. Choosing a Priority Way to Increase the Level of Competitiveness of the Russian Economy in the Conditions of Uncertainty of the Global Conjuncture. *Sovremennaya konkurentsya*—Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.3, pp.5-17 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-5-17

Введение

В последнее время политическое и экономическое руководство многих стран стремится создать экономическую систему, которая была бы эффективной, социально-ориентированной, конкурентоспособной и малоуязвимой для внешних вызовов и рисков. Сложившиеся на текущий момент

внешнеполитические и экономические условия обуславливают необходимость поиска действенных инструментов экономического регулирования, позволяющих национальной экономике России занять достойное конкурентное место в меняющемся геоэкономическом пространстве. Задача состоит не только в сохранении своего экономического суверенитета, но и в получении конкурентных

преимуществ при эффективном использовании природного, научно-технического, социально-культурного потенциала. Этого можно достичь при динамичном развитии экономики в течение продолжительного времени на основе использования современных достижений научно-технического прогресса. Однако основным препятствием для устойчивого динамичного развития капиталистических стран, к которым относится и Россия, являются периодические финансово-экономические кризисы. Практически все экономики мира вынуждены сдавать своеобразный экзамен на выживаемость. Резкие качели цен на энергоресурсы, лихорадка финансовых рынков, общий спад деловой активности и нарушение множества международных связей, по оценкам экспертов-экономистов, являются результатом мирового экономического кризиса, начало которого было заложено финансовым кризисом 2008 г. Однако вся мировая история экономического развития показывает, что кризис не является абсолютным тупиком развития экономики, и уже сегодня, по прошествии первых шоков, ведется активный поиск действенных сценариев выхода из данного кризиса. Для дискуссии о выборе возможных путей реформирования экономики России, позволяющих не просто обеспечить ее устойчивое развитие, но и занять в будущем лидерские конкурентные позиции во вновь формирующейся геоэкономической среде, предлагается рассмотреть эвентуальные направления реализации экономической политики. По мнению авторов, России необходимо для этого перейти на новый эффективный путь развития – путь обновленного социализма.

Влияние мирового финансово-экономического кризиса на экономику России

Мировой финансово-экономический кризис, о неизбежности которого заблаговременно предупреждали многие ученые-экономисты, состоялся. Он начался в 2008 году

и охватил самые высокоразвитые экономики мира, не обошел стороной и Россию. В этом нет ничего удивительного, случившееся полностью укладывается в экономическую теорию кризисов.

Следует признать, что без экономических потрясений (кризисов) рыночная система не могла бы развиваться. Присущая ей своеобразная пульсация проявляется прежде всего в сочетании сужающегося и расширяющегося общественного воспроизводства, что в конечном счете предопределяет ритм и динамизм жизни рынка. Будучи периодами «больной» (а порой и «тяжелобольной»), экономика одновременно приходит к тому переходному состоянию (перелому), за которым неизбежно следует стадия оживления и подъема. И уже на данном этапе создаются предпосылки для обновления основного капитала, внедрения современных технологий, постепенного формирования так называемых точек роста.

Известно, что кризисы бывают трех видов: импульсивные, вытекающие из серьезных природных катаклизмов; трансформационные, которые вызываются социальными бедствиями, например войнами, неразумной социально-экономической политикой и т. п.; циклические, порождаемые в основном экономическими причинами.

Россия не один раз переживала кризисные явления. Тяжелейший импульсивный кризис пришелся на 1601–1603 гг., ставший результатом нескольких лет подряд неурожая. Последствия его были крайне тяжелыми не только в экономике, но и в политике, о чем напоминает Смутное время. Трагическими были и трансформационные потрясения. Достаточно вспомнить последствия Первой мировой и Гражданской войн 1914–1921 гг., Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. и недавнее наше прошлое – трансформационный кризис 90-х годов прошлого века, когда смена общественной формации в стране практически разрушила экономику страны. Помимо тяжелых социальных потрясений «шоковой терапии»,

нелегитимного перераспределения собственности, трансформационный кризис нанес существенный удар по структуре национальной экономики России. Переток капитала в сферы получения высокой прибыли за счет экономической ренты привел к тому, что в российской экономике сформировалась специфическая структура, ориентированная главным образом на максимальную эксплуатацию и экспорт невозобновляемых природных ресурсов. Тем не менее следует признать, что кризисы, возникающие как результат социальных трансформаций, не столь разрушительно влияют на воспроизводственные пропорции. Последние обладают достаточной инерционностью и зависят в большей степени от качественного состава производственных ресурсов, технологии производства и рыночного механизма, нежели от действий политических и социальных институтов.

Наиболее глубокими и тяжелыми по последствиям являются циклические кризисы, поскольку наносят существенный ущерб всей воспроизводственной структуре национальной экономики, разрушая воспроизводственные пропорции.

Циклические кризисы характерны для развитой капиталистической экономики и после 1825 года повторяются периодически где-то через 7–9–11 лет с незначительными отклонениями. Приведем существующую на этот счет статистику (табл. 1).

Суть и содержание происходящего состоит в том, что за подъемом в экономике всегда неизбежно следует огромный, порою катастрофический спад, приносящий большие беды и потрясения: нарушается функционирование всего народного хозяйства, люди испытывают массовую безработицу, снижение жизненного уровня, многие предприятия банкротятся, усиливается экономическое и социальное напряжение, падает конкурентоспособность экономики страны и т. д.

Если это продолжается уже более 150 лет, то вывод может быть только один – явление это неслучайно, оно объективно обусловлено. Не верить в это – все равно,

Таблица 1. Мировые циклические кризисы

Table 1. World cyclical crises

Годы начала кризиса <i>Years of the beginning of the crisis</i>	Межкризисный период, лет <i>Inter-crisis period, years</i>
1825	–
1836	11
1847	11
1857	10
1866	9
1873	7
1882	9
1890	8
1900	10
1907	7
1914	7
1920	6
1929	9
1939	10
1948	9
1957	9
1970	13
1974	4
1981	7
1991	10
2001	10
2008	7
2019	11

что верующему оставаться язычником, читая Библию или Коран. Если даже не заниматься идолопоклонством, как это было в нашем недалеком прошлом, то справедливости ради надо признать, что в экономическом учении К. Маркса эта проблема получила довольно четкое научное разъяснение. Не потому ли сегодня, когда кризис ударил по западной экономике, интерес к работам К. Маркса, как сообщают СМИ, в Европе, в частности в Германии, резко возрос.

К. Маркс увидел возможность кризисов в самой основе капиталистического про-

изводства, где товарное обращение в соответствии со знаменитой формулой Т-Д-Т может нарушаться. При этом ученый рассматривал функцию денег в виде средств обращения и средств платежа, в сути которой заключается элемент, манипуляции над которым могут приводить к серьезным экономическим кризисам. Однако суть проявления кризисных явлений гораздо сложнее, она кроется в диссонансе общественного характера производства и капиталистического способа присвоения продукта, социальная безответственность и ненасытность которого хорошо видны на примере российских олигархов. Это противоречие ведет к проявлению разрушения внутригосударственных производственных цепочек и снижению платежеспособности как отечественных предприятий, так и населения, что не позволяет достичь эффекта от постоянного расширения производства. При этом увеличение производства и расширенного воспроизводства основного капитала в современном капиталистическом мире не коррелирует с ростом общественного потребления [1], так как здесь, о чем писал К. Маркс, присутствует «антагонистическое противоречие». Современная капиталистическая элита при всей ее алчности не в состоянии распределить прирост, который дает производство товаров народного потребления (ТНП). Капиталисты в большей мере увеличивают спрос на производство средств производства, а не на ТНП. Обнаруживается относительное перепроизводство товаров, а за экономическим подъемом неотвратимо наступает экономический спад. В экономике нарушаются установившиеся пропорции. И когда диспропорциональность становится не эпизодической, а устойчивой и всеобщей, то наступают экономические кризисы различных масштабов.

Первый сигнал такого неблагоприятия поступает, как правило, с фондовых рынков, где обращаются ценные бумаги, акции предприятий. Спрос на них, а следовательно, котировка резко падают, начинается от-

ток инвесторов с рынка. Это неизбежно затрагивает банки, всю финансово-кредитную систему. Ритм ее функционирования нарушается, инвестиции резко ограничиваются. Это неизбежно ведет к спаду производства. Циклический кризис относится к разряду тяжелых, если он длится более года и ведет к падению производства свыше 10%. Напомним, что кризис 1929–1933 гг. привел к падению промышленного производства в Германии и США до 45%. Последствия его для всей мировой экономики были очень значительными. Не успев оправиться от мощного удара, экономика угодила в новый кризис 1939 года, который совпал с началом Второй мировой войны. Такова жестокая расплата за ненасытность капиталистической элиты.

В отличие от импульсивных и трансформационных кризисов, циклические кризисы имеют самоподдерживающийся (автокапиталистический) характер, в результате чего запущенный процесс развивается быстро и неотвратимо. Падают экономические индикаторы, затрагивая все более глубокие слои экономики, сокращается инвестиционный и потребительский спрос, что в конечном итоге приводит к еще большей стагнации, снижению доходов населения и бизнеса, и, как следствие, усиливается негативное влияние на экономику. Если кризисы, связанные с ошибками правительства, как правило, затрагивают лишь определенные сферы экономики и могут быть скорректированы грамотной стабилизирующей политикой, то циклические кризисы разрушают многие устоявшиеся пропорции, нормы и стандарты, взаимосвязи и взаимозависимости. Взамен прежних распределительных механизмов должны быть сформированы новые каналы распределения ресурсов и богатств, что требует значительных средств и усилий со стороны всех хозяйствующих субъектов.

Когда начался ипотечный кризис в США (2007 г.), поначалу в России мало кто воспринял это всерьез. Между тем основания для беспокойства были и немалые,

поскольку в ипотечных фондах США хранились огромные суммы нашего стабилизационного фонда, а слабеющий доллар оставался мировой резервной валютой. При всей мощности экономики США, ВВП которой достигает почти 100 триллионов долларов, суммарный долг ее составляет свыше 40 триллионов, из них государственный долг в пределах 20 триллионов долларов. США живут, по существу, в кредит. Потребность в финансовых ресурсах покрывается за счет эмиссии. Механизм выпуска долговых обязательств там примерно такой же, как в РФ в период сооружения пирамид ГКО. По этой технологии в США выпущено более 2/3 долларовой массы, ее обеспеченность золотовалютными резервами не превышает сегодня 4% (по данным академика С. Глазьева) [2]. Практически реально существовала картина мыльного пузыря, который надувался и до определенного момента создавал иллюзию благополучия. Жилищное строительство, которое обслуживалось ипотечными кредитными институтами, было локомотивом роста американской экономики. Однако когда оказалось, что полученные на жилищные цели кредиты заемщики выплачивать не могут, создалась классическая ситуация: платежеспособный спрос резко оторвался от роста производства в сторону падения, и все пошло по изложенной выше схеме развития кризиса. А поскольку доллар – мировая резервная валюта, и основной объем торгового оборота обслуживается им, то плохо стало всем, в том числе и России.

Конечно, каждую страну кризис коснулся в разной мере, что связано со многими особенностями национальных экономик, в том числе с наличием резервных валютных фондов. Но все пока в начальной фазе и трудно прогнозировать дальнейшее развитие событий. Однако несомненно одно: как подчеркивают многие экономисты, сложившаяся в мире система экономических и финансовых отношений не выдерживает критики и полностью изжила себя. Мир должен меняться и уходить от претензий на мо-

нополию одной страны во всех жизненных сферах в сторону многополярности и многовариантности экономического построения и функционирования.

Выбор пути развития экономики России в условиях циклических экономических кризисов

Специфика реакции российской экономики на колебания мировых циклических кризисов заключается в том, что ее рецессия обусловлена не столько влиянием внешней экономической конъюнктуры, сколько последствиями трансформационного кризиса 90-х годов XX века и проблемами формирования высокомонополизированной структуры национального производства. Так, анализируя последствия кризиса 2008 г. для экономики России, В. Иноземцев, М. Делягин, С. Кортюнов и др. отмечали, что падение фондового рынка (70%), промышленного производства (20%), капитализации российских предприятий (84%) в 2009 г. были спровоцированы реализуемой правительством структурной политикой со значительным прекосом в пользу сырьевых отраслей, финансовыми вливаниями для поддержки лишь крупных корпораций, контролируемых государством, изъятием капитала из национального обращения как в форме прямого оттока капитала, так и в форме размещения резервов стабилизационного фонда на зарубежных счетах [3]. При этом поддерживаемый правительством инвестиционный климат был ориентирован не на воспроизводственные процессы реального сектора, обеспечивающие промышленную модернизацию, а на спекулятивные интересы финансового капитала.

Влияние рецессии 20-х гг. настоящего века на российскую экономику также сложно оценить, поскольку начиная с 2014 г. в результате постоянно обновляемого и расширяемого пакета санкции в определенной степени меняется позиционирование России в мировой экономике. Серьезно ограничены экономические связи со многими раз-

витыми экономикami западного мира, что отрицательно влияет на торговый баланс и привлечение инвестиций. В то же время вынужденная автономия национального фондового рынка служит определенной защитой от трансфера мировой рецессии. Негативный эффект разрыва торговых отношений с западом частично нивелируется развитием торговли с Китаем и другими странами БРИКС. Существенную же опасность для экономики России по-прежнему представляет ее сырьевая ориентация, поскольку мировая рецессия неумолимо приведет к снижению спроса, а следовательно, и цен на энергоносители.

Ключевым условием роста конкурентоспособности российской экономики является тщательная разработка экономической стратегии страны, обеспечивающая устойчивое развитие даже в условиях неблагоприятной внешней и внутренней конъюнктуры. Главный вопрос: по какому пути пойдет дальнейшее развитие России, сумеет ли она не только выйти из кризиса, но и создать систему экономических, социальных и правовых отношений, направленных на формирование экономики с развивающимся современным высокотехнологическим сектором, уверенным экономическим суверенитетом, жизнеспособным конкурентным преимуществом.

Следует признать, что современные стратегические модели экономического развития ориентированы на сочетание механизмов рыночного саморегулирования и инструментов государственного регулирования рынка, ориентированных на выход из кризисного состояния. Наша страна стоит на развилке трех возможных путей.

Первый можно назвать прозападным, который ориентирован на продолжение реализации либеральной модели экономики, ориентируясь на модели высокоразвитых стран Запада. Принцип саморегулирования при минимальной доле государственной собственности классической рыночной модели *laissez-faire*, реализуемый в данных странах, позволяет создать определен-

ную систему амортизаторов и регуляторов, способствующих стабилизации экономики (диверсификации экономической системы, значительного среднего класса, развития малого и среднего бизнеса). При таком подходе предполагается, что мировой рынок предоставляет возможность самостоятельно определить, что и где можно в России производить и что и в каком количестве закупать за рубежом. Однако при обещании резкого повышения эффективности не нужно забывать и о вероятности *market failures* (рыночных провалов), неизбежной безработице и других негативных явлениях, которые в конечном счете ведут к экономическим и социальным потрясениям. Даже оставляя за скобками политические мотивы экономических санкций, следует признать, что ведущим игрокам мирового рынка экономика России интересна лишь как сырьевой придаток, а никак не конкурентоспособный самостоятельный субъект.

Сегодня, пожалуй, всем ясно, что за двадцать пять лет реализации курса либерализации российская экономика утратила многие позиции конкурентоспособности на мировом рынке. Для сравнения достаточно привести следующие цифры: доля высокотехнологического сектора в структуре российского экспорта в 2022 г. составила менее 5% (против 37,8% дореформенного 1989 г.), доля России в мировом ВВП – 1,98% (против 9% соответственно). По оценкам рейтинга глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума, Россия в 2022 г. занимала только 58-е место, уступая таким странам, как Тунис, Барбадос, Бахрейн. До сих пор актуальной остается проблема доходов и качества жизни населения, относительно малой доли среднего класса. Значительная часть ресурсов сосредоточена в руках олигархата, чьи экономические интересы зачастую расходятся с национальными целями (вывоз капитала, политика компрадорства).

На наш взгляд, двадцать пять лет – это достаточный период для ретроспективной

оценки эффективности либеральной экономической политики в нашей стране. Даже в США, позиционирующих себя как абсолютно либеральную экономику, всерьез говорят об усилении государственного регулирования в экономике. Для России – это серьезный сигнал.

Второй подход, в отличие от первого, выражает интересы не компрадорской, а национальной капиталистической элиты. На практике эта современная модель «государственного капитализма» реализуется в России после кризиса 2008 г. По определению Яна Бреммера, государственный капитализм возникает, когда государство становится активным экономическим субъектом, осуществляя не только функции регулятора, но и посредством создания государственных предприятий управляет процессом использования ресурсов, «помогает частным компаниям занять доминирующие позиции в определенных секторах экономики. Оно использует так называемые суверенные фонды для инвестирования излишней наличности и получения максимальной прибыли» [4]. Так, в период с 2008 по 2013 г., по оценкам Федеральной антимонопольной службы России, доля государственного сектора в экономике достигла показателя более 50%, а уже к 2018 г. превышала 60–70%. В то же время экспертами отмечается формирование «частных госкомпаний», возникающих на основе усиления влияния государства на частные корпорации и сращивания интересов. Собственно, объективной причиной такой интеграции в российской экономике являлись дефицит инвестиционных средств в условиях слабо развитого финансового рынка и необходимость координации долгосрочных проектов развития значимых для экономики отраслей в период кризиса. Однако, несмотря на позитивный мотив, подобный рост государственных монополий имеет и негативный эффект ограничения конкуренции, а также рост бюджетных потерь в секторе государственных закупок, когда государство выступает одновременно и заказчиком, и поставщиком.

На наш взгляд, рост государственного сектора оправдан лишь в целях поддержания эффективного роста в отраслях, имеющих стратегическое для экономики страны значение. По справедливому замечанию Дж. Стиглицца, эффективность государства определяется степенью удовлетворения «потребностей и интересов своих граждан, одновременно делая их сопричастными проводимой политике» [5]. Однако современная модель «государственного капитализма» в экономике России не предполагает подобного удовлетворения потребностей, она исходит из того, что специфические условия РФ, связанные с климатом и другими природными условиями хозяйственной деятельности, в России могут быть локализованы такими конкурентными преимуществами, как более низкая оплата труда, дешевизна земли, экономия на социальных издержках и т. п. Элита, видимо, упрямо продолжает считать, что русским присущ окопный быт, который, как говорил Черчилль, делает их непобедимыми. Но ведь речь идет не о войне, а об экономике, и предполагаемая схема ведет в ту же бездну экономического кризиса. По большому счету народ это не может устраивать.

Однако есть и третий путь, который правомерно определить как нэповский, поскольку и по цели, и по механизму реализации он напоминает НЭП периода советской власти. Кто забыл наше прошлое, тот может посмотреть на пример Китая, Беларуси, которые на этом направлении демонстрируют высокие темпы развития экономики и социальных преобразований, имея гораздо более худшие условия по сравнению с Россией. Главная особенность указанного подхода в том, что в качестве цели ставится не максимизация прибыли, а скорейшее достижение объемов производства, позволяющее устойчиво функционировать всей экономике, избежать ее потрясений и создать условия для ускоренного роста производства и благосостояния всех социальных групп населения.

При этом грамотное сочетание инструментов планирования и государственного

участия в ключевых отраслях экономики позволит наиболее рационально использовать ресурсный потенциал, распределять и перераспределять доходы исходя из стратегических задач сбалансированного развития экономики, приоритета значимости высокотехнологичных отраслей промышленности. Решение задачи минимизации последствий циклических кризисов в рамках предлагаемого третьего пути развития, в отличие от господствующей в России последние двадцать лет идеи «государственного капитализма», предполагает воссоздание нормального хода воспроизводственного процесса, эффективного взаимодействия всех экономических агентов, повышения интенсивности и результативности ресурсного потенциала страны.

Инвестиционный ресурс государственного сектора экономики позволит за счет прямого финансирования (целевого, предметно-ориентированного, проблемно-направленного) поддержать наиболее значимые для национальной экономики отрасли, требующие крупных капитальных вливаний, но не гарантирующие быструю отдачу в виде высоких экономических прибылей (в чем сегодня наиболее заинтересован олигархический капитал). С другой стороны, частное предпринимательство в сфере потребительского сектора экономики, регулируемое при помощи косвенных методов, позволит насытить потребительский спрос.

Для этого придется признать необходимость смены курса социально-экономической политики с либерально-олигархического на государственно-демократический. Это подтверждают «плачевные» результаты последних 12 лет развития нашей экономики. Прошел 2020 год, который должен был стать, по мнению отечественных чиновников и руководства, периодом значительного роста социально-экономических показателей. «Население уверяли, что к этому времени оно будет жить в стране, идущей ко всеобщему процветанию и стремительно догоняющей лидеров мировой экономики во всех экономических показателях. В документах данное

направление детально расписано в распоряжении Правительства № 1662 “О концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года”. Однако основные обещания, сформулированные в данном документе, остались невыполненными» [6].

Так, в 2015–2020 годах Россия должна была войти в пятерку стран – лидеров по объему ВВП при уровне доходов и качества жизни россиян в 2020 году, сопоставимом с показателями, характерными для развитых экономик. Средний размер трудовой пенсии по старости должен был возрасти по отношению к 2015 году в 1,6 раза и превысить прожиточный минимум в 3 раза. В Концепции предполагалось, что к 2020 году бедность в России будет сокращена до 6,2%, сформируется общество, основанное на доверии и ответственности, включая доверие населения к государственным и частным экономическим институтам; значительно снизится социальная поляризация; доля населения, проживающего в местах с неблагоприятной экологией, будет снижена с 43% в 2007 году до 14% в 2020 году [7]. Однако в 2022 году численность населения с доходами ниже уровня бедности в России составляла 10,5%. Остались нерешенными многие задачи социального и экологического равенства.

Обсуждение

Сегодня каждому ясно, что все данные обещания, цели и задачи не были достигнуты. С этим провальным курсом, проводимым все эти годы, в нашей стране мало какой экономический показатель смог приблизиться к заявленным. Например, по объему экономики Россия не смогла попасть в первую пятерку, а заняла лишь одиннадцатое место, при этом рискуя в условиях поддержания прежнего курса экономической политики и бюрократизма опуститься на пятнадцатое. По мнению как отечественных, так и зарубежных ученых и экспертов, в реальности уровень благосостояния жителя РФ

в среднем в четыре раза ниже уровня жизни жителей США, Китая, Европы, Кореи, Японии и некоторых других стран Азии.

Общественное доверие к власти в сфере социально-экономической политики не укрепляется (здесь не затрагивается вопрос патриотического настроения в обществе), но и постоянно снижается с учетом постоянной и ускоренной, при этом не всегда эффективной, трансформацией отечественных институциональных систем. Подобные условия всегда приводят к социальным расколам и поляризации общества и загоняют его в очередную институциональную ловушку. Бедные слои населения продолжают беднеть, а небольшой процент от населения, «богачи», продолжают наращивать суммы своих капиталов посредством дешевой эксплуатации трудового населения и природных ресурсов РФ. Так, например, статистические данные свидетельствуют о колоссальном разрыве в доходах населения: 10% населения РФ контролирует более 80% всего богатства страны (по некоторым источникам, данный объем достигает 93–96%), а 1% населения (олигархи и их приближенные) – более 60% всего промышленного и финансового капитала [8]. Однако подобные диспропорции присущи не только РФ, о данных проблемах в США немало писал Нобелевский лауреат по экономике Дж. Стиглиц (книга «Великое разделение»). Во всем мире растет уровень экономического и социального неравенства, выражаемого массовым недовольством и протестами, грозящими социальными взрывами, особенно в США и Европы, что является главным катализатором формирования политических кризисов [9].

Однако в связи с нарастанием в стране системного кризиса, который может грозить кардинальными изменениями как экономического, так и политического курса, пришлось переформировать состав кабинета министров и назначить нового премьер-министра. На фоне запроса общества на перемены прошла реформа политической

системы в виде внесения поправок в Конституцию России. Но это только полумера, если она не затрагивает изменение экономической системы. Основные цели, которых следует достигнуть сейчас, – это изменение системы губительного либерального курса управления, который напрямую угрожает экономической и информационной безопасности нашей страны, и создание так называемого правительства национальных интересов. Спасение страны – это поворот влево, в сторону обновленного социализма.

Проведение левоцентрического финансово-экономического курса на обновленный социализм требует решения проблемы осуществления управленческой революции вместо программ реформ. Однако следует заметить, что всякие попытки смены курса для перехода к управленческой революции и через нее к научно-технической революции, обеспечивающей качественный и количественный скачок в развитии России, будут наткнуться на яростное сопротивление наших прозападных политиков и их партий, отстаивающих интересы Запада.

Следующим шагом выхода из кризиса должна стать государственная инвестиционная политика, ориентированная на создание государственных предприятий в базовых отраслях производства, обеспечивающих сохранение воспроизводственных пропорций, технологическое развитие и экономическую безопасность. Сегодня насущной проблемой является модернизация экономики России, необходимость массового обновления основных фондов, что требует, по оценке экспертов, значительных объемов инвестиций – 100 млрд долларов ежегодно в течение двадцати лет [8, 10]. Без этого двигаться вперед невозможно. В стране есть огромные ресурсы, но узкая группа лиц их присваивает и не направляет на развитие экономики. В стране около 35% экспортной выручки не возвращается из-за рубежа, что наносит колоссальный ущерб социально-экономическому развитию России.

Важными шагами мирного выхода из кризиса являются: создание подлинно социального государства, возрождение в России советского народовластия, народного контроля, развитие системы народных предприятий, внедрение системы государственного планирования, активная борьба с коррупцией.

Особо стоит отметить необходимость введения в стране государственного планирования, что подчеркивают в своих трудах многие экономисты [11–14]. Без планирования невозможно решить проблемы отдельных регионов и преодолеть кризис. Разрушение национальной экономики, деиндустриализация, обнищание населения, демографический кризис и усиление социального контраста между регионами – это не только социально-экономические проблемы. Они несут серьезную угрозу целостности и суверенитету России, ее национальной безопасности [12, 15].

Встает вопрос о наличии источников государственных инвестиций, необходимых для возрождения и развития регионов. И они есть – золотовалютные резервы страны, отмена бюджетного правила, возврат резервов, которыми мы спонсируем экономику США и других стран, ежегодные поступления от введения прогрессивных налогов на доходы олигархов, госмонополии на спиртные напитки и табак, средства от природной ренты и ряд других источников дохода способны принести в казну около 40 триллионов рублей в ближайшей перспективе. Это позволит без заимствования зарубежных капиталов обеспечить усиленное развитие экономики регионов и всей страны.

Заключение

Из изложенного видно, что надо оперативно менять ориентиры управления хозяйственной деятельностью, чтобы наша экономика меньше зависела от конъюнктуры капиталистического рынка [12–16]. В этой связи можно назвать ряд направлений:

1. Необходимо добиться, чтобы приоритеты развития ориентировались на интересы не олигархов, а прежде всего простого труженика. В этом случае и при разумном импорте товаров кризис перепроизводства станет невозможен. Для решения этой задачи должен быть задействован широкий спектр мер не столько административного, сколько экономического характера, включая налоговую, ценовую и другую политику.

2. Следует умножать внутренний кредитный потенциал за счет использования стабилизационного фонда и других ресурсов, имеющихся в стране, направляя их в АПК, ЖКХ, строительство, промышленность, малый и средний бизнес, на укрепление базы социальной сферы. Это позволит расширить внутренний рынок, сделает его надежным гарантом устойчивого потребительского спроса и смягчит издержки внешнеэкономической конъюнктуры.

3. Пора принять меры по сокращению экспорта товаров, которые могут быть использованы внутри страны и дать высокий эффект. Это относится к удобрениям, металлу, энергоносителям, что будет сопровождаться снижением цены на нашем рынке, повышением конкурентоспособности многих отраслей.

4. Требуется всерьез заняться диверсификацией экономики, о чем уже не раз говорили руководители страны. Последствия кризиса не могут быть устранены без серьезного обновления основного капитала. Эту работу надо вести продуманно и взвешенно, ориентируясь не только на старые, но и на новые рынки сбыта, особенно страны с более устойчивой экономикой.

Впереди большая и напряженная работа. Кризис несет немалые беды, но он может принести выгоды в будущем, если мы сумеем выстроить продуманную и взвешенную экономическую политику на основе разработки макро- и микроэкономических стратегий России при новых политической и экономической системах.

Список литературы

1. Никитин С. А., Семенихина А. В. Разработка комплексного прогноза развития регионов // Комплексное развитие территориальных систем и повышение эффективности регионального управления в условиях цифровизации экономики: материалы национальной (всероссийской) научно-практической конференции. – Орел: ОГУ им. И. С. Тургенева, 2018. С. 84–91.
2. Глазьев С. Ю. Уроки очередной российской революции: крах либеральной утопии и шанс на экономическое чудо. – М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2011. – 576 с.
3. Кортунов С. В. «Мягкая» сила России в контексте мирового кризиса // Международная экономика. 2009. № 12. С. 5–20.
4. Bremmer I. The end of the free market: Who wins the war between states and corporations? // European View. 2010. Vol. 9. No. 2. P. 249–252. DOI: 10.1007/s12290-010-0129-z.
5. Стиглиц Дж. Многообразные инструменты, шире цели: движение к Пост-Вашингтонскому консенсусу // Вопросы экономики. 1998. № 8. С. 4–34.
6. Зюганов Г. А. Банкротство правительственного курса и политика обновленного социализма // Правда. 2020. № 1 (30933). 10–13 янв.
7. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662 «О концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» // СПС «КонсультантПлюс».
8. Шейн О. Цифровая экономика // Советская Россия. 2019. 12 янв.
9. Стиглиц Дж., Эллерман Д. Макро- и микроэкономические стратегии для России: науч. доклад [Электронный ресурс] // Неофициальная страница Нобелевского лауреата Джозефа Стиглица на RusRef. URL: <http://www.r-reforms.ru/indexpub173.htm> (дата обращения: 21.06.2023).
10. Трубин А. Е. Инновационно-инвестиционные циклы воспроизводства основного капитала промышленных предприятий // Управление общественными и экономическими системами. 2009. № 1. С. 1–13.
11. Космин А. Д., Кузнецова О. П., Космина Е. А., Кузнецов В. В. Либеральная модель российской экономики: истина разума или факта? // Креативная экономика. 2017. Т. 11. № 1. С. 107–132.
12. Загайтов И., Турищев Н. Планирование – инструмент общественного прогресса // Орловская искра. 2019. № 14–15. 12 апр.
13. Никитин С. А. Государственное регулирование экономики России в кризисных условиях // Экономист. 2016. № 4. С. 24–32.
14. Зюганов Г. А. Выполнить волю народа – сменить курс. Открытое письмо Президенту Российской Федерации В. В. Путину [Электронный ресурс] // Официальный сайт КПРФ. URL: <https://kprf.ru/party-live/sknews/202999.html> (дата обращения: 21.06.2023).
15. Кушелев Ю. В. Неуправляемая система управления // Орловская искра. 2021. № 4. 5 февр.
16. Леонтьев В. В. Экономическое эссе: Теории, исследования, факты и политика. – М.: Инфра-М, 2003. – 415 с.

Сведения об авторах

Долгих Евгений Леонидович, ORCID 0000-0001-7309-4907, канд. экон. наук, доцент, директор Института заочного и очно-заочного образования, Орловский государственный университет им. И. С. Тургенева, Орел; кафедра предпринимательства и конкуренции, Университет «Синергия», Москва, Россия, dolghihorel@yandex.ru

Трубин Александр Евгеньевич, ORCID 0000-0002-7189-5679, канд. экон. наук, доцент, директор департамента цифровой экономики, Университет «Синергия», Москва, Россия, niburt@yandex.ru

Трубина Ирина Олеговна, ORCID 0000-0002-8691-3999, канд. экон. наук, доцент, заместитель декана факультета бизнеса, Университет «Синергия», Москва, Россия, i-j-i@yandex.ru

Семенихина Анна Викторовна, ORCID 0000-0002-5349-2657, канд. экон. наук, доцент, Орловский государственный университет им. И. С. Тургенева, Орел, Россия, an-semenikhina@rambler.ru

Филимонова Елена Викторовна, ORCID 0000-0002-9791-7610, канд. пед. наук, доцент, доцент департамента цифровой экономики, Университет «Синергия», Москва, Россия, elena-gamilton@mail.ru

Статья поступила 27.02.2023, рассмотрена 10.03.2023, принята 28.03.2023

References

1. Nikitin S. A., Semenikhina A. V. *Razrabotka kompleksnogo prognoza razvitiya regionov* [Development of a comprehensive forecast for the development of regions]. *Kompleksnoe razvitie territorial'nykh sistem i povyshenie*

- effektivnosti regional'nogo upravleniya v usloviyakh tsifrovizatsii ekonomiki: materialy natsional'noi (vserossiiskoi) nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Integrated development of territorial systems and improving the efficiency of regional management in the context of digitalization of the economy: materials of the national (all-Russian) scientific and practical conference]. Orel, Orel State University named after I. S. Turgenev, 2018, pp.84-91.
2. Glazyev S. Yu. *Uroki ocherednoi rossiiskoi revolyutsii: krakh liberal'noi utopii i shans na ekonomicheskoe chudo* [Lessons from the next Russian revolution: the collapse of the liberal utopia and a chance for an economic miracle]. Moscow, *Izdatel'skii dom «Ekonomicheskaya gazeta» Publ.*, 2011, 576 p.
 3. Kortunov S. V. "Soft" power of Russia in the context of the globalization and the world crisis. *Mezhdunarodnaya ekonomika*=The World Economics, 2009, no.12, pp.5-20 (in Russian).
 4. Bremmer I. The end of the free market: Who wins the war between states and corporations? *European View*, 2010, vol.9, no.2, pp.249-252. DOI: 10.1007/s12290-010-0129-z.
 5. Stiglic J. *Mnogoobraznee instrumenty, shire tseli: dvizhenie k Post-Vashingtonskomu konsensusu* [The More Diversified Tools, the Broader Targets: the Movement towards PostWashington Consensus]. *Voprosy ekonomiki*, 1998, no.8, pp.4-34.
 6. Zyuganov G. A. *Bankrotstvo pravitel'stvennogo kursa i politika obnovlyonnogo socializma* [Bankruptcy of the government course and the policy of renewed socialism]. *Pravda*, 2020, no.1(30933), January 10–13.
 7. RF Government Decree "On the concept of long-term socio-economic development of the Russian Federation for the period up to 2020" of November 17, 2008, no.1662 (in Russian). *SPS «Konsul'tantPlyus»*.
 8. Shein O. *Tsifrovaya vrinomika* [Digital Vrinomics]. *Sovetskaya Rossiya*, 2019, January 12.
 9. Stiglitz J., Ellerman D. *Makro- i mikroekonomicheskie strategii dlya Rossii: nauch. doklad* [Macro- and microeconomic strategies for Russia: scientific. REPORT]. *Neofitsial'naya stranitsa Nobelevskogo laureata Dzhozefa Stiglitsa na RusRef*. Available at: <http://www.r-reforms.ru/indexpub173.htm> (accessed 21.06.2023).
 10. Trubin A. E. *Innovatsionno-investitsionnye tsikly vosproizvodstva osnovnogo kapitala promyshlennykh predpriyatii* [Innovation and investment cycles of reproduction of the fixed capital of industrial enterprises]. *Upravlenie obshchestvennymi i ekonomicheskimi sistemami*, 2009, no.1, pp.1-13.
 11. Kosmin A. D., Kuznetsova O. P., Kosmina E. A., Kuznetsov V. V. Russian liberal economic model: truths of reason or truths of fact? *Kreativnaya ekonomika*=Journal of Creative Economy, 2017, vol.11, no.1, pp.107-132 (in Russian).
 12. Zagaytov I., Turishchev N. *Planirovanie – instrument obshchestvennogo progressa* [Planning is a tool of social progress]. *Orlovskaya iskra*, 2019, no.14-15, April 12.
 13. Nikitin S. A. *Gosudarstvennoe regulirovanie ekonomiki Rossii v krizisnykh usloviyakh* [State regulation of the Russian economy in crisis conditions]. *Ekonomist*, 2016, no.4, pp.24-32.
 14. Zyuganov G. A. *Vypolnit' volyu naroda – smenit' kurs. Otkrytoe pis'mo Prezidentu Rossiiskoi Federatsii V. V. Putinu* [Fulfill the will of the people – change course. An open letter to the President of the Russian Federation V. V. Putin]. Official site of the Communist Party of the Russian Federation. Available at: <https://kprf.ru/party-live/cknews/202999.html> (accessed 21.06.2023).
 15. Kuselev Yu. V. *Neupravlyaemaya sistema upravleniya* [Unmanaged control system]. *Orlovskaya iskra*, 2021, no.4, February 5.
 16. Leontiev V. V. *Ekonomicheskoe esse: Teorii, issledovaniya, fakty i politika* [Economic essay: Theories, research, facts and politics]. Moscow, *Infra-M Publ.*, 2003, 415 p.

About the authors

Evgeny L. Dolgih, ORCID 0000-0001-7309-4907, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Director of Institute of Correspondence and Part-time Education, Orel State University named after I. S. Turgenev, Orel; Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University, Moscow, Russia, dolgihorel@yandex.ru

Alexander E. Trubin, ORCID 0000-0002-7189-5679, Cand. Sci. (Econ.), Director of Digital Economy Department, Synergy University, Moscow, Russia, niburt@yandex.ru

Irina O. Trubina, ORCID 0000-0002-8691-3999, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Deputy Dean of Business Faculty, Synergy University, Moscow Russia, i-j-i@yandex.ru

Anna V. Semenikhina, ORCID 0000-0002-5349-2657, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Orel State University named after I. S. Turgenev, Orel, Russia, an-semenikhina@rambler.ru

Elena V. Filimonova, ORCID 0000-0002-9791-7610, Cand. Sci. (Ped.), Associate Professor, Digital Economy Department, Synergy University, Moscow, Russia, elena-gamilton@mail.ru

Received 27.02.2023, reviewed 10.03.2023, accepted 28.03.2023

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3-18-30

Анализ конкурентной среды производителей сидра на российском рынке слабоалкогольных напитков

А.Ю. Бойко¹, А.Е. Трубин^{1*}, Е.В. Филимонова¹

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* niburt@yandex.ru

Аннотация. Российский рынок сидра получил развитие в связи с изменением потребительских привычек и увеличением доли слабоалкогольных напитков. Однако обеспечение и повышение конкурентоспособности традиционного сидра на рынке слабоалкогольных напитков является сложным и требует более детального изучения. Этим обусловлена актуальность темы исследования. В рамках исследования был произведен анализ конкурентной среды на российском рынке слабоалкогольных напитков и выявлены актуальные проблемы повышения конкурентоспособности традиционного сидра. Статья нацелена на выявление факторов, негативно влияющих на конкурентоспособность традиционного сидра на российском рынке слабоалкогольных напитков, а также проблем в данной области и на предложение направлений их решения. Статья посвящена рассмотрению характеристик и особенностей сидра как товара, анализу конкурентной среды, выявлению проблем обеспечения и повышения конкурентоспособности традиционного сидра на российском рынке, а также разработке путей решения данных проблем. По результатам проведенного исследования авторы приходят к выводу, что рынок сидра в России активно развивается и имеет благоприятные перспективы. Сидроделие в России стимулирует развитие сельского хозяйства, плодоводства, питомниководства, создание рабочих мест в сельской местности, создание рабочих мест в торговле, стимулирует научные изыскания. Исследование позволило выявить проблемы обеспечения и повышения конкурентоспособности сидра на российском рынке напитков, к которым относится проблема определения статуса традиционного сидра на законодательном уровне, отсутствие налоговых льгот и другой государственной поддержки компаний – производителей традиционного сидра, конкурентная борьба с напитками, произведенными по другой технологии, но также называемыми сидром. Для решения выявленных проблем были предложены мероприятия по повышению конкурентоспособности традиционного сидра на российском рынке. Показано, что проведенный анализ конкурентной среды позволяет выявить проблемы повышения конкурентоспособности сидра на российском рынке.

Ключевые слова: конкурентная среда, рынок слабоалкогольных напитков, сидр, российский рынок сидра, конкурентоспособность сидра

Для цитирования: Бойко А. Ю., Трубин А. Е., Филимонова Е. В. Анализ конкурентной среды производителей сидра на российском рынке слабоалкогольных напитков // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 3. С. 18–30. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-18-30

Analysis of the Competitive Environment of Cider Producers in the Russian Market of Low-alcohol Beverages

A. Boiko¹, A. Trubin^{1*}, E. Filimonova¹

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* niburt@yandex.ru

Abstract. The Russian cider market has developed due to changes in consumer habits and an increase in the share of low-alcohol beverages. However, ensuring and increasing the competitiveness of traditional cider in the market of low-alcohol beverages is difficult, and requires more detailed study. This is due to the relevance of the research topic. The novelty of the research lies in the fact that the author has analyzed the competitive environment in the Russian market of low-alcohol beverages and identified the actual problems of increasing the competitiveness of traditional cider. The purpose of the study is to identify factors that negatively affect the competitiveness of traditional cider in the Russian market of low-alcohol beverages, as well as problems in this area and to propose ways to solve them. The research methods include comparison, comparison, content analysis, regulatory method, statistical analysis, graphical method. The article is devoted to the consideration of the characteristics and features of cider as a commodity, the analysis of the competitive environment, the identification of problems of ensuring and improving the competitiveness of traditional cider in the Russian market, as well as the development of ways to solve these problems. According to the results of the study, the author comes to the conclusion that the cider market in Russia is actively developing and has favorable prospects. Cider-making in Russia stimulates the development of agriculture, fruit growing, nursery breeding, the creation of jobs in rural areas, the creation of jobs in trade, stimulates scientific research. The study revealed the problems of ensuring and increasing the competitiveness of cider in the Russian beverage market, which include the problem of determining the status of traditional cider at the legislative level, the lack of tax benefits and other state support for traditional cider manufacturers, competition with drinks produced using a different technology, but also called cider. To solve the identified problems, measures were proposed to increase the competitiveness of traditional cider on the Russian market. It is shown that the competitive environment analysis makes it possible to identify the problems of increasing the competitiveness of cider in the Russian market.

Keywords: competitive environment, low-alcohol drinks market, cider, cider competitiveness, Russian cider market

For citation: Boiko A., Trubin A., Filimonova E. Analysis of the Competitive Environment of Cider Producers in the Russian Market of Low-alcohol Beverages. *Sovremennaya konkurentsija*=Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.3, pp.18-30 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-18-30

Введение

Активное развитие рынка сидра в России началось около 15 лет назад в связи с изменением потребительских предпочтений в сторону слабоалкогольных напитков вместо крепкого алкоголя. Рост предпочтений натуральных слабоалкоголь-

ных напитков происходил на фоне развития отрасли крафтового пивоварения, открытия сотен авторских пивоварен, а также благодаря льготам для маленьких виноделен РФ. Российский рынок сидра является одним из немногих растущих сегментов рынка как в объеме производства, так и в объемах продаж. Производство сидра в России в 2022 г.

по отношению к 2021 г. выросло на 42%, а его продажи – на 21%, что свидетельствует об интересе потребителя к этому продукту.

Но рынок сидра далек от своего насыщения: так, производство в 2022 г. составило 69 млн л, а это примерно 1 литр напитка на 1 взрослого человека в год. Для сравнения: пива произведено 8025 млн л, вина – 600 млн л, водки – примерно 840 млн л¹.

Однако существуют объективные сложности в развитии и повышении конкурентоспособности традиционного сидра на рынке слабоалкогольных напитков России, что связано как с внешними, так и с внутренними негативными обстоятельствами. Исследование данной проблемы является актуальным, так как позволяет выявить ряд ограничений в области повышения конкурентоспособности российского сидра на данном рынке, а также предложить некоторые меры проработки для их преодоления.

Обзор литературы

Исследованию развития рынка сидра в России посвящено мало работ. Данная тема является малоизученной и достаточно новой по сравнению с исследованием продукции виноделия. Исследование основано на проведении анализа статистических данных, статьях в периодических изданиях, а также мнениях экспертов в области развития рынка сидра в России.

Так, например, Николай Желагин, который является основателем сети пивных магазинов «Беру выходной», заметил, что увеличение спроса на сидр началось около двух лет назад.

Председатель президиума Ассоциации компаний розничной торговли (включает X5 Group, «Магнит», «Ленту») Игорь Караваев сообщил, что в 2022 году на рынке появилось около десяти новых местных брендов сидра. «У потребителей востребованы новинки слабоалкогольных напитков, а сидр

пользуется спросом как альтернатива пиву и вину», – сказал Караваев. По его словам, устойчивость роста спроса на сидр будет зависеть от масштаба кампаний по продвижению напитка.

Региональный менеджер СЮР Станислав Старовойтов ожидает, что летом 2023 года продажи сидра вновь вырастут, а нагрузки на производственные мощности увеличатся. Он полагает, что продажам российского сидра способствуют сокращение импорта и рост цен на оставшиеся зарубежные бренды.

Гендиректор «Волковской пивоварни» Алексей Аксель отметил, что сидр может выступать альтернативой пиву с фруктовыми вкусами. К тому же часть потребителей выбирает его вместо вина как более доступный алкоголь.

Таким образом, реальных комплексных исследований рынка сидра в РФ практически нет (за исключением некоторых закрытых коммерческих отчетов).

Конкуренция на рынке алкогольных напитков

На рынке алкогольных напитков производители конкурируют за потребительские предпочтения, группы напитков-конкурентов по отношению друг к другу скорее являются субститутами, то есть дополнительными товарами, а не прямыми конкурентами. Конкуренция в основном происходит внутри группы схожих по содержанию алкоголя напитков.

Основные группы напитков-конкурентов:

1. Слабоалкогольные напитки: пиво, сидр, медовуха, коктейли.
2. Среднеалкогольные напитки: вино, игристое (шампанское).
3. Крепкие напитки: настойки, дистилляты от 20% алкоголя и выше.

В этой статье рассматривается конкуренция внутри группы схожих по содержанию алкоголя напитков, а не между производителями конкретной группы.

¹ По данным Росалкогольрегулирования.

Сидр конкурирует одновременно с вином, игристыми винами (шампанским), так как схож по методу производства и вкусу, и со слабоалкогольными коктейлями (медовухой, пивом), так как законодательно ограничен 6% алкоголя и имеет схожую модель потребления.

Законодательное ограничение крепости сидра в 6% алкоголя уже является протекционизмом в пользу вина, так как натуральный сидр (как и медовуху) можно произвести крепостью до 12% алкоголя, что поставило бы его в один ряд с вином в выборе потребителем. Отметим, что даже пиво разрешено производить до 8,6 градусов алкоголя².

Также особенностью конкуренции сидра в РФ является ситуация, когда по сути два разных по свойствам напитка называются сидром. Производством одного занимаются крупные транснациональные корпорации, такие как «Хейнекен», а производством второго – малые предприятия.

Стадии конкуренции между производителями традиционного сидра на рынке РФ еще нет, так как их доля в общем производстве сидра составляет 3–5%.

Характеристика и особенности сидра как товара

История российского сидра уходит корнями во времена Советского Союза, когда было распространено плодово-ягодное вино. Сидр занимал не более 3–5% рынка [8, с. 87].

В России сложилось два вида продукции под названием «сидр» (рис. 1).

Следовательно, традиционный сидр с многолетней историей рецепта изготовления – это сидр из свежавыжатого сока яблок. Тогда как второй вид сидра представляет собой «сидровый напиток», не обладающий всеми свойствами (вкус, аромат, содержание полезных веществ, витаминов) традиционного сидра и изготавливается из

концентрированного сока из Турции, Китая и Ирана (рис. 2–4). При этом в напиток добавляют искусственные подсластители, ароматизаторы, красители иногда даже спирт.

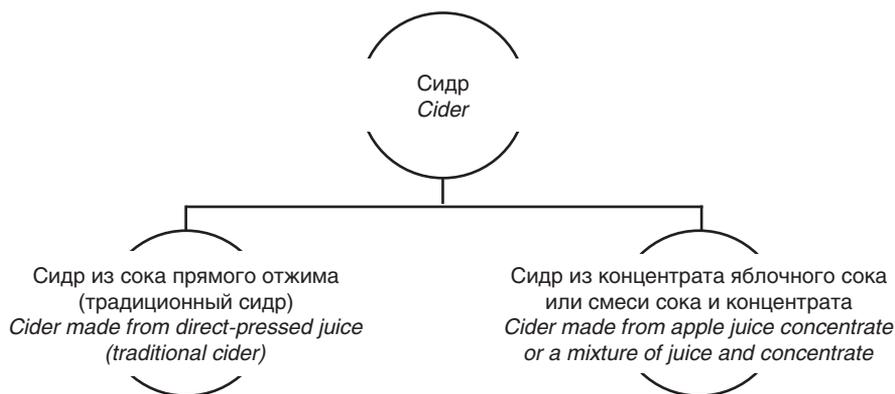
Сидр представляет собой слабоалкогольный напиток, который изготовлен методом алкогольного брожения из сока различных сортов яблок.

ГОСТ 31820–2015 от 2015 года дает определение сидра как продукта с объемной долей этилового спирта не менее 1,2% и не более 6,0%, изготовленного в результате спиртового брожения свежего яблочного сусла и/или восстановленного яблочного сока, без добавления или с добавлением сахаросодержащих продуктов, без насыщения или с искусственным насыщением двуокисью углерода или насыщением двуокисью углерода в результате брожения. Допускается использовать до 15% грушевого сусла [2].

ГОСТ 58011–2017 от 2017 года дает определение традиционного сидра как продукта с объемной долей этилового спирта не менее 1,2% и не более 6,0%, изготовленного в результате спиртового брожения свежего яблочного сусла, изготовленного из яблок, без добавления или с добавлением сахара, без насыщения или с искусственным насыщением двуокисью углерода или насыщением двуокисью углерода в результате брожения. Использование сахара допускается только при изготовлении игристого традиционного сидра [4].

Отличие в определениях в следующем: словосочетание «восстановленный сок» заменено на «яблочное сусло», что по определению является тем же самым концентрированным соком. В ГОСТ 58011–2017 полностью запрещено использование воды, а сахар разрешен только при шампанском методе производства. Концентрированный сок – это фруктовый сок, из которого извлекается влага. Обычно сок концентрируют до уровня сахаров 70% от объема (консистенция меда), чтобы концентрат был стабилен и не началось брожение. Восстановленный сок – сок, приготовленный из концентрированного сока путем добавления питьевой воды.

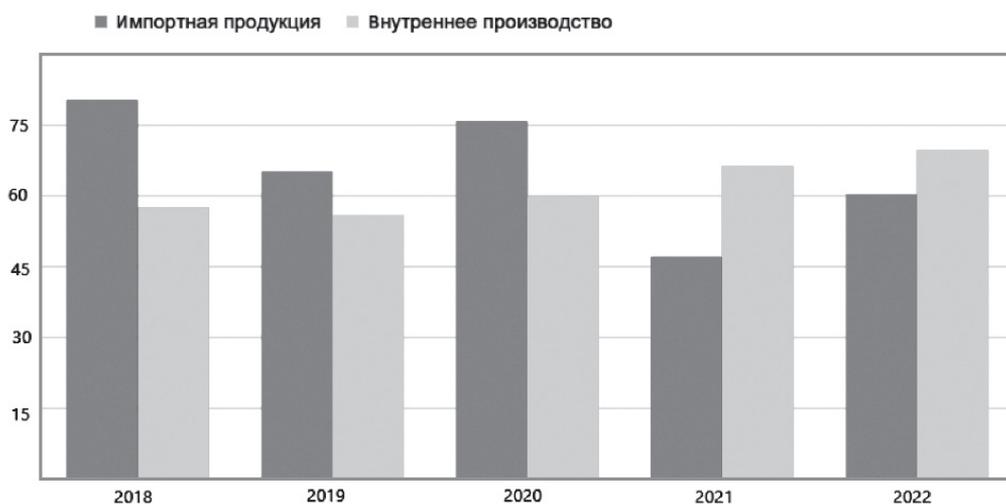
² «Балтика 9» и «Охота крепкое» производятся по ГОСТ 31711–2012 и в них более 8% алкоголя.



Источник: [3].

Рис. 1. Виды сидра

Fig. 1. Types of cider



Источник: Анализ рынка сидра в России. URL: <https://tebiz.ru/assets/pdf/mi/rynok-sidra-v-rossii.pdf> (дата обращения: 05.04.2023).

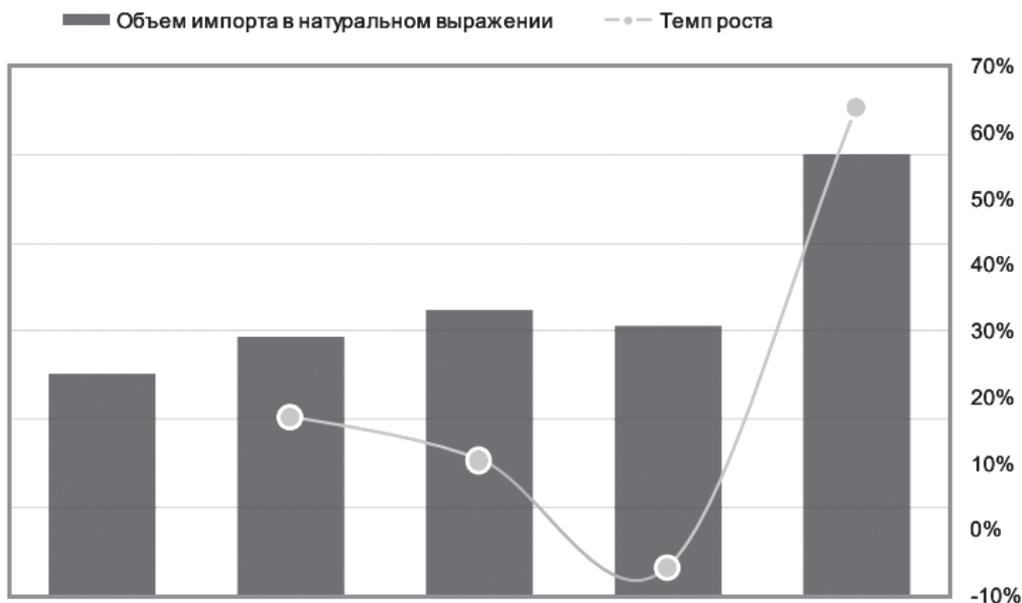
Рис. 2. Сравнение производства и импорта на российском рынке сидра в 2022 г. (млн л)

Fig. 2. Comparison of production and import in the Russian cider market in 2022 (million liters)

Авторы считают, что ГОСТ на «традиционный сидр» должен четко отделять продукцию из яблочного свежевыжатого сока от продукции из концентрированного и восстановленного сока, чтобы потребитель понимал разницу в процессе производства напитков.

Главное отличие выходит за рамки ГОСТ и заключается в расчете мощности оборудования [5].

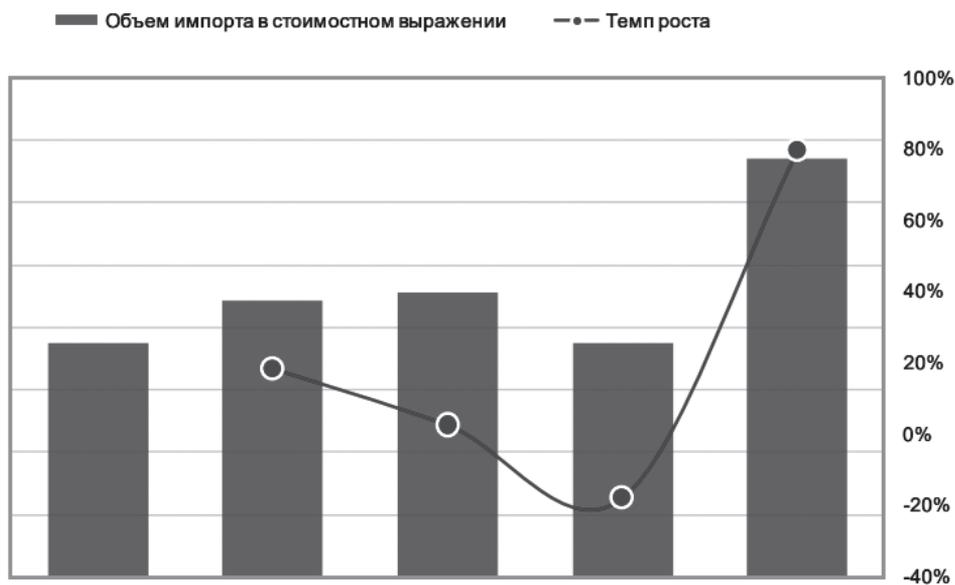
По ГОСТу 2015 года расчета мощности производства (количество циклов производства в год) один цикл производства занимает 2 недели, а по ГОСТу 2017 года – емкости для брожения используются только раз в год. Получается, что, работая по ГОСТу 2017 года (традиционный сидр), производитель попадает в неравные конкурентные условия с теми, кто работает по ГОСТу 2015 года



Источник: Анализ рынка сидра в России. URL: <https://tebiz.ru/assets/pdf/mi/rynok-sidra-v-rossii.pdf> (дата обращения: 05.03.2023).

Рис. 3. Динамика российского импорта сидра в натуральном выражении в 2018–2021 гг.

Fig. 3. Dynamics of Russian cider imports in kind in 2018–2021



Источник: Анализ рынка сидра в России. URL: <https://tebiz.ru/assets/pdf/mi/rynok-sidra-v-rossii.pdf> (дата обращения: 05.03.2023).

Рис. 4. Динамика российского импорта сидра в стоимостном выражении 2018–2021 гг.

Fig. 4. Dynamics of Russian cider imports in value terms 2018–2021

[3, 4]. Получается, что на одинаковом оборудовании транснациональные компании и производители из концентрата могут произвести в 25 раз больше сидра. При этом для потребителя эти напитки не отличимы до совершения покупки.

При натуральном сидроделии из свежесобранного сока можно производить 3 цикла сбраживания, а не 1, как определено нормативными актами, так как можно заморозить яблоки (традиционный прием) или хранить их на складе без заморозки и готовить традиционный сидр 3 раза за сезон на одном емкостном оборудовании. Первый цикл – сентябрь-октябрь из летних яблок, второй – ноябрь-декабрь из осенних яблок, третий – январь-февраль из наиболее лежких зимних сортов яблок.

Стоит заметить, что емкостное оборудование является наиболее дорогостоящим во всей отрасли и от его окупаемости и количества циклов производства в год зависит общая окупаемость бизнеса, а также это влияет на размер производственного помещения.

Авторы делают вывод, что ГОСТ на традиционный сидр не отвечает требованиям натурального сидроделия, а только усложняет конкуренцию и удорожает продукцию для конечного потребителя.

Натуральные сидроделы ограничены в объеме производства, так как используют оборудование в 25 раз реже, чем производители из концентрата [12].

Как показывают опросы, потребитель в первую очередь обращает внимание на этикетку и цену товара на полке. Потребитель не готов вникать в тонкости разных ГОСТов и методов производства. Чем и пользуются производители сидра из концентрированного сока, помещая на этикетке как элемент дизайна изображения яблок, пресса для отжима сока, надписи типа «Сидр натурального брожения», «Традиционное брожение» и аналогичные.

Если сравнивать с пивом, вином, то аналоги традиционных напитков не имеют права называться так же, как традиционный на-

питок, и должны носить наименование «Сидродельческая продукция», то есть продукция, произведенная отличающимся от классического способом и содержащая искусственные ингредиенты и добавки.

Хмель и пивные дрожжи являются основными ингредиентами в производстве пива, в то время как сидр создается исключительно из свежесобранного яблочного сока без добавления дрожжей и сахара. В отличие от пива, ферментация сидра происходит естественным биологическим процессом благодаря своим естественным дрожжевым бактериям и обогащается углекислым газом для того, чтобы стать газированным напитком. Кроме того, яблочный сидр содержит много полезных для организма танинов, но меньше кислот и насыщен витаминами и различными полезными микроэлементами.

Яблочное вино – это алкогольный напиток, который чаще производится дома, а не на промышленных фабриках. Для его производства используются различные виды яблок и фруктовый торт, а также добавляется сахар для ускорения брожения. В отличие от этого, основным компонентом в сидре является свежесобранный яблочный сок без теста (месги). Сидр обогащается углекислым газом, чтобы придать ему газированный эффект и блестящий, шампанский вид. Ферментация сидра происходит естественным путем без добавления дрожжей или сахара, а ферментация яблочного вина происходит с добавлением фруктового торта и сахара, что делает напиток более крепким, чем сидр.

В отличие от вина, сидр не хранится долго и со временем теряет свои уникальные свойства. Тем не менее в истории производства сидра технология была усовершенствована и модернизирована благодаря техническому прогрессу, но состав напитка остался неизменным. Сидр – это слабоалкогольный напиток, который богат витаминами С, А и Е, а также содержит полезные макро- и микроэлементы, пектины, дубильные вещества и кислоты. В отличие от других алкогольных

напитков, сидр имеет низкое содержание жиров и белков, а углеводы в нем представлены в небольшом количестве, что делает его низкокалорийным напитком. В одном стакане сидра содержится также кальций, фосфор, магний, натрий, цинк, железо и медь.

Сидр готовится из свежавыжатого яблочного сока, сохраняя все полезные и уникальные свойства этого фрукта. Естественная ферментация сока образует дополнительные соединения, которые благотворно влияют на организм. Сидр помогает улучшить пищеварение и усвояемость пищи за счет содержания пектина, а также очищает организм от ненужных жиров и кислот. Благодаря низкому содержанию тяжелых металлов и токсичных веществ употребление сидра может снизить риск распространения инфекций.

Данный напиток способен помочь людям, страдающим депрессией и повышенной утомляемостью, избавиться от хандры и усталости.

Яблочный сидр можно использовать для укрепления иммунитета благодаря содержанию высокой концентрации витамина С и других полезных элементов. Он способствует снижению простудных заболеваний и укрепляет организм для сопротивления вредным бактериям и микроорганизмам, особенно весной и осенью, когда организм ослаблен недостатком питательных веществ.

Умеренное употребление яблочного сидра может благотворно влиять на сердечно-сосудистую систему. Он расширяет кровеносные сосуды, повышает эластичность стенок сосудов и помогает предотвращать образование тромбов и тромбоцитов. Кроме того, содержащиеся в нем микро- и макроэлементы могут снижать уровень холестерина в крови. Однако не стоит злоупотреблять им и принимать в больших количествах.

Ферментированный яблочный сок сохраняет все свойства фруктов и к тому же приобретает ценные фенольные соединения в процессе ферментации. Они могут замедлять процесс старения кожи.

Помимо этого, сидр обладает низкой калорийностью, что позволяет избежать возможных негативных последствий для фигуры. Благодаря своей легкости как сидр, так и пуаре пользуются популярностью среди молодежи и женщин. Они могут быть использованы и в кулинарии – для приготовления специальных блюд и меню в ресторанах.

Приготовление сидра должно осуществляться естественным путем из свежавыжатого сока яблок. Когда в составе находится восстановленный сок (концентрат), продукт считается более низкого качества [10].

В зарубежной практике достаточно давно закрепилось разделение сидра на два вида [15]:

1. Heritage cider или farmer cider (сидр из сока прямого отжима).

2. Mass cider (сидр из концентрата).

Первый вид сидра производят мелкие фермеры, крестьянско-фермерским хозяйствам (КФХ), представители малого и среднего бизнеса. Тогда как производство второго вида сидра отдается крупным производителям, имеющим широкий ассортимент производимой продукции, линейка расширяется за счет добавления ароматизаторов и красителей разных фруктов и ягод – вишня, слива, персик и т. д.

Основные тенденции развития российского рынка сидра

В России в 2022 году было произведено около 69 млн л сидра, в том числе традиционного сидра – 2 млн л. Для сравнения: российских вин в 2022 году было произведено 600 млн л. Продукция из восстановленного виноградного сока, в отличие от сидра, не имеет права называться вином. При этом в 2021 году объем производства сидра составил около 50 млн л за год, а потребление сидра в России на одного человека составило примерно 0,5 л [14].

Необходимо также отметить, что объемы производства и продаж сидра демонстрировали значительный рост (в 2018 году



Рис. 5. Основные конкуренты сидра на российском рынке

Fig. 5. The main competitors of cider in the Russian market

к 2017 году – на 33%, в 2019 году к 2018 году – на 23%, в 2020 году к 2019 году – на 31%) [7].

Всего в России насчитывается около 35 производителей традиционного сидра. Согласно данным за 2021 год, самые большие объемы производства сидра в стране приходятся на Центральный (60%) и Северо-Западный (35%) федеральные округа³.

Основные конкуренты сидра как типа продукции на российском рынке представлены на рисунке 5.

В настоящее время традиционный сидр производят 35 компаний, крупнейшие из которых: «Яблочный спас», «Абрау Дюрсо», «Рэббл эпл», «Заповедник», «Токсово». Сидр из концентрата производят множество компаний, крупнейшими из которых являются «Балтика» и «Хейнекен». С 1 апреля 2023 года запустили поэтапную цифровую маркировку пива и сидра [13]. И затраты на новое оборудование снова удорожат традиционный сидр для потребителя и сделают его еще менее конкурентоспособным по сравнению с сидром из концентрата.

Проблемы обеспечения конкурентоспособности сидра

Вопрос определения статуса сидра на законодательном уровне является основным фактором, препятствующим повыше-

нию конкурентоспособности натурального традиционного сидра на российском рынке. Несмотря на то что традиционный сидр по технологии приготовления схож с вином, Федеральный закон № 468 «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации», принятый в 2019 году, не относит его к вину [1]. Это, как отмечает член президиума общероссийского общественной организации МСП «Опора России» А. Е. Небольсин, является сильной дискриминацией производителей сидра [9, с. 80].

Важно отметить, что в России до 2012 года сидр считался по всем государственным стандартам винодельческой продукцией. С 2012 года напиток включен в одну группу с пивом и медовухой. Обязанность лицензирования производства сначала была введена, но в этом же году отменена. Вместе с тем были установлены акцизы на сидр [11]. При этом сидроделы, в отличие от виноделов, до сих пор не имеют статуса сельскохозяйственного товаропроизводителя и не могут получить соответствующих льгот [6].

Льготы позволяют виноделам обнулить акцизный сбор, так как он возвращается в компанию при производстве вина из своего винограда. Сидроделы не имеют таких льгот, хотя также используют российское сырье. Статус вина как сельхозпродукции позволяет виноделам продавать его легально на винодельнях, ярмарках, выставках, а для сидра из аналогичного по происхож-

³ По данным Национальной ассоциации производителей традиционного сидра (НАПТС).

дению сырья этого статуса нет. В этом году ожидается принятие закона о винном туризме и разрешение на строительство гостиниц непосредственно рядом с винодельнями.

Традиционное сидроделие способно оказать более заметный вклад в экономику по сравнению с виноделием, так как яблоки растут на территории 70 субъектов России и все они подходят для сидра. Сидроделие обеспечивает создание постоянных рабочих мест в сельской местности в гораздо большем количестве регионов, чем виноделие. Традиционное сидроделие стимулирует и смежные отрасли: садоводство, питомниководство, производство сладостей из яблок, производство натуральных сортовых соков, обеспечивает импортозамещение свежими яблоками, стимулирует научную сферу в части помологических и селекционных достижений, стимулирует экотуризм, так как сады обычно доступны для посещения. Важно заметить, что сидр из концентрированного сока не оказывает такого влияния на экономику и науку, не создает рабочих мест в смежных отраслях, не замещает иностранные яблоки.

В зарубежных странах по сей день сидр относят к отрасли виноделия, что позволяет производителям сидра пользоваться преимуществами и льготами винодельческих предприятий. Однако это касается только традиционного сидра из яблочного сока прямого отжима, который по технологии изготовления аналогичен вину из сброженного виноградного сока.

Другая проблема в деятельности производителей сидра представляет собой отсутствие налоговых льгот по аналогии со льготами для виноделов, так как они не являются тождественными по российскому законодательству. Этим льгот Национальная ассоциация производителей традиционного сидра добивается уже несколько лет [9].

Как отмечает А. Е. Небольсин, сидр, полученный из яблок первого отжима (традиционный сидр), в полной мере может претендовать на статус винодельческой про-

дукции. Прежде всего это обусловлено, как уже было сказано, схожестью технологии изготовления традиционного сидра и натурального вина, которая заключается в процессе брожения (алкогольное сбраживание, молочнокислое брожение) сока прямого отжима, его выдерживания и последующего разлива [9].

Другим фактором сближения на уровне законодательства сидра с винодельной продукцией (в частности, с российским вином), обозначенным в Федеральном законе № 468, является то, что российский сидр полностью произведен из российского сырья (российских яблок), то есть представляет собой российский продукт из российского сырья. Признание данного факта позволит производителям сидра пользоваться условиями и льготами для российских виноделов, определенных в вышеуказанном законе.

Для решения проблемы определения статуса сидра на законодательном уровне необходимо внести изменения в законодательные акты, которые будут давать сидру статус сельскохозяйственной продукции, а компании-производителю – статус сельхозпредприятия.

Немаловажным фактором, снижающим конкурентоспособность традиционного сидра на рынке напитков, является наличие продуктов с названием «сидр», приготовленных из концентрированного яблочного сока или искусственных ингредиентов. Данная продукция отличается меньшей стоимостью на рынке по сравнению с традиционным сидром, что составляет большие проблемы обеспечения конкурентоспособности последнего. Для решения данной проблемы предлагается указанную категорию сидра отделять в глазах потребителя от традиционного сидра, что необходимо исполнить на законодательном уровне. В частности, напитки с названием «сидр», приготовленные на основе концентрированного сока и искусственных ингредиентов, следует отнести больше к категории

«сидровые напитки» по аналогии с «пивоваренная продукция» [9]. А также запретить использование в оформлении этикеток элементов дизайна, намекающего на методы традиционного сидроделия. Запретить использовать в дизайне фразы «традиционный метод брожения», «натуральное брожение» и аналогичные.

Авторы считают, что законодательно для традиционного сидра нужно поднять возможное содержание алкоголя с 6 до 12% в целях честной конкуренции.

Создать возможность индивидуальным предпринимателям производить малые партии до 5 тонн в год традиционного сидра, в том числе на дачных участках, в дачных строениях, чтобы осуществить максимальный доступ к рынку начинающих производителей. Разрешить микросидроделам использовать государственные субсидии и льготы как сельхозпроизводителям. С таким объемом производства может справиться 1 человек, затраты на оборудование – не более 1 млн руб.

Традиционный сидр из местных яблок обладает терруарными особенностями вкуса и аромата и может быть экспортным продуктом, так как основой являются сорта яблок российской селекции, не произрастающие в других регионах мира, то есть этот сидр неповторим.

Заключение

В России рынок сидра имеет достаточно благоприятные перспективы в сравнении с виноделием: вино из собственного винограда можно производить только на территории семи субъектов страны, тогда как сидр из яблок – на территории 70 субъ-

ектов [14]. В СССР были плодотопитомники с региональными сортами яблок на Алтае, в Екатеринбурге, Хабаровске, Уфе, Краснодаре, Орле. Все региональные сорта яблок и груш сохранились и подходят для сидроделия.

В настоящее время по большей части производимый в России традиционный сидр изготавливается из местных яблок, то есть регион яблочных садов совпадает с субъектом производства. Можно отметить положительное влияние развития рынка сидра в нашей стране. Во-первых, это новые рабочие места, в том числе на селе, а также развитие малого бизнеса, развитие селекционной работы (выведение новых сортов яблок), а также развитие культуры потребления слабоалкогольного напитка.

Исследование позволило выявить проблемы обеспечения и повышения конкурентоспособности яблочного сидра на российском рынке, к которым относится проблема определения статуса сидра на законодательном уровне, отсутствие субсидий и другой государственной поддержки производителей сидра, что в значительной степени затрудняет конкурентную борьбу традиционного сидра с сидром из концентрата. Для решения выявленных проблем были предложены мероприятия по повышению конкурентоспособности традиционного яблочного сидра на российском рынке, в том числе с обоснованием необходимости закрепления натурального (традиционного) сидра на законодательном уровне по аналогии с винодельческой продукцией. Показано, что проведенный анализ позволяет выявить проблемы повышения конкурентоспособности яблочного сидра на российском рынке.

Список литературы

1. Федеральный закон от 27.12.2019 № 468-ФЗ «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341772/ (дата обращения: 10.03.2023).
2. ГОСТ 31820–2015. Межгосударственный стандарт «Сидры. Общие технические условия. Ciders. General specifications». Принят Межгосударственным советом по стандартизации, метрологии и сертификации

- (протокол от 18.06.2015 № 47) // Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200123272> (дата обращения: 10.03.2023).
3. ГОСТ Р 59170-2020 «Сидры фруктовые и сидры фруктовые ароматизированные: общие технические условия. Fruit ciders end flavoured fruit ciders. General specifications». Утвержден приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 11.11.2020 № 1052-ст // Е-Досье. URL: https://e-ecolog.ru/docs/aBcM92e-VRnVe2d_XXSX6 (дата обращения: 10.03.2023).
 4. ГОСТ Р 58011-2017 «Сидры традиционные. Технические условия. Traditional ciders. Specifications». Утвержден приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30.11.2017 № 1866-ст // Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200157801> (дата обращения: 10.03.2023).
 5. Приказ Росалкогольрегулирования от 29.11.2021 № 423 (ред. от 02.02.2023) «О порядках составления и формах расчета лицензионной мощности основного технологического оборудования» // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_402559/ (дата обращения: 10.03.2023).
 6. Боярский А. Как чех из Volkswagen стал калужским сидроделом [Электронный ресурс] // Forbes. 07.03.2023. URL: <https://www.forbes.ru/biznes/485766-kak-keh-iz-volkswagen-stal-kaluzskim-sidrodalom> (дата обращения: 10.03.2023).
 7. В России продажи сидра Heineken выросли более чем на 10% [Электронный ресурс] // Пивное дело. 05.11.2020. URL: <https://pivnoe-delo.info/2020/11/05/v-rossii-prodazhi-sidra-heineken-vyrosli-bolee-chem-na-10/> (дата обращения: 10.03.2023).
 8. Егоров П. Полвека советского сидра // RealBrew. 2020. № 4. С. 86–89.
 9. Небольсин А. Е. Сидр из сока яблок прямого отжима и вино – родные братья // Realbrew. 2022. № 4. С. 78–81.
 10. Рейтинг лучших марок яблочного сидра на 2023 год [Электронный ресурс] // Выборок. URL: <https://vyborok.com/rejting-luchshih-marok-yablochnogo-sidra> (дата обращения: 10.03.2023).
 11. РФ отменяет лицензирование сидра и медовухи [Электронный ресурс] // РИА Новости. 01.03.2013. URL: <https://ria.ru/20130301/925227940.html> (дата обращения: 10.03.2023).
 12. Соболь М., Молоткова Д. Производители сидра могут получить поддержку от государства [Электронный ресурс] // Ведомости. 13.04.2022. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2022/04/13/918014-proizvoditeli-sidra> (дата обращения: 10.03.2023).
 13. Цифровую маркировку пива запустят с 1 апреля 2023 года [Электронный ресурс] // РИА Новости. 27.07.2022. URL: <https://ria.ru/20220727/pivo-1805329530.html> (дата обращения: 10.03.2023).
 14. Эксперты: потребление сидра в России в 2022–2023 годах может расти на 20% в год [Электронный ресурс] // ТАСС. 10.06.2022. URL: <https://tass.ru/ekonomika/14875961> (дата обращения: 10.03.2023).
 15. Meet The Startup Seeking To Bring Fine Heritage Cider To The Masses // Forbes. 23.08.2016. URL: <https://www.forbes.com/sites/abigailabesamis/2018/08/23/meet-the-startup-seeking-to-bring-fine-heritage-cider-to-the-masses/?sh=2bcc52e239e0> (дата обращения: 10.03.2023).

Сведения об авторах

Бойко Александр Юрьевич, ORCID 0000-0001-7826-846X, аспирант факультета бизнеса, Университет «Синергия», Москва, Россия, A89644455108@gmail.com

Трубин Александр Евгеньевич, ORCID 0000-0002-7189-5679, канд. экон. наук, доцент, директор департамента цифровой экономики, Университет «Синергия», Москва, Россия, niburt@yandex.ru

Филимонова Елена Викторовна, ORCID 0000-0002-9791-7610, канд. пед. наук, доцент, доцент департамента цифровой экономики, Университет «Синергия», Москва, Россия, elena-gamilton@mail.ru

Статья поступила 05.04.2023, рассмотрена 20.04.2023, принята 15.05.2023

References

1. RF Federal Law “On Viticulture and Winemaking in the Russian Federation” of December 27, 2019, no.468 FZ. SPS «Konsul'tantPlyus». Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341772/ (accessed 10.03.2023) (in Russian).
2. GOST 31820–2015. *Mezhhgosudarstvennyi standart «Sidry. Obshchie tekhnicheskie usloviya»*. Prinyat Mezhhgosudarstvennym sovetom po standartizatsii, metrologii i sertifikatsii (protokol ot 18.06.2015 № 47) [State

- Standard 31820–2015. Interstate standard “Cider. General specifications”. Adopted by the Interstate Council for Standardization, Metrology and Certification (Protocol no.47 of June 18, 2015). *Elektronnyi fond normativno-tekhnicheskoi i normativno-pravovoi informatsii*. Available at: <https://docs.cntd.ru/document/1200123272> (accessed 10.03.2023).
3. GOST R 59170–2020 «Sidry fruktovye i sidry fruktovye aromatizirovannye: obshchie tekhnicheskie usloviya» [State Standard R 59170–2020. Fruit ciders end flavoured fruit ciders. General specifications]. Approved by Order of the Federal Agency for Technical Regulation and Metrology dated November 11, 2020, no.1052-art. E-Dos'e. Available at: https://e-ecolog.ru/docs/aBcM92e-VRnVe2d_XXSX6 (accessed 10.03.2023).
 4. GOST R 58011–2017 «Sidry traditsionnye. Tekhnicheskie usloviya» [State Standard R 58011–2017. Traditional ciders. Technical specifications]. Approved by Order of the Federal Agency for Technical Regulation and Metrology dated November 30, 2017, no.1866-st. *Elektronnyi fond normativno-tekhnicheskoi i normativno-pravovoi informatsii*. Available at: <https://docs.cntd.ru/document/1200157801> (accessed 10.03.2023).
 5. RF Order of Rosalkogolregulirovanie “On the procedures for compiling and forms of calculating the production capacity of the main technological equipment” of November 29, 2021, no.423. SPS «Konsul'tantPlyus». Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_402559 (accessed 10.03.2023) (in Russian).
 6. Boyarskij A. *Kak chekh iz Volkswagen stal kaluzhskim sidrodalom* [How a Czech from Volkswagen became a Kaluga sidrodela]. Forbes, 07.03.2023. Available at: <https://www.forbes.ru/biznes/485766-kak-ceh-iz-volkswagen-stal-kaluzhskim-sidrodalom> (accessed 10.03.2023).
 7. *V Rossii prodazhi sidra Heineken vyrosli bolee chem na 10%* [In Russia, sales of Heineken cider increased by more than 10%]. *Pivnoe delo=Beer Business*, 05.11.2020. Available at: <https://pivnoe-delo.info/2020/11/05/v-rossii-prodazhi-sidra-heineken-vyrosli-bolee-chem-na-10/> (accessed 10.03.2023).
 8. Egorov P. *Polveka sovetskogo sidra* [Half a century of Soviet cider]. RealBrew, 2020, no.4, pp.86-89.
 9. Nebol'sin A. E. *Sidra iz soka yablok pryamogo otzhima i vino – rodnye brat'ya* [Cider from the juice of apples of direct extraction and wine – brothers]. Realbrew, 2022, no.4, pp.78-81.
 10. *Rejting luchshih marok yablochnogo sidra na 2023 god* [Rating of the best brands of apple cider for 2023]. *Vyborok*. Available at: <https://vyborok.com/rejting-luchshih-marok-yablochnogo-sidra> (accessed 10.03.2023).
 11. *RF otmenyaet licenzirovanie sidra i medovuhi* [The Russian Federation cancels the licensing of cider and mead]. *RIA Novosti*, 01.03.2013. Available at: <https://ria.ru/20130301/925227940.html> (accessed 10.03.2023).
 12. Sobol' M., Molotkova D. *Proizvoditeli sidra mogut poluchit' podderzhku ot gosudarstva* [Producers of cider can receive support from the state]. *Vedomosti*, 13.04.2022. Available at: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2022/04/13/918014-proizvoditeli-sidra> (accessed 10.03.2023).
 13. *Cifrovuyu markirovku piva zapustyat s 1 aprelya 2023 goda* [Digital labeling of beer will be launched from April 1, 2023]. *RIA Novosti*, 27.07.2022. Available at: <https://ria.ru/20220727/pivo-1805329530.html> (accessed 10.03.2023).
 14. *Eksperty: potreblenie sidra v Rossii v 2022-2023 godah mozhet rasti na 20% v god* [Experts: cider consumption in Russia in 2022-2023 may grow by 20% per year]. *TASS*, 10.06.2022. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/14875961> (accessed 10.03.2023).
 15. *Meet The Startup Seeking To Bring Fine Heritage Cider To The Masses*. Forbes, 23.08.2016. Available at: <https://www.forbes.com/sites/abigailabesamis/2018/08/23/meet-the-startup-seeking-to-bring-fine-heritage-cider-to-the-masses/?sh=2bcc52e239e0> (accessed 10.03.2023).

About the authors

Alexander Yu. Boiko, ORCID 0000-0001-7826-846X, Postgraduate of Business Faculty, Synergy University, Moscow, Russia, A89644455108@gmail.com

Alexander E. Trubin, ORCID 0000-0002-7189-5679, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Director of Digital Economy Department, Synergy University, Moscow, Russia, niburt@yandex.ru

Elena V. Filimonova, ORCID 0000-0002-9791-7610, Cand. Sci. (Ped.), Associate Professor, Digital Economy Department, Synergy University, Moscow, Russia, elena-gamilton@mail.ru

Received 05.04.2023, reviewed 20.04.2023, accepted 15.05.2023

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3-31-43

Визуализация данных как стратегический инструмент в оценке эффективности экономической деятельности компании в конкурентной среде

Д. А. Аяцков¹, Т. П. Горелова^{1*}

¹ *Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия*

** tamara.gorelova2013@gmail.com*

Аннотация. В условиях быстро меняющейся цифровой среды компании сталкиваются с вызовом быстрой и эффективной выработки экономических решений. Принятие эффективных экономических решений напрямую влияет на конкурентоспособность компании на рынке. Данная статья поднимает проблему проведения оценки эффективности экономической деятельности предприятия, связанную с изучением и проработкой большого количества данных. Анализ большого объема данных позволяет компаниям получить подробное представление о том, как функционирует их бизнес, а также о том, какие факторы могут влиять на его успех. Такой подход основан на применении математических и статистических методов, а также на использовании специальных программных средств, которые позволяют эффективно обрабатывать и анализировать большие объемы данных. В тот же момент результаты анализа данных могут быть представлены в виде графических отчетов, которые помогают принимать более обоснованные решения на основе фактов динамики развития и способствовать улучшению экономической эффективности деятельности компании. Под графическим отчетом понимается представление данных в визуальном формате с обозначением медиан и исключений. В данной статье были применены методы системного анализа и синтеза, метод индукции, контент-анализ научной литературы и статистических обзоров по исследуемой тематике. С развитием процесса цифровизации деятельности организации анализ данных стал просто необходимым инструментом в процессе выработки и принятия экономически выгодных решений. В статье авторы аргументировано обосновывают стратегическую значимость применения анализа данных в экономике, предпринимательстве и бизнесе.

Ключевые слова: цифровая трансформация, управленческие решения, эффективность экономической деятельности, оценка экономической деятельности, анализ данных, визуализация данных, эффективные решения

Для цитирования: Аяцков Д. А., Горелова Т. П. Визуализация данных как стратегический инструмент в оценке эффективности экономической деятельности компании в конкурентной среде // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 3. С. 31–43. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-31-43

Data Visualization as a Strategic Tool in Assessing the Effectiveness of the Company's Economic Activity in a Competitive Environment

D. Ayatskov¹, T. Gorelova^{1*}

¹Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

*tamara.gorelova2013@gmail.com

Abstract. In a rapidly changing digital environment, companies face the challenge of quickly and efficiently developing economic solutions. Making effective economic decisions directly affects the competitiveness of the company in the market. This article raises the problem of assessing the efficiency of an enterprise's economic activity associated with the study and elaboration of a large amount of data. Working with a large array of data and then analyzing them allows companies to get a detailed idea of how their business functions and what factors can influence its success. This approach is based on the use of mathematical and statistical methods, as well as on the use of special software tools that allow you to efficiently process and analyze large amounts of data. At the same time, the results of data analysis can be presented in the form of graphical reports that help to make more informed decisions based on the facts of the dynamics of development and contribute to improving the economic efficiency of the company. A graphical report refers to the presentation of data in a visual format with the designation of medians and exceptions. In this article, the methods of system analysis and synthesis, the method of induction, content analysis of scientific literature and statistical reviews on the subject under study were applied. With the development of the process of digitalization of the organization's activities, data analysis has become simply a necessary tool in the process of developing and making cost-effective decisions. In the article, the authors substantiate the strategic importance of the use of data analysis in economics, entrepreneurship and business.

Keywords: digital transformation, management solutions, efficiency of economic activity, assessment of economic activity, data analysis, data visualization, effective solutions

For citation: Ayatskov D., Gorelova T. Data Visualization as a Strategic Tool in Assessing the Effectiveness of the Company's Economic Activity in a Competitive Environment. *Sovremennaya konkurentsya=Journal of Modern Competition*, 2023, vol.17, no.3, pp.31-43 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-31-43

Введение

В условиях цифровой экономики, основанной на данных, эффективное принятие решений является ключевым фактором успеха компании [7, 8]. Традиционный подход в выработке и принятии экономических решений подразумевает оперирование опытом менеджеров, финансовой и экономической отчетности компании за отчетный период, что сказывается на неэффективности принимаемых управленческих решений [4], а именно отсутствие возможности отслеживания тенденций, невозмож-

ность оценить экономическую деятельность компании в визуальном понятном формате, проблемы с комплексным анализом эффективности внедряемых инноваций, что не отвечает требованиям быстро меняющегося цифрового рынка.

Современные технологии позволяют собирать и анализировать большое количество данных о рынке, конкурентах, потребителях и производственных процессах [16, 18, 22], что позволяет менеджерам принимать более обоснованные решения на основе фактов финансовой и экономической деятельности компании.

Визуализация данных как инструмент принятия эффективных экономических решений

Оценка эффективности экономической деятельности компании является ключевым шагом в процессе выработки и принятия экономически выгодных решений.

Задачи определения эффективности экономической деятельности предприятия включают:

- измерение финансовой устойчивости организации;
- оценку экономической эффективности деятельности организации;
- учет социальной ответственности организации;
- измерение производительности организации;
- оценку инновационности организации.

Традиционный метод оценки эффективности деятельности компании включает анализ финансовых отчетов, конкурентного анализа, технических отчетов и других аналитических данных, как внешних, так и внутренних, но при рассмотрении обозначенных отчетов в качестве средства коммуникации при выработке стратегических решений не всегда является эффективным методом принятия экономических решений [2].

Так, например, руководители компаний проводят оценку деятельности компании на основе финансовой отчетности, анализов конкурентной среды [3], отчетов о техниче-

ском оснащении компании, что представляет собой отчет, содержащий большой массив данных, как совокупность аналитических цифровых данных с текстовым пояснением и не является эффективным в ходе принятия экономических решений. А все потому, что в работе со стандартными форматами отчета в виде таблиц и многостраничных документов встречается ряд проблем: неэффективная коммуникация, неспособность определить тенденции и разрозненность большого количества данных [13] (табл. 1).

Отсутствие эффективного инструмента передачи информации влечет за собой невозможность вникнуть в большое количество необработанных данных [19, 20], принятие решений на краткосрочную перспективу в условиях отсутствия понимания общей картины экономической деятельности, а также узкую осведомленность о реалиях экономической деятельности компании.

Компаниям необходимо принимать стратегические решения на основе имеющихся данных о финансовых ресурсах и ретроспективном отчете об эффективности принимаемых решений. Невозможность определить тенденции развития компании свидетельствует о недостаточной аналитической работе, только использование данных позволяет принимать обоснованные и эффективные решения, основанные на реальных фактах и статистике. Данные необходимо анализировать не только в момент принятия решений, но и в долгосрочной

Таблица 1. Проблематика стандартных методов отчетности и их сущность

Table 1. Problems of standard reporting methods and their essence

№ п/п No.	Проблема Problem	Описание проблемы Description of the problem
1	Неэффективная коммуникация	Большой массив данных компании сложно обработать и проанализировать, он сложен к восприятию неподготовленного человека
2	Неспособность определить тенденции	Отчеты и таблицы не отражают динамику изменения данных, что затрудняет определение тенденций и построение прогнозов
3	Разрозненность большого количества данных	Распределение данных по разным источникам и форматам затрудняет их последующий анализ и использование в принятии решений

Источник: составлено авторами на основе [13].

перспективе. Лица, принимающие стратегические решения в компании, должны обладать навыками предвидения тенденций развития рынка и отрасли, чтобы успешно адаптироваться к переменам и сохранять свою конкурентоспособность.

В процессе экономической деятельности компания получает информацию в различных формах о продажах, расходах, клиентах и конкурентах, которая часто является фрагментарной и порой неполной, что затрудняет принятие обоснованных решений и может привести к упущению важной информации при изучении данных. Проблема разрозненных данных приводит к потере важной информации, невозможности провести полную оценку экономической деятельности компании и сложности в оценке экономической ситуации в компании. Систематизация хранения и анализа данных с помощью программного обеспечения позволяет извлекать ценную информацию для последующего эффективного принятия решения.

Для решения указанных проблем необходимо систематизировать хранение и анализ данных с помощью программного обеспечения. Визуализация данных является наиболее подходящим инструментом, позволяющим принимать эффективные экономические решения, что, в свою очередь, способствует достижению поставленных целей.

Эффективность принятия решения определяется степенью достижения целей и затратами на их достижение. Для наиболее эффективного принятия решений необходимо проводить оценку возможностей достижения поставленных целей и использовать критерии, позволяющие принимать обоснованные решения на основе объективной оценки эффективности реализации проектов и программ. Решение является эффективным в условиях достижения ранее поставленных целей и минимизации стоимостных затрат.

Для принятия наиболее эффективных решений необходимо проводить оценку возможностей достижения поставленных це-

лей по критериям, которые позволяют принимать обоснованные решения на основе объективной оценки эффективности реализации проектов и программ. Существует несколько критериев, которые используются для оценки эффективности экономических решений [17] (табл. 2).

Данные, которые получает компания в ходе своей деятельности, могут быть разделены на несколько групп в зависимости от их характеристик [14]. Среди таких групп можно выделить абсолютные данные, относительные данные, частные данные, сравнительные данные, прямые данные и обратные данные (табл. 3).

Данные – это неотъемлемая часть деятельности компании, помогающая понимать своих клиентов, анализировать рынок, распределять ресурсы и повышать эффективность. Данные могут включать в себя информацию о продуктах и услугах компании, клиентах, партнерах, поставщиках, конкурентах, рынке, финансовых показателях, маркетинговых стратегиях, тенденциях. Работа с данными также включает в себя обработку, хранение, анализ и интерпретацию посредством применения различных инструментов и технологий, таких как современные базы данных, аналитические программы, искусственный интеллект и машинное обучение [1].

Значение данных в деятельности компании не может быть переоценено, поскольку они играют важную роль в принятии решений, основанных на фактах и анализе. Анализ данных позволяет компаниям получать более глубокое понимание своих клиентов и конкурентов, выявлять тренды на рынке и потенциальные риски, что позволяет максимизировать эффективность бизнес-процессов.

С технической точки зрения бизнес-аналитика – это широкая категория приложений и технологий для сбора, хранения, анализа и предоставления доступа к данным, чтобы помочь пользователям принимать лучшие бизнес-решения. Признанными функциями технологий бизнес-аналитики являются: от-

Таблица 2. Критерии эффективности экономических решений

Table 2. Criteria for the effectiveness of economic decisions

№ п/п No.	Критерий Criteria	Описание Description
1	Правовой критерий	Решение должно соответствовать действующему законодательству
2	Экономический критерий	Решение должно быть экономически обоснованным и приводить к выгоде
3	Морально-психологический критерий	Решение должно быть справедливым и морально приемлемым
4	Критерий перспективного развития	Решение должно быть направлено на долгосрочное развитие организации
5	Критерий оптимальности	Решение должно быть наилучшим из доступных вариантов, учитывая все альтернативы

Источник: составлено авторами на основе [17].

Таблица 3. Типы данных для оценки экономической эффективности

Table 3. Types of data for assessing economic efficiency

№ п/п No.	Тип данных Data type	Характеристика данных Data characteristics
1	Абсолютные данные	Количественные показатели, не зависящие от других факторов. В условиях рыночных отношений особое значение придается стоимостным показателям, что обусловлено сущностью товарно-денежных отношений
2	Относительные данные	Для выделения показателей часто используются отношения абсолютных показателей, которые характеризуют долю одного показателя в другом, а также отношения разнородных показателей
3	Частные данные	Показатели, свидетельствующие об успешном применении конкретного ресурса (фактора) в производственном процессе
4	Сравнительные данные	Данные, которые отражают различия в вариантах управленческих решений в условиях конкретной задачи, что позволяет провести пирилизацию способа достижения цели
5	Прямые данные	Данные, которые отражают отношение между полученным результатом от управленческого решения и затратами на реализацию проекта
6	Обратные показатели	Данные, которые отражают обратное отношение между полученным результатом от управленческого решения и затратами на реализацию проекта

Источник: составлено авторами на основе [14].

четность, аналитическая онлайн-обработка, аналитика, сбор данных, управление эффективностью бизнеса, бенчмаркинг, текстовый анализ и прогнозная аналитика. Используя средства иллюстрации и дизайна, данные можно визуализировать с помощью статичного графического контента, анимированных фильмов и 3D-моделей, а интерактивные средства визуализации и презентации можно заказать для веб-хостинга

или демонстрации на мероприятиях. Рисунки бизнес-процессов, мест или тенденций также могут быть созданы для иллюстрации концепций и улучшения представления информации, что и представляет собой визуализацию данных.

Визуализация данных является важным инструментом для принятия эффективных экономических решений в цифровой экономике. Визуализация данных предполагает

преобразование данных в визуальный контекст с единственной целью – облегчить управленцу или, проще говоря, человеческому мозгу понимание и проверку данных, то есть понять результаты их обработки. Визуальный канал является самым быстрым когнитивным каналом человека. В связи с этим все больше людей хотят видеть данные, а не слышать или читать их. Во времена перепроизводства цифровых данных быстрая обработка, анализ и отображение данных становятся обычным явлением, которое все больше входит в число приоритетов повседневной жизни. С одной стороны, разработчики, а с другой – менеджеры и пользователи находятся в постоянном общении, что приводит к непрерывному обновлению и модернизации инструментов обработки и совершенствования визуального анализа.

Основной целью визуализации данных является передача информации с помощью графических средств с максимальной четкостью и эффективностью. Однако это не означает, что визуальные элементы должны быть скучными, чтобы быть функциональными, или чрезмерно сложными, чтобы выглядеть красиво. Основная идея визуализации данных заключается в создании как простых к пониманию, так и функциональных элементов, обеспечивающих интуитивные способы восприятия сложных данных. Ключевая идея применения визуализации данных заключается в том, чтобы создавать как эстетические, так и функциональные визуализации данных, чтобы обеспечить понимание и интуитивные способы восприятия сложных данных.

С помощью графиков, диаграмм и других способов визуализации данных [5, 6, 11] компании лучше анализируют данные, используют их для оптимизации бизнес-процессов [10, 21], выявляют тенденции, паттерны и проблемы, а также улучшают производство. Использование различных способов интерпретации данных может помочь улучшить взаимодействие между различными департаментами и командами в компа-

нии, так как графическое представление данных позволяет лучше понимать сложные концепты и облегчает коммуникацию между отделами [12]. Кроме того, визуализация данных может помочь выявить новые возможности для роста бизнеса и улучшения производительности.

Визуализация экономических данных является важным инструментом для анализа и принятия решений. Существует множество способов визуализации данных, некоторые из которых описаны в таблице 4.

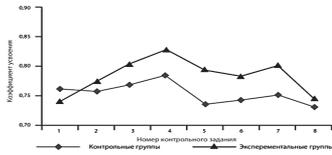
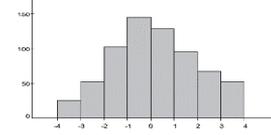
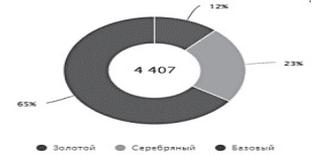
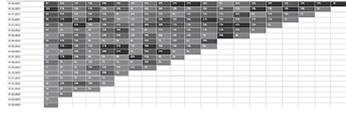
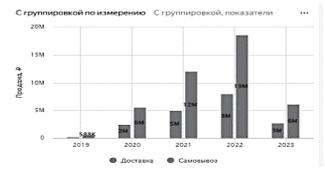
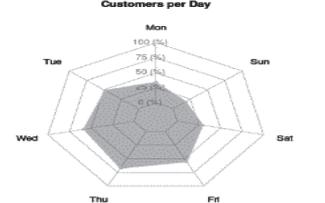
Ниже авторами представлено применение визуализации данных в оценке деятельности компании (табл. 5): когортный анализ, карта дистрибуции, диаграмма «солнечные лучи», сплит-график.

Когортный анализ – метод изучения поведения пользователей, который позволяет определить эффективность деятельности компании во времени. Когорта – группа пользователей, начавших пользоваться продуктом или услугой компании в одно и то же время. Изучив их дальнейшее взаимодействие с продуктом, можно сделать выводы о деятельности компании. Разделив пользователей на группы по месяцам, можно изучить, сколько пользователей начали использовать сервис в каждом конкретном месяце. Затем можно изучить, как эти пользователи взаимодействуют с сервисом в будущем, например как часто они посещают сайт, как долго остаются на сайте, как часто пользуются той или иной функцией [15].

Карта дистрибуции – инструмент, который помогает определить наиболее прибыльные регионы и разработать стратегию увеличения продаж в менее прибыльных. Она также помогает выявить потенциальных клиентов для поиска новых возможностей. Компания может сосредоточить свои усилия на наиболее прибыльных регионах и разработать стратегию по увеличению продаж в менее прибыльных. Карта дистрибуции также помогает определить, где находятся потенциальные клиенты для поиска новых возможностей.

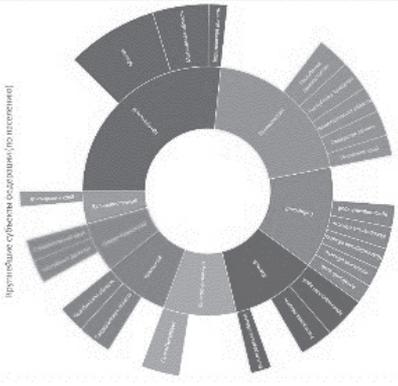
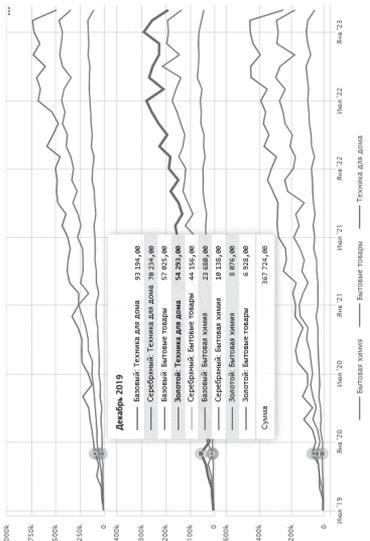
Таблица 4. Способы визуализации данных

Table 4. Data visualization methods

№ п/п No.	Способ Technique	Графический вид / наглядное представление Graphic view / visual representation	Цель способа The purpose of the method	Результат / польза от применения Result / benefit of the application
1	Линейный график		Отображение изменения переменных со временем	Отслеживание тенденций и сезонных изменений
2	Гистограмма		Отображение изменения данных с течением времени, сравнение данных	Выявление наиболее эффективных работников
3	Круговые диаграммы		Иллюстрация пропорциональных отношений между различными категориями данных	Выявление наиболее важных элементов большой системы
4	Карты		Отображение географического распределения данных	Анализ региональных различий
5	Корреляционные матрицы		Отображение связей между переменными	Построение кагорного анализа
6	Столбчатые диаграммы		Сравнение различных категорий	Оценка наиболее важных категорий, сравнительный срез
7	Радарные диаграммы		Сравнение нескольких переменных	Оценка, какие переменные наиболее важны и как они связаны между собой

Источник: составлено авторами на основе Yandex DatLens – BI-система для визуализации и анализа данных. URL: <https://datalens.yandex.ru/#demo> (дата обращения: 26.02.2023).

Окончание табл. 5

№ п/п No.	Вид анализа Type of analysis	Описание анализа Description of the analysis	Способ визуализации данных Data visualization method	Результат использования визуализации данных The result of using data visualization
3	«Солнечные лучи»	Метод исследования предназначения для отображения иерархии элементов системы		<ul style="list-style-type: none"> численность сотрудников отделов по департаментам; продажи товаров разных категорий; состав выручки компании за год
4	Сплит-график	Метод исследования предназначения для сравнительного изображения показателей на разных составных элементах		<ul style="list-style-type: none"> выручка нескольких розничных точек в разрезе категорий; продажи сотрудников в разрезе суммы продаж одному клиенту; сравнение популярности тарифов относительно разных городов

Источник: составлено авторами на основе Яндекс DatLens – BI-система для визуализации и анализа данных.
 URL: <https://datalens.yandex.ru/#demo> (дата обращения: 26.02.2023).

Диаграмма «солнечные лучи» – графическое изображение, используемое для оценки финансовой деятельности компании. Она представляет собой круг, разделенный на секторы, отражающие доходы, расходы и прибыль компании. Диаграмма позволяет быстро оценить текущее состояние компании и выделить наиболее проблемные области. Кроме того, она помогает сравнить финансовые показатели разных компаний и принимать более обоснованные решения. Секторами могут являться показатели продаж, инвестиций и экономической эффективности. Если один из секторов слишком мал, это может указывать на проблемы в соответствующей области.

Сплит-график – инструмент анализа финансовых показателей компании, позволяющий выделить факторы, влияющие на изменение доходов или расходов. Для его построения необходимо разделить общий доход или расход на составляющие части, такие как продукты, рынки или клиенты. С помощью сплит-графика можно выявить, какие направления бизнеса приносят больший доход или увеличивают расходы, что помогает выявить проблемы и принять меры по их оптимизации. Использование сплит-графика при оценке эффективности компании позволяет увидеть, какие направления бизнеса приносят большую выручку и какие нуждаются в оптимизации.

Эффективный экономический успех компании является результатом принятых ею эффективных управленческих решений, которые способствуют достижению поставленных целей. Важным компонентом эффективного управления являются аналитические навыки, позволяющие определять текущую ситуацию, выявлять проблемы и находить наиболее оптимальные решения.

Заключение

В статье рассмотрены проблемы, с которыми сталкиваются лица, принимающие решения при работе с аналитическими отчета-

ми и большим массивом данных, а также обозначена важность визуализации данных и их перспективность в выработке управленческих решений, рассмотрены типы визуализации данных и приведены примеры их применения.

В данном исследовании обозначено, что в современных условиях развития рынка процесс принятия решений может затрудняться различными проблемами, такими как неэффективная коммуникация, неспособность идентифицировать тенденции и рассеянность данных. Для изучения того, насколько эффективны принимаемые компанией решения, применяются методы визуализации данных. Авторы показали важность и обосновали, как диаграммы и графики способствуют качественной передаче информации о деятельности компании.

Внедрение инструментов визуализации для подготовки отчетности о деятельности компании позволяет принимать более обоснованные и успешные решения, улучшить процессы управления, а также повысить конкурентоспособность на рынке. Внедрение анализа данных и методов визуализации данных в экономической деятельности является актуальной и важной задачей для компаний различных отраслей. В ходе работы были выявлены проблемы при оценке большого объема данных, а также рассмотрены методы визуализации данных, которые могут помочь в их анализе и понимании. Примеры успешного применения данных методов на практике были проанализированы в ходе исследования. Внедрение инструментов визуализации для подготовки отчетности о деятельности компании позволит более точно отразить текущую ситуацию. Это может помочь в принятии более обоснованных и успешных решений в будущем, улучшить процессы управления и повысить конкурентоспособность на рынке.

Для достижения успеха на рынке необходимо глубокое знание рынка и конкурентоспособных факторов, а также умение эффективно распоряжаться финансовыми и другими ресурсами компании. Максими-

зация прибыли и оптимизация расходов могут быть достигнуты путем улучшения производственных процессов, повышения качества продукции или услуг, разработки новых продуктов или услуг, а также снижения издержек на рекламу, маркетинг и логистику. Определение эффективности экономической деятельности помогает оценить результаты работы организации на основе различных показателей и выявить ее сильные и слабые стороны [9].

Таким образом, эффективная визуализация данных критически важна для компаний, чтобы принимать обоснованные и эффективные экономические решения. Графические представления данных являются эффективным инструментом для улучшения коммуникации, выявления новых воз-

можностей и оптимизации бизнес-процессов в компаниях. Использование этих методов позволяет организациям принимать обоснованные и эффективные экономические решения и улучшать производительность за счет оптимизации бизнес-процессов, повышения качества продукции и услуг, а также снижения издержек на рекламу, маркетинг и логистику. С развитием цифровых технологий существующие методы визуализации данных будут совершенствоваться, и компании должны при выработке и принятии управленческих решений с последующей их оценкой научиться сочетать и комбинировать методы визуализации данных для всестороннего изучения, анализа и прогноза развития своей экономической деятельности.

Список литературы

1. *Андерсон К.* Аналитическая культура. От сбора данных до бизнес-результатов. – М.: Манн, Иванов и Фербер (МИФ), 2017. – 391 с.
2. *Быков В. А., Колесов Р. В., Якшипов И. Н.* Анализ финансовой отчетности: учебное пособие. – Ярославль: ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС»», 2021. – 220 с.
3. *Горелова Т. П., Серебровская Т. Б.* Антикризисное управление как драйвер развития предприятия в условиях неопределенности // Проблемы теории и практики управления. 2021. № 2. С. 96–116. DOI: 10.46486/0234-4505-2021-2-96-116.
4. *Демин Г. А.* Управленческие решения [Электронный ресурс]: учебное пособие. – Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2020. – 92 с. – URL: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/demin-upravlencheskie-resheniya.pdf> (дата обращения: 29.06.2023).
5. *Забелин Д. А.* Наука о данных как перспективное направление в изучении. – М.: Издательство «АЛЕФ», 2023. – 160 с.
6. Инструменты для качественной визуализации данных: искусство использования диаграмм. – Копенгаген: Европейское региональное бюро ВОЗ, 2021. – 48 с.
7. *Козловский А. В., Митюшников А. И.* Принятие управленческих решений и риск-менеджмент в условиях цифровой экономики // Вестник Университета. 2020. № 3. С. 45–51. DOI: 10.26425/1816-4277-2020-3-45-51.
8. *Королёва С. И., Горелова Т. П., Полевой Д. И.* Влияние цифровых технологий на экономическое поведение потребителей и фирм // Управление риском. 2019. № 4 (92). С. 53–60.
9. *Красильникова Л. Е., Сысуева Э. Г., Фаренюк М. С.* Экономический анализ: учебное пособие; Пермская гос. с.-х. акад. им. акад. Д. Н. Прянишникова. – Пермь: Прокрость, 2016. – 257 с.
10. *Лапина М. А., Федоренко М. Д., Семиколонова Е. Р., Золотова А. Г.* Исследование эффективности применения визуализации данных при моделировании бизнес-процессов // Auditorium. 2023. № 1 (37). С. 48–52.
11. *Меньшова А. Д.* Информационное обеспечение управления // Новые технологии в учебном процессе и производстве: материалы XX Международной научно-технической конференции, посвященной 165-летию со дня рождения основоположника космонавтики, создателя теории межпланетных сообщений, Константина Эдуардовича Циолковского. – Рязань: Рязанский институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Московский политехнический университет», 2022. С. 138–140.
12. *Мороз Н. Ю., Болотнова Е. А., Ковалева К. Р., Брантова А. Х.* Бизнес-анализ – современная концепция аналитической практики // Естественно-гуманитарные исследования. 2022. № 40. С. 419–423.
13. *Платонов В. В.* Визуализация больших данных в экономических науках в условиях информационного общества // Вопросы инновационной экономики. 2020. Т. 10. № 4. С. 1831–1848. DOI: 10.18334/voprosy.10.4.111373.

14. *Попова Е. И.* Эффективность деятельности предприятия и методы ее оценки // Внедрение результатов инновационных разработок: проблемы и перспективы: сборник статей международной научно-практической конференции. 2020. Ч. 1. С. 240–244.
15. *Растова Ю. И., Яровой Д. О.* Когортный анализ эффективности корпоративного бизнеса // Известия СПбГЭУ. 2019. № 5-1 (119). С. 106–111.
16. *Старовойтова Т. Ф., Старовойтов И. А.* Технологии визуализации и анализа больших данных в экономической деятельности // Устойчивое развитие: исследования, инновации, трансформация: материалы XVIII Международного конгресса с элементами научной школы для молодых ученых. 2022. Т. 1. С. 509–516.
17. *Улендеева Н. И.* Критерии оценки эффективности управленческих решений в пенитенциарной системе // Научные исследования и инновации. 2021. № 10. С. 222–228.
18. *Шарапов М. А.* Формирование цифровой экономики [Электронный ресурс] // Цифровая экономика глазами студентов: материалы Всероссийской научной конференции (Казань, 13 апреля 2022 г.). 2022. С. 103–106. URL: <https://kai.ru/documents/1359745/12569681/%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA+%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F+%D1%8D%D0%fyf%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf/3dfa0bfc-f54d-47fb-8ad0-0555a5def042> (дата обращения: 15.02.2023).
19. *Kelly S., Tovey T. L. S.* Data visualization as communication: The role of business communication in data analytics // Business Communication Research and Practice. 2022. Vol. 5. No. 1. P. 42–45. DOI: 10.22682/bcrp.2022.5.1.42.
20. *Medeiros M. M., Macada A. C. G.* Competitive advantage of data-driven analytical capabilities: the role of big data visualization and of organizational agility // Management Decision. 2022. Vol. 60. No. 4. P. 953–975. DOI: 10.1108/MD-12-2020-1681.
21. *Paczkowski W. R.* Business Analytics: Data Science for Business Problems. – Springer Nature, 2022. – 425 p.
22. *Sultana S., Akter S., Kyriazis E.* How data-driven innovation capability is shaping the future of market agility and competitive performance? // Technological Forecasting and Social Change. 2022. Vol. 174. No. 8. Article 121260. DOI: 10.1016/j.techfore.2021.121260.

Сведения об авторах

Аяцков Дмитрий Александрович, ORCID 0009-0005-7876-6465, магистрант, Институт онлайн-образования, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия, 221509@edu.fu.ru

Горелова Тамара Петровна, ORCID 0000-0003-3546-9426, канд. экон. наук, доцент, департамент логистики и маркетинга, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия, Tamara.gorelova2013@gmail.com

Статья поступила 30.04.2023, рассмотрена 12.05.2023, принята 22.05.2023

References

1. Anderson K. *Analitycheskaya kul'tura. Ot sbora dannykh do biznes-rezul'tatov* [Analytical culture. From data collection to business results]. Moscow, *Mann, Ivanov i Ferber (MIF)* Publ., 2017, 392 p.
2. *Выков В. А., Кolesov R. V., Yakshilov I. N.* *Analiz finansovoi otchetnosti: uchebnoe posobie* [Analysis of financial statements: textbook]. Yaroslavl, *ООО «PKF "SOYUZ-PRESS"»* Publ., 2021, 220 p.
3. *Gorelova T. P., Serebrovskaya T. B.* Anti crisis management as a driver of enterprise development in conditions of uncertainty. *Problemy teorii i praktiki upravleniya*—International Journal of Management Theory and Practice, 2021, no.2, pp.96-116 (in Russian). DOI: 10.46486/0234-4505-2021-2-96-116.
4. *Demin G. A.* *Upravlencheskie resheniya: uchebnoe posobie* [Managerial decisions: textbook]. Perm, Perm State National Research University, 2020, 92 p. Available at: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/uchebnie-posobiya/demin-upravlencheskie-resheniya.pdf> (accessed 15.02.2023).
5. *Zabelin D. A.* *Nauka o dannykh kak perspektivnoe napravlenie v izuchenii* [Data science as a promising direction in the study]. Moscow, *ALEF* Publ., 2023, 160 p.
6. *Instrumenty dlya kachestvennoi vizualizatsii dannykh: iskusstvo ispol'zovaniya diagramm* [Tools for high-quality data visualization: the art of using diagrams]. Copenhagen, WHO Regional Office for Europe, 2021, 48 p.
7. *Kozlovsky A. V., Mityushnikova A. I.* Managerial decision-making and risk management in the digital economy. *Vestnik Universiteta*, 2020, no.3, pp.45-51 (in Russian). DOI: 10.26425/1816-4277-2020-3-45-51.
8. *Koroleva S. I., Gorelova T. P., Polevoy D. I.* Influence digital technology on economic health and firms. *Upravlenie riskom*, 2019, no.4(92), pp.53-60 (in Russian).

9. Krasilnikova L. E., Sysyueva E. G., Farenjuk M. S. *Ekonomicheskii analiz: uchebnoe posobie* [Economic analysis: textbook]; Perm State Agricultural Academy named after Academician D. N. Pryanishnikov. Perm, *Prokrost Publ.*, 2016, 257 p.
10. Lapina M. A., Fedorenko M. D., Semikolenova E. R., Zolotova A. G. Investigation of the effectiveness of data visualization in business process modeling. *Auditorium*, 2023, no.1(37), pp.48-52 (in Russian).
11. Menshova A. D. *Informatsionnoe obespechenie upravleniya* [Information support of management]. *Novye tekhnologii v uchebnom protsesse i proizvodstve: materialy XX Mezhdunarodnoi nauchno-tekhniceskoi konferentsii, posvyashchennoi 165-letiyu so dnya rozhdeniya osnovopolozhnika kosmonavtiki, sozdatelya teorii mezhplanetnykh soobshchenii, Konstantina Eduardovicha Tsiolkovskogo* [New technologies in the educational process and production: materials of the XX International Scientific and Technical Conference dedicated to the 165th anniversary of the birth of the founder of cosmonautics, the creator of the theory of interplanetary communications, Konstantin Eduardovich Tsiolkovskoi]. Ryazan, Ryazan Institute (branch) of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Moscow Polytechnic University", 2022, pp.138-140.
12. Moroz N. Yu., Bolotnova E. A., Kovaleva K. R., Brantova A. H. Business analysis – modern concept of analytical practice. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya=Natural-Humanitarian Studies*, 2022, no.40, pp.419-423 (in Russian).
13. Platonov V. V. Big data visualization in economic sciences in the information society. *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki*, 2020, vol.10, no.4, pp.1831-1848 (in Russian). DOI: 10.18334/vinec.10.4.111373.
14. Popova E. I. *Effektivnost' deyatel'nosti predpriyatiya i metody ee otsenki* [Efficiency of the enterprise and methods of its evaluation]. *Vnedrenie rezul'tatov innovatsionnykh razrabotok: problemy i perspektivy: sbornik statei mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Implementation of the results of innovative developments: problems and prospects: collection of articles of the international scientific and practical conference], 2020, part 1, pp.240-244.
15. Rastova Yu. I., Yarovoy D. O. Cohort analysis of corporate business efficiency. *Izvestiya SPbGEU*, 2019, no.5-1(119), pp.106-111 (in Russian).
16. Starovoitova T. F., Starovoitov I. A. Big data visualization and analysis technologies in economic activities. *Ustoichivoe razvitie: issledovaniya, innovatsii, transformatsiya: materialy XVIII Mezhdunarodnogo kongressa s elementami nauchnoi shkoly dlya molodykh uchenykh* [Sustainable development: research, innovation, transformation: materials of the XVIII International Congress with elements of a scientific school for young scientists], 2022, vol.1, pp.509-516 (in Russian).
17. Ulendeeva N. I. Criteria for evaluating the effectiveness of managerial decisions in the penitentiary system. *Nauchnye issledovaniya i innovatsii*, 2021, no.10, pp.222-228 (in Russian).
18. Sharapov M. A. Formation of the digital economy. *Tsifrovaya ekonomika glazami studentov: materialy Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii* [Digital Economy through the eyes of students: materials of the All-Russian Scientific Conference] (Kazan, April 13, 2022), 2022, pp.103-106 (in Russian). Available at: <https://kai.ru/documents/1359745/12569681/%D0%A1%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA+%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F+%D1%8D%D0%fyf%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf/3dfa0bfc-f54d-47fb-8ad0-0555a5def042> (accessed 15.02.2023).
19. Kelly S., Tovey T. L. S. Data visualization as communication: The role of business communication in data analytics. *Business Communication Research and Practice*, 2022, vol.5, no.1, pp.42-45. DOI: 10.22682/bcrp.2022.5.1.42.
20. Medeiros M. M., Macada A. C. G. Competitive advantage of data-driven analytical capabilities: the role of big data visualization and of organizational agility. *Management Decision*, 2022, vol.60, no.4, pp.953-975. DOI: 10.1108/MD-12-2020-1681.
21. Paczkowski W. R. *Business Analytics: Data Science for Business Problems*. Springer Nature, 2022, 425 p.
22. Sultana S., Akter S., Kyriazis E. How data-driven innovation capability is shaping the future of market agility and competitive performance? *Technological Forecasting and Social Change*, 2022, vol.174, no.8, article 121260. DOI: 10.1016/j.techfore.2021.121260.

About the authors

Dmitry A. Ayatskov, ORCID 0009-0005-7876-6465, Master's Student, Institute of Online Education, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, 221509@edu.fa.ru

Tamara P. Gorelova, ORCID 0000-0003-3546-9426, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Logistics and Marketing Department, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, Tamara.gorelova2013@gmail.com

Received 30.04.2023, reviewed 12.05.2023, accepted 22.05.2023

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3-44-58

Стратегия взаимодействия фокусной фирмы с поставщиком и потребителем в цепи поставок

С. Н. Любященко^{1*}

¹ Новосибирский государственный университет экономики и управления (НГУЭУ), Новосибирск, Россия
* lubsofia@yandex.ru

Аннотация. Распространение глобализации, а затем пандемия, связанная с COVID-19, и начало СВО привели к необходимости пересмотра ландшафта конкуренции на национальных и мировых рынках. Фокус внимания исследователей сместился с конкурентного взаимодействия отдельных фирм к соперничеству между цепочками поставок. Следовательно, необходимо определить, какая структура цепи поставок является наиболее предпочтительной для каждого ее участника. В статье рассматривается экономическое поведение фокусной фирмы по отношению к другим участникам цепи поставок. Проанализированы три ситуации. Первая предполагает полностью автономное функционирование всех участников цепи. Вторая заключается в том, что доминирующая фирма интегрируется с фирмой-продавцом (интеграция вперед), а третья – с поставщиком (интеграция назад). В работе проводится оценка стратегий фокусной фирмы в цепи поставок на основе анализа прибыли. Предложена формализованная модель, позволяющая проанализировать стимулы к интеграции фокусной фирмы с другими участниками при различных вариантах организации цепи и оценить условия, в которых поставщик и конечный продавец будут мотивированы к кооперативной деятельности. Также анализируется величина прибыли поставщика и продавца, представляющих собой крайние звенья цепи в случае, когда они будут более склонны к автономному функционированию. Модельное построение позволяет исследовать случаи, когда вертикальная интеграция более эффективна. Методологической базой исследования является сочетание парадигмы теории отраслевых рынков, экономической теории и управления цепями поставок. *Научной новизной исследования* является оригинальный подход к рассмотрению цепи поставок как системы, ориентированной на рыночную функцию спроса, т.е. деятельность всех участников цепи настроена на производство и продажу такого объема товара, на который предъявлен спрос. Также рассматривается цепь поставок с позиции оптимизации ее структуры и мотивации партнеров к кооперативному взаимодействию на основе анализа прибыли каждого участника. Предложенный подход позволяет сравнить результаты функционирования фирм в цепи поставок с позиции теории отраслевых рынков и экономической теории, что выходит за рамки логистики или стратегического менеджмента.

Ключевые слова: цепи поставок, фокусная фирма, вертикальная интеграция, кооперативная стратегия фирм, концентрация

Для цитирования: Любященко С. Н. Стратегия взаимодействия фокусной фирмы с поставщиком и потребителем в цепи поставок // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 3. С. 44–58. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-44-58

The Strategy of Interaction of a Focused Firm with Supplier and Consumer in the Supply Chain

S. Lyubyashenko^{1*}

¹ *Novosibirsk State University of Economics and Management (NSUEM), Novosibirsk, Russia*

* *lubsofia@yandex.ru*

Abstract. The spread of globalization, and then the pandemic associated with COVID19, the beginning of ITS led to the need to revise the landscape of competition in national and global markets. The focus of researchers' attention has shifted from the competitive interaction of individual firms to the rivalry between supply chains. Therefore, it is necessary to determine which structure of the supply chain is the most preferable for each of its participants. The article examines the economic behavior of a focus firm in relation to other participants in the supply chain. Three situations are analyzed. The first involves the fully autonomous functioning of all participants in the chain. The second is that the dominant firm integrates with the seller (integration forward), and the third – with the supplier (integration backward). The paper evaluates the strategies of a focus firm in the supply chain based on profit analysis. A formalized model is proposed that allows analyzing the incentives for the integration of a focus firm with other participants in various variants of the chain organization and assessing the conditions in which the supplier and the end seller will be motivated to cooperate. The value of the profit of the supplier and seller is also analyzed, representing the extreme links of the chain in the case when they will be more inclined to autonomous functioning. The methodological basis of the research is a combination of the paradigm of the theory of industrial markets, economic theory and supply chain management. The scientific novelty of the research is an original approach to considering the supply chain as a system focused on the market function of demand, i.e. the activities of all participants in the chain are configured to produce and sell such a volume of goods for which demand is presented. The supply chain is also considered from the perspective of optimizing its structure and motivating partners to cooperate based on an analysis of the profits of each participant. The proposed approach allows us to compare the results of the functioning of firms in the supply chain from the standpoint of the theory of industry markets and economic theory, which goes beyond logistics or strategic management.

Keywords: supply chains, focus firm, vertical integration, cooperative strategy of firms, concentration

For citation: Lyubyashenko S. The Strategy of Interaction of a Focused Firm with Supplier and Consumer in the Supply Chain. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.3, pp.44-58 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-44-58

Введение

Актуальность исследования обусловлена тем, что конкурентоспособность цепей поставок на мировых рынках повышается благодаря кооперативному взаимодействию участников цепи. Взаимозависимость между партнерами в цепочке поставок обусловлена общими информационными и физическими потоками и усиливается в последнее время под влиянием

технологических инноваций, которые позволяют ее участникам эффективно координировать свои действия. До недавнего времени эти инновации способствовали глобализации цепочек поставок, позволяя небольшим компаниям конкурировать в мировом масштабе. Однако из-за геополитического противостояния западных стран и России произошел разрыв цепей поставок. Обострилась необходимость выстраивания отношений с новыми

партнерами и восстановления производственных связей.

Прочные взаимоотношения участников цепи традиционно рассматриваются как конкурентное преимущество любой компании, поэтому в системе менеджмента этому вопросу уделяется большое внимание. Тем не менее актуальной проблемой продолжают оставаться отсутствие прозрачности и сбои в цепях поставок. Эти проблемы обострились в России в связи с введением санкций в 2014 году, а в мире – в период пандемии COVID-19. Американские исследователи получили в результате опроса следующие результаты. 62% опрошенных респондентов сообщили о непрозрачности своей цепи поставок [2]. В связи с этим задача повышения устойчивости и бесперебойности работы цепей поставок является одной из главных среди других стратегий компаний по всему миру.

Таким образом, конъюнктурные изменения рынков, вызванные макроэкономическими колебаниями и политической напряженностью, перестройкой конкурентной среды, актуализируют необходимость идентификации перспективных направлений развития цепей поставок в сфере производства и поиска оптимальных способов взаимодействия фирм в цепи, которые обеспечивают устойчивость отрасли и учитывают рыночный спрос на продукцию и интересы потребителя.

Целью исследования является определение наиболее эффективного способа взаимодействия участников в производственной цепи поставок с позиции максимизации прибыли каждого из них и суммарных выгод всей цепи. Поставленная цель предопределила решение следующих задач. Разработана экономико-математическая модель расчета оптимальных параметров деятельности в цепи поставок промышленного предприятия для трех стратегий поведения фирм. На ее основе проведен сравнительный анализ трех форм взаимодействия участников цепи – автономного функционирования и ча-

стичной вертикальной интеграции (первого и второго типа). Идентифицирована модель контрактных отношений фокусной фирмы с партнерами, позволяющая ей получать максимальную прибыль; определена наиболее привлекательная стратегия поставщика и фирмы-продавца.

Обзор литературы

В работе Б. А. Аникина приводится обзор исследований по управлению цепями поставок (УЦП). Показан положительный эффект от УЦП, который приводит к 75%-му увеличению оборачиваемости запасов, снижению расходов на 40–50%, сокращению времени планирования [3] и заметному повышению прозрачности запасов и грузопотоков. Другой авторитетный ИТ-эксперт – компания AMR Research – обосновывает, что одним из основных источников конкурентного преимущества для компаний, занимающихся розничной торговлей, станет эффективное планирование ассортимента на локальных рынках. Фирмы, которые активно используют стратегию УЦП, могут добиться роста продаж на 50% и сокращения запасов на 20% [3, с. 23]. При этом оптимизация системы планирования положительно сказывается на финансовом состоянии всех контрагентов, участвующих в цепочке поставок.

На современном этапе экономического развития страны, когда крайне необходимо восстановление ряда отраслей обрабатывающей промышленности в России, требуется новый подход к изучению цепей поставок, который бы позволил понять, какие отраслевые структуры и типы организации цепей поставок наиболее эффективны. Важно оценить перспективы интеграции участников цепи, найти новые организационные решения и учесть при этом особенности рынков.

В работе Б. А. Аникина подчеркивается, что «сегодня на первый план выходит не наличие собственных ресурсов у фирмы, а возможность и способность задейство-

вать доступные внешние ресурсы в рамках взаимовыгодного сотрудничества компаний в цепи поставок. Важным фактором сегодня становится способность превращать взаимодействие не в противоборство, а в реальные конкурентные преимущества. В этом случае синергетический эффект, возникающий в результате согласованных взаимодействий, будет покрывать возрастающие транзакционные издержки» [3, с. 25].

Вопросам логистической организации большое внимание уделяется в работе Доналда Бауэрсокс. Он подчеркивает важность управления логистическим процессом создания потребительной стоимости, а не функциями. Это привело к новому пониманию того, как лучше наладить интегрированную логистическую деятельность, и ослабило тенденцию к объединению функций в рамках всеобъемлющих организационных структур. Ключевым стал вопрос не о том, как организовать выполнение отдельных функций, а о том, как лучше руководить целостным логистическим процессом, учитывая все преимущества интеграции на основе информационных технологий [4].

В работе [4] всесторонне показана интеграция ключевых бизнес-процессов в производственной и логистической деятельности в цепях поставок, таких как производство, распределение, транспортировка, прогнозирование и планирование спроса, управление запасами. Автор подчеркивает важность улучшения всех функций логистической цепочки, что приводит к повышению доходности фирмы на 40–50 млн долл. в год, причем потенциал совершенствования никогда не будет исчерпан даже у тех компаний, которые уже показывают высокие результаты [5].

Задача управленцев – отыскать такой путь организации деятельности, чтобы распределение ресурсов было оптимальным [5]. В быстро изменяющейся внешней среде, в которой функционируют цепи поставок, следует выделить два фактора, оказывающие наибольшее влияние на эффектив-

ность всей цепи. С одной стороны, новые технологии способствуют как интеграции компаний внутри цепи поставок, так и кооперации множества компаний за границами своих цепей. С другой стороны, более широкий доступ к технологиям приносит и дополнительные сложности, которые становятся частью проблемы и частью ее решения [5]. Под «технологией» понимается комбинация вычислительных, коммуникационных и контентных технологий, объединенных друг с другом так, чтобы обеспечить эффективный обмен информацией о предложении и спросе. В России лишь небольшая часть компаний использует новые технологии, позволяющие улучшить возможности в плане интеграции. Это связано с их дороговизной. Поэтому крайне актуально для фирм в границах цепи поставок повысить потенциальные возможности так, чтобы снизить затраты и повысить доходы, особенно в условиях западных санкций.

В работах Я. Кузьмина, М. Юдкевич, М. Сторчевой, С. П. Петрова, В. М. Гильмундинова [6–8] цепи поставок рассматриваются с позиции транзакционных издержек и теории фирмы.

А. В. Юдаев проводит сравнительный анализ концепции цепочки создания ценности (ЦЦЦ) и концепции управления цепочкой поставок (SCM), уделяя внимание преимуществам первой. Концепция управления цепочкой поставок (SCM) предполагает присутствие понятия «маржа», ориентация на клиента, оперирование процессом создания ценности [9].

Теоретические аспекты организации цепи поставок

Цепь поставок (процессное представление) – это совокупность потоков и соответствующих им кооперационных и координационных процессов между различными участниками цепи создания потребительской стоимости [10]. В цепи поставок все участники являются юридически

самостоятельными. Обязательным признаком цепи является наличие фокусной фирмы – производителя конечной продукции или услуги. Это может быть предприятие, осуществляющее сборку конечной продукции в производстве. Еще одной особенностью является наличие кооперационных связей с поставщиками и покупателями.

В данной работе рассматривается прямая цепь поставок, которая включает в себя трех участников: поставщика, фокусную фирму (промышленную или торговую) и покупателя, участвующих в производстве и продвижении потоков: продукции, услуг, финансов и информации. При этом, как правило, фокусная компания определяет структуру цепи поставок и управление взаимоотношениями с контрагентами по бизнесу [3].

Независимо от формы взаимодействия фирм, системный подход управления цепочками поставок позволяет синхронизировать все процессы и звенья цепи за счет объединения ресурсов и усилий всех участников. Скоординированное управление цепочками поставок повышает их эффективность.

Экономическая нестабильность, колебания цен на товары, низкая степень прогнозируемости рынка могут вызвать проблемы как в организации цепи поставок, так и в отношениях между партнерами. Физическая взаимозависимость участников цепи охватывает производство, перемещение и последующее хранение продуктов. Однако цепочка поставок также связана с передачей информации всем участникам, что способствует реализации долгосрочных целей и задач и повышению прозрачности цепи. При рассмотрении цепей поставок будем считать, что информационный канал функционирует бесперебойно и сосредоточив внимание на физических потоках цепи и их эффективности в денежном выражении. Динамические отношения являются ключом к успеху любой интегрированной цепочки поставок, поскольку чем прочнее отношения, тем выше доверие и удовлетворенность

участников. Мотивация каждого участника сильно зависит от справедливости в экономических отношениях, что часто определяется степенью доминирования фирмы в цепи. Кроме того, доверие играет решающую роль во взаимоотношениях, так как без него цепь обречена на распад.

Проблемы во взаимоотношениях между участниками цепи возникают по причине различного представления о ценах на товары, их качества, стратегий конкуренции с другими цепями поставок. Возросшая конкуренция требует обеспечения низких цен и высокого качества продукции. Конфликты возникают из-за аморального поведения доминирующей фирмы, которое отрицательно сказывается на работе всей цепи поставок [10]. Таким образом, выстраивание эффективных отношений является неотъемлемой частью цепочек поставок. Они наиболее долговечны, когда партнеры избирают кооперацию.

Оптимизация структуры цепи поставок – это концепция, которая нуждается в дальнейшем изучении. В связи с ее новизной в России отсутствуют соответствующие научные исследования, позволяющие понять, на каких принципах должна строиться цепочка поставок, чтобы достичь наилучших показателей с позиции ее участников и потребителей. Кроме того, в России отсутствуют статистические данные, позволяющие оценить существующие цепи поставок. Следовательно, крайне важно провести дальнейшие исследования, чтобы приблизиться к пониманию отношений между поставщиком, фокусной фирмой и конечным продавцом, что позволит оценить их мотивы поведения и предложить оптимальную стратегию сотрудничества между партнерами по бизнесу.

В практике деятельности цепей поставок можно найти различные варианты сотрудничества участников. Жесткая форма полной интеграции предполагает слияние и присоединение одной фирмы к другой. Также используют и мягкие формы интегра-

ции в виде долгосрочных контрактов, вертикальных ограничивающих обязательств, перекрестного участия в капитале и совете директоров, межфирменных проектных команд и иные формы более тесной кооперации, чем простая рыночная транзакция [11, 12]. Каждая форма взаимодействия фирм определяется на основе контрактов и сопряжена с различными рисками и выгодами. Стимулы к той или иной форме вертикальной интеграции будут различаться в зависимости от особенностей производственного процесса и структуры соответствующего рынка. В случае использования в производстве редких ресурсов, которые поставляются фокусной фирме, как правило, с высококонцентрированного рынка с высокой степенью монопольной власти, вертикальные контракты способствуют снижению транзакционных издержек и решению проблемы бесперебойного производства. Стимулы к любой форме вертикальных контрактов будут тем выше, чем выше неопределенность внешней среды, риск оппортунистического поведения контрагентов, асимметрия информации в первичном звене цепи поставки, а также чем больше желание фокусной фирмы увеличить свою рыночную власть [11, 12].

Методический подход, представленный далее в статье, может быть использован для расчета результатов деятельности участников цепи при условии их высокой взаимозависимости на основе различных долгосрочных контрактов, а также формального объединения путем слияния в одну фирму. Формализованная модель позволяет оценить мотивы к интеграции на основе одного критерия – большей прибыли интегрального объединения по сравнению с суммой прибыли каждого участника в отдельности.

Данные и методы

Определим обратную функцию спроса на товар в виде $P = a - bQ$. При решении задачи будем исходить из предположения, что

каждый участник цепи ориентирован на тот объем производства, на который предъявляется спрос на последнем участке цепи. Это означает, что выпуск продукции всех участников цепи одинаков.

Рассмотрим звено сетевой структуры цепи поставок, включающее поставщика готовой продукции или полуфабрикатов, доминирующую фирму и оптовых потребителей первого уровня, которые доводят готовую продукцию до конечного потребителя [13, 14].

Пусть величина q есть искомым объем поставки, которую фирма-поставщик намерена отразить в качестве условия контракта и передать по цепи. Обозначим через βp средние издержки поставщика, где коэффициент $0 < \beta < 1$, p_0 – цена поставщика при продаже продукции фокусной фирме [1]. При определении издержек поставщика предположим, что объем его производства не выходит за пределы функции спроса. Для этого используем коэффициент β . Предельные издержки фокусной фирмы обозначим c . Будем также использовать реальное предположение о том, что изменение средних общих издержек в интервале выработки $[q_1, q_2]$ незначительно настолько, что им можно пренебречь (на многих предприятиях промышленного сектора с дискретным характером производства эмпирическая кривая предельных издержек характеризуется довольно «плоским дном») [15]. То есть величина предельных издержек для заданного интервала задается параметром c . Фокусная фирма стремится максимизировать собственную прибыль, а значит, должна определить такое значение цены p_f , которое позволит ей реализовать данную стратегию. Указанная величина p_f представляет собой издержки оптового покупателя – конечного продавца, который осуществляет поставку продукции на рынок по розничной цене p . Также необходимо установить ограничения экзогенных параметров a , b , c и β . Для любого рассматриваемого далее случая цена всегда соответствует условию $p \leq a$, откуда

следует, что $c \leq a(1 - \beta)$ или $\beta \leq 1 - c/a$. То есть параметры β и c взаимообуславливают друг друга. Задавая область допустимых значений для β , можно определить диапазон изменения параметра c : он одинаковый для всех случаев организации отрасли [1].

Допускаем, что поставщик, фокусная фирма и продавец находятся на конкурентных рынках и выбирают своих контрагентов свободно на рыночных началах. Предлагаемые поставщиком ресурсы и фокусной фирмой продукты являются однородными на соответствующих рынках. Методический подход позволяет рассчитать параметры функционирования цепей поставок при заданном объеме спроса (заданных параметрах функции спроса), а розничная цена определяется для разных случаев исходя из закона спроса. Если изменяются параметры функции спроса, издержки фирм, то изменяются и результаты функционирования всей цепи. На практике с большой степенью вероятности интеграция фокусной фирмы с поставщиком или с продавцом может создать дополнительные стимулы для изменения цен в результате усиления рыночной власти вновь образованной структуры, однако в модели предполагается, что такие стимулы отсутствуют и участники цепи не склонны к злоупотреблению своим положением на рынке. Рассмотрим три случая взаимодействия на рынке участников линейной модели цепи.

Случай 1. Автономное функционирование всех участников цепи

Случай самостоятельной работы всех участников представлен на рисунке 1 и был

подробно рассмотрен в нашей предыдущей публикации [1]. Приведем лишь полученные формулы для расчета основных показателей деятельности фирм в цепи.

Величина прибыли поставщика определяется выражением

$$\pi(p^0) = [(p^0 - \beta p) \times q] \rightarrow \max_{p^0}$$

Решение задачи на безусловный экстремум позволяет определить цену поставщика (p^0) при поставке товара фокусной фирме, объем поставки (q) и прибыль поставщика:

$$\pi(p^0) = \frac{[a(1 - \beta) - c]^2}{4b(4 - \beta)}$$

Фокусная фирма решает задачу максимизации собственной прибыли:

$$\pi(p_f) = [(p_f - p^0 - c) \times q] \rightarrow \max_{p_f}$$

откуда находится цена (p_f) реализации продукции продавцу и прибыль фокусной фирмы:

$$\pi(p_f) = \frac{[a(1 - \beta) - c]^2}{2b(4 - \beta)^2}$$

Прибыль третьего участника цепи – конечного продавца – определяется выражением $\pi(q) = [(p - p_f) \times q] \rightarrow \max_q$. Его решением являются объем продаж продукции на потребительском рынке (q), розничная цена продукции (p) и прибыль:

$$\pi(q) = \frac{[a(1 - \beta) - c]^2}{4b(4 - \beta)^2}$$

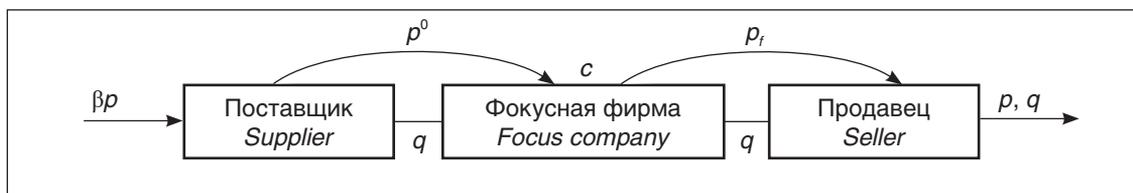


Рис. 1. Схема цепи поставки при самостоятельном функционировании фирм

Fig. 1. Scheme of the supply chain for independent functioning of firms

Случай 2. Частичная интеграция первого типа (интеграция вперед – до конечного потребителя)

Поставщик автономно функционирует, а фокусная фирма и продавец интегрированы (рис. 2).

В этом случае для интегрированной фокусной фирмы с продавцом находим прибыль, решая задачу:

$$\pi_{f_1}(q) = [(p - p^0 - c) \times q] \rightarrow \max_q$$

Из решения задачи $\pi'(p_{f_1}) = 0$ получаем выражение для определения объема

поставки: $q = \frac{a(1-\beta)-c}{2b(4-\beta)}$ и конечной цены:

$$p = \frac{a(3-\beta)+c}{2(2-\beta)}$$

Прибыль объединенной фирмы равна $\pi_{f_1}(q) = \frac{[a(1-\beta)-c]^2}{4b(2-\beta)^2}$.

Для самостоятельного поставщика задача состоит в максимизации прибыли по цене p^0 :

$$\pi(p^0) = [(p^0 - \beta(a - bq)) \times q] \rightarrow \max_{p^0}$$

Решение задачи на нахождение безусловного экстремума $\pi'(p^0) = 0$ позволяет получить выражение для нахождения цены:

$$p^0 = \frac{a - c(1-\beta)}{(2-\beta)}$$

Прибыль поставщика:

$$\pi(p^0) = \frac{[a(1-\beta)-c]^2}{4b(2-\beta)}$$

Для случая частичной интеграции в цепи поставок первого типа отраслевые показатели:

$$p = \frac{a(3-\beta)+c}{2(2-\beta)}, q = \frac{a(1-\beta)-c}{2b(4-\beta)}$$

$$\pi(p^0) + \pi_{f_1}(q) = \frac{(3-\beta)[a(1-\beta)-c]^2}{4b(2-\beta)^2}$$

Случай 3. Частичная интеграция второго типа (интеграция назад – с поставщиком)

Схема цепи поставок, когда фокусная фирма объединяется с поставщиком, а продавец работает автономно, представлена на рисунке 3.

Поскольку продавец (оптовый покупатель) работает самостоятельно, то его задача состоит в максимизации собственной

прибыли: $\pi(q) = [(p - p_f) \times q] \rightarrow \max_q$. Ее решением является объем поставки продукции на

рынок: $q = \frac{a(1-\beta)-c}{2b(2-\beta)}$ и соответствующая ему

$$\text{цена реализации: } p = \frac{a(3-\beta)+c}{2(2-\beta)}$$

При этом прибыль данного участника цепи составит

$$\pi(q) = \frac{[a(1-\beta)-c]^2}{4b(2-\beta)^2}$$

Для поставщика и фокусной фирмы необходимо решить задачу исходя из условия максимизации их совместной прибыли:

$$\pi_{f_2}(p_f) = [(p_f - \beta \times p - c) \times q] \rightarrow \max_{p_f}$$

Из выражения $\pi_{f_2}'(p_f) = 0$ получаем цену промежуточного продукта: $p_f = \frac{a+c}{(2-\beta)}$.

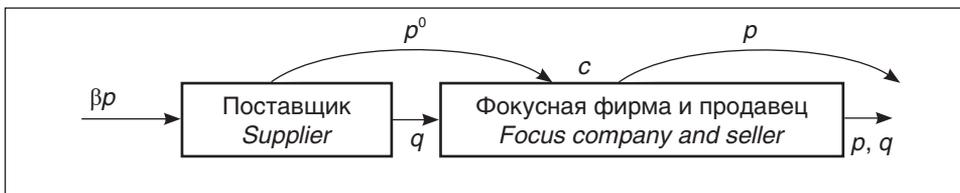


Рис. 2. Схема цепи поставки при частичной интеграции первого типа (с конечным продавцом)

Fig. 2. Supply chain diagram with partial integration of the first type (with the end seller)

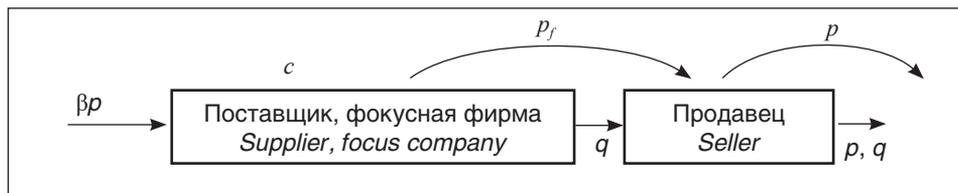


Рис. 3. Схема цепи поставок при частичной интеграции второго типа (с поставщиком)

Fig. 3. Supply chain diagram with partial integration of the second type (with the supplier)

Прибыль интегрированной фокусной фирмы с поставщиком составит

$$\pi(p_f) = \frac{[a(1-\beta) - c]^2}{4b(2-\beta)}$$

Для случая частичной интеграции отрасли второго типа имеем:

$$p = \frac{a(3-\beta) + c}{2(2-\beta)}, q = \frac{a(1-\beta) - c}{2b(2-\beta)},$$

$$\pi_{f_2}(p_f) + \pi(q) = \frac{(3-\beta)[a(1-\beta) - c]^2}{4b(2-\beta)^2}$$

Оценка стратегий фокусной фирмы в цепи поставок

Сравнение трех стратегий поведения фокусной фирмы можно провести на основе анализа прибыли. На рисунке 4 представлена суммарная прибыль объединенной компании (случай 2, 3) и прибыль фокусной фирмы в случае 1, когда вся цепочка работает на основе принципа автономии всех участников, в зависимости от затрат поставщика β .

В первом приближении сразу заметна существенная разница между прибылью сравниваемых вариантов. Если предположить, что за счет своего доминирующего положения фокусная фирма гарантированно получит при частичной интеграции прибыль в размере той величины, которую она имеет при автономном функционировании, то очевидно, что оба случая объединения дают ей приращение прибыли.

Для сравнения двух стратегий доминирующей фирмы по интеграции вверх или вниз по технологической цепочке найдем соот-

ношения $\frac{\pi_{f_1}(q)}{\pi(p_f)}$, $\frac{\pi_{f_2}(p_f)}{\pi(p_f)}$ и представим их графически (рис. 5).

Прибыль фокусной фирмы в случае интеграции с поставщиком превышает более чем в два раза прибыль при объединении с продавцом.

Если окажется, что слияние с поставщиком невозможно, то фокусная фирма выберет стратегию объединения с продавцом (оптовым покупателем), что можно рассматривать как «второе наилучшее» решение.

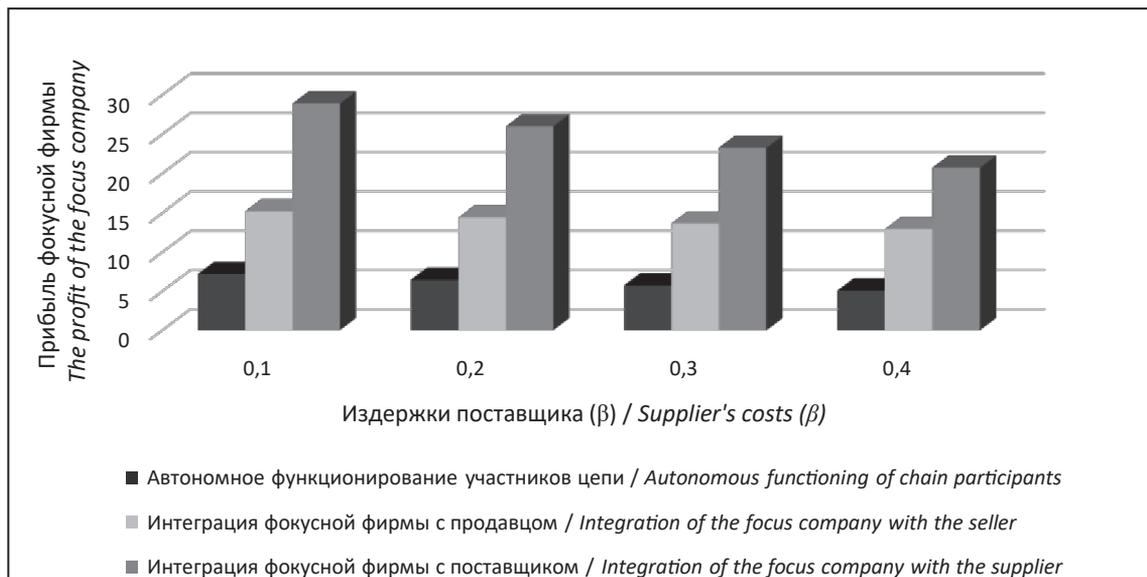
Оценка стратегий поставщика и фирмы-продавца в случае частично интегрированной цепи поставок

Далее необходимо оценить мотивы к слиянию с фокусной фирмой продавца и поставщика. Для этого при сравнении показателей прибыли будем основываться на следующих предположениях:

1. Часть суммарной прибыли при частичной интеграции достается фокусной фирме. Эта доля будет не менее той, которую она получает в случае автономного существования на рынке, в противном случае объединение экономически не целесообразно.

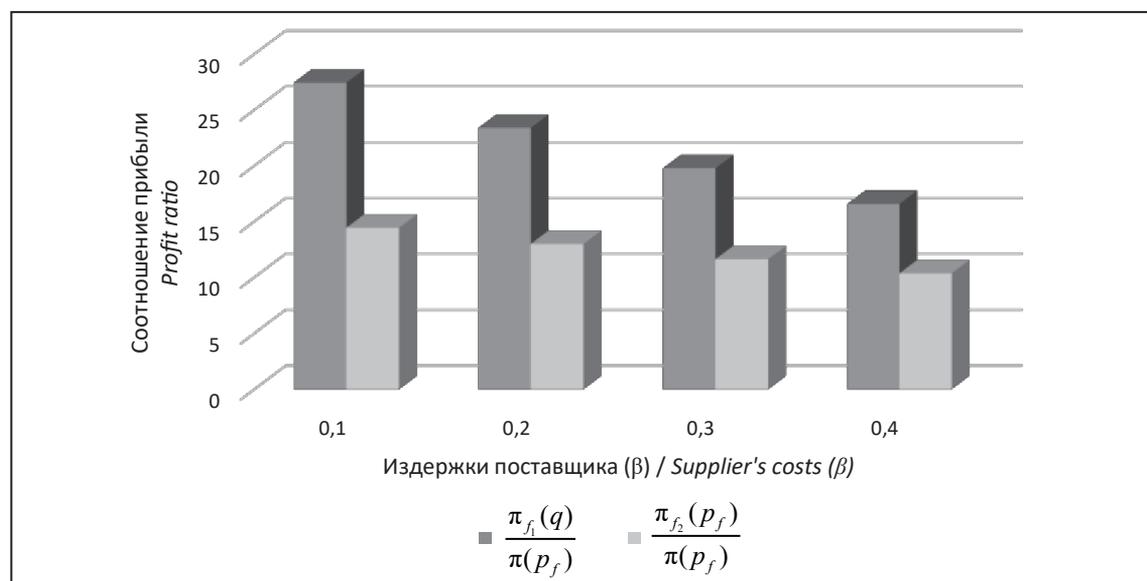
2. Оставшаяся часть интегральной прибыли приходится на второго участника сделки.

Рассмотрим положение поставщика в трех случаях. Определим его прибыль, когда он кооперируется с доминирующей фирмой, как разницу $\pi_{f_2}(p_f) - \pi(p^0)$. На рисунке 6 приведен сравнительный анализ прибыли поставщика для трех ситуаций.



Источник: построено автором на основе полученных конечных формул модели.

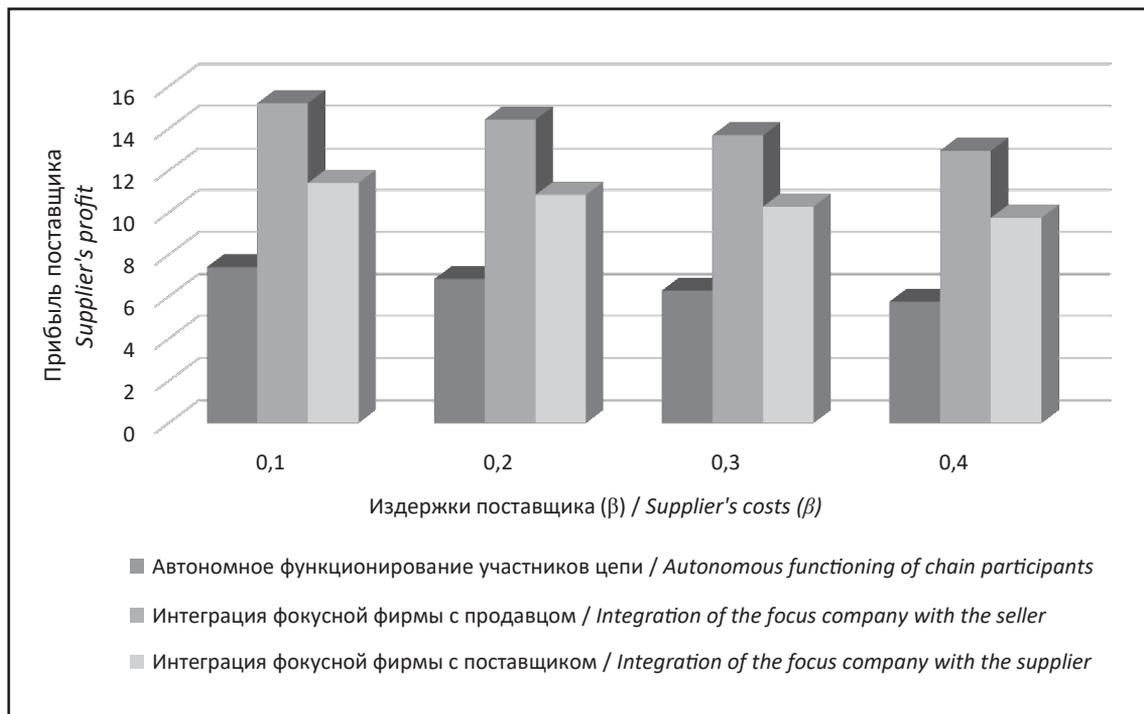
Рис. 4. Показатели прибыли при различных стратегиях поведения фокусной фирмы
 Fig. 4. Profit indicators for various strategies of behavior of the focus company



Источник: построено автором на основе полученных конечных формул модели.

Рис. 5. Соотношения прибыли ($\frac{\pi_{f_1}(q)}{\pi(p_f)}, \frac{\pi_{f_2}(p_f)}{\pi(p_f)}$) при различных стратегиях поведения фокусной фирмы

Fig. 5. Profit ratios ($\frac{\pi_{f_1}(q)}{\pi(p_f)}, \frac{\pi_{f_2}(p_f)}{\pi(p_f)}$) for different strategies of the focus firm behavior



Источник: построено автором на основе полученных конечных формул модели.

Рис. 6. Показатели прибыли при различных стратегиях поведения поставщика

Fig. 6. Profit indicators for various supplier behavior strategies

При частичной интеграции цепи в случае 2, когда поставщик полностью самостоятелен, у него наблюдается максимальная прибыль, то есть он будет склонен к автономии, в то время как остальные звенья цепи интегрированы. Хотя стоит обратить внимание, что выбор данной стратегии не находится во власти поставщика. Скорее ее можно считать счастливой случайностью для него и рассматривать как пассивную. Случай 3 дает худшие результаты, поэтому находится вторым в списке приоритетов, но важно то, что поставщик может выразить свою волю и использовать эту стратегию на практике, т. е. она является активной. И на последнем месте стратегия 1, когда все участники полностью независимы, прибыль поставщика минимальная.

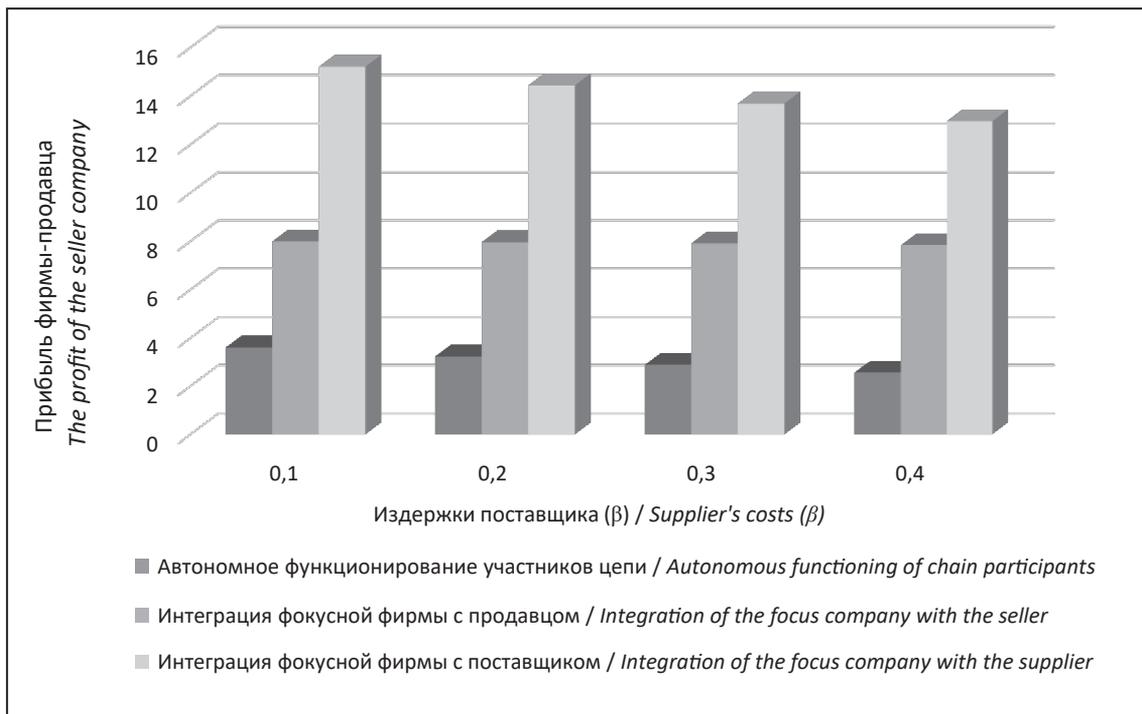
При изучении мотивов к интеграции фирмы – конечного продавца с фокусной фирмой определим его прибыль как разницу

$\pi_{j1}(q) - \pi(p^0)$, когда он работает совместно с доминирующей фирмой. Результат сравнительного анализа представлен на рисунке 7.

Третий случай, когда продавец самостоятелен, а два оставшихся участника интегрированы, демонстрирует самые высокие показатели прибыли конечного продавца. Поэтому он предпочтет пассивную стратегию – остаться автономным, когда другие объединяются. А в случае слияния с фокусной фирмой его прибыль будет существенно ниже, однако ее значение превышает прибыль при полной автономии всех участников цепи.

Таким образом, можно сделать общие выводы для крайних звеньев цепи поставок:

1. И поставщик, и конечный продавец будут склонны к частичной интеграции с фокусной фирмой, поскольку это повышает их прибыль по сравнению с абсолютно автономным функционированием.



Источник: построено автором на основе полученных конечных формул модели.

Рис. 7. Показатели прибыли при различных стратегиях поведения фирмы-продавца

Fig. 7. Profit indicators for various strategies of the seller's behavior

2. В случае интеграции остальных участников цепи третья фирма (продавец или поставщик) предпочтут оставаться самостоятельными, т. к. этот случай позволяет им получить максимальную прибыль.

3. Сравнение двух вариантов частичной интеграции по суммарной прибыли цепи дает одинаковые результаты, объемы производства и цены товара равны, поэтому с позиции потребителя эти случаи абсолютно идентичны.

Заключение

Фирмы в цепочках поставок будут более склонны к скоординированному поведению и интеграции, чем к автономному функционированию, поскольку такая стратегия дает им больший прирост прибыли за счет больших объемов реализации, а также за счет устранения механизма искажения цены, ко-

торый всегда возникает, когда последовательно связанные фирмы добавляют свою маржу между ценой и затратами на каждой стадии производства [1]. Таким образом, аналитический инструментарий, предложенный в статье, подтверждает, что проблема «двойной надбавки» решается в условиях интеграции фирм в цепи, растет общественное благосостояние, т. е. излишек продавца и покупателя [16–18].

Частичная или полная интеграция, несмотря на повышение уровня концентрации, положительно сказывается на результатах функционирования рынка, поскольку объем производства всей цепи существенно выше, а цены ниже, чем в случае автономного функционирования фирм. Поэтому потребители не страдают от дефицита товаров или высоких цен [1].

На практике взаимоотношения в цепочке поставок являются источником

конкурентного преимущества за счет использования экономии на издержках и бесперебойных поставок продукции точно в срок. Это приводит к тому, что нужный продукт или услуга нужного качества доставляются в нужное время в нужном месте по оптимальной цене. Прочность отношений за счет формальных контрактов или слияний в единую структуру позволяет участникам цепи успешно конкурировать в условиях быстрых технологических изменений, цифровизации и нового экономического ландшафта.

Доверие между участниками цепочки поставок, закрепленное системой контрактов, необходимо для достижения соглашения об определении справедливого уровня прибыли каждого участника в интегральной структуре. Образованный в результате объединения пул общей прибыли предполагает разработку механизма его распределения между участниками, а следовательно, содержит в себе проблему формирования трансфертных цен. Схемы распределения прибыли могут быть различными и определяются на основе контрактов. После распределения прибыли встает проблема формирования трансфертной цены для фирм, интегрированных в мягкой форме. Если фирмы юридически самостоятельны и функционируют на основе вертикальных контрактов, то трансфертная цена определяется как сумма прибыли и издержек на единицу продукции. При полной вертикальной интеграции участников цепи в результате слияния или присоединения проблема формирования трансфертных цен не возникает.

Формализованная модель позволила получить следующие результаты:

1. Фирмы будут более склонны к интеграции своей деятельности, к ориентации на сотрудничество в рамках цепи.

2. Частичная вертикальная интеграция фокусной фирмы с поставщиком или конечным

продавцом снижает неопределенность внешней среды и дает экономию на издержках, за счет чего оба участника интегрированной структуры способны получить большую прибыль, чем при автономном функционировании.

3. Прибыль фокусной фирмы в случае интеграции с поставщиком превышает более чем в два раза прибыль при объединении с продавцом. Если окажется, что слияние с поставщиком невозможно, то фокусная фирма выберет стратегию объединения с продавцом, что можно рассматривать как «второе наилучшее» решение.

4. В качестве активной стратегии поставщика, позволяющей получить значительный прирост прибыли по сравнению с автономным функционированием, можно отметить объединение с фокусной фирмой (случай 3). Хотя при пассивной стратегии, в условиях интеграции доминирующей фирмы и конечного продавца, прибыль поставщика будет наибольшей.

5. Для продавца выводы аналогичные. Он предпочтет пассивную стратегию, в то время как другие участники цепи интегрируются. А в случае объединения с фокусной фирмой его прибыль будет выше, чем при полной автономии всех участников цепи.

Таким образом, кооперативные стратегии фирм на рынке приводят к росту концентрации, однако экономическая эффективность вновь образованной вертикальной структуры значительно превышает результативность при автономном функционировании фирм. Результаты функционирования рынка с позиции потребителя были рассмотрены подробно в предыдущей публикации [1]. Аналитический инструментарий может быть использован при изменении параметров функции спроса на рынке. Выводы, полученные на основе формальной модели, не изменятся.

Список литературы

1. Любятченко С. Н. Формы взаимодействия участников в цепях поставок: полная интеграция против автономного функционирования // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 2. С. 68–82. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-2-68-82.

2. Kolmar C. 18 stunning supply chain statistics [2023]: facts, figures, and trends // Zippia. Oct. 24, 2022. URL: <https://www.zippia.com/advice/supply-chain-statistics/> (дата обращения: 18.03.2023).
3. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики: учебник / под ред. Б.А. Аникина и Т.А. Родкиной. – М.: Проспект, 2013. – 344 с.
4. Бауэрсокс Д. Дж., Клосс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / пер. с англ. – 2-изд. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 640 с.
5. Управление цепями поставок: Справочник издательства Gower / под ред. Дж. Гатторны; ред. Р. Огулин, М. Рейнольдс; пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 670 с.
6. Кузьминов Я., Юдкевич М. За пределами рынка: институты управления транзакциями в сложном мире (Нобелевская премия по экономике 2009 года – Оливер Уильямсон и Элинон Остром) // Вопросы экономики. 2010. № 1. С. 82–98. DOI: 10.32609/0042-8736-2010-1-82-98.
7. Сторчева М. Теория фирмы, управление цепочками поставок и маркетинг взаимоотношений // Вопросы экономики. 2014. № 1. С. 40–60. DOI: 10.32609/0042-8736-2014-1-40-60.
8. Петров С. П., Гильмундинов В. М. Интеграция цепочек поставок как форма вертикального взаимодействия в теории фирмы // Вопросы экономики. 2022. № 3. С. 147–160. DOI: 10.32609/0042-8736-2022-3-147-160.
9. Юдаев А. В. Цепочка создания ценности и управление цепочкой поставок: отличия и сходства. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsepochnka-sozdaniya-tsennosti-i-upravlenie-tsepochnkoj-postavok-otlichiya-i-shodstva> (дата обращения: 05.06.2023).
10. Кривошеев А. Ю. Интеграция логистики смешанных перевозок в международных цепях поставок: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – СПб., 2016. – 174 с.
11. Авдашева С. Б., Дзагурова Н. Б. Вертикальные ограничивающие контракты и их интерпретация в антимонопольном законодательстве // Вопросы экономики. 2010. № 5. С. 110–122. DOI: 10.32609/0042-8736-2010-5-110-122.
12. Розанова Н. М. Экономика отраслевых рынков: учебное пособие для бакалавров. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 906 с.
13. Управление цепью поставок (SCM): учеб. пособие / сост. П. П. Крылатков, М. А. Прилуцкая. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. – 140 с.
14. Полуэктов В. А. Анализ влияния транспортных издержек на экономические показатели деятельности участников цепи поставок // Организатор производства. 2022. Т. 30. № 4. С. 129–136. DOI: 10.36622/VSTU.2022.30.4.012.
15. Мамонов В. И., Полуэктов В. А. Определение объема поставки продукции в цепи поставок // Бизнес. Образование. Право. 2019. № 2 (47). С. 142–147. DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.220.
16. Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков / пер. с англ. – М.: Инфра-М, 1997. – 697 с.
17. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности / под ред. В. М. Гальперина, Л. С. Тарасевича. – СПб.: Экон. шк., 1996. – 745 с.
18. Коуз Р. Фирма, рынок и право / пер. с англ. – М.: Новое издательство, 2007. – 224 с.

Сведения об авторе

Любященко София Николаевна, ORCID 0000-0002-8484-5232, канд. экон. наук, доцент, кафедра экономической теории, Новосибирский государственный университет экономики и управления (НГУЭУ), Новосибирск, Россия, lubsofia@yandex.ru

Статья поступила 03.04.2023, рассмотрена 18.04.2023, принята 28.04.2023

References

1. Lyubyashenko S. Forms of Interaction of Participants in Supply Chains: Full Integration Versus Autonomous Functioning. *Sovremennaya konkurentsija=Journal of Modern Competition*, 2023, vol.17, no.2, pp.68-82 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-2-68-82.
2. Kolmar C. 18 stunning supply chain statistics [2023]: facts, figures, and trends. Zippia, Oct. 24, 2022. Available at: <https://www.zippia.com/advice/supply-chain-statistics/> (accessed 18.03.2023).
3. *Logistika i upravlenie tsepyami postavok. Teoriya i praktika. Osnovy logistiki: uchebnik* [Logistics and supply chain management. Theory and practice. Fundamentals of logistics: textbook]. Ed. by B. A. Anikina and T. A. Rodkina. Moscow, *Prospekt Publ.*, 2013, 344 p.
4. Bowersox D. J., Kloss D. J. *Logistika: integrirovannaya tsep' postavok* [Logistics: an integrated supply chain]. Transl. from English. 2nd ed. Moscow, *ZAO «Olimp-Biznes» Publ.*, 2005, 640 p.

5. *Upravlenie tsepyami postavok: Spravochnik izdatel'stva Gower* [Supply Chain Management: Gower Publishing Handbook]. Ed. by J. Gattorny; eds.: R. Ogulin, M. Reynolds. Transl. from English. Moscow, *INFRA-M* Publ., 2008, 670 p.
6. Kuz'minov Ya., Yudkevich M. Beyond Market: Institutions of Governance in the Complex World (Nobel Memorial Prize in Economics 2009 – Oliver Williamson and Elinor Ostrom). *Voprosy ekonomiki*, 2010, no.1, pp.82-98 (in Russian). DOI: 10.32609/0042-8736-2010-1-82-98.
7. Storcheva M. Theory of the firm, supply chain management, and relationship marketing. *Voprosy ekonomiki*, 2014, no.1, pp.40-60 (in Russian). DOI: 10.32609/0042-8736-2014-1-40-60.
8. Petrov S. P., Gil'mundinov V. M. Supply chain integration as a form of vertical interaction in the theory of the firm. *Voprosy ekonomiki*, 2022, no.3, pp.147-160 (in Russian). DOI: 10.32609/0042-8736-2022-3-147-160.
9. Yudaev A. V. *Tseepochka sozdaniya tsennosti i upravlenie tseepochkoi postavok: otlichiya i skhodstva* [Value chain and supply chain management: differences and similarities]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/tseepochka-sozdaniya-tsennosti-i-upravlenie-tseepochkoy-postavok-otlichiya-i-shodstva> (accessed 05.06.2023).
10. Krivosheev A. Yu. *Integratsiya logistiki smeshannykh perevozok v mezhdunarodnykh tsepyakh postavok. Dis. kand. ekon. nauk: 08.00.05* [Integration of mixed transportation logistics in international supply chains. Cand. econ. sci. dis.: 08.00.05]. St. Petersburg, 2016, 174 p.
11. Avdasheva S. B., Dzagurova N. B. *Vertikal'nye ogranichivayushchie kontrakty i ikh interpretatsiya v antimonopol'nom zakonodatel'stve* [Vertical limiting contracts and their interpretation in antimonopoly legislation]. *Voprosy ekonomiki*, 2010, no.5, pp.110-122. DOI: 10.32609/0042-8736-2010-5-110-122.
12. Rozanova N. M. *Ekonomika otraslevykh rynkov: uchebnoe posobie dlya bakalavrov* [Economy of branch markets: textbook for bachelors]. Moscow, *Izdatel'stvo Yurait* Publ., 2013, 906 p.
13. *Upravlenie tsep'yu postavok (SCM): ucheb. posobie* [Supply chain management (SCM): textbook. allowance]. Comp. P. P. Krylatkov, M. A. Prilutskaya. Yekaterinburg, *Izd-vo Ural. un-ta* Publ., 2018, 140 p.
14. Poluektov V. A. Analysis of the impact of transportation costs on the economic performance of the supply chain participants. *Organizator proizvodstva*=Organizer of production, 2022, vol.30, no.4, pp.129-136 (in Russian). DOI: 10.36622/VSTU.2022.30.4.012.
15. Mamonov V. I., Poluyektov V. A. Determining the scope of supply of products in the supply chain. *Biznes. Obrazovanie. Pravo*=Business. Education. Law, 2019, no.2(47), pp.142-147 (in Russian). DOI: 10.25683/VOLBI.2019.47.220.
16. Scherer F., Ross D. *Struktura otraslevykh rynkov* [Structure of industry markets]. Transl. from English. Moscow, *Infra-M* Publ., 1997, 697 p.
17. Tyrol J. *Rynki i rynochnaya vlast': teoriya organizatsii promyshlennosti* [Markets and market power: theory of industrial organization]. Ed. by V. M. Galperin, L. S. Tarasevich. St. Petersburg, *Ekon. shk.* Publ., 1996, 745 p.
18. Kose R. *Firma, rynek i pravo* [Firm, market and law]. Transl. from English. Moscow, *Novoe izdatel'stvo* Publ., 2007, 224 p.

About the author

Sofia N. Lyubyashenko, ORCID 0000-0002-8484-5232, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Economic Theory Department, Novosibirsk State University of Economics and Management (NSUEM), Novosibirsk, Russia, lubsofia@yandex.ru

Received 03.04.2023, reviewed 18.04.2023, accepted 28.04.2023

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3-59-75

Взаимоотношения торговой организации с поставщиками: как добиться конкурентного преимущества

Г. Н. Чернухина¹, А. В. Храмова^{2*}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* Hramova.alisa@yandex.ru

Аннотация. В статье представлено авторское видение управления взаимоотношениями с поставщиками в логистической системе торговой организации для обеспечения конкурентных преимуществ. Выбор поставщика является актуальным и важным этапом при осуществлении функций управления закупками. Эффективное управление данным аспектом деятельности способствует налаживанию путей взаимодействия с компаниями, обеспечивающими материально-техническое снабжение организации. Поиск подходящих поставщиков и установление долгосрочных отношений с ними могут помочь компаниям предоставлять клиентам качественные продукты и услуги по конкурентоспособным ценам и без перебоев. «Правильные» поставщики снизят риски, связанные с нестабильностью в цепочке поставок. Авторами дана новая трактовка термина «управление взаимоотношениями с поставщиками». Управление взаимоотношениями с поставщиками – это принятие решений по совершенствованию способов взаимодействия в процессе закупок между контрагентами торгово-логистической деятельности. При этом эффективность взаимодействия с поставщиками в процессе закупок авторы рассматривают как внутреннее конкурентное преимущество. Кроме того, авторы обозначили связь, общность и различие понятий «цепочка стоимости» и «цепочка поставок». В работе были проанализированы этапы процесса закупок, выявлены проблемы в организации управления закупками. Результаты исследования и предложенные рекомендации могут служить основой для улучшения организации и управления логистической, закупочной деятельностью торговой организации для обеспечения конкурентных преимуществ. Новые параметры для определения порядка закупок, критерии оценки поставщика и эффективная работа по его выбору позволят снизить издержки, сэкономить на уменьшении количества брака и т. д. Результаты исследования: разработаны критерии, согласно которым необходимо учитывать цену, дисциплину поставок, качество, условия оплаты, территориальную удаленность, опыт сотрудничества, удовлетворение рекламаций, срок исполнения заказа; представлен алгоритм взаимодействия поставщика и потребителя в системе управления взаимоотношениями с поставщиками; определены новые параметры для определения порядка закупок и критерии оценки поставщика.

Ключевые слова: управление закупками, выбор поставщика, взаимоотношения с поставщиками, конкурентные преимущества, торговая организация, цепочка поставок, цепочка создания стоимости, критерии выбора поставщика, товарно-материальные ценности

Для цитирования: Чернухина Г. Н., Храмова А. В. Взаимоотношения торговой организации с поставщиками: как добиться конкурентного преимущества // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 3. С. 59–75. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-59-75

Relationships of a Trade Organization with Suppliers: How to Achieve a Competitive Advantage

G. Chernukhina¹, A. Khramova^{2*}

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* Hramova.alisa@yandex.ru

Abstract. The article presents the author's vision of supplier relationship management in the logistics system of a trade organization to ensure competitive advantages. Supplier selection is an actual and important stage in the implementation of procurement management functions. Effective management of this aspect of activity contributes to the establishment of ways of interaction with companies that provide logistics to the organization. Finding suitable suppliers and establishing long-term relationships with them can help companies provide customers with quality products and services at competitive prices and without interruption. The "right" suppliers will reduce the risks associated with instability in the supply chain. The authors have given a new interpretation of the term "Supplier relationship Management". Supplier relationship management is decision-making to improve the ways of interaction in the procurement process between counterparties of trade and logistics activities. At the same time, the authors consider the effectiveness of interaction with suppliers in the procurement process as an internal competitive advantage. In addition, the authors identified the connection, commonality and difference between the concepts of "value chain" and "supply chain". The work analyzed the stages of the procurement process, identified problems in the organization of procurement management. The results of the study and the proposed recommendations can serve as a basis for improving the organization and management of logistics, procurement activities of a trade organization to ensure competitive advantages. New parameters for determining the order of purchases, criteria for evaluating the supplier, and effective work on his choice will reduce costs, save on reducing the number of defects, etc. Research results: criteria have been developed according to which it is necessary to take into account: price, supply discipline, quality, payment terms, territorial remoteness, cooperation experience, satisfaction of complaints, order execution time; the algorithm of interaction between supplier and consumer in the supplier relationship management system is presented; new parameters for determining the procurement procedure and supplier evaluation criteria are defined.

Keywords: procurement management, supplier selection, supplier relationships, competitive advantages, trade organization, supply chain, value chain, supplier selection criteria, inventory values

For citation: Chernukhina G., Khramova A. Relationships of a Trade Organization with Suppliers: How to Achieve a Competitive Advantage. *Sovremennaya konkurentsya*=Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.3, pp.59-75 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-59-75

Введение

Оставщики – часть внешней микросреды, но по отношению к самой компании – это одно из внутренних конкурентных преимуществ, так как качественный выбор поставщиков, определение долгосрочных (стратегических) связей важны для стабильного, эффективного функци-

онирования организации в цепочке создания стоимости.

По мнению профессора М. Портера, признанного специалиста в области конкуренции, «виды деятельности по созданию стоимости должны заноситься в такие категории, которые наилучшим образом представляют их вклад в получение компанией конкурентных преимуществ» [7, с. 82].

Поставщики играют важную роль в цепочке создания стоимости. Построение бесперебойной цепочки поставок играет важную роль в устойчивом развитии торговой организации. Цепочку поставок как систему следует рассматривать как сеть всех отдельных лиц, организаций, ресурсов, видов деятельности и технологий, участвующих в создании и продаже товаров.

Авторы трактуют суть цепочки поставок как «упорядоченную последовательность движения материалов и определенных товаров от поставщика к производителю до их последующей доставки конечному потребителю».

Однако цепочки поставок в некоторой мере можно противопоставить цепочкам создания стоимости, так как они по-разному влияют на конечный продукт. Цепочки поставок направлены на удовлетворение потребностей клиентов. Цепочки создания стоимости стремятся повысить ценность продукта дополнительно к его внутренней ценности, то есть их цель – дать компании дополнительное конкурентное преимущество в отрасли.

Иными словами, это два немного разных взгляда на один и тот же базовый процесс.

Основной целью процесса выбора поставщика является снижение риска покупки, максимизация общей ценности для покупателя и развитие тесных и долгосрочных отношений между данными субъектами. Актуальность темы исследования подтверждается тем, что выбор поставщика, как важнейший элемент системы закупок, становится одним из наиболее важных действий для организации, поскольку от него зависит общая стоимость и качество продукта или услуги и, как следствие, повышается эффективность торгово-логистической деятельности в целом.

Объект исследования: компания N, осуществляющая сборку и оптовые продажи конечных редукторов, применяемых для снижения усилия при ручном управлении трубопроводной арматурой.

Целью данного исследования является анализ деятельности компании N и разработка мероприятий по повышению эффек-

тивности управления взаимодействием с поставщиками.

Для достижения цели поставлены следующие *задачи*: изучить процесс закупки в компании N; рассмотреть алгоритм взаимодействия отдела продаж компании N и поставщика; выявить проблемы в закупочной деятельности; разработать мероприятия по ее совершенствованию, обозначив новые параметры для определения порядка закупок и новые критерии оценки поставщика, и др.

Гипотеза исследования заключается в том, что, выделяя отдел и процессы закупок в качестве центра получения прибыли, предприятие оптимизирует отношения с поставщиками, обретает дополнительные конкурентные преимущества, тем самым снабжение будет не только являться частью оперативного планирования, но и оказывать влияние на общее стратегическое развитие предприятия.

Элементом *новизны* обладает предлагаемый авторами новый процесс закупок в компании N, который будет включать управление этапами процесса закупок, при этом наибольшее внимание уделено этапу выбора поставщика. Рейтинговый метод позволит выбрать оптимального поставщика с учетом множества критериев.

Были использованы общенаучные методы исследования: экономико-статистический, сравнительный, структурно-логический анализ, а также ряд специальных методов. Проведены систематизация и обобщение полученных результатов.

Обзор литературы

Вопросам конкуренции и формирования конкурентных преимуществ посвящены исследования таких зарубежных и отечественных авторов, как М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, Р. А. Фатхутдинов, Ю. Б. Рубин, А. И. Васильев и др.

По мнению М. Портера, «конкурентное преимущество складывается как результат осуществления множества отдельных

видов деятельности, входящих в состав процессов разработки, производства, маркетинга [7, с. 82].

Теория конкурентных преимуществ может быть применима практически везде. Например, страны могут быть экономически конкурентоспособными по сравнению с другими, а отдельные лица могут использовать ее для личной или профессиональной выгоды. Компании, обладающие конкурентным преимуществом, занимают уникальное положение, которое приносит пользу заинтересованным сторонам. Конкурентоспособные предложения пользуются спросом у покупателей, генерируют больше продаж и приносят высокий доход владельцам.

По мнению Фатхутдинова, «фактор конкурентного преимущества – конкретный компонент (фактор) внешней или внутренней среды фирмы, по которому она превосходит конкурирующие фирмы [10, с. 45].

Ж.-Ж. Ламбен выделяет внешние и внутренние источники конкурентных преимуществ экономического объекта [5, с. 277–279].

По мнению профессора Ю.Б. Рубина, «под конкурентными преимуществами субъектов предпринимательского бизнеса следует понимать их более высокие достижения в избранных направлениях предпринимательской деятельности по сравнению с достижениями соперников, признаваемые внешним окружением данного субъекта бизнеса» [9, с. 34].

А.И. Васильев утверждает, что «с точки зрения теории предпринимательства, конкурентоспособность фирмы определяется как способность фирмы своими действиями создавать и доставлять ценность потребителю лучше конкурентов» [2, с. 130–139].

Вопросы логистической деятельности, управления закупками и взаимодействия с поставщиками содержатся в работах таких авторов, как Ф. Котлер, Б.А. Аникин, Т.А. Родкина и др.

Так, Ф. Котлер, описывая закупки, справедливо утверждает, что «прежде, чем выбрать поставщика, закупочный центр компании-покупателя определяет его желаемые

характеристики и степень их относительной важности. Затем проводится оценка каждого кандидата и выбирается наиболее привлекательный из них» [4, с. 192–193].

Поставщики не просто предоставляют необходимые продукты, они оказывают самое непосредственное влияние на работу фирмы [8, с. 68].

Согласимся также с мнением Б.А. Аникина, Т.А. Родкиной, что «главной целью логистики и управления цепями поставок является обеспечение конкурентоспособных позиций организации бизнеса на рынке» [6, с. 42–43].

Отдавая должное работам вышеперечисленных авторов, следует отметить, что необходимо дополнительное исследование управленческих аспектов взаимоотношения с поставщиками как фактора обеспечения конкурентных преимуществ торговой организации, так как отрасль торговли является достаточно восприимчивой к влиянию субъектов и факторов внешней среды.

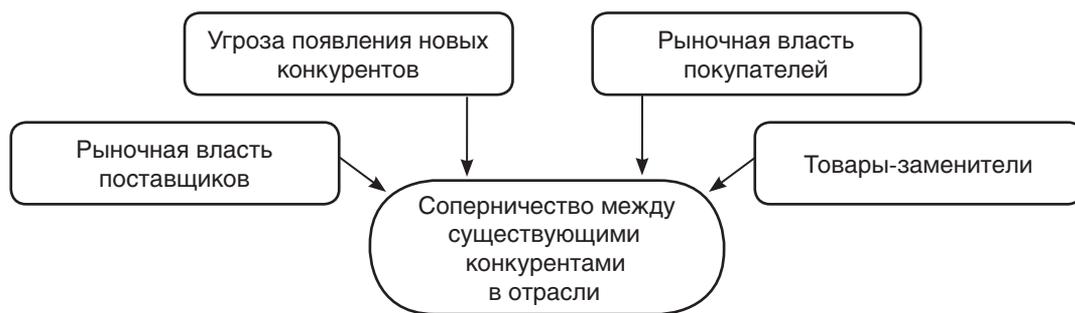
Управление процессом закупок

Объект исследования компания N осуществляет оптовые продажи (и частичную сборку) конических редукторов типа РКГ-1 и РКВ-1, применяемых для снижения усилий при ручном управлении трубопроводной арматурой (задвижками, затворами и т.д.).

Как известно из трудов признанного специалиста в области изучения экономической конкуренции профессора Гарвардской школы бизнеса М. Портера, на деятельность компании оказывают влияние 5 факторов, называемых «конкурентными силами» (рис. 1).

Также М. Портер выделяет три наиболее общие конкурентные стратегии, с помощью которых можно добиться уровня эффективности: лидерство в минимизации издержек, дифференциация и фокусирование [7, с. 94].

По мнению авторов, учитывая высокую конкуренцию на современном рынке, поиск



Источник: [8, с. 38].

Рис. 1. Силы, определяющие отраслевую конкуренцию

Fig. 1. Forces determining industry competition

устойчивого конкурентного преимущества стал одной из главных задач бизнеса. На базовом уровне успех любой организации на рынке может быть обусловлен двумя аспектами: первое – это преимущество в затратах или производительности, второе – ценное преимущество. В первом случае преимущество заключается в предложении продукта или услуги с наименьшей стоимостью. Во втором случае преимущество заключается в предоставлении продукта с наибольшей воспринимаемой дифференциальной ценностью по сравнению с его конкурентами. В идеальной ситуации компания N может иметь преимущество как в затратах, так и в ценности. Эти два основных преимущества обеспечивают основу для стратегии и конкурентного позиционирования.

Основным структурным подразделением, которое занимается складским хозяйством

и управляет взаимоотношениями с поставщиками на предприятии N, является отдел закупок. Этапы процесса закупок в компании N представлены на рисунке 2.

Рассмотрим каждый этап процесса закупок более подробно.

Этап 1. Планирование закупок

Этап 1.1. Определение порядка закупки

На начальном этапе начальник отдела закупок разрабатывает для каждой позиции или группы позиций индивидуальный порядок закупки.

Отрицательным моментом является то, что не разработаны четкие критерии определения порядка закупки комплектующих для сбора редукторов. Необходимо разработать критерии определения порядка закупки комплектующих для сбора редукторов.



Рис. 2. Этапы процесса закупки в компании N

Fig. 2. Stages of the procurement process in company N

Этап 1.2. Планирование потребности в закупке (ассортимент, количество и сроки)

Параметры и факторы, которые учитываются при разработке плана закупок продукции, представлены на рисунке 3.

Компаниям важно выбирать посредников, соответствующих их бизнес-моделям и целям [8, с. 64]. В настоящее время основ-

ным видом реализуемой продукции являются редукторы. В таблице 1 представлен состав редукторов.

Для сборки редукторов применяются детали (материалы), которые закупаются у поставщиков. Компания N осуществляет оптовые продажи готовых (собранных) редукторов, которые в организацию поставляют поставщики.

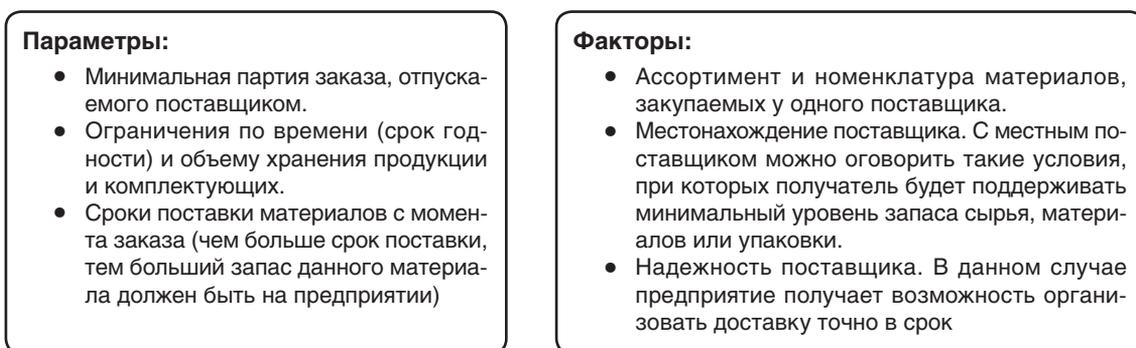


Рис. 3. Параметры и факторы в плане закупок продукции

Fig. 3. Parameters and factors in terms of product purchases

Таблица 1. Состав материалов, из которых изготавливаются (собираются) редукторы

Table 1. The composition of the materials from which the gearboxes are made (assembled)

Наименование материала <i>Name of the material</i>	Кол-во необходимых изделий для изготовления / сбора редуктора <i>Number of necessary products for the manufacture / assembly of the gearbox</i>	
	Редуктор РКГ – 1 <i>RCG – 1 gearbox</i>	Редуктор РКВ – 1 <i>RKV – 1 gearbox</i>
Корпус, 36 кг	1	–
Корпус, 18 кг	–	1
Коническая пара, диаметр 160	1	–
Коническая пара, диаметр 140	–	1
Втулка	1	1
Маховик	1	1
Кожух (лист), диаметр 180	1	–
Кожух (лист), диаметр 160	–	1
Болт М6 × 20	8	8
Болт М10 × 35	9	9
Кулачковая муфта	1	1
Фланец маховика, диаметр 100	1	1
Подшипник	2	2

Этап 2.2. Размещение заказа и документирование сделки

Основанием для размещения заказа поставщику является принятое и задокументированное решение. Закупка производится на основании договора поставки, который должен содержать обязательные условия. Договор, в котором отсутствует хотя бы одно обязательное условие, не может быть заключен; договор, не предусматривающий одного или нескольких дополнительных условий, заключается по решению директора. Отсутствие в договоре предпочтительных условий не является препятствием к его заключению.

Дисциплина поставок является серьезной проблемой процесса закупок в связи с тем, что поставщик, предлагая выгодные условия, сам может эти условия не выполнить в требуемые сроки, что приводит к рискам дефицитов в компании N и необходимости срочной закупки у поставщика с предложенной более высокой ценой, но находящегося поблизости и способного выполнить заказ в требуемые сроки.

Этап 2.3. Взаиморасчеты с поставщиком осуществляются в соответствии с условиями договора поставки

Этап 3. Поставка на склад и приемка материалов и товаров для продажи

Поставка на склад осуществляется в соответствии с договором поставки. Приемка материалов и прочих товарно-материальных ценностей (ТМЦ) производится в соответствии с договором поставки. Следует отметить, что на данном этапе закупок не назначено ответственное лицо за приемку комплекующих по качеству и количеству.

Этап 4. Хранение

Все закупаемые товары должны храниться в условиях, предотвращающих возможность ухудшения качества (в том числе и товары, подлежащие возврату поставщику). Условия хранения разрабатываются и актуализи-

руются технологом по качеству на основании требований нормативной документации.

Этап 5. Продажа товаров

Реализация товаров, предназначенных для продажи, осуществляется в соответствии с договором купли-продажи покупателю.

Проблемы, решение которых является приоритетным, приведены в таблице 3.

Управление закупками существенно повышает эффективность хозяйствования любой организации. Функции отдела закупок включают выбор и доставку товаров, взаимодействие с контрагентами, оценку целесообразности работы с поставщиками и заключение сделок и контрактов. Иными словами, деятельность отдела закупок должна обеспечивать организацию важными стратегическими преимуществами.

Для устранения вышеуказанных проблем авторами предложены мероприятия, указанные в таблице 4.

Совершенствование разработки критериев (мероприятие по внедрению новой схемы рейтингового метода выбора поставщика) является одним из основных мероприятий по совершенствованию управления закупочной деятельностью компании N.

Для разработки параметров для приобретения продукции предлагается для каждого наименования (либо однородной группы) закупаемых материалов и прочих ТМЦ определить порядок закупки, который будет включать следующие параметры: принцип планирования, глубина планирования закупки, принцип выбора варианта закупки, ответственного за закупки, за качество (табл. 5).

Рекомендуемые параметры для определения порядка закупок помогут сотруднику отдела закупок достаточно четко и ясно формировать заявки.

Как уже было отмечено, в организации недостаточно подробно расписаны действия при организации работы с поставщиками. Учитывая, что предлагается совер-

Таблица 3. Проблемы в закупочной деятельности компании N

Table 3. Problems in the procurement activities of company N

Этап процесса закупок <i>Stage of the procurement process</i>	Проблема <i>Problem</i>	Неблагоприятные последствия <i>Adverse effects</i>
Планирование закупок	Несвоевременная подача заявки на необходимые материалы	Срыв сроков по поставке продукции покупателю из-за недостающих комплектующих
Организация закупок у поставщиков	Наличие неустойчивых связей с поставщиками по стратегически важным позициям снабжения	Риск разрыва связей с поставщиком. Неравноценная замена в будущем может привести к повышению операционных затрат
	Нестабильность дисциплины поставок	Риск дефицита товаров, высокие затраты на содержание страховых запасов
Поставка на склад и приемка товара	Нестабильность качества продукции	Падение продаж, потеря рынка
Хранение	На предприятие поступает продукция, для которого отсутствуют однозначные требования хранения	Нарушение условий хранения продукции, из-за чего в дальнейшем она может быть непригодна для продажи
Продажа товаров, предназначенных для продажи	Контроль себестоимости продукции только в рамках предприятия	Рост себестоимости готовой продукции, снижение прибыли предприятия
Контроль	Не распределена ответственность лиц, участвующих в процессе закупок	Трудность определения виновных лиц в случае непоставки товаров, предназначенных для продажи, надлежащего качества и в срок

Таблица 4. Мероприятия по совершенствованию управления закупочной деятельностью компании N

Table 4. Measures to improve the management of procurement activities of company N

Этап процесса закупок <i>Stage of the procurement process</i>	Мероприятие <i>Event</i>
1. Организация закупок у поставщиков	Внедрить новую схему по выбору поставщиков
2. Планирование закупок	Применять модель для расчета оптимального размера заказа
3. Поставка на склад и приемка товара	Назначить ответственное лицо за приемку товаров по качеству и количеству
4. Хранение	Разработать справочник условий хранения товаров и материалов
5. Продажа товаров, предназначенных для продажи	Назначить ответственное лицо по соответствию закупаемых товаров продаваемым
6. Контроль	Разработать матрицу распределения ответственности по этапам процесса «Закупки»

шенствовать этап планирования закупок (в части разработки специальных критериев) и этап организации как важной функции управления (по выбору поставщика), рекомендуется утвердить новый процесс закупок в компании N (рис. 5).

Рекомендуемый процесс закупок будет более наглядно отражать действия сотруд-

ников отдела закупок. В связи с тем, что нами предлагается новый процесс закупок, необходимо утвердить ответственность сотрудников предприятия на каждом этапе процесса закупок.

В работе отдела закупок особое место занимает оценка поставщиков, а именно способность поставщиков снабжать

Таблица 5. Рекомендуемые параметры для определения порядка закупок

Table 5. Recommended parameters for determining the order of purchases

Параметры <i>Parameters</i>	Критерии параметра <i>Parameter criteria</i>
Принцип планирования	<ul style="list-style-type: none"> ▪ по утвержденным нормам расхода на единицу продукции; ▪ по заявкам подразделений
Глубина планирования	Месяц, квартал, год
Принцип выбора варианта закупки	<ul style="list-style-type: none"> ▪ коллегиально отделом закупок; ▪ ответственным за закупки из списка одобренных поставщиков; ▪ ответственным за закупки по согласованию с заявителем
Ответственный за закупки	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ведет переговоры с поставщиком по условиям закупки; ▪ документирует с поставщиком закупку с учетом установленных норм и требований к качеству, условий поставки и финансовой безопасности предприятия; ▪ координирует действия с транспортными компаниями; ▪ контролирует исполнение с поставщиком условий закупки
Ответственный за качество	<ul style="list-style-type: none"> ▪ документирует требования к качеству; ▪ ведет переговоры с поставщиком по вопросам качества; ▪ организует приемку по качеству

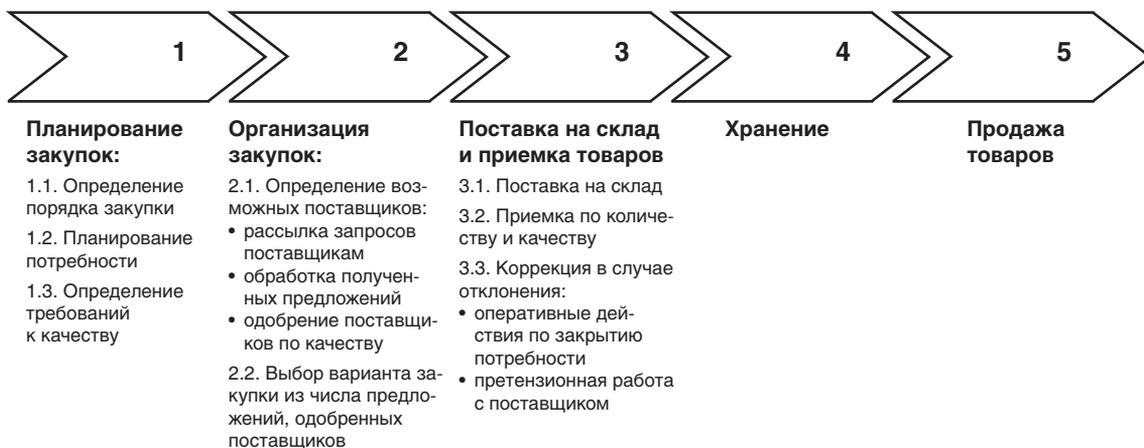


Рис. 5. Рекомендуемые этапы процесса закупки

Fig. 5. Recommended stages of the procurement process

предприятие ресурсами, отвечающими требованиям контракта (договора) [6, с. 22].

Рассмотрим работу системы на примере выбора поставщика редукторов в компании N. Каждому перспективному поставщику присваивается индивидуальная карточка с оценкой, рассчитываемой исходя из множества существенных критериев, определяющих надежность поставщика и привлекательность работы с ним с точки зре-

ния долгосрочного и выгодного сотрудничества.

Рекомендуемые критерии оценки поставщика представлены в таблице 6.

Значимость каждого критерия была определена экспертным путем (табл. 7), используя ранжирования критериев от 1 до 3, где: 3 – наиболее значимый критерий, 2 – равнозначный критерий, 1 – менее значимый критерий.

Таблица 6. Рекомендуемые критерии оценки поставщика

Table 6. Recommended supplier evaluation criteria

Критерий <i>Criteria</i>	Описание критерия <i>Description of the criterion</i>
Цена DDP	Отражает фактическую выгодность ценового предложения. Цена DDP – это цена, очищенная от таможенных пошлин и платежей, включающая в себя все затраты на движение товара от поставщика до компании N
Цена EXW	Цена на заводе поставщика. Показывает, насколько конкурентоспособной и потенциально выгодной является отпускная цена поставщика в сравнении с другими предложениями. Является индикатором ценовой спекуляции или неэффективного производства
Дисциплина поставок	Оценивает надежность снабжения силами поставщика, более высокая оценка предполагает меньшие риски от срывов и задержек поставок
Качество	Соответствие поставляемой продукции предъявляемым к ней требованиям
Условия оплаты	Наименьшая оценка показывает упущенную выгоду при отвлечении денежных средств из оборота компании N
Территориальная удаленность	Отражает возрастающее количество логистических издержек и рисков, связанных с взаимодействием с удаленным поставщиком [3, с. 48]. Взаимодействие с удаленными поставщиками негативно влияет на гибкость снабжения
Опыт сотрудничества	Оценивает возможные риски от неопределенности в работе с «малоизвестными» поставщиками
Удовлетворение рекламаций	Отражает дисциплину соблюдения условий договора, показывает дипломатическую «гибкость» и расположенность поставщика к сотрудничеству
Срок исполнения заказа	Показывает наличие и потенциал свободных производственных мощностей

Таблица 7. Присвоенные ранги значимости критериев

Table 7. Assigned ranks of significance of criteria

Критерий <i>Criteria</i>	Присвоенный ранг <i>Assigned rank</i>	Удельный вес критерия <i>The specific weight of the criterion</i>
1. Цена DDP	3	$3 / 18 = 0,17$
2. Цена EXW	1	$1 / 18 = 0,06$
3. Дисциплина поставок	2	$2 / 18 = 0,11$
4. Качество	3	$3 / 18 = 0,17$
5. Условия оплаты	2	$2 / 18 = 0,11$
6. Территориальная удаленность	1	$1 / 18 = 0,06$
7. Опыт сотрудничества	2	$2 / 18 = 0,11$
8. Удовлетворение рекламаций	2	$2 / 18 = 0,11$
9. Срок исполнения заказа	2	$2 / 18 = 0,11$
Итого	18	1

Таблица 8. Примерная информация по «Поставщику 1»

Table 8. Sample information on "Supplier 1"

Информация для расчетов <i>Information for calculations</i>	Источник <i>Source</i>	Значение <i>Meaning</i>
Цена DDP	Коммерческое предложение поставщика	240 руб.
Цена EXW	Коммерческое предложение поставщика	220 руб.
Количество подписанных спецификаций	Информационная база отдела материально-технического обеспечения (ОМТО)	17 спецификаций
Количество опозданий по спецификации	Информационная база ОМТО	0 опозданий
Индекс надежности поставщика по качеству	Отдел качества	95% поставок без брака
Условия по договору поставки	Договор поставки	Отсрочка 30 календарных дней со дня поставки товара на склад покупателя
Время машины в пути со склада поставщика до склада покупателя	Расчеты отдела логистики	3 часа, поставщик находится в городе покупателя
Количество закрытых спецификаций	Информационная база ОМТО	17
Количество незакрытых претензий	Информационная база отдела качества	0 штук
Общее количество претензий по поставщику	Информационная база отдела качества	15 штук
Срок исполнения заказа	Коммерческое предложение поставщика	30 дней

Таблица 9. Расчет рекомендуемых критериев по «Поставщику 1»

Table 9. Calculation of recommended criteria for "Supplier 1"

Критерий <i>Criteria</i>	Расчет критерия <i>Calculation of the criterion</i>
1. Цена DDP	$K1 = (240 \text{ руб.} / 220 \text{ руб.}) \times 10 \times 0,17 = 1,9$
2. Цена EXW	$K2 = (16 \text{ руб.} / 16 \text{ руб.}) \times 10 \times 0,06 = 0,6$
3. Дисциплина поставок	$K3 = 1 - (0 / 17) \times 10 \times 0,11 = 1,1$
4. Качество	$K4 = (1 - (95 / 100)) \times 10 \times 0,17 = 0,09$
5. Условия оплаты	$K5 = ((100 - (-30)) / 100) \times 7 \times 0,06 = 0,546$
6. Территориальная удаленность	$K6 = ((7 - (3 / 24)) / 7) \times 10 \times 0,06 = 0,589$
7. Опыт сотрудничества	$K7 = 5 \times 0,11 = 0,55$
8. Удовлетворение рекламаций	$K8 = 1 - (0 / 15) \times 10 \times 0,11 = 1,1$
9. Срок исполнения заказа	$K9 = (30 / 30) \times 10 \times 0,11 = 1,1$
Итоговая оценка поставщика	$K_{\text{оц}} = 1,9 + 0,6 + 1,1 + 0,09 + 0,546 + 0,589 + 0,55 + 1,1 + 1,1 = 7,6$

Для примера рассчитаем оценку «Поставщика 1», по которому имеется информация, представленная в таблице 8.

Расчет рекомендуемых критериев по «Поставщику 1» представлен в таблице 9.

Поставщикам, помимо количественной оценки для визуализации, была присвоена качественная оценка: так потенциальные партнеры, в зависимости от итоговой оценки, условно были разделены на группы. Интерпретация качественной оценки поставщика представлена далее.

По аналогии с расчетом итоговой оценки проводится перевод критериев с порядковыми номерами от 3 до 8 в десятибалльную шкалу, где экспертным методом присуждена качественная оценка рисков (табл. 10).

При анализе оценок потенциальных для компании N партнеров (табл. 11) был выявлен оптимальный партнер для стратегических отношений – «Поставщик 2», получивший наивысший итоговый балл, также кооперация с таким поставщиком предполагает минимальные риски. «Поставщик 3» и «Поставщик 1» стали поставщиками второй и третьей очереди на кооперацию.

Рейтинг поставщиков мы определяли суммированием произведений веса крите-

рия оценки на его оценку для данного поставщика и после расчетов выбрали партнера с наибольшим результатом (в данном случае это «Поставщик 2»).

При анализе критериев поставщика было выявлено, что при относительно низкой цене DDP он имеет относительно высокую цену EXW (Инкотермс 2020). Соглашение EXW (Ex Works) означает, что у продавца есть минимальные обязательства, в соответствии с которыми он несет ответственность только за транспортировку товара в указанное место и за сохранность товара на начальном этапе. Вся процедура доставки и все расходы переключаются на покупателя: погрузка и разгрузка товара; юридические формальности, риски и ответственность за товар и т.д. Эта процедура идентична самовывозу.

Небольшая территориальная удаленность от компании N позволяет при изначально высоких ценах EXW делать хорошее предложение DDP (Delivered Duty Paid) по сравнению с поставщиками, которые имеют лучшие цены EXW.

Выбор поставщика – одна из важнейших задач в деятельности отдела закупок компании N и источник конкурентного преимуще-

Таблица 10. Интерпретация качественной оценки рисков поставщика

Table 10. Interpretation of the supplier's qualitative risk assessment

Итоговая оценка <i>Final assessment</i>	Качественная оценка рисков <i>Qualitative risk assessment</i>	Значение <i>Meaning</i>
Более 9,7 баллов	Минимальные	Поставки идут по графику, нет претензий по качеству, удаленность поставщика позволяет выполнять оперативные отгрузки, условия оплаты являются максимально выгодными; в целом в процессе работы поставщик уже зарекомендовал себя в компании N
От 9,7 до 8,5 баллов	Низкие	Возможно возникновение неблагоприятных последствий по 1–2 критериям
От 8,5 до 7,5 баллов	Средние	Сотрудничество с поставщиком влечет вероятное возникновение рисков, для их предупреждения рекомендуются корректирующие действия
Ниже 7,5 баллов	Высокие	Работа с поставщиком сопряжена с рисками, обязательны предупреждающие действия для снижения или ликвидации их неблагоприятных последствий

Таблица 11. Результаты оценки поставщиков

Table 11. Supplier evaluation results

Параметр <i>Parameter</i>	Итоговая оценка <i>Final assessment</i>	Качественная оценка <i>Qualitative assessment</i>	Оценка рисков <i>Risk assessment</i>	Критерии оценки <i>Evaluation criteria</i>								
				1	2	3	4	5	6	7	8	9
2	8,7	Отличный	Миним.	5,2	7,6	10	9,2	9,1	10	10	10	10
3	8,4	Хороший	Низкие	5,0	9,9	8,0	10	8,8	7,0	10	9,3	10
1	7,6	Удовлетв.	Средние	5,0	10	10	9,5	9,1	10	5,0	10	10
4	7,6	Удовлетв.	Средние	4,8	10	9,2	8,7	9,1	3,8	8,0	10	5,6
6	7,1	Удовлетв.	Высокие	5,3	10	7,0	9,0	9,1	1,0	3,0	10	10
5	7,1	Удовлетв.	Высокие	4,4	10	8,8	9,5	9,1	2,4	3,0	10	7,0
7	6,1	Плохой	Высокие	4,3	10	5,0	8,0	9,1	3,8	1,0	5,0	10

ства, связанный, среди прочего, с минимизацией издержек.

Помимо используемого метода, предлагается более простой способ оценки поставщика – рейтинговый. Для обсуждения перспектив стратегического сотрудничества и возможности снижения цены EXW и, как следствие, перевода поставщика в ранг «идеального» для кооперации были проведены двусторонние переговоры с участием руководства компании N и «Поставщика 2».

Реализация данной модели оценки поставщиков стала возможной после понимания компаниями, что у поставщика и компании N нет прямой конкуренции, а значит, сокрытие информации приводит только к получению краткосрочной выгоды. У поставщика и компании N одинаковые экономические интересы: увеличение продаж на объекте исследования ведет к росту продаж поставщика, и наоборот.

Процесс оптимального выбора поставщика носит долгосрочный характер. Стратегическим поставщиком может быть тот, кто поставляет важнейшие товары, материалы или услуги, от которых зависит деятельность организации, и/или имеет важное значение для стратегического роста. Одной из сложных задач во всей цепочке поставок

и процессе закупок является снижение человеческого фактора и оценка отношений, которые сложились с поставщиками и стратегическими партнерами.

Стратегическое партнерство с поставщиками и взаимоотношения с клиентами положительно влияют на оперативность цепочки поставок и, как следствие, на операционные показатели. Стратегическое партнерство может также называться стратегическими отношениями с поставщиками. Основные результаты переговоров компании N и поставщика зафиксированы в таблице 12.

Стратегия важна для любой организации, стремящейся к долгосрочному функционированию и росту и росту. Существует большой выбор известных стратегий. Выбрав одну из них, можно усилить конкурентные преимущества предприятия и тем самым усилить конкурентоспособность его самого и его продукции [1, с. 127].

Одобренные поставщики обеспечивают приемлемые цены и уровень обслуживания. Стратегическое партнерство с поставщиками и взаимоотношения с клиентами в первую очередь рассматриваются как предпосылки оперативности цепочки поставок. Покупатели и поставщики должны поддерживать долгосрочные партнерские отношения и расширять сотрудничество. В конечном

Таблица 12. Результаты переговоров о стратегическом партнерстве

Table 12. Results of the strategic partnership negotiations

Достигнутые соглашения <i>Agreements reached</i>	Предположительные последствия для сторон <i>Expected consequences for the parties</i>	
	Поставщик 2 <i>Supplier 2</i>	Компания N <i>Company N</i>
Цена	Снижение себестоимости продукции	Снижение закупочной цены для подшипников
Объем	Обеспечение гарантированного объема продаж. Выделение складских площадей под создание страхового запаса для компании N	Экономия на аренде складских площадей
Качество	Экономия на снижении количества брака	Экономия на оплате допустимого брака по договору, экономия на проверках по качеству
Условия договора	Гарантия закрытия взаиморасчетов с компанией N, связанная с надежностью клиента	Предоставление кредитной линии на 60 дней

счете выбор поставщика становится одним из наиболее важных действий для организации, поскольку от него зависит общая стоимость и качество продукта или услуги.

Заключение

Конкурентное преимущество имеет важное значение, поскольку оно делает продукт или услугу компании более привлекательными для потребителей. Чтобы привлечь внимание покупателей и заставить их выбирать свои товары или услуги, компании создают уникальные и высококачественные продукты, устанавливают более низкие цены, обеспечивают лучшее обслуживание клиентов и т. д. Это помогает компаниям получать высокие объемы продаж, норму прибыли и высокий уровень лояльности клиентов.

Поскольку устойчивое конкурентное преимущество приносит много выгод бизнесу, владельцы компаний пытаются достичь его несколькими способами. Они внедряют то, чего нет у конкурентов, запускают инновационные продукты и многое другое. Наличие явного конкурентного преимущества придает компании уверенность и позволяет правильно распределять ресурсы.

Авторами был проанализирован каждый этап процесса закупок, который помог выявить проблемы в организации управления закупками и определить источники формирования конкурентных преимуществ.

Выбор поставщика представляет собой одну из наиболее важных функций, выполняемых отделом закупок, которая определяет долгосрочную жизнеспособность компании. Основной целью процесса выбора поставщика является снижение риска в процессе закупки, максимизация общей ценности для покупателя и стратегическое развитие долгосрочных отношений с поставщиками. Выбор поставщика – это многокритериальная задача, которая включает в себя как качественные, так и количественные критерии.

Значение неценовых критериев, таких как дисциплина поставок, качество, условия оплаты и территориальная удаленность, опыт сотрудничества и опыт удовлетворения рекламаций, влияют на риски отношений с поставщиком. Проведя анализ работы предприятия, можно сказать, что оно работает стабильно. Однако есть узкие места, которые нужно совершенствовать. Так, необходимо улучшать логистическую деятельность предприятия по работе по выбору поставщиков и срокам по поставке

товаров (запасов), что позволит предприятию снизить затраты на хранение товаров на складе, а также затраты на закупаемые товары, которые предназначены для продажи [4, с. 60–68]. В будущем планируется, что за счет многокритериальной оценки поставщика компании N удастся повысить эффективность поставок качественных товаров.

Закупки и работа с поставщиками будут не только являться частью оперативного планирования, но и оказывать влияние на общее стратегическое развитие данной торговой организации.

Выводы и рекомендации

Учитывая важную роль поставщиков в стратегических рамках цепочек поставок и создании стоимости для обеспечения дополнительных конкурентных преимуществ, отметим, что процесс отбора и оценки является одним из наиболее важных аспектов работы компании, поэтому предприятия должны поддерживать долгосрочные отношения со своими наиболее надежными поставщиками. Эффективные переговоры, разработка плана сокращения затрат и непрерывная коммуникация с поставщиками способствуют развитию всей компании, принося долгосрочную прибыль и укрепляя конкурентные преимущества.

Список литературы

1. Астахов В. В., Хабаров В. И. Определение эффективной стратегии повышения конкурентоспособности наукоемкого предприятия // Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 2 (74). С. 120–129. DOI: 10.24411/1993-7598-2019-10209.
2. Васильев А. И. Конкуренция и конкурентоспособность: проблема взаимосвязи // Современная конкуренция. 2017. Т. 11. № 5 (65). С. 130–139.
3. Дмитриева С. И. Логистика. Практические задачи, примеры решения, варианты для самостоятельной работы, тесты: учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Спутник +», 2018. – 102 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
5. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / пер. с фр. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
6. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики: учебник / под ред. Б. А. Аникина и Т. А. Родкиной. – М.: Проспект, 2013. – 344 с.
7. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 945 с.

Стратегическое управление поставщиками является одним из важнейших средств обеспечения конкурентных преимуществ современных торговых организаций.

При общении со стратегическими поставщиками следует учитывать два аспекта. Во-первых, целью таких отношений является построение эффективных долгосрочных отношений. Во-вторых, в управлении взаимоотношениями с поставщиками важны регулярные взаимодействия.

Учитывая, что предлагается совершенствовать этап планирования закупок (в части разработки специальных критериев) и этап организации как важной функции управления (по выбору поставщика), предлагается утвердить новый процесс закупок в компании N, который будет включать следующие этапы: планирование закупок; организацию закупок; поставку на склад и приемку товаров; хранение; продажу товаров.

В будущем планируется, что такая схема позволит обеспечить следующие конкурентные преимущества: стабильность, гибкость, конкурентоспособность цепочки поставок компании N; снижение уровня запасов; обеспечение стабильно высокого качества готовой продукции; повышение точности и качества планирования; оптимизация снабжения; снижение операционных и иных издержек.

8. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
9. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: учебник. – М.: Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2003. – 584 с.
10. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг: учебник. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез»», 2000. – 640 с.

Сведения об авторах

Чернухина Галина Николаевна, ORCID 0000-0001-9397-5752, канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой коммерции и торгового дела, Университет «Синергия», Москва, Россия, Gchernukhina@synergy.ru

Храмова Алиса Владимировна, ORCID 0000-0002-4141-5662, канд. экон. наук, доцент, кафедра коммерции и торгового дела, Университет «Синергия», Москва, Россия, Hramova.alisa@yandex.ru

Статья поступила 03.04.2023, рассмотрена 18.04.2023, принята 28.04.2023

References

1. Astakhov V. V., Khabarov V. I. Determination of effective strategy of improving competitiveness of the knowledge-intensive enterprise. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2019, vol.13, no.2(74), pp.120-129 (in Russian).
2. Vasiliev A. I. Competitiveness and competition: the problem of interrelationship. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2017, vol.11, no.5(65), pp.130-139 (in Russian).
3. Dmitrieva S. I. *Prakticheskie zadachi, primery resheniya, varianty dlya samostoyatel'noi raboty, testy: uchebnoe posobie* [Logistics. Practical tasks, examples of solutions, options for independent work, tests: a study guide]. 2nd ed., rev. and add. Moscow, *Izdatel'stvo «Sputnik +»* Publ., 2018, 102 p.
4. Kotler F. *Marketing menedzhment. Ekspress-kurs* [Marketing management. Express course]. 2nd ed. Transl. from English ed. by S. G. Bozhuk. St. Petersburg, *Piter Publ.*, 2006, 464 p.
5. Lambin J.-J. *Strategicheskii marketing. Evropeiskaya perspektiva* [Strategic Marketing. European perspective]. Transl. from French. St. Petersburg, *Nauka Publ.*, 1996, 589 p.
6. *Logistika i upravlenie tsepyami postavok. Teoriya i praktika. Osnovy logistiki: uchebnik* [Logistics and supply chain management. Theory and practice. Fundamentals of logistics: textbook]. Ed. by B. A. Anikin and T. A. Rodkina. Moscow, *Prospect Publ.*, 2013, 344 p.
7. Porter M. *Konkurentnoe preimushchestvo. Kak dostich' vysokogo rezul'tata i obespechit' ego ustoichivost'* [Competitive advantage. How to achieve a high result and ensure its sustainability]. Moscow, *Al'pina Publisher Publ.*, 2016, 945 p.
8. Porter M. *Konkurentnaya strategiya: Metodika analiza otraslei i konkurentov* [Competitive strategy: Methods of analyzing industries and competitors]. Transl. from English. Moscow, *Al'pina Biznes Buks Publ.*, 2005, 454 p.
9. Rubin Yu. B. *Teoriya i praktika predprinimatel'skoi konkurentsii: uchebnik* [Theory and practice of entrepreneurial competition: Textbook]. Moscow, Moscow International Institute of Econometrics, Informatics, Finance and Law, 2003, 584 p.
10. Fatkhutdinov R. A. *Strategicheskii marketing: uchebnik* [Strategic marketing: Textbook]. Moscow, *ZAO «Biznes-shkola «Intel-Sintez»» Publ.*, 2000, 640 p.

About the authors

Galina N. Chernukhina, ORCID 0000-0001-9397-5752, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Head of Commerce and Trade Affairs Department, Synergy University, Moscow, Russia, Gchernukhina@synergy.ru

Alisa V. Khramova, ORCID 0000-0002-4141-5662, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Commerce and Trade Affairs Department, Synergy University, Moscow, Russia, Hramova.alisa@yandex.ru

Received 03.04.2023, reviewed 18.04.2023, accepted 28.04.2023

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3-76-86

Эволюция маркетплейсов на российском рынке от новаторства до массовой популярности

А. Ю. Анисимов¹, О. В. Поляков^{1*}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* olegwww@bk.ru

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению темы маркетплейсов в контексте динамичного развития онлайн-торговли и повышенного интереса со стороны потребителей и организаций к этой модели бизнеса, поскольку в настоящее время маркетплейсы становятся все более популярными как для продавцов, так и покупателей благодаря своей удобности, широкому ассортименту и доступности товаров и услуг. В статье обосновывается актуальность данного исследования, связанная с растущей популярностью маркетплейсов и их значением для электронной коммерции. Авторы обращают внимание на преимущества и ограничения модели бизнеса маркетплейсов, предоставляя аналитическое обоснование их значения и потенциала для организаций, также авторы приводят суждения о том, как организациям эффективно использовать маркетплейсы в своих стратегиях продаж, а также о роли маркетплейсов в современной экономике и обществе. Приводятся суждения, основанные на анализе данных и опыте других компаний, которые помогут руководству организаций лучше понять особенности маркетплейсов и разработать эффективные стратегии продаж. Целью исследования является изучение преимуществ и ограничений модели бизнеса маркетплейсов, а также предоставление практических рекомендаций для организаций, стремящихся успешно присоединиться к маркетплейсам. Отмечается, что исследование представляет новые исследовательские выводы, которые вносят вклад в академическое сообщество и практическую область ведения бизнеса. На основе анализа данных исследования приводятся суждения о значении маркетплейсов для различных сфер бизнеса, экономики и общества в целом. Таким образом, статья предоставляет ценную информацию о маркетплейсах, их преимуществах и ограничениях, а также предлагает рекомендации для бизнеса, академического сообщества и органов регулирования, способствуя развитию этой модели бизнеса и повышению эффективности онлайн-торговли.

Ключевые слова: потребительский рынок, электронная коммерция, маркетплейс, интернет-магазин, конкуренция, цифровой маркетинг

Для цитирования: Анисимов А. Ю., Поляков О. В. Эволюция маркетплейсов на российском рынке от новаторства до массовой популярности // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 3. С. 76–86. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-76-86

The Evolution of Marketplaces in the Russian Market from Innovation to Mass Popularity

A. Anisimov¹, O. Polyakov^{1*}

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* olegwww@bk.ru

Abstract. The article is devoted to the consideration of the topic of marketplaces in the context of the dynamic development of online commerce and increased interest from consumers and businesses in this business model, because currently marketplaces are becoming increasingly popular for both sellers and buyers, due to their convenience, wide range and availability of goods and services. The article substantiates the relevance of this research related to the growing popularity of marketplaces and their importance for e-commerce. The authors draw attention to the advantages and limitations of the marketplace business model, providing an analytical justification of their significance and potential for businesses, and the authors also make judgments on how businesses can effectively use marketplaces in their sales strategies, as well as on the role of marketplaces in the modern economy and society. Judgments based on data analysis and the experience of other companies are given, which will help businesses better understand the features of marketplaces and develop effective sales strategies. The purpose of the study is to investigate the advantages and limitations of the marketplace business model, as well as to provide practical recommendations for businesses seeking to successfully join marketplaces. It is noted that the study has a novelty and presents new research findings that contribute to the academic community and the practical field of business. Based on the analysis of the research data, judgments are made about the importance of marketplaces for various spheres of business, economy and society as a whole. Thus, the article provides valuable information about marketplaces, their advantages and limitations, as well as offers recommendations for businesses, the academic community and regulatory authorities, contributing to the development of this business model and improving the efficiency of online trading.

Keywords: consumer market, e-commerce, marketplace, online store, competition, digital marketing

For citation: Anisimov A., Polyakov O. The Evolution of Marketplaces in the Russian Market from Innovation to Mass Popularity. *Sovremennaya konkurentsya*—Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.3, pp.76-86 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-76-86

Введение

В современном информационном обществе онлайн-торговля занимает все более значимое место, предоставляя уникальные возможности как для продавцов, так и для покупателей, где одним из ключевых развитий в этой сфере являются электронные коммерческие платформы, известные как маркетплейсы. Маркетплейсы представляют собой цифровые площадки, где продавцы могут предлагать свои товары и услуги, а покупатели могут выбирать из широкого ассортимента предложений.

В настоящее время актуальность исследования темы маркетплейсов особенно ощущается в свете динамичного развития онлайн-торговли и повышенного интереса со стороны потребителей и бизнеса к этому сектору. Маркетплейсы становятся все более популярными как для продавцов, так и для покупателей благодаря своей удобности, широкому ассортименту и доступности товаров и услуг.

Однако, несмотря на все преимущества, маркетплейсы также имеют свои ограничения и вызывают вопросы. Исследование направлено на изучение ограничений

доминирующего положения маркетплейсов над своими продавцами и покупателями, а не только на вопросы повышения их конкурентоспособности. Бизнесам, которые хотят начать продавать свои товары на маркетплейсах, важно понимать преимущества и ограничения этой модели бизнеса, а также ознакомиться с опытом других компаний и наиболее эффективными стратегиями продаж на маркетплейсах. Кроме того, маркетплейсы сами по себе нуждаются в постоянной оптимизации своих бизнес-моделей, процессов продаж и взаимодействия с продавцами и покупателями.

Таким образом, данное исследование имеет целью раскрыть актуальность исследуемой проблемы, выявить преимущества и ограничения маркетплейсов, а также предоставить ценные рекомендации для улучшения и оптимизации работы на маркетплейсах.

Эволюция и развитие маркетплейсов

Маркетплейсы – это онлайн-платформы, которые объединяют продавцов и покупателей, предоставляя возможность покупать и продавать товары и услуги [1]. Они представляют собой динамично развивающийся сегмент рынка электронной коммерции, который прошел долгий путь эволюции. В этой статье мы рассмотрим, как развивались маркетплейсы начиная с их первых шагов до сегодняшних дней.

Истоки маркетплейсов уходят в далекое прошлое. Так, в 1994 г. Джефф Безос создал первый интернет-магазин Amazon, функционирующий в глобальной сети Интернет, что поспособствовало развитию такого феномена, как электронная торговля (коммерция), или e-commerce, широко используемого в учебных пособиях.

В России первый интернет-магазин появился 9 апреля 1998 г., его основателями стали Александр Егоров и Дмитрий Рудаков, а основным направлением – торговля бумажными книгами и видеокассетами [2].

С начала 2000-х годов маркетплейсы стали популярными во всем мире. В это время появилось множество новых маркетплейсов, которые специализировались на разных товарах и услугах. Например, Etsy – это маркетплейс, специализирующийся на ручной работе и товарах, связанных с хобби и творчеством; Airbnb – это маркетплейс, который предоставляет возможность арендовать жилье в разных городах и странах [3].

В России также можно наблюдать активное развитие и инновации в сфере маркетплейсов, так, например, компания Wildberries, которая изначально была онлайн-магазином одежды и обуви, успешно расширила свою деятельность, предлагая сейчас широкий ассортимент товаров и услуг, включая продукты питания, электронику и бытовую технику. Еще один пример – «Яндекс.Маркет», который начал свою деятельность как поисковая система товаров и услуг, однако с течением времени эволюционировал в маркетплейс, предоставляя возможность покупателям приобретать товары напрямую через свою платформу.

Эти примеры демонстрируют, как маркетплейсы в России активно адаптируются к потребностям рынка, расширяют свою предложенную продукцию и улучшают опыт покупателей. Это свидетельствует о росте и значимости маркетплейсов в российском онлайн-торговом секторе. С развитием маркетплейсов появилось множество новых технологий и инструментов, которые помогли улучшить пользовательский опыт. Например, маркетплейсы начали использовать алгоритмы машинного обучения и искусственного интеллекта для улучшения поиска и рекомендаций товаров [4]. Это позволяет предоставлять более персонализированный опыт для каждого покупателя.

В целом можно сказать, что маркетплейсы продолжают эволюционировать, улучшая свой функционал и предлагая новые услуги и возможности для продавцов и покупателей. Разумно ожидать, что в будущем маркетплейсы будут продолжать расти и ста-

нут более дифференцированными, удовлетворяя все больше и больше потребностей пользователей (рис. 1).

Этап № 1 «Время первых» – создание первых интернет-магазинов, таких как Amazon, eBay, «Озон» и т. д. [5].

Этап № 2 «Становление» – период активного роста количества интернет-пользователей, цифровых систем и сервисов.

Этап № 3 «Цифровые экосистемы» – активное увеличение функционала интернет-платформ и сервисов, интеграция и развитие новых бизнес-моделей, а также активное увеличение значимости социальных интернет-сетей, интернет-вещей и новых цифровых предпочтений современного поколения – Y и Z.

Этап № 4 «Искусственный интеллект» – структурные изменения в цифровой экономике за счет искусственного интеллекта и блокчейн-технологий.

Таким образом, исследование этих этапов развития интернет-торговли в мире, оно под-

черкивает важность постоянного приспособления к изменяющимся условиям и внедрению новых технологий для успешного функционирования в этой сфере. Будущее интернет-торговли будет связано с дальнейшим развитием и интеграцией искусственного интеллекта и блокчейн-технологий, что требует от компаний и организаций постоянного освоения новых знаний и навыков.

Роль и место современных маркетплейсов

Сегодняшний этап развития маркетплейсов характеризуется активным прогрессом, а их растущая популярность и значительный рост вызывают все больший интерес со стороны широкого бизнес-сообщества и инвесторов по всему миру [6, 7]. Согласно данным аналитической компании Sell.Market, в мире функционирует 1644 маркетплейса, включая разнообразные торговые площадки и агрегаторы [8]. В России насчитывается 65 маркетплейсов, причем каждый из



Рис. 1. Ключевые этапы развития интернет-торговли в мире
 Fig. 1. Key stages of the development of Internet commerce in the world

них имеет в среднем 5 миллионов товаров в своем ассортименте. Кроме того, на каждый маркетплейс приходится около 103 тысяч продавцов, обслуживающих примерно 3 миллиона покупателей. Ежемесячно маркетплейсы России привлекают около 16 миллионов посещений (рис. 2).

В современном информационном обществе маркетплейсы стали основным каналом продаж и покупок, обеспечивая удобство, доступность и разнообразие товаров и услуг, что дополнительно подчеркивает значительное влияние и популярность маркетплейсов как для продавцов, так и для покупателей. Широкий спектр предлагаемых товаров, состоящий из 5 миллионов позиций, отражает многообразие сегментов, в которых действуют маркетплейсы, включая одежду, обувь, электронику, продукты питания и многое другое.

Согласно предоставленным данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), маркетплейсы продолжают увеличивать свою долю на российском рынке онлайн-ритейла [9]. В 2022 году доля маркетплейсов составила 45% от общей суммы продаж, что превышает показатель преды-

дущего года на почти 6%. Это означает, что маркетплейсы становятся все более популярными среди покупателей, которые предпочитают использовать эти цифровые платформы для покупки товаров и услуг.

Кроме того, отмечается значительный рост количества активных продавцов на различных маркетплейсах. За год их количество увеличилось в 2,5–3,5 раза, достигнув примерно 960 тыс. продавцов. Этот факт свидетельствует о том, что все больше бизнесов присоединяются к маркетплейсам, видя в них привлекательные возможности для расширения своей клиентской базы и увеличения объема продаж (рис. 3).

Такие результаты указывают на значимость и рост влияния маркетплейсов на российском рынке онлайн-ритейла. Их успех объясняется привлекательностью для продавцов и покупателей, широким ассортиментом товаров и удобством использования платформ. Однако данная тенденция также вызывает вопросы о справедливости конкуренции и необходимости регулирования деятельности маркетплейсов для обеспечения равных условий для всех участников рынка.



Источник: [8].

Рис. 2. Количество маркетплейсов в мире и России
Fig. 2. The number of marketplaces in the World and Russia

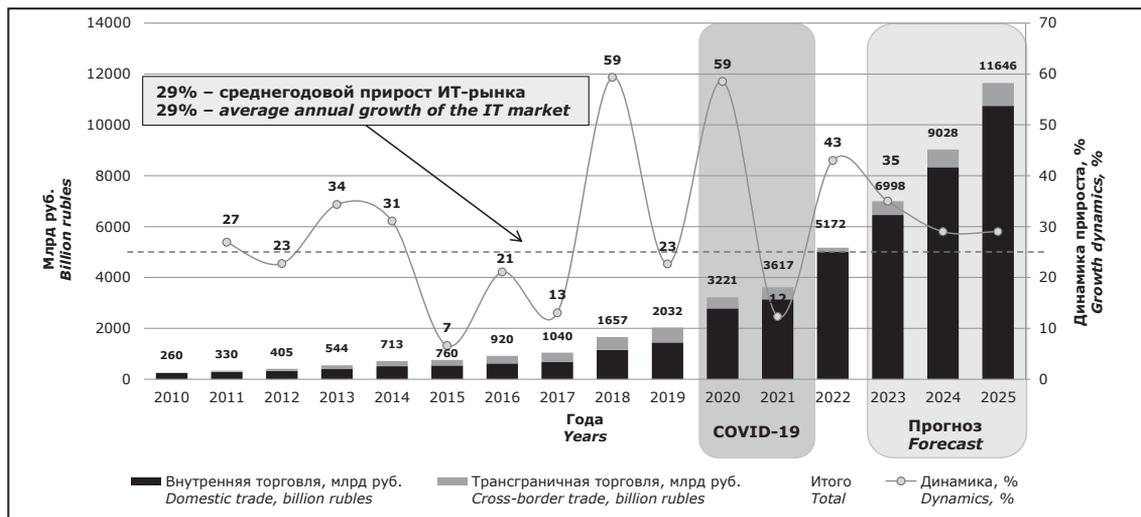


Рис. 3. Российский рынок интернет-торговли (млрд руб.)
 Fig. 3. Russian e-commerce market (billion rubles)

Большая доля продаж в онлайн-ритейле пришлось на отечественные маркетплейсы, которые занимают 96,4% от оборота рынка. Однако траты россиян на иностранных розничных онлайн-платформах значительно сократились из-за ухода платежных систем Visa и MasterCard из России, а также из-за отказа крупнейших западных маркетплейсов доставлять товары в Россию [10]. Благодаря этому количество покупок на российских маркетплейсах выросло на 43%, а доля расходов россиян на маркетплейсах составила 8,5% от всех трат в онлайн и офлайн, что в 1,5 раза больше, чем в предыдущем году. Рост расходов обусловлен уходом зарубежных брендов, развитием параллельного импорта, большим ассортиментом товаров, а также удобным интерфейсом и развитием логистики крупных платформ.

Маркетплейсы продолжают демонстрировать быстрый рост и привлекают все больше внимания со стороны бизнес-сообщества и инвесторов во всем мире. Несколько направлений, которые могут влиять на перспективы развития маркетплейсов в мире, включают:

1. Рост электронной коммерции: с ростом числа интернет-пользователей и уве-

личением доли онлайн-покупок маркетплейсы становятся все более популярными как альтернативный канал продаж для многих бизнесов.

2. Интеграция и расширение услуг: многие маркетплейсы начинают предлагать дополнительные услуги, такие как логистика, хранение и финансовые услуги, чтобы улучшить опыт покупателей и продавцов. Развитие таких дополнительных услуг может увеличить привлекательность маркетплейсов для бизнеса.

3. Искусственный интеллект и аналитика: маркетплейсы могут использовать искусственный интеллект и аналитику для повышения эффективности платформы, улучшения рекомендаций продуктов и повышения удовлетворенности пользователей.

4. Расширение на новые рынки: многие маркетплейсы сейчас активно расширяются на новые рынки, особенно в развивающихся странах, где растущий класс средних и малых предпринимателей нуждается в более доступных инструментах для продажи своих товаров и услуг.

5. Регулирование и конкуренция: с увеличением числа маркетплейсов возникают вопросы относительно их регулирования

и конкуренции. Регуляторы могут сталкиваться с вызовами в отношении защиты пользователей, а также вопросами по поводу конкуренции между маркетплейсами и традиционными розничными магазинами.

В целом маркетплейсы будут продолжать играть важную роль в мировой экономике и станут все более интегрированными в наш повседневный жизненный стиль. Они будут продолжать менять экономические модели и создавать новые возможности для предпринимателей и потребителей.

Также можно ожидать, что маркетплейсы будут продолжать интегрироваться в другие сферы жизни, такие как здравоохранение, образование и государственное управление. Например, маркетплейсы могут предложить новые возможности для пациентов, которые ищут врачей или специалистов по здоровью, а также для обучения онлайн или для получения правительственных услуг.

Актуальные проблемы маркетплейсов

В современной цифровой среде маркетплейсы занимают важное место в онлайн-торговле, предоставляя платформу для взаимодействия между продавцами и покупателями, но помимо их значительных преимуществ, существует ряд актуальных проблем, связанных с доминированием и функционированием этих платформ. Такие проблемы включают в себя ограничение конкуренции, проблемы неравенства, безопасность данных и защиту интересов пользователей, требующие немедленного внимания и регулирования. Одной из ключевых проблем является доминирование некоторых крупных маркетплейсов, которое может привести к неравным условиям конкуренции и ограничению выбора для продавцов и покупателей, что создает несправедливую ситуацию, где малым и новым игрокам сложнее привлечь внимание и конкурировать с крупными продавцами.

Доминирование на рынке маркетплейсов означает, что некоторые крупные плат-

формы имеют значительное преимущество и контроль над онлайн-торговлей, обладают большей долей рынка и влияют на его структуру и динамику. Эти маркетплейсы могут иметь огромное количество продавцов и покупателей, обеспечивая значительный объем транзакций и товаров на своих платформах.

В мире

Во многих странах мира наблюдается явление доминирования крупных маркетплейсов, таких как Amazon, eBay, Alibaba и др. Эти платформы оказывают значительное влияние на мировую экономику и потребительские предпочтения. Они обладают широким географическим охватом, предлагают разнообразные товары и услуги и имеют высокий уровень доверия со стороны покупателей. Однако такое доминирование может вызывать опасения о недостатке конкуренции и возможном ограничении выбора для продавцов и покупателей.

В России

В России также наблюдается доминирование некоторых крупных маркетплейсов. Одним из наиболее известных является «Озон» – одна из крупнейших российских онлайн-платформ. «Озон» предоставляет широкий ассортимент товаров и услуг, привлекает большое количество продавцов и покупателей и оказывает значительное влияние на рынок онлайн-торговли в стране. Однако в России также существуют другие маркетплейсы, такие как Wildberries, «Яндекс.Маркет», Veru (от «СберМаркет») и другие, которые предлагают альтернативные платформы для онлайн-торговли. Это создает конкуренцию и разнообразие на рынке, хотя доля этих платформ может быть меньше по сравнению с крупными международными маркетплейсами.

Сфера регулирования доминирования маркетплейсов в России также активно развивается. Законодательство направлено на обеспечение конкуренции, защиты прав по-

требителей и прозрачности на рынке онлайн-торговли. Регуляторы и антимонопольные органы стремятся поддерживать справедливую конкуренцию и предотвращать недобросовестные практики, которые могут возникать в контексте доминирования маркетплейсов. Актуальность проблемы доминирования маркетплейсов отражена в таблице 1.

Данная таблица помогает оценить актуальность проблемы доминирования маркетплейсов и указывает на характеристики, связанные с каждым аспектом. Это включает рост количества маркетплейсов, ограничение конкуренции, неравенство условий для продавцов, влияние на малые и средние предприятия, вопросы регулирования, защиту данных и приватность пользователей, влияние на потребителей и цены, а также влияние на инновации и развитие рынка.

Также актуальными являются проблемы неравенства и поддержки пользователей: некоторые маркетплейсы сталкиваются с вызовами обеспечения равных условий для всех продавцов, особенно для малых и новых участников. Кроме того, эффективная поддержка пользователей, включая разрешение споров и обработку жалоб, игра-

ет важную роль в создании положительного опыта покупателей на платформе.

Борьба с контрафактными товарами и подделками также является актуальной проблемой маркетплейсов, так как недобросовестные продавцы могут предлагать подделки и контрафактные товары, что подрывает доверие покупателей и создает риски для их безопасности и удовлетворенности. Актуальность проблем с контрафактными товарами на маркетплейсах отражена в таблице 2.

Данная таблица отражает актуальные проблемы, связанные с борьбой против контрафактных товаров и подделок на маркетплейсах: недобросовестные продавцы могут предлагать подделки и контрафактные товары, что вызывает опасения среди покупателей и создает риски для их безопасности и удовлетворенности.

Таким образом, решение этих проблем требует сотрудничества и координации между маркетплейсами, правительственными органами, регуляторами и другими заинтересованными сторонами. Необходимо разработать эффективные механизмы контроля, надлежащие правила и законы, а также инвестировать в технологические решения

Таблица 1. Проблемы доминирования маркетплейсов

Table 1. Problems of marketplaces dominance

№ No.	Аспект проблемы <i>Aspect of the problem</i>	Актуальность <i>Relevance</i>	Характеристики <i>Specifications</i>
1	Рост числа маркетплейсов	Высокая	Увеличение количества маркетплейсов на рынке
2	Ограничение конкуренции	Высокая	Снижение возможности других игроков конкурировать
3	Неравенство условий для продавцов	Высокая	Предпочтение крупных продавцов и неравный доступ к ресурсам
4	Влияние на малые и средние предприятия	Высокая	Ограничение рыночных возможностей и конкуренции
5	Вопросы регулирования деятельности	Высокая	Необходимость разработки законодательных мер и правил
6	Защита данных и приватность пользователей	Существенная	Уязвимость данных и возможные нарушения приватности
7	Влияние на потребителей и цены	Существенная	Возможное ограничение выбора и рост цен на платформе
8	Влияние на инновации и развитие рынка	Существенная	Ограничение разнообразия и инноваций на рынке

Таблица 2. Проблемы с контрафактными товарами на маркетплейсах

Table 2. Problems with counterfeit goods on marketplaces

№ No.	Проблема Problem	Описание Description
1	Контрафактные товары	Недобросовестные продавцы на маркетплейсах могут предлагать подделки и контрафактные товары, которые могут быть низкого качества и не соответствовать заявленным характеристикам. Это создает риск для покупателей и подрывает доверие к маркетплейсу
2	Поддельные товары	Маркетплейсы также сталкиваются с проблемой предложения поддельных товаров, которые могут быть идентичными оригиналам, но на самом деле являются нелегитимными продуктами. Это вводит в заблуждение покупателей и может иметь негативные последствия
3	Риски для безопасности	Покупка контрафактных и поддельных товаров может создавать риски для безопасности покупателей. Например, подделка лекарственного препарата может быть опасной для здоровья, а поддельные электронные устройства могут иметь низкое качество и быть опасными в использовании
4	Утрата доверия	Продажа контрафактных товаров и подделок на маркетплейсах может привести к потере доверия со стороны покупателей. Это может снизить репутацию маркетплейса и отразиться на его бизнесе и успехе
5	Защита интересов покупателей	Маркетплейсы должны принимать меры для защиты интересов покупателей и борьбы с контрафактными товарами. Это может включать в себя введение строгих правил и политик, механизмов проверки продавцов и реагирования на жалобы покупателей

для обеспечения безопасности данных и борьбы с контрафактами.

Заключение

Прогнозирование долгосрочных перспектив развития маркетплейсов является сложной задачей, но можно выделить несколько направлений, которые вероятно будут определять тенденции этого рынка.

Во-первых, маркетплейсы будут продолжать расти и развиваться во всем мире. Рост числа интернет-пользователей и мобильных устройств, а также увеличение объемов онлайн-торговли в различных секторах экономики будут стимулировать развитие этого рынка. Однако в некоторых странах маркетплейсы могут столкнуться с регулятивными ограничениями, так как некоторые правительства стремятся защитить традиционные розничные рынки и бизнес-модели.

Во-вторых, маркетплейсы будут все больше интегрироваться с другими технологическими платформами и сервисами. Например, маркетплейсы могут сотрудничать с социальными сетями, мессенджерами и дру-

гими платформами, чтобы увеличить свою аудиторию и усилить взаимодействие с клиентами. Также маркетплейсы могут интегрироваться с блокчейн-технологиями, чтобы улучшить безопасность транзакций и защиту персональных данных.

В-третьих, маркетплейсы будут все больше внимания уделять персонализации и повышению качества пользовательского опыта. Благодаря применению искусственного интеллекта, машинного обучения и других технологий маркетплейсы будут уметь предоставлять более точные рекомендации, предложения и скидки, а также оптимизировать процессы поиска, выбора и доставки товаров.

В-четвертых, маркетплейсы будут продолжать развивать новые бизнес-модели и услуги. Например, маркетплейсы могут начать предоставлять услуги финансового сопровождения, обработки платежей и кредитования. Также маркетплейсы могут улучшать свои услуги логистики и доставки, развивая собственные службы доставки или сотрудничая с доставочными компаниями.

В-пятых, маркетплейсы будут все больше внедрять экологические и социальные инициативы. К примеру, маркетплейсы могут сотрудничать с производителями, которые используют экологически чистые технологии и материалы. Также маркетплейсы могут запускать программы рециркуляции, которые позволят покупателям перерабатывать упаковки и использовать их повторно.

В-шестых, маркетплейсы будут активно развивать мобильные приложения и сервисы, которые позволят удобно и быстро совершать покупки через мобильные устройства. Многие маркетплейсы уже сейчас имеют свои мобильные приложения, которые позволяют совершать покупки, получать информацию о товарах и следить за заказами. В будущем мобильные приложения станут еще более удобными и функциональными, что позволит маркетплейсам привлекать большее количество клиентов и увеличивать продажи.

Также регулирование доминирования маркетплейсов является важным аспектом, чтобы обеспечить справедливую конкуренцию и защиту прав потребителей. Законодательство в различных странах, включая Россию, направлено на регулирование поведения маркетплейсов и предотвращение недобросовестных практик. В целом понимание и решение проблем доминирования маркетплейсов являются важными задачами для создания более справедливого и конкурентоспо-

собного рынка онлайн-торговли, где малым и новым игрокам будет предоставлена возможность конкурировать наравне с крупными платформами и гарантирована безопасность и удовлетворенность пользователей.

Таким образом, можно сделать вывод, что маркетплейсы – это онлайн-платформы, на которых продавцы могут предложить свои товары и услуги для продажи, а покупатели могут искать и приобретать их. Они являются важным инструментом для многих предпринимателей, позволяющим им начать свой бизнес без значительных инвестиций в инфраструктуру и маркетинг.

Преимущества маркетплейсов для продавцов включают доступ к огромному количеству покупателей, возможность установления собственных цен и гибких условий доставки, а также инструменты для продвижения своих товаров. Для покупателей же маркетплейсы предоставляют возможность сравнения цен и характеристик товаров, удобный поиск и быстрое оформление заказа.

Перспективы развития маркетплейса включают дальнейшее увеличение числа пользователей и продавцов, улучшение технологий, повышение качества пользовательского опыта, интеграцию с другими платформами и сервисами, развитие новых бизнес-моделей и услуг, а также более тесное сотрудничество с правительственными органами и регуляторами.

Список литературы

1. *Курганова Н. Ю.* Формирование и развитие современных маркетплейсов // Бизнес. Образование. Право. 2019. № 4. С. 274–279. DOI: 10.25683/VOLBI.2019.49.442.
2. *Антонова Н. Л., Нурияхметова А. М.* Различия женского и мужского стилей управления // Экономика XXI века – экономика новых возможностей. Актуальные вопросы теории и практики экономики и управления: сборник научных статей. 2021. С. 85–98.
3. *Михайлюк М. В.* Маркетплейсы как фактор прогрессивной трансформации интернет-торговли в России: логистический аспект // Экономические науки. 2019. № 172. С. 57–61. DOI: 10.14451/1.172.57.
4. *Марченков А. А.* Маркетплейсы как главный тренд электронной коммерции // Научные стремления. 2019. № 26. С. 65–67. DOI: 10.31882/2311-4711.2019.26.14.
5. *Куликова О. М., Суворова С. Д.* Маркетплейс: бизнес-модель современной торговли // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2020. № 6 (48). С. 50–55.
6. *Шаббаев М. Б., Джангаров А. И.* Преимущества и недостатки торговли через маркетплейсы // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 68-6. С. 157–160. DOI: 10.18411/ij-12-2020-266.
7. *Воробьева Е. С., Юсубова З. А., Гасанов М. А.* Развитие маркетплейсов в условиях цифровой трансформации как результат структурных сдвигов в экономике // Вестник университета. 2021. № 2. С. 95–100. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-2-95-100.

8. Choose the best of 1644 marketplaces and product aggregators // Sell.Market. URL: <https://sell.market/> (дата обращения: 02.06.2023).
9. Онлайн-магазины нарастили обороты [Электронный ресурс] // Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ). 23.01.2023. URL: <https://akit.ru/news/onlajn-magaziny-narastili-oboroty> (дата обращения: 02.06.2023).
10. Мировой рынок E-Commerce в 2022 году [Электронный ресурс] // AfterShock. 22.11.2022. URL: <https://aftershock.news/?q=node/1180600&full> (дата обращения: 02.06.2023).

Сведения об авторах

Анисимов Александр Юрьевич, ORCID 0000-0002-8113-4523, канд. экон. наук, доцент, кафедра информационного менеджмента и информационно-коммуникационных технологий им. В. В. Дика, Университет «Синергия», Москва, Россия, anisimov_au@mail.ru

Поляков Олег Викторович, ORCID 0009-0005-9056-5797, аспирант, кафедра предпринимательства и конкуренции, Университет «Синергия», Москва, Россия, olegwww@bk.ru

Статья поступила 06.03.2023, рассмотрена 20.03.2023, принята 06.04.2023

References

1. Kurganova N. Y. Formation and development of modern marketplaces. *Biznes. Obrazovanie. Pravo*=Business. Education. Law, 2019, no.4, pp.274-279 (in Russian). DOI: 10.25683/VOLBI.2019.49.442.
2. Antonova N. L., Nuriyakhmetova A. M. *Razlichie zhenskogo i muzhskogo stilei upravleniya* [The difference between female and male management styles]. *Ekonomika XXI veka – ekonomika novykh vozmozhnostei. Aktual'nye voprosy teorii i praktiki ekonomiki i upravleniya: sbornik nauchnykh statei* [The economy of the XXI century is the economy of new opportunities. Topical issues of theory and practice of economics and management], 2021, pp.85-98.
3. Mikhailyuk M. V. The marketplace as a factor in the progressive transformation of e-commerce in Russia: logistic aspect. *Ekonomicheskie nauki*=Economic sciences, 2019, no.172, pp.57-61 (in Russian). DOI: 10.14451/1.172.57.
4. Marchenkov A. A. Marketplaces as the main trend of electronic commerce. *Nauchnye stremleniya*, 2019, no.26, pp.65-67 (in Russian). DOI: 10.31882/2311-4711.2019.26.14.
5. Kulikova O. M., Suvorova S. D. Marketplace: the business model of the modern trade. *Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya*, 2020, no.6(48), pp.50-55 (in Russian).
6. Shabaev M. B., Dzhangarov A. I. *Preimushchestva i nedostatki trgovli cherez marketpleisy* [Trends in the development of science and education]. *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya*, 2020, no.68-6, pp.157-160. DOI: 10.18411/lj-12-2020-266.
7. Vorobyeva E. S., Yusubova Z. A., Hasanov M. A. Development of marketplaces in the context of digital transformation as a result of structural shifts in the economy. *Vestnik Universiteta*, 2021, no.2, pp.95-100 (in Russian). DOI: 10.26425/1816-4277-2021-2-95-100.
8. Choose the best of 1644 marketplaces and product aggregators. Sell.Market. Available at: <https://sell.market/> (accessed 02.06.2023).
9. *Onlain-magaziny narastili oboroty* [Online stores have increased their turnover]. *Assotsiatsiya kompanii internet-torgovli (AKIT)*, 23.01.2023. Available at: <https://akit.ru/news/onlajn-magaziny-narastili-oboroty> (accessed 02.06.2023).
10. *Mirovoi rynek E-Commerce v 2022 godu* [World E-Commerce Market in 2022]. AfterShock, 22.11.2022. Available at: <https://aftershock.news/?q=node/1180600&full> (accessed 02.06.2023).

About the authors

Alexander Yu. Anisimov, ORCID 0000-0002-8113-4523, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Information Management and Information and Communication Technologies Department named after V. V. Dick, Synergy University, Moscow, Russia, anisimov_au@mail.ru

Oleg V. Polyakov, ORCID 0009-0005-9056-5797, Postgraduate, Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University, Moscow, Russia, olegwww@bk.ru

Received 06.03.2023, reviewed 20.03.2023, accepted 06.04.2023

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3-87-100

Особенности развития корпоративного управления в России в современных экономических условиях

И. В. Косорукова^{1*}, О. Д. Ксенофонтова¹

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* IKosorukova@synergy.ru

Аннотация. Данная работа посвящена анализу проблем развития корпоративного управления в России в условиях текущей геополитической ситуации. В настоящее время наблюдается определенный диссонанс траекторий развития мировой и российской экономик в части их ESG-трансформации. Если в международном экономическом пространстве ESG-факторы развития стоят на первом месте при принятии решений об инвестировании средств в проекты и ценные бумаги, то в российской действительности эти факторы не находят такого интереса со стороны инвесторов. Кроме того, один из составляющих факторов ESG-трансформации – корпоративное управление (G) – претерпевает существенные изменения в части нормативного регулирования и практического использования в России в рамках антисанкционной политики. Анализируется влияние изменений в российских нормативных документах в части действия принципов корпоративного управления на изменение стоимости бизнеса. Даны предложения по внесенным изменениям в нормативные документы для ослабления их отрицательного влияния на рост стоимости бизнеса. Целью исследования является анализ законодательных изменений в области корпоративного управления в России и влияние этих изменений на формирование стоимости бизнеса российских обществ. В рамках данной статьи подразумевается выявление факторов, оказывающих влияние на изменение стоимости бизнеса в результате принятых изменений в нормативной базе в области корпоративного управления в России. Исследование базируется на общенаучной методологии, предусматривающей использование методов системного и сравнительного анализа, анализа и синтеза, методах и подходах оценочной деятельности. Изменения в нормативных документах в области корпоративного управления затрагивают все семь принципов корпоративного управления по Кодексу Банка России. Данные изменения как положительно, так и отрицательно влияют на цену акций и стоимость бизнеса. В статье даны предложения по нивелированию отрицательного влияния изменений в нормативных документах в области корпоративного управления на стоимость бизнеса. Теоретическая значимость исследования заключается в развитии положений корпоративного управления и его влияния на стоимость бизнеса в условиях мобилизационной экономики. Практическая значимость работы состоит в наличии потенциала внедрения и использования результатов исследования при управлении стоимостью компаний, использующих принципы корпоративного управления, в современных экономических условиях.

Ключевые слова: корпоративное управление, стоимость бизнеса, акционерное общество, совет директоров, общее собрание акционеров

Для цитирования: Косорукова И. В., Ксенофонтова О. Д. Особенности развития корпоративного управления в России в современных экономических условиях // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 3. С. 87–100. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-87-100

Features of Corporate Governance Development in Russia in Modern Economic Conditions

I. Kosorukova^{1*}, O. Ksenofontova¹

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* IKosorukova@synergy.ru

Abstract. This article is devoted to the analysis of the problems of corporate governance development in Russia in the current geopolitical situation. Currently, there is a certain dissonance in the trajectories of the development of the world and Russian economies in terms of their ESG transformation. If in the international economic space ESG factors of development are in the first place when making decisions about investing in projects and securities, then in Russian reality these factors do not find such interest from investors. In addition, one of the constituent factors of ESG transformation – corporate governance (G) – is undergoing significant changes in terms of regulatory regulation and practical use in Russia as part of the anti-sanctions policy. The impact of changes in Russian regulatory documents regarding the operation of corporate governance principles on changes in business value is analyzed. Proposals are made on the amendments to regulatory documents to mitigate their negative impact on the growth of business value. The aim of the research is to analyze legislative changes in the field of corporate governance in Russia and the impact of these changes on the formation of the business value of Russian companies. The objective of the research is to identify the factors influencing the change in the value of the business as a result of the adopted changes in the regulatory framework in the field of corporate governance in Russia. The research is based on a general scientific methodology involving the use of methods of systematic and comparative analysis, analysis and synthesis, methods and approaches of evaluation activities. Changes in regulatory documents in the area of corporate governance affect all seven principles of corporate governance under the Code of the Bank of Russia. These changes have both a positive and negative impact on the stock price and the value of the business. The article provides suggestions for leveling the negative impact of changes in regulatory documents in the field of corporate governance on the value of business.

Keywords: corporate governance, business value, joint stock company, board of directors, general meeting of shareholders

For citation: Kosorukova I., Ksenofontova O. Features of Corporate Governance Development in Russia in Modern Economic Conditions. *Sovremennaya konkurentsia*—Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.3, pp.87-100 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-87-100

Введение

Интерес к проблемам корпоративного управления в России имеет разнонаправленные тенденции. С одной стороны, общемировой тренд на ESG-трансформацию экономики увеличивает инвестиционную привлекательность компа-

ний, учитывающих эту тенденцию, которая включает фактор корпоративного управления (G) [9, 21]. С другой стороны, изменения в российской экономике, обусловленные СВО и последствиями пандемии, приводят к существенным изменениям в части выполнения требований Кодекса корпоративного управления и раскрытия информации эми-

тентами, снижая эти требования в нормативных документах. С точки зрения стоимостно-ориентированного менеджмента (VBM) целью управления компании является максимизация ее рыночной стоимости.

Исследования в направлении анализа влияния ESG-факторов на стоимость организации показывают, что 97% инвесторов учитывают их, принимая решение о вложениях [20]. 63% из 2000 академических исследований с 1970-х годов нашли положительную корреляцию между ESG и стоимостью публичной компании [23]. Банк России в своих информационных письмах¹ рекомендует советам директоров публичных акционерных обществ учитывать ESG-факторы в создании стратегии развития общества и «долгосрочной стоимости».

При этом, по мнению инвесторов, финансовых специалистов и других лиц, именно критерий корпоративного управления влияет на стоимость акций в большей степени, чем экологический и социальный.

В России в последние 2 года наблюдается тенденция, направленная на изменение требований к уровню корпоративного управления для компаний, использующих принципы корпоративного управления, изложенные в Кодексе корпоративного управления [7], что меняет ранее полученные результаты научных исследований в этой области.

¹ Информационное письмо Банка России от 16.12.2021 № ИН-06-28/96 «О рекомендациях по учету советом директоров публичного акционерного общества ESG-факторов, а также вопросов устойчивого развития» (вместе с Рекомендациями по учету советом директоров (наблюдательным советом) публичного акционерного общества факторов, связанных с окружающей средой, социальных факторов и факторов корпоративного управления (ESG-факторов), а также вопросов устойчивого развития); Информационное письмо Банка России от 28.12.2022 № ИН-02-28/145 «О рекомендациях по учету финансовыми организациями ESG-факторов, а также вопросов устойчивого развития при организации корпоративного управления».

Литературный обзор исследуемой проблемы

Проблемам развития корпоративного управления в России и влияния корпоративного управления на стоимость бизнеса и цену акций посвящены работы российских ученых О.В. Ефимовой, М.А. Волкова и Д.А. Королёвой [9], И.В. Косоруковой [10, 13], Н.Н. Прокимнова [11, 15], О.В. Осипенко [17], П.Ю. Старюка [18], Е.А. Федоровой [19], М.А. Шуклиной [12, 20] и других [13, 14, 16].

Авторами отмечаются проблемы в виде разрыва между теорией и практикой корпоративного управления, отставанием нормативного регулирования корпоративного управления от практики корпоративного управления, анализируется влияние элементов и принципов корпоративного управления на уровень капитализации и стоимости бизнеса в России, что дает возможность менеджменту более целенаправленно использовать инструментарий корпоративного управления для управления стоимостью бизнеса.

Особенности корпоративного управления в современных экономических условиях

Рассмотрим частоту влияния ESG-критериев на стоимость акций по мнению зарубежных и российских финансовых специалистов (табл. 1).

Сегодня сформированы процедуры второй фазы подготовки к изменениям климата на период до 2025 года [5], которые включают в себя лучшие практики корпоративного управления в части климатической стратегии, т.е. факторы ESG взаимосвязаны между собой, и роль корпоративного управления в системе этих факторов является наиболее важной.

Рассмотрим частоту влияния ESG-критериев на стоимость акций по мнению российских частных инвесторов [23] (табл. 2).

Данные таблицы 2 свидетельствуют о гораздо меньшем интересе российских

Таблица 1. Частота влияния критериев ESG на стоимость акций по мнению финансовых специалистов, %

Table 1. The frequency of the influence of ESG criteria on the value of shares, according to financial experts, %

Критерий ESG <i>ESG criterion</i>	Частота влияния критерия на стоимость акций <i>The frequency of the criterion's influence on the stock value</i>				
	Всегда <i>Always</i>	Часто <i>Often</i>	Иногда <i>Sometimes</i>	Редко <i>Seldom</i>	Никогда <i>Never</i>
Критерий корпоративного управления <i>Corporate governance criteria</i>	24	36	28	10	1
Экологический критерий <i>Environmental criteria</i>	8	16	42	31	1
Социальный критерий <i>Social criterion</i>	9	15	37	34	2

Источник: [23].

Таблица 2. Частота влияния критериев ESG на стоимость акций по мнению частных российских инвесторов, %

Table 2. The frequency of the influence of ESG criteria on the value of shares, according to private Russian investors, %

Критерий ESG <i>ESG criterion</i>	Частота влияния критерия на стоимость акций <i>The frequency of the criterion's influence on the stock value</i>				
	Всегда <i>Always</i>	Часто <i>Often</i>	Иногда <i>Sometimes</i>	Редко <i>Seldom</i>	Никогда <i>Never</i>
Критерий корпоративного управления <i>Corporate governance criteria</i>	20	17	50	8	5
Экологический критерий <i>Environmental criteria</i>	14	18	38	20	10
Социальный критерий <i>Social criterion</i>	8	15	52	13	12

Источник: [23].

инвесторов к факторам ESG по сравнению со взглядами зарубежных специалистов.

При этом Международный совет по стандартам оценки (IVSC) представил исследование «ESG и оценка бизнеса» в марте 2021 года, а в стандарте IVS 105 «Подходы и методы оценки» отдельные параграфы, описывая дисконтирование прогнозируемых денежных потоков, указывают на необходимость детального рассмотрения в том числе элементов ESG [22].

Таким образом, проблема анализа влияния корпоративного управления на стоимость бизнеса является актуальной как в теоретическом, так и в практическом плане.

Российская экономика характеризуется существенными изменениями как в части общемировых последствий пандемии, так и вследствие ведения специальной военной операции, которая привела к крупнейшему санкционному давлению и развитию элементов мобилизационной экономи-

ки. Указанные факторы привели к изменениям в нормативном регулировании в области корпоративного управления.

Изменения в корпоративном законодательстве касаются вопросов раскрытия информации публичными акционерными обществами (далее – ПАО), существенно влияют на изменение работы совета директоров (далее – СД), наблюдательного совета (далее – НС), акционеров обществ и др. Рассмотрим некоторые изменения.

20.10.2022 был принят Федеральный закон № 404-ФЗ [1], который установил некоторые упрощения в работе для собственников (учредителей и участников) организаций, а также для единоличного исполнительного органа: мобилизованным предоставили 5 рабочих дней для решения организационных вопросов ведения бизнеса. Кроме того, для тех лиц, которых мобилизовали с 21.09.2022, исключили запрет на занятие предпринимательской деятельностью лично и через представителя.

Постановлением Правительства РФ от 12.03.2022 № 351 [4] установлено продление до 01.07.2023 права участников рынка ценных бумаг не раскрывать корпоративную информацию.

С 14.07.2022 были изменены сроки некоторых корпоративных процедур для акционерных обществ [2] и установлены особенности работы СД (НС) при уменьшении количества его участников ниже определяемого в нормативном документе.

До 31.12.2023 если организация находится под иностранными санкциями, законодательство предусматривает возможность не создавать в обществах СД (НС) в соответствии с решением общего собрания акционеров.

При условии, если в 2022 и 2023 годах стоимость чистых активов организации сократится до величины, меньшей размера уставного капитала, то она не обязана ликвидироваться или уменьшать капитал до уровня стоимости активов [3].

Нетрудно заметить, что перечисленные выше изменения снижают требования

к эмитентам. С одной стороны, это упрощает их работу, но, с другой стороны, повышает риски инвестирования средств в ценные бумаги таких обществ, снижает инвестиционную привлекательность активов на российском фондовом рынке. Однако не все изменения в нормативной базе нацелены на уменьшение требований к эмитентам.

Уже представленные выше и другие изменения в нормативной базе в области корпоративного управления, влияющие на стоимость бизнеса, приведены ниже в сводной таблице (табл. 3).

Далее представим изменения в области корпоративного управления, опосредованно влияющие на стоимость бизнеса (табл. 4).

В таблице 3 представлено 12 изменений в нормативных документах в области корпоративного управления и 7 из них, по нашему мнению, отрицательно могут повлиять на инвестиционную привлекательность компаний и стоимость их бизнеса.

В условиях санкций акции российских компаний на фондовом рынке недооценены [8], компании-эмитенты находятся в сложном положении, и снижение к ним требований, с одной стороны, упрощает им процедуры раскрытия информации и принятия решений, а с другой – снижает инвестиционную привлекательность из-за снижения прозрачности информации об эмитентах.

Поскольку, как указывалось ранее, тенденции российского рынка ценных бумаг становятся положительными, то предлагаем:

1) отменить с 01.07.2023 года право участников рынка ценных бумаг не раскрывать корпоративную информацию, если это не вредит суверенитету страны;

2) отменить с 01.01.2024 года повышение с 1 до 5 % минимального процента голосующих акций, при котором акционер имеет право оспорить крупные сделки в суде;

3) с 2024 года восстановить требование о ликвидации общества, если уставный капитал стал меньше установленного минимума, или снижению уставного капитала компании до уровня чистых активов.

Таблица 3. Некоторые законодательные изменения в области корпоративного управления в период 2021–2023 гг., оказывающие влияние на стоимость бизнеса

Table 3. Some legislative changes in the field of corporate governance in the period 2021–2023, affecting the value of the business

Источник информации <i>Source of information</i>	Область корпоративного управления <i>Corporate governance area</i>	Принцип корпоративного управления по Кодексу <i>The principle of corporate governance according to the Code</i>	Особенности в области корпоративного управления <i>Features in the area of corporate governance</i>	Период распространения <i>Distribution period</i>	Влияние на стоимость бизнеса <i>Impact on business value</i>
1	2	3	4	5	6
Федеральный закон от 19.07.2018 № 209-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "Об акционерных обществах"» (ред. от 07.04.2020)	ПАО должны проводить внутренний аудит	V. Система управления рисками и внутреннего контроля	Совет директоров (наблюдательный совет) определяет документы и ответственного за аудит. Внутренний аудит можно поручить стороннему юридическому лицу	С 01.01.2021	Позволяет руководству минимизировать риски организации, проверить финансовое состояние бизнеса и достоверность отчетности, что, в свою очередь, позволяет повысить инвестиционную привлекательность
Федеральный закон от 01.07.2021 № 267-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (последняя редакция)	Решение единственного участника ООО теперь нотариально подтверждается	V. Система управления рисками и внутреннего контроля	По результатам нотариального действия участник получает сертификат. Нотариус выясняет личность участника, его полномочия и право на принятие решения	С 01.07.2021	Снижает риски инвестирования в ООО
Положение Банка России от 27.03.2020 № 714-П «О раскрытии информации эмитентами эмиссионных ценных бумаг» (последняя редакция)	Введено в действие новое положение о раскрытии информации АО	VI. Раскрытие информации об обществе, информационная политика общества	Изменилось количество показателей, раскрываемых АО, и состав документов	С 01.10.2021	Прозрачность бизнеса повышает его стоимость, поскольку она укрепляет доверительные отношения с различными участниками корпоративных отношений, стабилизирует цены на ценные бумаги, раскрывает информацию о добросовестности руководства организации и др. В частности, в некоторых исследованиях [10, 11, 14, 15] доказано влияние существенных факторов на стоимость и уровень капитализации бизнеса, следовательно, раскрытие таких факторов будет влиять на стоимость бизнеса
Информация ФНС России от 02.02.2022	ФНС расширила возможности сервиса «Прозрачный бизнес»		Упростились возможности сервиса для идентификации собственников или управляющих компаний и их местоположения	С 02.02.2022	

Продолжение табл. 3

1	2	3	4	5	6
<p>Федеральный закон от 25.02.2022 № 25-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об акционерных обществах» и о приостановлении действия отдельных положений законодательных актов Российской Федерации» (последняя редакция)</p>	<p>Снижены требования к уставу АО и минимальной численности СД непубличных АО</p>	<p>II. Совет директоров общества. VI. Раскрытие информации об обществе. Информационная политика общества</p>	<p>Если не установить правила, отличные от тех, которые содержатся в Законе об АО, то в уставе можно не отражать следующую информацию:</p> <ul style="list-style-type: none"> • о размере резервного фонда; • сроках проведения годового общего собрания; • кворуме для проведения заседания СД и коллегияльного исполнительного органа. <p>К тому же в уставе АО можно не указывать информацию о правах владельцев акций, за исключением привилегированных. Также теперь в составе СД должно быть не менее трех человек</p>	<p>С 27.02.2022</p>	<p>АО должны раскрывать устав общества [6], а значит, непрозрачность или частичное раскрытие информации может отрицательно отразиться на стоимости бизнеса. Что касается количественного состава СД, влияние на стоимость бизнеса неоднозначно. С одной стороны, чем больше членов в СД, тем ниже риски бизнеса в целом, но результаты исследования [19] доказывают, что чем меньше членов СД, тем ниже риски, связанные со структурой капитала. А как известно, структура капитала оказывает влияние на стоимость бизнеса. Низкие риски структуры капитала положительно влияют на стоимость бизнеса</p>
<p>Постановление Правительства РФ от 12.03.2022 № 351 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 12.03.2022 г. № 351» (последняя редакция)</p>	<p>Изменены права участников рынка ценных бумаг</p>	<p>VI. Раскрытие информации об обществе. Информационная политика общества</p>	<p>До 01.07.2023 продлено право участников рынка ценных бумаг не раскрывать корпоративную информацию</p>	<p>С 12.03.2022</p>	<p>Это может снизить стоимость бизнеса, поскольку ведение бизнеса будет непрозрачным</p>
<p>Федеральный закон от 14.03.2022 № 55-ФЗ «О внесении изменений в статьи 6 и 7 Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей изменения условий кредитного договора, договора займа» и статью</p>	<p>Увеличен уровень защиты организаций от злоупотреблений акционеров</p>	<p>I. Права акционеров и равенство условий для акционеров при осуществлении ими своих прав. VII. Существенные корпоративные действия</p>	<p>К концу 2023 года минимальный процент голосующих акций, при котором акционер имеет право предпринять несколько действий, в том числе опспорить крупные сделки, увеличился с 1 до 5%</p>	<p>14.03.2022–31.12.2022</p>	<p>Укрепление структуры собственников влияет на стоимость акций в сравнительном подходе к оценке. Усугубляется агентский конфликт между миноритариями и мажоритариями, что негативно влияет на инвестиционную привлекательность акций эмитентов</p>

Продолжение табл. 3

1	2	3	4	5	6
21 Федерального закона "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"» (последняя редакция)	Изменения в корпоративных процедурах при снижении стоимости чистых активов	V. Система управления рисками и внутреннего контроля	При уменьшении стоимости чистых активов в 2022 и 2023 гг. до величины, меньшей размера уставного капитала, организация не должна ликвидироваться или снижать капитал до величины стоимости активов	14.03.2022–31.12.2022	Повышаются риски инвестирования и кредитования компаний с такой величиной чистых активов
Федеральный закон от 08.03.2022 № 46-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (ред. от 14.07.2022)	Изменение сроков при проведении некоторых корпоративных процедур для АО	V. Система управления рисками и внутреннего контроля	В 2 раза больше времени отведено на сроки подготовки протоколов общего собрания, итоговые голосования, заседания СД (НС) и др.	С 14.07.2022	Увеличен период управленческого воздействия по результатам общего собрания акционеров, СД (НС), что, в свою очередь, повышает риски бизнеса и уменьшает его стоимость

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5	6
<p>Федеральный закон от 07.10.2022 № 381-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (последняя редакция)</p>	<p>ПАО могут покупать свои акции на торгах по актуальной рыночной цене</p>	<p>IV. Система вознаграждения членов совета директоров, исполнительных органов и иных ключевых руководителей работников общества</p>	<p>Выкуп осуществляется по программе приобретения акций для определенных целей, например для поощрения работников или членов органов управления организации. Для сделок обществу необходимо привлечь брокера. По общей праву такие акции нельзя перепродавать. Нельзя реализовывать более одной программы одновременно. Акции можно приобрести только в первый год действия программы. Есть и другие требования</p>	<p>С 07.10.2022</p>	<p>Цены сделок с акциями оказывают влияние на формирование стоимости бизнеса в сравнительном подходе</p>
<p>Федеральный закон от 20.10.2022 № 404-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О мобилизационной подготовке и мобилизации в Российской Федерации» (последняя редакция)</p>	<p>Определены особенности мобилизации собственников и директоров компаний</p>	<p>V. Система управления рисками и внутреннего контроля</p>	<p>В частности, правила распространяются на собственников организаций и единоличный исполнительный орган. Предусмотрено:</p> <ul style="list-style-type: none"> • мобилизованным лицам предоставили 5 рабочих дней для решения организационных вопросов ведения бизнеса; • исключили запрет на занятие предпринимательской деятельностью лично и через представителя. Это новшество распространяется на тех, кого мобилизовали с 21 сентября 2022 г. 	<p>С 20.10.2022</p>	<p>Увеличиваются риски ведения бизнеса, стоимость снижается</p>
<p>Федеральный закон от 19.12.2022 № 519-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (последняя редакция)</p>	<p>Компании могут проводить годовые собрания акционеров и участников в заочной форме, АО — избирать СД сразу на три года; держатели ценных бумаг российских компаний, владеющие ими через иностранные структуры или контролируемые иностранные компании (КИК), получили возможность перевести их учет в инфраструктуру РФ</p>	<p>II. Совет директоров общества</p>	<p>Еще в течение года СД компаний, на которые даже не были наложены санкции, имеют право работать в сокращенном составе, если в них останется хотя бы три человека. Полномочия СД сохраняются до момента переизбрания, в том числе в случаях, когда более половины директоров покинули его. Кроме того, в 2023 году АО могут избрать СД сразу на три года.</p>	<p>2023–2024</p>	<p>Снижается инвестиционная привлекательность акций для миноритарных акционеров, что может привести к снижению активности рынка</p>

Продолжение табл. 3

1	2	3	4	5	6
			<p>К концу 2023 года правило было расширено для увеличения минимального пакета акций в пять раз – с 1 до 5%, – что дает владельцу право требовать документы от АО, оспаривать его сделки, действия АО или членов его СД. Не менее 5% акций также потребуются тем, кто хочет узнать у компании список лиц, имеющих право на участие в общем собрании акционеров. Ранее такую информацию могли запросить владельцы не менее чем 1% акций компании.</p> <p>До 1 июля 2023 года будут действовать временные правила выкупа акций у акционеров, которые не согласны с реорганизацией ПАО. Минимальная цена должна определяться по итогам биржевых торгов за один месяц, а не за полгода, как это было ранее.</p> <p>Пролонгировано до конца 2024 года действие норм, которые позволяют запрещать голосовать на собраниях акционеров и участников ООО, получать дивиденды и прибыль, распоряжаться акциями и долями «враждебным» иностранным совладельцам (с долей 25% и более) крупных российских компаний. К последним относятся организации, имеющие лицензии на пользование недрами или право собственности на объекты трансграничной газотранспортной инфраструктуры в Российской Федерации, если их акции не торгуются на фондовой бирже, а акционеров – не более 50, и т.д.</p>		

Таблица 4. Некоторые законодательные изменения в области корпоративного управления за 2021–2023 года, опосредованно влияющие на стоимость бизнеса

Table 4. Some legislative changes in the field of corporate governance for 2021–2023 affecting the value of business indirectly

Источник информации <i>Source of information</i>	Область корпоративного управления <i>Corporate governance area</i>	Принцип корпоративного управления по Кодексу <i>The principle of corporate governance according to the Code</i>	Особенности в области корпоративного управления <i>Features in the area of corporate governance</i>	Период распространения <i>Distribution period</i>	Влияние на стоимость бизнеса <i>Impact on business value</i>
Информация ФНС России от 09.11.2021	Появился сервис ФНС для внесения изменений в ЕГРЮЛ	V. Система управления рисками и внутреннего контроля. VII. Существенные корпоративные действия	ФНС запустила новую версию сервиса онлайн-регистрации компаний. Теперь с его помощью можно не только создать юридическое лицо и распоряжаться им, но и регистрировать изменения в ЕГРЮЛ и учредительных документах. Максимально упростила процесс подготовки заявления. Сервис позволяет подписать заявление электронной подписью и отправить его в налоговую службу	С 09.11.2021	Уменьшается период для осуществления управленческого воздействия, по-прежнему влияет на управление денежными потоками и стоимостью бизнеса
Приказ ФНС России от 01.11.2021 № ЕД-7-14/948@ «О внесении изменений в приложение к приказу ФНС России от 31.08.2020 № ЕД-7-14/617@» (зарегистрировано в Минюсте России 07.12.2021 № 66212)	При внесении изменений в ЕГРЮЛ необходимо подать заявление по новой форме		Появились новые опции и информация о юридическом лице, которой будет располагать ФНС. Кроме того, форма позволяет изменять информацию о государственном органе, органе местного самоуправления или юридическом лице, действующем от имени публичного юридического лица	С 18.12.2021	Увеличивается объем информации для ФНС России
Информация ФНС России от 05.04.2022	Регистрация ООО		С 05.04.2022 можно зарегистрировать ООО за один рабочий день. Это возможно при соблюдении следующих условий: • регистрация проходит через сервис «Государственная онлайн-регистрация бизнеса» (https://service.palog.ru/gostreg/#ul); • решение о создании юридического лица подготовлено с помощью указанного сервиса; • используется типовый устав. Подготовленные документы необходимо подписать квалифицированной электронной подписью	С 05.04.2022	Уменьшается период для осуществления управленческого воздействия, по-прежнему влияет на получение денежных потоков и стоимость бизнеса

Заключение

В статье проведен анализ влияния на стоимость бизнеса изменений законодательства в области корпоративного управления. Данные изменения затронули разные аспекты корпоративного управления, начиная от регистрации общества и заканчивая принятием управленческих решений, и коснулись всех принципов Кодекса корпоративного управления. Некоторые изменения направлены на рост стоимости бизнеса, а другие – на ее снижение в связи с послаблением некоторых требований. Вызывают опасения те изменения, которые направлены на снижение требований к раскрытию информации и, как следствие, снижение инвестиционной привлекательности эмитентов.

Авторами даны предложения об отмене некоторых изменений в нормативном регу-

лировании вопросов, связанных с принципами корпоративного управления, которые, на наш взгляд, могут привести к существенно-му росту рисков как инвесторов, так и эмитентов и к снижению инвестиционной привлекательности эмитентов.

Представленный анализ изменений в нормативных документах указывает на необходимость проведения нового эмпирического исследования влияния принципов корпоративного управления на стоимость и уровень капитализации российских публичных акционерных обществ с учетом представленных изменений. Однако пока не накоплен необходимый объем наблюдений для такого исследования. Сама же методика учета нефинансовых показателей при определении стоимости бизнеса рассмотрена ранее в работах [11, 13–15, 18] и других.

Список литературы

1. Федеральный закон от 20.10.2022 № 404-ФЗ «О внесении изменения в Федеральный закон “О мобилизационной подготовке и мобилизации в Российской Федерации”» (с изм. и доп.) // СПС «КонсультантПлюс».
2. Федеральный закон от 14.07.2022 № 292-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации, признании утратившим силу абзаца шестого части первой статьи 7 Закона Российской Федерации “О государственной тайне”, приостановлении действия отдельных положений законодательных актов Российской Федерации и об установлении особенностей регулирования корпоративных отношений в 2022 и 2023 годах» (с изм. и доп.) // СПС «КонсультантПлюс».
3. Федеральный закон от 08.03.2022 № 46-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (с изм. и доп.) // СПС «КонсультантПлюс».
4. Постановление Правительства РФ от 12.03.2022 № 351 «Об особенностях разрешительной деятельности в Российской Федерации в 2022 и 2023 годах» (с изм. и доп.) // СПС «КонсультантПлюс».
5. Распоряжение Правительства РФ от 11.03.2023 № 559-р «Об утверждении национального плана мероприятий второго этапа адаптации к изменениям климата на период до 2025 г.» (с изм. и доп.) // СПС «КонсультантПлюс».
6. Положение Банка России от 27.03.2020 № 714-П «О раскрытии информации эмитентами эмиссионных ценных бумаг» (с изм. и доп.) // СПС «КонсультантПлюс».
7. Письмо Банка России от 10.04.2014 № 06-52/2463 «О Кодексе корпоративного управления» // СПС «КонсультантПлюс».
8. Диваева Э.А. Некоторые особенности текущей фазы фондового рынка, прогнозы и инвестиционные возможности // Инновации и инвестиции. 2022. № 5. С. 101–106.
9. Ефимова О. В., Волков М. А., Королёва Д.А. Анализ влияния принципов ESG на доходность активов: эмпирическое исследование // Финансы: теория и практика. 2021. Т. 25. № 4. С. 82–97. DOI: 10.26794/2587-5671-2021-25-4-82-97.
10. Косорукова И.В. Цена и стоимость бизнеса в России: анализ, влияние факторов и взаимодействие: монография. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2013. – 157 с.
11. Косорукова И. В., Прохимнов Н.Н. Влияние раскрытия эмитентом существенных фактов на цену акций // Прикладная информатика. 2014. № 1 (49). С. 91–106.
12. Косорукова И. В., Шуклина М.А. Корпоративное управление и оценка стоимости российских предприятий с долей участия государства // Аудит и финансовый анализ. 2014. № 2. С. 326–337.

13. Косорукова О.Д. Финансовые и нефинансовые показатели как факторы формирования стоимости бизнеса: анализ и классификация // Проблемы теории и практики управления. 2020. № 3. С. 129–141.
14. Косорукова О.Д. Анализ влияния существенных фактов на уровень капитализации российских публичных акционерных обществ // Проблемы теории и практики управления. 2021. № 6. С. 122–141. DOI: 10.46486/0234-4505-2021-6-122-141.
15. Косорукова О. Д., Прокимнов Н.Н. Моделирование влияния существенных фактов на уровень капитализации российских компаний // Прикладная информатика. 2022. Т. 17. № 1. С. 117–129. DOI: 10.37791/2687-0649-2022-17-1-117-129.
16. Озорнина О. В., Ружанская Л. С., Сысоева М. Ю. Информационная прозрачность российских компаний как фактор их конкурентоспособности на рынке капиталов // Современная конкуренция. 2009. № 2 (14). С. 86–93.
17. Осипенко О. В. О перспективах развития теории и практики корпоративного управления в Российской Федерации // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. № 3 (79). С. 50–65. DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-3-50-65.
18. Старюк П. Ю. Стратегическое управление стоимостью компании: учет факторов корпоративного управления // Управление корпоративными финансами. 2005. № 2. С. 12–21.
19. Федорова Е. А., Комлецова В. Г., Трегубова М. К., Максимова А. Ю., Емельянова В. Д. Влияние корпоративного управления на структуру капитала отечественных компаний // Финансы: теория и практика. 2022. Т. 26. № 2. С. 25–37. DOI: 10.26794/2587-5671-2022-26-2-25-37.
20. Шуклина М. А., Косорукова О.Д. Роль корпоративного управления при формировании стоимости акций и бизнеса публичного акционерного общества в современной российской экономике // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2018. № 12 (207). С. 6–16. DOI: 10.24411/2072-4098-2018-10121.
21. Bell M. Does your nonfinancial reporting tell your value creation story? // EY. 29 Nov. 2018. URL: https://www.ey.com/en_gl/assurance/does-nonfinancial-reporting-tell-value-creation-story (дата обращения: 27.08.2022).
22. Оценка недвижимости в контексте ESG // Официальный сайт саморегулируемой организации оценщиков «СОЮЗ». URL: <https://www.srosoy.ru/01.01.02.01/657> (дата обращения: 15.04.2023).
23. Рынок ESG инвестирования в России: настоящее и будущее // Frank RG. 2021. URL: <https://www.rshb.ru/download-file/472115/> (дата обращения: 30.05.2022).

Сведения об авторах

Косорукова Ирина Вячеславовна, ORCID 0000-0002-8330-2834, докт. экон. наук, профессор, заведующая кафедрой оценочной деятельности и корпоративных финансов, Университет «Синергия», Москва, Россия, IKosorukova@synergy.ru

Ксенофонтова Ольга Дмитриевна, ORCID 0000-0001-8680-0727, старший преподаватель, кафедра оценочной деятельности и корпоративных финансов, Университет «Синергия», Москва, Россия, olga.kosorukowa@yandex.ru

Статья поступила 10.04.2023, рассмотрена 25.04.2023, принята 15.05.2023

References

1. RF Federal Law "On Amendments to the Federal Law "On Mobilization Training and Mobilization in the Russian Federation" (as amended and supplemented) of October 20, 2022, no.404-FZ (in Russian). SPS «Konsul'tantPlyus».
2. RF Federal Law "On Amendments to Certain Legislative Acts of the Russian Federation, Invalidation of Paragraph Six of Part One of Article 7 of the Law of the Russian Federation "On State Secrets", Suspension of Certain Provisions of Legislative Acts of the Russian Federation and on the Establishment of the Specifics of Regulating Corporate Relations in 2022 and 2023" (as amended and supplemented) of July 14, 2022, no.292-FZ (in Russian). SPS «Konsul'tantPlyus».
3. RF Federal Law "On Amendments to Certain Legislative Acts of the Russian Federation" (as amended and supplemented) of March 8, 2022, no.46-FZ (in Russian). SPS «Konsul'tantPlyus».
4. Decree of the Government of the Russian Federation "On the specifics of licensing activities in the Russian Federation in 2022 and 2023" (as amended and supplemented) of March 12, 2022, no.351 (in Russian). SPS «Konsul'tantPlyus».
5. Decree of the Government of the Russian Federation «On approval of the national action plan for the second stage of adaptation to climate change for the period up to 2025» (as amended and supplemented) of March 11, 2023, no.559-r (in Russian). SPS «Konsul'tantPlyus».

6. Regulation of the Bank of Russia "On Disclosure of Information by Issuers of Equity Securities" (with changes and additions) of March 27, 2020, no.714-P (in Russian). *SPS «Konsul'tantPlyus»*.
7. Letter of the Bank of Russia "On the Corporate Governance Code" April 10, 2014, no.06-52/2463 (in Russian). *SPS «Konsul'tantPlyus»*.
8. Divaeva E. A. Some features of the current phase of the stock market, forecasts and investment opportunities. *Innovatsii i investitsii=Innovations and Investments*, 2022, no.5, pp.101-106 (in Russian).
9. Efimova O. V., Volkov M. A., Koroleva D. A. The impact of ESG factors on asset returns: empirical research. *Finansy: teoriya i praktika=Finance: Theory and Practice*, 2021, vol.25, no.4, pp.82-97 (in Russian). DOI: 10.26794/2587-5671-2021-25-4-82-97.
10. Kosorukova I. V. *Tsena i stoimost' biznesa v Rossii: analiz, vliyanie faktorov i vzaimodeistvie: monografiya* [Price and cost of business in Russia: analysis, influence of factors and interaction: monograph]. Moscow, Synergy University, 2013, 157 p.
11. Kosorukova I. V., Prokimnov N. N. Impact of issuer's significant facts disclosure on the share price. *Prikladnaya informatika=Journal of Applied Informatics*, 2014, no.1(49), pp.91-106 (in Russian).
12. Kosorukova I. V., Shuklina M. A. Corporate management and valuations of Russian enterprises with state share. *Audit i finansovyi analiz=Audit and Financial Analysis*, 2014, no.2, pp.326-337 (in Russian).
13. Kosorukova O. D. Financial and non financial indicators as factors of formation of business value: the analysis and classification. *Problemy teorii i praktiki upravleniya=International Journal of Management Theory and Practice*, 2020, no.3, pp.129-141 (in Russian).
14. Kosorukova O. D. Analysis of the impact of material facts on the level of capitalization of Russian public joint stock companies. *Problemy teorii i praktiki upravleniya=International Journal of Management Theory and Practice*, 2021, no.6, pp.122-141 (in Russian). DOI: 10.46486/0234-4505-2021-6-122-141.
15. Kosorukova O. D., Prokimnov N. N. Modeling the impact of significant facts on the level of capitalization of Russian companies. *Prikladnaya informatika=Journal of Applied Informatics*, 2022, vol.17, no.1, pp.117-129 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2022-17-1-117-129.
16. Ozornina O. V., Ruzhanskaya L. S., Sysoeva M. Yu. The capital market: Russian business' information transparency as a factor contributing to their competitiveness level change. *Sovremennaya konkurentsya=Journal of Modern Competition*, 2009, no.2(14), pp.86-93 (in Russian).
17. Osipenko O. V. On the prospects for the development of the theory and practice of corporate governance in the Russian Federation. *Sovremennaya konkurentsya=Journal of Modern Competition*, 2020, vol.14, no.3(79), pp.50-65 (in Russian). DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-3-50-65.
18. Saryuk P. Yu. *Strategicheskoe upravlenie stoimost'yu kompanii: uchet faktorov korporativnogo upravleniya* [Strategic management of the company's value: accounting for corporate governance factors]. *Upravlenie korporativnymi finansami*, 2005, no.2, pp.12-21.
19. Fedorova E. A., Koltsova V. G., Tregubova M. K., Maksimova A. Yu., Emelyanova V. D. The impact of corporate governance on the capital structure of domestic companies. *Finansy: teoriya i praktika=Finance: Theory and Practice*, 2022, vol.26, no.2, pp.25-37 (in Russian). DOI: 10.26794/2587-5671-2022-26-2-25-37.
20. Shuklina M. A., Kosorukova O. D. The role of corporate management at formation the value of shares at the present stage. *Imushchestvennye otnosheniya v Rossiiskoi Federatsii=Property relations in the Russian Federation*, 2018, no.12(207), pp.6-16 (in Russian). DOI: 10.24411/2072-4098-2018-10121.
21. Bell M. Does your non-financial reporting tell you about your value creation story? EY, 29 Nov. 2018. Available at: https://www.ey.com/en_gl/assurance/does-nonfinancial-reporting-tell-value-creation-story (accessed 27.08.2022).
22. *Otsenka nedvizhimosti v kontekste ESG* [Real estate valuation in the context of ESG]. *Ofitsial'nyi sait samoreguliruemoi organizatsii otsenshchikov «SOYuZ»*. Available at: <https://www.srosoy.ru/01.01.02.01/657> (accessed 15.04.2023).
23. *Rynok ESG investirovaniya v Rossii: nastoyashchee i budushchee* [ESG investment market in Russia: present and future]. Frank RG, 2021. Available at: <https://www.rshb.ru/download-file/472115/> (accessed 30.05.2022).

About the authors

Irina V. Kosorukova, ORCID 0000-0002-8330-2834, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of Valuation and Corporate Finance Department, Synergy University, Moscow, Russia, IKosorukova@synergy.ru

Olga D. Ksenofontova, ORCID 0000-0001-8680-0727, Senior Lecturer, Valuation and Corporate Finance Department, Synergy University, Moscow, Russia, olga.kosorukowa@yandex.ru

Received 10.04.2023, reviewed 25.04.2023, accepted 15.05.2023

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3-101-114

Состояние «подвижного равновесия» (по А. А. Богданову) как объект управления

В. Н. Волкова^{1*}, А. В. Логинова¹

¹ Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия

* violetta_volkova@list.ru

Аннотация. Рассматривается проблема исследования пространства состояний при моделировании социально-экономических систем, основу которого составляет понятие «подвижное равновесие», введенное впервые А. А. Богдановым. Предлагается для исследования проблемы управления состоянием подвижного равновесия в обществе применять закономерности теории систем. Данная статья инициирована важным результатом, полученным **Г. Б. Клейнером** на основе осмыслений идей А. А. Богданова, представленных в статье, опубликованной в № 2 журнала «Современная конкуренция» за 2023 год. В ней предложена концепция пространства **А. А. Богданова** как объединения пространств **Аристотеля, И. Ньютона, А. Эйнштейна и В. И. Вернадского**, что позволило обосновать особенности пространства А. А. Богданова, связать виды пространств с разделами экономики и получить модель, определяющую функции базовых подсистем комплекса (тетрады) из объектной, средовой, процессной и проектной компонент в экономическом пространстве. Этот важный результат побудил авторов переосмыслить работы в области понимания и применения понятия «пространство», поскольку проблема определения *пространства состояний* возникает при постановке практически любых задач, особенно в сложных системах. В данной статье проводится краткий анализ принципиальных особенностей определения пространства в работах разных периодов развития науки. Характеризуется понятие «состояние подвижного равновесия», введенное **А. А. Богдановым** и исследованное **Л. фон Бергаланфи**. Обсуждаются идеи поиска форм и способов объяснения и реализации состояния подвижного равновесия в «Тектологии», статьях и романах А. А. Богданова, поиска типа общественной системы, способа управления обществом и государством на основе обеспечения социальной справедливости, «*на сознательно-товарищеских началах*», по А. А. Богданову, путем необходимого преобразования человека. Опираясь на идеи А. А. Богданова о необходимости создания общества, в котором отношения людей к природе и друг к другу определяются *нормами научной целесообразности*, в статье предлагается идея применения закономерностей теории систем для исследования проблемы управления состоянием подвижного равновесия в обществе. Делается вывод о том, что в условиях внедрения инновационных технологий и систем искусственного интеллекта все более осознается, что необходимы знания особенностей и закономерностей жизнедеятельности открытых систем с активными элементами.

Ключевые слова: организационное управление, социально-экономические системы, экономическое пространство, закономерности теории систем, конкуренция, подвижное равновесие, пространство состояний, сложносистемное мышление, сознательно-товарищеское сотрудничество, тектология

Для цитирования: Волкова В. Н., Логинова А. В. Состояние «подвижного равновесия» (по А. А. Богданову) как объект управления // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 3. С. 101–114.
DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-101-114

The State of “Movable equilibrium” (According to A. A. Bogdanov) as an Object of Control

V. Volkova^{1*}, A. Loginova¹

¹ Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia

* violetta_volkova@list.ru

Abstract. The problem of studying the space of states in modeling socio-economic systems is considered, the basis of which is the concept of “movable equilibrium”, introduced for the first time by A. A. Bogdanov. It is proposed to apply the laws of systems theory for studying the problem of managing the state of movable equilibrium in society. The article was initiated by an important result obtained by **G. B. Kleiner** on the basis of understanding the ideas of A. A. Bogdanov, published in the issue 2 of the “Journal of Modern Competition” of 2023, in which the concept of **A. A. Bogdanov’s** space as a union of the spaces of **Aristotle, I. Newton, A. Einstein and V. I. Vernadsky** was proposed, which made it possible to substantiate the features of the space of A. A. Bogdanov, to connect the types of spaces with sections of the economy and to obtain a model that determines the functions of the basic subsystems of the complex (tetrad) from the object, environment, process and design component in the economic space. This important result prompted the authors to rethink the works in the field of understanding and application of the concept of “space”, since the problem of determining the state space arises in the formulation of almost any problem, especially in complicated systems. This article provides a brief analysis of the fundamental features of the definition of space in the works of different periods of the development of science. The concept of “state of movable equilibrium”, introduced by A. A. Bogdanov and studied by L. von Bertalanffy, is characterized. The article discusses the ideas of searching for forms and methods of explaining and implementing the state of movable equilibrium in A. A. Bogdanov’s “Tectology”, in his articles and science fiction novels, searching for a type of social system, a way of managing society and the state based on ensuring social justice, “on consciously comradesly beginnings” according to A. A. Bogdanov, through the necessary transformation of man and society. Based on the ideas of A. A. Bogdanov on the need to create a society in which the relationship of people to nature and to each other is determined by the norms of scientific expediency, the article proposes the idea of using the laws of systems theory to study the problem of controlling the state of movable equilibrium in society, and provides examples of research demonstrating the usefulness of this idea. It is concluded that in the context of the introduction of innovative technologies and artificial intelligence systems, it is becoming increasingly clear that knowledge of the features and patterns of the life of open systems with active elements is necessary not only for those who are directly involved in the management of enterprises and organizations, or those who are introducing innovative technologies, but it is necessary to everyone who will live in new difficult conditions, which, based on the research of A. A. Bogdanov and L. von Bertalanffy can be called a state of movable equilibrium.

Keywords: organization management, socio-economic systems, economic space, laws of systems theory, competition, movable equilibrium, state space, thinking in complexity, tectology

For citation: Volkova V., Loginova A. The State of “Movable equilibrium” (According to A. A. Bogdanov) as an Object of Control. *Sovremennaya konkurentsia*—Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.3, pp.101-114 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-101-114

Введение

Целью статьи является развитие идей российского ученого-энциклопедиста А. А. Богданова о введенном им понятии «подвижное равновесие», об органи-

зации справедливого общества «на сознательно-товарищеских началах» и о необходимости преобразования человека и общества на основе научной целесообразности с применением для исследования проблемы управления состоянием подвижного равно-

весия в обществе закономерностей теории систем¹.

Для достижения этой цели в статье проводится краткий анализ принципиальных особенностей определения пространства в работах *Аристотеля, И. Ньютона, А. Эйнштейна, В. И. Вернадского* (раздел 1), характеризуется понятие «подвижное равновесие», введенное *А. А. Богдановым* (раздел 2) и исследованное *Л. фон Бергаланфи* (раздел 3).

Приводится анализ форм и способов объяснения и реализации состояния подвижного равновесия в «Тектологии» А. А. Богданова, в его статьях и фантастических романах, поиска типа общественной системы, способа управления обществом и государством на основе обеспечения социальной справедливости, «на сознательно-товарищеских началах», по А. А. Богданову, путем необходимого преобразования человека и общества на основе научной целесообразности (раздел 4).

Предлагается идея применения понятий и закономерностей теории систем для исследования проблемы управления состоянием подвижного равновесия в обществе и приводятся примеры исследований, демонстрирующие полезность применения этой идеи (раздел 5).

1. Современное состояние представлений о пространстве-времени

Как известно, проблема пространства и времени обсуждается, начиная с античной натурфилософии. Атомисты разделили все существующее на непроницаемые,

¹ В прошлом номере журнала была опубликована статья Георгия Борисовича Клейнера «"Сознательно-товарищеские" начала организационно-управленческой модели А. Богданова», и поскольку идеи врача и энциклопедиста Александра Александровича Богданова об организации социально-экономического пространства, о проблемах преобразования человека и общества, высказанные около ста лет назад, до сих пор вызывают большой интерес и дискуссии, редакция журнала предложила продолжить обсуждение этих идей (прим. ред.).

неизменные материальные атомы и пустое пространство, которое, по их мнению, необходимо для объяснения движения. Однако их представления вызвали возражения ряда древних философов, в том числе *Аристотеля*, который представлял пространство как «индивидуальное достояние» чувственно-воспринимаемых (физических) тел, т. е. *место* [1, 2]. Движение у Аристотеля осуществляется как перемещение из одного места в другое, что помогло объяснить парадоксы *Зенона Элейского* (стрела не летит, Ахиллес не догонит черепаху).

Пространство и время у *И. Ньютона* – это универсальное вместилище, в котором определены взаимоотношения между телами и отношениями порядка, которые существуют независимо друг от друга и от материальных тел [3]. Введенное Ньютоном понятие *абсолютного пространства* в классической механике представляет собой *трехмерное евклидово пространство*. В этом пространстве выполняется принцип относительности Галилея.

В период Нового времени (*Г. Гоббс, Дж. Локк и др.*) пространство стало не только связываться с физическими телами, но и рассматриваться как *продукт сознания* или восприятия [4].

Модель пространства *Г. Минковского* (1907), считающаяся основой теории относительности *А. Эйнштейна*, поскольку отображает геометрическое представление кинематики теории относительности, опирается на утверждение: «...*время само по себе и пространство само по себе становятся пустой фикцией, и только единение их сохраняет шанс на реальность*» [5, 6] и представляет собой *четырёхмерное псевдоевклидово пространство*.

В. И. Вернадский определяет пространство как биосферу, содержащую живую, социальную и неживую материю. Формализованного представления такого пространства в работах Вернадского нет.

В современных энциклопедиях и словарях пространство определяется как

«объективная реальность, форма существования материи, характеризующаяся протяженностью и объемом» [7], характеризуется с большей детализацией форм восприятия реальности и отношений применительно к различным сферам использования этого термина (в математике, физике и др.) [8].

Считается, что идею об особой роли пространства и времени в социально-экономических системах впервые сформулировал А. А. Богданов, который для представления состояния такого пространства предложил термин «подвижное равновесие» [9].

Это понятие переосмысливается в данной статье в надежде глубже понять принципиальные особенности живого и социально-экономической сферы, осознать ряд проблем, важных для осмысления и исследования особенностей социально-экономических систем, для управления их устойчивым развитием, и поставить вопрос: *можно ли управлять состоянием этого пространства для того, чтобы реализовать мечту А.А. Богданова об обществе, в котором «все производство организовано на сознательно-товарищеских началах»?* [10, с. 99].

2. Состояние подвижного равновесия по А. А. Богданову

Понятие «подвижное равновесие» А. А. Богданов ввел в организационной теории, названной им «Тектология» [9]. При введении понятия «подвижное равновесие» он опирался на закон равновесия *Ле Шателье*, который считал, что «системы, находящиеся в определенном равновесии, обнаруживают тенденцию сохранять его, оказывают внутреннее противодействие силам, его изменяющим» [9].

Ле Шателье сформулировал закон для физических и химических объектов. Но А. А. Богданов придает закону универсальный характер, поясняет его суть, вводя понятия «ассимиляции – дезассимиляции», т. е. буквально «уподобления – разуподобления», «ингрессия», «эгрессия», «дегрессия»,

и распространяет их на все организованные комплексы и тектологические формы [9].

Эти термины до сих пор вызывают дискуссии по поводу их толкования. Возможно, понимание и распространение понятия подвижного равновесия сдерживалось из-за сложности трактовки терминов. Были, как известно, и политические причины.

В то же время поскольку состояние подвижного равновесия является основой моделирования любых живых и социально-экономических систем, осмысление его актуально и в настоящее время.

3. Подвижное равновесие по Л. фон Берталанфи

Суть подвижного равновесия Л. фон Берталанфи объяснил на основе предложенной закономерности, которая в открытых системах с активными элементами противоречит второму закону термодинамики и обеспечивает способность противостоять энтропийным (разрушающим систему) тенденциям.

Л. фон Берталанфи связал введенное А. А. Богдановым понятие подвижного равновесия с понятием эквифинальности: «...при соответствующих условиях открытая система достигает состояния подвижного равновесия, в котором ее структура остается постоянной, но в противоположность обычному равновесию это постоянство сохраняется в процессе непрерывного обмена и движения составляющего ее вещества. Подвижное равновесие открытых систем характеризуется принципом эквифинальности, то есть в отличие от состояний равновесия в закрытых системах, полностью детерминированных начальными условиями, открытая система может достигать не зависящего от времени состояния, которое не зависит от ее исходных условий и определяется исключительно параметрами системы» [10, с. 42].

Термин «подвижное равновесие» сложно понять, не ознакомившись с работами А. А. Богданова и Л. фон Берталанфи. При

нахождении объекта в этом состоянии собственно перемещения или движения не происходит, если связывать движение с системой координат псевдоевклидова пространства *Минковского – Эйнштейна*. Происходит изменение соотношения энтропийно-негэнтропийных тенденций, т. е. можно считать, что имеет место *принципиально иная координата*, дополняющая систему координат – пространство-время.

В английском языке нет термина, абсолютно передающего сложное понятие «подвижное равновесие» (*moving equilibrium* – движущееся равновесие; *state of mobile equilibrium* – состояние мобильного равновесия). Следует отметить, что свои труды Л. фон Берталанфи писал на немецком и английском языках, поэтому в его оригинальных текстах используется не термин «подвижное равновесие», а приняты термины *Fließgleichgewicht* (с нем. дословно «равновесие потока»), *quasi-state equilibrium* – квазистатическое равновесие, *dynamic equilibrium in an open system* (англ. «динамическое равновесие в открытой системе»). В первых переводах трудов Берталанфи на русский язык, напр. [11], для передачи его идей переводчики использовали термин «подвижное равновесие», заимствовав его у А. А. Богданова.

Точнее всего смысл термина «подвижное равновесие» передает выражение *movable equilibrium*, применяющееся в ситуациях движения ресурсов (напр., *movable of financial resources* – движимая часть финансовых средств, *movable property* – движимое имущество), когда движение осуществляется не в координатах пространства-времени, т. е. фактического перемещения нет.

4. Подвижное равновесие в обществе будущего по А. А. Богданову

Осознав особое состояние живого и расширив понятие подвижного равновесия на социально-экономические процес-

сы, *А. А. Богданов* искал формы и способы объяснения и реализации этого состояния в обществе на основе критерия обеспечения социальной справедливости взаимодействия между системой управления обществом и потребностями его членов, считая, что именно при выполнении этого критерия будет реализовано такое состояние подвижного равновесия, которое необходимо для эффективного развития экономики и социально-экономических отношений.

А. А. Богданов видел справедливое будущее так: *«Социалистическое общество – это такое, в котором все производство организовано на сознательно-товарищеских началах. Отсюда уже вытекают все другие черты социализма: и общественная собственность на средства труда, и уничтожение классов, и такое распределение продуктов, при котором каждый мог бы реализовать свою производительную энергию, следуя своему трудовому признанию»* [10, с. 99].

При этом А. А. Богданов оговаривает, что *«эти условия могут осуществиться лишь тогда, когда налицо будет их основа, товарищеская организация производства в целом»* [10, с. 99].

В трех статьях, напечатанных в журнале «Новый мир» в 1903–1924 гг. и в газете «Правда» в 1904 г., а потом изданных в виде отдельной книги, *А. А. Богданов* обосновывает необходимые преобразования человека и общественной системы [10, с. 28–89]: 1. Изменение типа человеческой личности – *«устранение той узости и неполноты человеческого существа, которые создают неравенство, разнородность и психическое разъединение людей»*. 2. Изменение типа общественной системы – *«устранение элементов принуждения из отношений между людьми»*. 3. Изменение типа человеческого познания – *«освобождение от фетишей, ограничивающих и извращающих познавательное творчество»*.

Будущий социалистический мир А. А. Богданов представляет как общество,

в котором отношения людей к природе и друг к другу определяются *нормами научной целесообразности*: «*Политик создает определенные непосредственно технические нормы целесообразности, опираясь на нормы научные*» [10, с. 63].

Понять идею сознательно-товарищеского сотрудничества помогает пример, который на заре игр КВН представила команда Университета «Синергия»: «Рабочие добыли песок → Водители отвезли песок на завод → Работники завода сделали кирпичи → Водители отвезли кирпичи на стройку → Строители построили дом → И все получили в нем квартиры!».

А. А. Богданов понимал сложный процесс преобразования человека и общества около ста лет назад. Но до сих пор ведутся дискуссии о том, насколько сильны в человеке природные животные инстинкты и эгоизм и насколько воспитуем коллективизм и понимание своего места в процессах разделения труда.

В соответствии с биологическим законом *Дарвина – Мюллера – Геккеля* каждое живое существо в своем индивидуальном развитии повторяет в известной степени формы, пройденные его предками или его видом. По современной трактовке этого биогенетического закона русским биологом *А. Н. Северцовым*, в онтогенезе происходит повторение признаков не взрослых особей предков, а их зародышей. Но все же животные инстинкты предшествующих уровней развития вида проявляются и после рождения особей.

Опыт СССР показал, что только на начальной стадии энтузиазма «великих строек» индустриализации или в период опасности (Великая Отечественная война) человек способен проявлять сознательное отношение к труду, а в период мирной, достаточно обеспеченной жизни социализму не удается найти способ побуждения к труду без принудительных управляющих воздействий, утрачивается связь и усиливаются противоречия между целями, потребностями индивидуумов и целями общества.

В начале перестройки эта проблема была поставлена и продемонстрирована в одном из телевизионных интервью с девушкой, которая в условиях социалистического соревнования получила звание героя труда за работу, результатом которой была одежда какого-то вида. Когда ее спросили, почему она не в такой одежде, она ответила: «Ну, что вы! Я это не надену!»! Герой труда за производство продукции, которая ей не нравится!

В какой-то мере это результат конкуренции, хоть и в форме социалистического соревнования.

Опыт перестройки и дальнейшие попытки стимулировать труд с помощью рыночных механизмов также не помогли получить ожидаемые результаты организации труда «*на сознательно-товарищеских началах*», а, напротив, привели к возврату сознания человека чуть ли не к Средневековью или по крайней мере к периоду Возрождения, к принципам *Франческо Гвиччардини* (1483–1540), который откровенно рекомендовал в качестве норм поведения лень, лицемерие, ложь, если это нужно для достижения цели; к пониманию критики *Томмазо Кампанеллы* (1568–1639), который считал, что в эксплуататорском обществе «...нищета делает людей негодьями, подлыми, хитрыми, ворами, лжецами и т. д., а богатство – надменными, гордыми, невеждами, изменниками, обманщиками и т. д.» [12].

Конечно, теперь это проявляется не так остро. Религия и культура все же преобразуют человека. Но начинает все больше осознаваться необходимость рекомендации А. А. Богданова опираться на научные исследования, искать пути и методы управления пространством состояний подвижного равновесия в социально-экономических системах.

Поэтому предлагается для исследования проблемы управления состоянием подвижного равновесия в обществе применить понятия и закономерности теории систем.

5. Проблема управления пространством подвижного равновесия

В самом начале становления системных исследований было понято, что сложные открытые системы с активными элементами не могут существовать как абсолютно целостные и устойчивые, а находятся в каком-то особом состоянии, которое у **А. А. Богданова** названо *подвижным равновесием* [9], а у **Э. Бауэра** – *принципиальной неравновесностью* сложных систем [13].

Тектологию А. А. Богданова можно считать первой попыткой системного анализа проблем состояния подвижного равновесия в организационных системах, в обществе. К настоящему времени возникли на разной основе и развиваются разнообразие науки о системах. Исследования, проводимые в теории систем и других научных направлениях, использующих основные понятия и закономерности, изученные в этих теориях, позволяют глубже понять ряд процессов в сложных открытых системах с активными элементами, с помощью которых отображают и исследуют современные социально-экономические объекты и процессы, и получить некоторые рекомендации, которые могут приблизить к реализации идеального справедливого общества, о котором мечтал А. А. Богданов.

Прежде всего важно понимать и учитывать закономерности функционирования и развития систем, осознанные **Л. фон Берталанфи** [11, 14], **У. Р. Эшби** [15], исследованные **А. Холлом** [16], **В. Г. Афанасьевым** [17] и др.

Значимым для управления развитием сознательного сотрудничества, о котором мечтал А. А. Богданов, является постоянное исследование состояния подвижного равновесия, соотношения энтропийно-негэнтропийных процессов, т. е. можно считать, что имеет место *принципиально иная координата, дополняющая систему координат пространства-времени*.

Исследования энтропийно-негэнтропийных процессов показали, что эти процессы

нельзя трактовать упрощенно. Часто *энтропию* трактуют как *хаос*, *меру неупорядоченности*, а *негэнтропию* – как меру *повышения упорядоченности*.

В то же время инновации, обеспечивающие нетэнтропийные процессы и в результате выводящие систему на более высокий уровень развития, в начале инновационного процесса *дестабилизируют* систему (это было осознано и в исследованиях в экономике и названо «*креативным разрушением*» [18]), а *энтропийные тенденции*, напротив, *стабилизируют* состояние системы, поскольку в соответствии с исходным пониманием Клаузиуса и Томпсона (Кельвина) энтропия – это рассеяние энергии, которое приводит к минимальному энергетическому состоянию, являющемуся самым устойчивым.

Если признать верным распространение «второго начала» термодинамики на социально-экономические процессы, то можно утверждать, что именно энтропийные процессы обеспечивают устойчивость, стабилизацию системы, но без «креативного разрушения» это путь «на кладбище», к умиранию системы. Поэтому необходимо постоянно контролировать и регулировать соотношение энтропийно-негэнтропийных процессов.

Впервые эти выводы были осознаны авторами статьи в соавторстве с научным коллективом, проводившим в 2012–2014 гг. в Санкт-Петербургском государственном политехническом университете (сейчас – Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого) исследования по гранту «Управление и оценка эффективности инновационного развития социально-экономических систем» (№ проекта: 12-02-00247. Государственная регистрация 01201273449. Код ГРНТИ 06.81.25) и опубликованы в коллективной монографии [19] и в статьях авторов (напр., [20]).

В последующем была поставлена задача оценки состояния системы на координате «*соотношение энтропийно-негэнтропийных тенденций*». Измерить количественно положение объекта на этой координате

в какой-то точке в определенный момент времени вряд ли возможно. Но исследование закономерностей открытых систем с активными элементами позволяет проводить некоторую оценку тенденций изменения энтропийно-негэнтропийных процессов, т. е. тенденций к увеличению или уменьшению энтропийных процессов, обеспечивающих стабильность, устойчивость системы, либо к уменьшению или увеличению негэнтропийных процессов, обеспечивающих развитие.

Контролировать состояния подвижного равновесия возможно на основе применения введенных *Л. Берталанфи* [14] и исследованных *А. Холлом* и *Д. Фейджиным* [16] закономерностей *прогрессирующей систематизации* (т. е. повышение целостности, сохранение системы) и *прогрессирующей факторизации*, обеспечивающей «энтропийный лаг» (свободу элементов системы), что необходимо для возникновения инноваций, для развития системы.

Поскольку для проявления негэнтропийных тенденций необходима достаточная свобода элементов, *А. А. Денисов* предложил связать проявление энтропийно-негэнтропийных тенденций с оценками степени целостности и степени свободы элементов системы [21]. Эта идея экспериментально исследовалась им, когда он был избран народным депутатом СССР и членом Верховного Совета СССР, в поиске путей развития экономики России в первый период перестройки 1988–1990 гг. [22].

Исследования показали [23, 24 и др.], что степень целостности, необходимая для устойчивости системы, и степень свободы ее элементов, необходимая для ее развития, зависят от вида структуры системы. В частности, в древовидных иерархических структурах степень целостности возрастает при увеличении числа уровней иерархии и числа компонентов верхнего уровня (в том числе, контролирующих организаций). В таких условиях никакие призывы и законодательные инициативы, предоставляющие определенные свободы элементам системы для раз-

вития, не помогают. Структура не позволяет их реализовать.

Интересно также, что элементы, подчиненные одному узлу, неизбежно находятся в состоянии конкуренции (по образному выражению *А. А. Денисова*, «ведут себя как члены президиума, выталкивая локтями друг друга»), поскольку оценка их деятельности, поощрения или наказания зависит от руководителя (узла структуры), которому они подчинены.

Ведутся исследования принципов и форм взаимодействия элементов в структурах различного вида – типа страт, слоев *М. Месаровича*, который развивает теорию координации [25], типа сетевых, сетецентрических, партисипативных. Начаты исследования полезности закономерностей потенциальной осуществимости системы и особенно потенциальной эффективности *Б. С. Флейшмана* [26], на основе которых можно получать оценки устойчивости, безопасности и других значимых качеств системы [27–29].

Оценка степени целостности помогает найти точку начала снижения эффективности функционирования системы, в которой целесообразен переход на новый уровень эквифинальности.

Ведутся также исследования, основанные на дополнении закономерностей теории систем формализованным представлением законов диалектики: изменчивости, единства противоположностей и др. Эти закономерности использованы *А. А. Денисовым* при разработке формализованного аппарата информационного анализа систем [21]. Модели ситуаций, полученные на основе этого формализованного аппарата, видимо, можно рассматривать как модели пространства состояния подвижного равновесия, по крайней мере в период переходных процессов. Полезно также обратить внимание на исследуемые *А. Л. Шамисом* [30] на основе работ *Э. Бауэра* [13] особенности «живой клетки», источники негэнтропийных тенденций.

В «Тектологии» [9], в статьях и романах [10, 31, 32] *А. А. Богданов* искал тип обще-

ственной системы, способы управления обществом и государством на основе товарищества, коллективизма. Однако в тот период ему не удалось увидеть опасность, которая скрыта в возможности истолкования коллективизма как «*послушания большинству*».

Для понимания этого принципа полезно задуматься о способах его реализации, поскольку этот принцип представляется наиболее справедливым и реализуется при управлении обществом в форме демократии, т. е. власти народа (др.-греч. δῆμος (демос) – народ).

Однако еще Аристотель считал демократию не лучшим способом управления государством, предлагая некую «политию», точная трактовка которой так и не найдена до сих пор. А молодой *Ги де Мопассан* поясняет свое отношение к демократическим выборам в одном из ранних рассказов: *«Вы, вероятно, согласитесь со мной, что гениальные люди встречаются редко, не правда ли? Но будем щедры и допустим, что во Франции их имеется человек пять. Прибавим, с такой же щедростью, двести высокоталантливых людей, тысячу других, тоже талантливых, каждый в своей области и десять тысяч человек, так или иначе выдающихся. Вот вам генеральный штаб в одиннадцать тысяч двести пять умов. За ним идет армия посредственностей, за которой следует вся масса дурачья. А так как посредственности и дураки всегда составляют огромное большинство, то немислимо представить, что они могли бы избрать разумное правительство»* [33, с. 239]. И далее эмоционально Мопассан дает такие оценки: *«...единственная сила, поддающаяся нашему измерению – это именно та, с которой меньше всего следовало бы считаться: бессмысленная сила большинства... Невежественное большинство всегда будет превалировать над гением, над наукой, над всеми накопленными знаниями...»* [33, с. 240].

При организации выборов частично проблеме пытаются решать, вводя определенные цензы, ограничивая возраст избирателей, их доходы, организуя сложную систе-

му отбора выборщиков, подобную принятой в США.

Для понимания процессов управления полезно учитывать закономерность, предложенную *У. Р. Эшби* [15], названную им законом «*необходимого разнообразия*». Применительно к системам управления эта закономерность формулируют следующим образом: $V_{su} > V_{ou}$, где V_{su} – способность системы управления подавлять разнообразие (снижать энтропию, справляться со сложностью) управляемого объекта; V_{ou} – характеристика разнообразия (неопределенности, сложности) управляемого объекта.

Анализ возможных путей совершенствования управления [34] показал, что наиболее распространенным способом является уменьшение V_{ou} за счет унификации, стандартизации, типизации. Однако это входит в противоречие с характеристиками, обеспечивающими существование объекта как развивающейся системы, такими как уникальность, необходимость инноваций, обеспечивающих развитие, негэнтропийные тенденции.

В 1980-е гг. начали развивать внедрения хозрасчета, самофинансирования, самокупаемости и т. п., а в последующем, в 1990-е гг., – внедрения рыночных механизмов управления.

Но на практике и в настоящее время применяется, в основном, второй способ уменьшения V_{ou} – упрощение сложности на основе разработки все большего количества стандартов, инструкций, регламентов разного рода, что не способствует развитию промышленного производства и общества в целом.

При внедрении инновационных технологий Industry 4.0 (четвертой промышленной революции) все процессы в обществе усложняются. Прогнозируется, что роботизированные комплексы и системы искусственного интеллекта будут принимать собственные решения о корректировке производственных процессов, что позволит оперативно ликвидировать неисправности, непредвиденные отклонения от

запланированного хода производства. Но возможно и нежелательное самостоятельное поведение роботизированных комплексов и систем искусственного интеллекта (ИИ). И вряд можно заставить даже роботов, не говоря о более развитых системах ИИ, подчиняться стандартам, унификации, т. е. применять для управления наиболее распространенный принцип уменьшения $V_{от}$. Необходимо переосмысление принципов и способов управления социально-экономическими системами и процессами.

Поэтому для разумной организации управления экономикой и обществом важно обратить внимание на способ управления, основанный на увеличении и $V_{ст}$, который в 1960-х гг. пытались достигнуть путем роста численности аппарата управления, затем с помощью автоматизации, но АСУ потребовали немалого обслуживающего персонала.

В настоящее время становится понятным, что необходимо *увеличивать «разнообразие» управляющей системы $V_{ст}$* на основе все более полных знаний, позволяющих принимать решения, не уменьшая сложности развивающихся производственных процессов и взаимоотношений в обществе, необходимо знание закономерностей развития сложных систем, т. е. *сложносистемное мышление* (термин введен немецким философом и ученым в области синергетики **К. Майнцером** [35]).

И это необходимо при управлении на всех уровнях организации общества – от уровня предприятий разного вида и территориальных образований (городов, районов, областей и т. п.) до общегосударственного уровня.

А с учетом наблюдений Ги де Мопассана необходимо в условиях демократических принципов управления повышать процент сложномыслящих членов общества. Впервые необходимость повышения процента сложносистемномыслящих избирателей в условиях демократического выбора была осознана в обсуждении этой проблемы с руководителем по изучению проблем информатики ИНИОН РАН, философом **Ю.Ю. Черным** [36].

Разумеется, авторы статьи понимают полезность деловой конкуренции, возможность ее интерпретации и развития не только в направлении монополии, а и в направлении доброжелательной соревновательности. Но в любом варианте основой этого вида взаимоотношений является некоторая конфликтная ситуация, противоречие.

В СССР мы даже «придумывали» неантагонистические противоречия между городом и деревней, умственным и физическим трудом и т. д. Но в условиях внедрения инновационных технологий эти противоречия сглаживаются. Уже сейчас в сельскохозяйственной сфере инновационные технологи внедряются быстрее, чем в условиях больших городов. Есть уже почти беспилотные тракторы (сбывается мечта молодого специалиста-зоотехника Тони Глечиковой из фильма «Дело было в Пенькове»), современные мобильные компьютерные средства регулируют внесение удобрений, управляют кормлением и общением с коровами в процессе получения от них молока и т. д.

Понимая полезность и проблемы конкуренции, все же очень хочется верить, что возможны и будут развиваться необходимые для реализации представлений А. А. Богданова о социально справедливом обществе изменения типа человеческой личности, типа общественной системы, типа человеческого познания. Хочется верить, что возможно создание атмосферы будущего, основанной «на сознательно-товарищеских началах», и сбудутся мечты А. А. Богданова об обществе, в котором отношения людей к природе и друг к другу будут регулироваться на основе *норм научной целесообразности*.

В настоящее время ведутся исследования [35–38], авторы которых обосновывают значимость знания закономерностей развития сложных систем, т. е. необходимость развития *сложносистемного мышления*, переосмысления концепции открытой системы и организмического подхода **Л. фон Берталанфи**, тектологии и подвижного равнове-

сия А. А. Богданова, принципиальной неравновесности Э. Бауэра. Необходимо дальнейшее развитие методов теории систем и исследование возможностей их применения при моделировании возникающих проблем.

Заключение

В условиях развития технологий искусственного интеллекта прогнозируется, что будущие взаимоотношения общества и ИИ станут труднопредсказуемыми. В результате среда жизнедеятельности человека приближается к поведению живых биологических систем с активными элементами, и их нормальным состоянием становится подвижное равновесие.

Все более осознается, что знание принципов и особенностей открытых систем с активными элементами, т. е. *сложносистемное*

мышление, необходимо не только тем, кто внедряет инновационные технологии, занимается управлением предприятиями, организациями, территориальными комплексами, но поможет ориентироваться всем, кто будет жить в новых сложных условиях, которые, опираясь на исследования А. А. Богданова и Л. фон Берталанфи, можно назвать состоянием подвижного равновесия.

Поэтому для эффективного развития экономики и общества необходима модернизация образования, повышение процента членов общества, обладающих сложносистемным мышлением.

Это будет способствовать приближению состояния общества к такому, в котором *«производство и другие формы трудовых отношений будут организованы на сознательно-товарищеских началах»*, о чем мечтал А. А. Богданов.

Список литературы

1. Аристотель // Большая советская энциклопедия: в 30 т. Т. 2: Ангола-Барзас / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1970. С. 195–196.
2. Асоян Ю. А. Учение Аристотеля о «естественных местах» и особенности античной культуры // Философские исследования. 1995. № 1. С. 65–99.
3. Вавилов С. И. Исаак Ньютон. – 2-е изд., доп. – М. – Л.: Изд. АН СССР, 1945. – 230 с.
4. Пространство / Е. В. Смирницкая, В. Г. Лысенко (Пространство в индийской философии), С. В. Месяц (Пространство в философии Нового времени) [Электронный ресурс] // Большая российская энциклопедия: в 35 т. Т. 27: Полупроводники – Пустыня / гл. ред. Ю. С. Осипов. – М.: Большая российская энциклопедия, 2015. С. 617–619. URL: <https://old.bigenc.ru/philosophy/text/3168767> (дата обращения: 26.06.2023).
5. Минковский Г. Пространство и время. – СПб.: Книгоиздат. Физика, 1911. – 94 с.
6. Minkowski H. Das Relativitätsprinzip // Annalen der Physik. 1915. Vol. 352. No. 15. P. 927–938.
7. Пространство // Большая советская энциклопедия: в 50 т. Т. 35: Прокат – Раковины / гл. ред. Б. А. Введенский. – 2-е изд. – М.: Советская энциклопедия, 1955. С. 105–107.
8. Пространство // Научно-технический энциклопедический словарь. Портал «Академик». URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ntes/3815> (дата обращения: 26.06.2023).
9. Богданов А. А. Тектология: всеобщая организационная наука: в 2 кн. – М.: Экономика, 1989. Кн. 1. – 303 с. Кн. 2. – 350 с.
10. Богданов А. А. Вопросы социализма: Работы разных лет. – М.: Политиздат, 1990. – 370 с.
11. Берталанфи Л. фон. Общая теория систем: критический обзор // Исследования по общей теории систем: сб. переводов / общ. ред. В. Н. Садовского и Э. Г. Юдина. – М.: Прогресс, 1969. – С. 23–82.
12. Кампанелла Т. Город Солнца / пер. с лат. и ком. Ф. А. Петровского; вст. ст. В. П. Волгина. – М. – Л.: АН СССР, 1954. – 228 с.
13. Бауэр Э. С. Теоретическая биология. – М. – Л.: Изд. ВИЭМ, 1935. – 206 с.
14. Bertalanffy L. von. General System Theory. Foundations, Development, Applications. – New York: George Braziller, 1968. – 295 p.
15. Ashby W. Ross. An Introduction to Cybernetics. – London: Chapman & Hall, 1956. – 295 p.
16. Холл А. Опыт методологии для системотехники. – М.: Сов. радио, 1975. – 448 с.
17. Афанасьев В. Г. Проблема целостности в философии и биологии. – М.: Мысль, 1964. – 416 с.

18. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Эксмо, 2008. – 864 с.
19. Волкова В. Н., Козловская Э. А., Логинова А. В., Радионова Ю. В., Родионов Д. Г., Рудская И. А., Яковлева Е.А. Применение теории систем и системного анализа для развития теории инноваций / под ред. В.Н. Волковой, Э.А. Козловской. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2013. – 352 с.
20. Волкова В. Н., Козловская Э. А., Логинова А. В., Яковлева Е.А. Состояние и перспективы развития теории инноваций на основе теории систем // Инновации. 2014. № 4 (186). С. 33–40.
21. Денисов А.А. Современные проблемы системного анализа: учебник. – 3-е изд. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2008. – 304 с.
22. Денисов А.А. Глазами народного депутата СССР. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2006. – 660 с.
23. Волкова В. Н., Денисов А.А. Теория систем и системный анализ: учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2022. – 562 с.
24. Волкова В. Н., Горелова Г.В. Применение закономерностей теории систем для исследования энтропийно-неэнтропийных процессов в социально-экономических системах // XIII Всероссийское совещание по проблемам управления (ВСПУ-2019): сб. трудов / под общ. ред. Д.А. Новикова. 2019. С. 1694–1698. DOI: 10.25728/vspu.2019.1694.
25. Месарович М., Мако Д., Такахара И. Теория иерархических многоуровневых систем. – М.: Мир, 1973. – 344 с.
26. Флейшман Б.С. Элементы теории потенциальной эффективности сложных систем. – М.: Сов. радио, 1971. – 225 с.
27. Volkova V., Loginova A., Leonova A., Chernyy Yu. Development of the theory of sustainability based on the concept of an open system // Proceedings of the 3rd International Conference on Control in Technical Systems (CTS 2019). 2019. P. 15–18. DOI: 10.1109/CTS48763.2019.8973337.
28. Volkova V. N., Loginova A. V., Chernenkaja L. V., Romanova E. V., Chernyy Y. Y., Lankin V.E. Problems of sustainable development of socio-economic systems in the implementation of innovations // Proceedings of the 3rd International Conference on Human Factors in Complex Technical Systems and Environments (ERGO)s and Environments (ERGO-2018). 2018. P. 53–56. DOI: 10.1109/ERGO.2018.8443843.
29. Volkova V. N., Chernyy Y. Y. Application of Systems Theory Laws for Investigating Information Security Problems // Automatic Control and Computer Sciences. 2018. Vol. 52. No. 8. P. 1164–1170. DOI: 10.3103/S0146411618080424.
30. Шамис А.Л. Пути моделирования жизни и мышления. – М.: КомКнига, 2006. – 369 с.
31. Богданов А.А. Красная звезда (Роман-утопия). – В кн.: Богданов А.А. Вопросы социализма: Работы разных лет. – М.: Политиздат, 1990. С. 104–203.
32. Богданов А.А. Инженер Мэнни. Фантастический роман. – В кн.: Богданов А.А. Вопросы социализма: Работы разных лет. – М.: Политиздат, 1990. – С. 204–283.
33. Мопассан Ги де. Обед и несколько мыслей // Полн. собр. соч. – М.: Правда, 1958. Т. 1. С. 259–260.
34. Автоматизированные системы управления предприятиями и объединениями / под ред. В.И. Терещенко. – Киев: Техніка, 1978. – 295 с.
35. Майнцер К. Сложносистемное мышление: материя, разум, человечество. Новый синтез / пер. с англ. и предисл. Г.Г. Малинецкого. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 464 с.
36. Волкова В. Н., Черный Ю.Ю. Сложносистемное мышление – основа развития общества и модернизации образования // Россия: Тенденции и перспективы развития: Материалы XIII Междунар. научно-практич. конференции «Регионы России: стратегии развития и механизмы реализации приоритетных национальных и региональных проектов и программ». Ежегодник. Вып. 17. Ч. 2 / РАН. ИНИОН. Отд. науч. сотрудничества; отв. ред. В.И. Герасимов. – М., 2022. С. 502–504.
37. Малинецкий Г. Г., Войцеховский В. Э., Вольнов И. Н., Колесников А. В., Скиба И. Р., Сороко Э.М. Красота и гармония в цифровую эпоху: Математика – Искусство – Искусственный интеллект. Будущее и гуманитарно-технологическая эволюция. – М.: ЛЕНАРД, 2021. – 240 с.
38. Волкова В.Н. Открытые системы: Как жить в условиях подвижного равновесия. – М.: КУРС, 2021. – 448 с.

Сведения об авторах

Волкова Виолетта Николаевна, ORCID 0000-0001-9658-5135, докт. экон. наук, профессор, профессор Высшей школы киберфизических систем и управления Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия, violetta_volkova@list.ru

Логинава Александра Викторовна, ORCID 0000-0002-7783-7795, канд. экон. наук, доцент Высшей школы киберфизических систем и управления Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия, alexandra-lo@yandex.ru

Статья поступила 20.05.2023, рассмотрена 02.06.2023, принята 09.06.2023

References

1. *Aristotel'* [Aristotle]. *Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya* [The Great Soviet Encyclopedia]: in 30 vol. Vol. 2: Angola-Barzas. Ch. ed. A. M. Prokhorov. 3rd ed. Moscow, *Sovetskaya entsiklopediya* Publ., 1970, pp.195-196.
2. Asoyan Yu. A. *Uchenie Aristotelya o «estestvennykh mestakh» i osobennosti antichnoi kul'tury* [Aristotle's teaching about "natural places" and features of ancient culture]. *Filosofskie issledovaniya*, 1995, no.1, pp.65-99.
3. Vavilov S. I. *Isaak N'yuton* [Isaac Newton]. 2nd ed., add. Moscow, Leningrad, *Izd. AN SSSR* Publ., 1945, 230 p.
4. *Prostranstvo* [Space]. E. V. Smirnitskaya, V. G. Lysenko (*Prostranstvo v indiskoi filosofii* [Space in Indian Philosophy]), S. V. Mesyac (*Prostranstvo v filosofii Novogo vremeni* [Space in the Philosophy of Modern Times]). *Bol'shaya rossiiskaya entsiklopediya* [The Great Russian Encyclopedia]: in 35 vol. Vol. 27: *Poluprovodniki – Pustynya* [Semiconductors – Desert]. Ch. ed. Yu. S. Osipov. Moscow, *Bol'shaya rossiiskaya entsiklopediya* Publ., 2015, pp.617-619. Available at: <https://old.bigenc.ru/philosophy/text/3168767> (accessed 26.06.2023).
5. Minkovskiy G. *Prostranstvo i vremya* [Space and Time]. St. Petersburg, *Knigoizdat. Fizika* Publ., 1911, 94 p.
6. Minkowski H. *Das Relativitätssprinzip*. *Annalen der Physik*, 1915, vol.352, no.15, pp.927-938.
7. *Prostranstvo* [Space]. *Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya* [The Great Soviet Encyclopedia]: in 50 vol. Vol. 35: *Prokat – Rakoviny* [Rental – Shells]. Ch. ed. B. A. Vvedenskij. 2nd ed. Moscow, *Sovetskaya entsiklopediya* Publ., 1955, pp.105-107.
8. *Prostranstvo* [Space]. *Nauchno-tehnicheskii entsiklopedicheskii slovar'.* *Portal «Akademik»* [Scientific and Technical Encyclopedic dictionary. Website "Akademik"]. Available at: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ntes/3815> (accessed 26.06.2023).
9. Bogdanov A. A. *Tektologiya: vseobshchaya organizatsionnaya nauka* [Tectology: a universal organizational science]: in 2 books. Moscow, *Ekonomika* Publ., 1989. Book 1, 303 p. Book 2, 350 p.
10. Bogdanov A. A. *Voprosy sotsializma: Raboty raznykh let* [Questions about socialism: Works of different years]. Moscow, *Politizdat* Publ., 1990, 370 p.
11. Bertalanfi L. fon. *Obshchaya teoriya sistem: kriticheskiy obzor* [General theory of systems: a critical review]. *Issledovaniya po obshchey teorii sistem: sb. perevodov* [Research on the general theory of systems: collection of translations]. Eds. V. N. Sadovskij, E. G. Yudin. Moscow, *Progress* Publ., 1969, pp.23-82.
12. Campanella T. *Gorod Solntsa* [The City of the Sun]. Transl. from Latin by F. A. Petrovskij; introductory article by V. P. Volgin. Moscow, Leningrad, *AN SSSR* Publ., 1954, 228 p.
13. Bauer E. S. *Teoreticheskaya biologiya* [Theoretical biology]. Moscow, Leningrad, *VIEM* Publ., 1935, 206 p.
14. Bertalanffy L. von. *General System Theory. Foundations, Development, Applications*. New York, George Braziller, 1968, 295 p.
15. Ashby W. Ross. *An Introduction to Cybernetics*. London, Chapman & Hall, 1956, 295 p.
16. Hall A. *Opyt metodologii dlya sistemotekhniki* [A methodology for systems engineering]. Moscow, *Soviet radio* Publ., 1975, 448 p.
17. Afanasyev V. G. *Problema tselostnosti v filosofii i biologii* [The problem of integrity in philosophy and biology]. Moscow, *Mysl'* Publ., 1964, 416 p.
18. Schumpeter J. A. *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya* [Theory of economic development. Capitalism, Socialism and democracy]. Moscow, *Eksmo* Publ., 2008, 864 p.
19. Volkova V. N., Kozlovskaya E. A., Loginova A. V., Radionova Yu. V., Rodionov D. G., Rudskaya I. A., Yakovleva Ye. A. *Primeneniye teorii sistem i sistemnogo analiza dlya razvitiya teorii innovatsiy* [Application of systems theory and system analysis for the development of innovation theory]. Ed. by V. N. Volkova, E. A. Kozlovskaya. St. Petersburg, Polytechnic University Publ., 2013, 352 p.
20. Volkova V. N., Kozlovskaya E. A., Loginova A. V., Iakovleva E. A. *Status and Outlook of the Theory of Innovations Based on the System Theory. Innovatsii=Innovations*, 2014, no.4(186), pp.33-40 (in Russian).
21. Denisov A. A. *Sovremennyye problemy sistemnogo analiza: uchebnik* [Modern problems of system analysis: textbook]. 3rd ed. St. Petersburg, Polytechnic University Publ., 2008, 304 p.
22. Denisov A. A. *Glazami narodnogo deputata SSSR* [Through the eyes of a People's Deputy of the USSR]. St. Petersburg, Polytechnic University Publ., 2006, 660 p.
23. Volkova V. N., Denisov A. A. *Teoriya sistem i sistemnyy analiz: uchebnik* [Systems Theory and system Analysis: textbook]. 3rd ed. Moscow, *Yurayt* Publ., 2022, 562 p.

24. Volkova V. N., Gorelova G. V. *Primeneniye zakonmernostey teorii sistem dlya issledovaniya entropiyno-negentropiynykh protsessov v sotsialno-ekonomicheskikh sistemakh* [Application of the laws of systems theory for the study of entropy-negentropy processes in socio-economic systems]. *XIII Vserossiiskoe soveshchanie po problemam upravleniya VSPU-2019: sb. trudov* [13th All-Russian Meeting on Management Problems (VSPU-2019): coll. works]. Ed. by D. A. Novikov, 2019, pp.1694-1698. DOI: 10.25728/vspu.2019.1694.
25. Mesarović M., Macko D., Takahara Yo. *Teoriya iyerarkhicheskikh mnogourovnevnykh sistem* [Theory of Multi-level Hierarchical Systems]. Moscow, Mir Publ., 1973, 344 p.
26. Fleishman B. S. *Elementy teorii potentsialnoy effektivnosti slozhnykh sistem* [Elements of the theory of potential efficiency of complex systems]. Moscow, Soviet radio Publ., 1971, 225 p.
27. Volkova V., Loginova A., Leonova A., Chernyy Yu. Development of the theory of sustainability based on the concept of an open system. Proceedings of the 3rd International Conference on Control in Technical Systems (CTS 2019), 2019, pp.15-18. DOI: 10.1109/CTS48763.2019.8973337.
28. Volkova V. N., Loginova A. V., Chernenkaja L. V., Romanova E. V., Chernyy Y. Y., Lankin V. E. Problems of Sustainable Development of Socio-Economic Systems in the Implementation of Innovations. Proceedings of the 3rd International Conference on Human Factors in Complex Technical Systems and Environments (ERGO)s and Environments (ERGO-2018), 2018, pp.53-56. DOI: 10.1109/ERGO.2018.8443843.
29. Volkova V. N., Chernyy Y. Y. Application of Systems Theory Laws for Investigating Information Security Problems. Automatic Control and Computer Sciences, 2018, vol.52, no.8, pp.1164-1170. DOI: 10.3103/S0146411618080424.
30. Shamis A. L. *Puti modelirovaniya zhizni i myshleniya* [Ways of modeling life and thinking]. Moscow, KomKniga Publ., 2006, 369 p.
31. Bogdanov A. A. *Krasnaya zvezda (Roman-utopiya)* [Red Star (Utopia Novel)]. In: Bogdanov A. A. *Voprosy sotsializma: Raboty raznykh let* [Questions about socialism: Works of different years]. Moscow, Politizdat Publ., 1990, pp.104-203.
32. Bogdanov A. A. *Inzhener Menni. Fantasticheskiy roman* [Engineer Manny. A fantastic novel]. In: Bogdanov A. A. *Voprosy sotsializma: Raboty raznykh let* [Questions about socialism: Works of different years]. Moscow, Politizdat Publ., 1990, pp.204-283.
33. Maupassant Guy de. *Obed i neskolko mysley* [Lunch and a few thoughts]. Full. coll. op. Moscow, Pravda Publ., 1958, vol.1, pp.259-260.
34. *Avtomatizirovannyye sistemy upravleniya predpriyatiyami i obyedineniyami* [Automated control systems of enterprises and associations]. Ed. by V. I. Tereshchenko. Kyiv, Tekhnika Publ., 1978, 295 p.
35. Mayntser K. *Slozhnosistemnoye myshleniye: materiya, razum, chelovechestvo. Novyy sintez* [Complex system thinking: matter, mind, humanity. New synthesis]. Transl. from English and preface by G. G. Malinetskij. Moscow, Knizhnyy dom «LIBROKOM» Publ., 2009, 464 p.
36. Volkova V. N., Chernyy Yu. Yu. *Slozhnosistemnoye myshleniye – osnova razvitiya obshchestva i modernizatsii obrazovaniya* [Complex system thinking is the basis for the development of society and modernization of education]. *Rossiya: Tendentsii i perspektivy razvitiya: Materialy XIII Mezhdunar. nauchno-praktich. konferentsii «Regiony Rossii: strategii razvitiya i mekhanizmy realizatsii prioritetnykh natsional'nykh i regional'nykh proektov i programm».* *Ezhgodnik. Vyp. 17. Ch. 2* [Russia: Trends and prospects of development: Proceedings of the 13th International Scientific and Practical Conference “Regions of Russia: development strategies and mechanisms for the implementation of priority national and regional projects and programs”. Yearbook, vol.17, part 2]. INION RAN, Department of Scientific Cooperation, ed. V. I. Gerasimov. Moscow, 2022, pp.502-504.
37. Malinetskij G. G., Voytsekhovskiy V. E., Volnov I. N., Kolesnikov A. V., Skiba I. R., Soroko E. M. *Krasota i garmoniya v tsifrovuyu epokhu: Matematika – Iskusstvo – Iskusstvennyy intellekt. Budushcheye i gumanitarno-tekhnologicheskaya evolyutsiya* [Beauty and Harmony in the Digital Age: Mathematics – Art – Artificial Intelligence. The future and humanitarian and technological evolution]. Moscow, LENARD Publ., 2021, 240 p.
38. Volkova V. N. *Otkrytyye sistemy: Kak zhit v usloviyakh podvizhnogo ravnovesiya* [Open systems: How to live in a mobile equilibrium]. Moscow, KURS Publ., 2021, 448 p.

About the authors

Violetta N. Volkova, ORCID 0000-0001-9658-5135, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Professor of Higher School of Cyber-Physical Systems and Control, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia, violetta_volkova@list.ru

Alexandra V. Loginova, ORCID 0000-0002-7783-7795, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor of Higher School of Cyber-Physical Systems and Control, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia, alexandra-lo@yandex.ru

Received 20.05.2023, reviewed 02.06.2023, accepted 09.06.2023

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3-115-125

Институт «товарищеских начал» и субсидиарные конфигурации управления первичным производственным звеном в российской экономике

О. В. Осипенко^{1*}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* Rincon-msk@yandex.ru

Аннотация. Данная работа посвящена концепции товарищества в интерпретации А. А. Богданова. Речь идет о товарищеских началах в социально-экономической системе, то есть о товарищеских отношениях, товарищеской организации, товарищеском коллективе, товарищеском обществе. Автор предпринимает попытку выделить отличительные черты и признаки товарищества, чтобы в дальнейшем с помощью этих признаков можно было отобрать и рассмотреть конкретные формы организационных отношений на товарищеских началах, а также провести сравнительный анализ этих форм товарищеской организации хозяйства на примерах конкретных ячеек хозяйствования. Объектом исследования стали организации и структуры первичных производственных процессов, самостоятельного хозяйствования. Речь идет только о товариществах, занятых простыми формами производственного труда, первичным производственным процессом, о тех субсидиарных их конфигурациях, для которых признак пресловутой «дружественности» предположительно является ключевым социальным критерием. В работе последовательно рассмотрены следующие формы товарищеских хозяйственных отношений: старообрядческие хозяйства, монастырские (храмовые) хозяйства, казачьи общины, крестьянские хозяйства, волонтерское движение, а также формальные и неформальные объединения граждан, осуществляющих творческую практику в области народных художественных промыслов и локальных объединений «по интересам», семейные хозяйственные объединения, легально эксплуатирующие статус субъекта отношений налогообложения профессиональной деятельности (самозанятости). Авторы делают выводы о причине устойчивости функционирования хозяйственных товариществ, которая заключается в том, что на хозяйственную практику воздействуют социальные институты исконного жизненного уклада, религиозных убеждений, профессиональных увлечений, высокой гражданской позиции, кровный родственных связей, трудовых коллективов, обеспечивающие товарищеские отношения. «Товарищеские начала» в большей степени типичны формам организации, которые представляют собой субсидиарные конфигурации управления первичным звеном производства, в отличие от акционерной формы организации общественного производства – комбинации трудовправовых и предпринимательских отношений с мотивацией выживания и обогащения.

Ключевые слова: управление организацией, организационные формы товарищества, товарищеские отношения, общность цели, субсидиарные конфигурации, первичное производство

Для цитирования: Осипенко О. В. Институт «товарищеских начал» и субсидиарные конфигурации управления первичным производственным звеном в российской экономике // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 3. С. 115–125. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-115-125

The Institute of "Comradely Principles" and Subsidiary Configurations of Management of the Primary Production Link in the Russian Economy

O. Osipenko^{1*}

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* Rincon-msk@yandex.ru

Abstract. This work is devoted to the concept of partnership in the interpretation of A. A. Bogdanov. We are talking about comradely principles in the socio-economic system, that is, about comradely relations, a comradely organization, a comradely collective, a comradely society. The author makes an attempt to highlight the distinctive features and signs of "partnership", so that in the future, with the help of these signs, it would be possible to select and consider specific forms of organizational relations on a comradely basis, as well as to conduct a comparative analysis of these forms of comradely organization of the economy Using examples of specific business units. The object of the study was the organization and structure of primary production processes, independent management. We are talking only about partnerships engaged in simple forms of production labor, the primary production process, about those subsidiary configurations for which the sign of the notorious "friendliness" is supposedly a key social criterion. The following forms of comradely economic relations are consistently considered in the work: Old Believer farms, monastic (temple) farms, Cossack communities, peasant farms, volunteer movement, as well as formal and informal associations of citizens engaged in creative practice in the field of folk art crafts and local associations "on interests", and family business associations that legally exploit the statute of the subject of relations of taxation of professional activity (self-employment). The authors draw conclusions about the reason for the stability of the functioning of economic partnerships, which lies in the fact that economic practice is influenced by social institutions: the original way of life, religious beliefs, professional hobbies, high citizenship, blood ties, labor collectives that ensure friendly relations. "Friendly principles" are more typical of forms of organization, which are subsidiary configurations of management of the primary link of production, in contrast to the joint-stock form of organization of social production – a combination of labor law and entrepreneurial relations with the motivation of survival and enrichment.

Keywords: organization management, organizational forms of partnerships, partnerships, community of purpose, subsidiary configurations, primary production

For citation: Osipenko O. The Institute of "Comradely Principles" and Subsidiary Configurations of Management of the Primary Production Link in the Russian Economy. *Sovremennaya konkurenciya*—Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.3, pp.115-125 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-115-125

Введение

Попытки выявления и теоретической интерпретации первичного элемента организационных аспектов общественных отношений при всей своей вроде бы очевидной прикладной эфемер-

ности отнюдь не лишены перспектив обретения прагматических резонансов, в том числе в ходе поисков факторов повышения эффективности их социально-экономической подсистемы. В конце концов, признано ведь, что небезызвестные азартные усилия алхимиков в свое время

способствовали развитию естествознания и философии.

Вклад Александра Александровича Богданова (Малиновского) – выдающегося отечественного экономиста, социолога, физиолога [1, 2] и одновременно романтика в теорию организаций, системный анализ и философию науки сравним с влиянием на современную цивилизацию трудов Н. Винера [3], У. Эшби [4] и В. И. Вернадского [5].

Перу А. А. Богданова принадлежат следующие замечательные строки:

«Принципиальное равенство опыта, соединенное с полным взаимным пониманием людей, может явиться лишь результатом широкого общения людей при полном равенстве их взаимного положения. Этим условиям соответствует только один тип отношений между людьми – отношения товарищеские. Отношения эти по существу враждебны всяким перегородкам между людьми – всякому подчинению и сужению, всякому дроблению человека.

Собирание человека и совершается в действительности именно там и постольку, где и поскольку отношения авторитаризма и специализации сменяются товарищескими» [6].

Спрашивается, можно ли считать злободневными рассуждения такого рода, в частности, учитывая, как принято считать, завершившийся полным фиаско семидесятилетний эксперимент идеологов Советской России/СССР, скорее всего, формировавшийся и развившийся примерно в этом философском фарватере? Правомерен ли субъектно-ассоциативный ряд «Сен-Симон – Фурье – Оуэн – Герцен – Чернышевский – Богданов», диалектика эволюции которого может заинтересовать лишь историков?

Ответы вроде бы очевидны. Однако, думается, не все так просто, как может показаться при первом приближении к теме.

N столетий назад акционерная вариация хозяйственной практики массово воспри-

нималась как экстремально-экспериментальная, едва ли не эпатажная. Так, одна из первых «акционерок» самокритично именовалась «Компания купцов-авантюристов (The Company of Merchant Adventurers)»¹. Ныне же, как хорошо известно, акционерные общества являются ключевой экономической формой организации экономической практики.

По аналогии: может ли современный трудовой коллектив, базирующийся на идее «товарищеских начал», стать не просто «великим почином», но и реальной «ячейкой» (генетической основой матрицы) будущего обустройства доминирующей практики хозяйствования?

Классическая конструкция хозяйственного общества, в том числе и позиций отечественной институциональной и правоприменительной практики, конечно же, не имеет ничего общего с сугубо идеалистическим проектом социума, несущей конструкцией которого выступают «товарищеские начала» в их рафинированном состоянии. Однако если применить вполне реалистичное аналитическое допущение (пусть в порядке известной полемики с изложенными выше прекрасными рассуждениями Богданова), согласно которому противопоставление «правовой принудительности», «нравственной обязательности», «организационных норм целесообразности», «отношений дружбы» и «кровного родства», «кружковых связей» в целом, с одной стороны, и «симпатий, основанных на сотрудничестве, на общей борьбе, на общей цели», с другой, а равно принять к сведению, что далеко не всякое противоречие есть антагонизм, такого рода антитеза представляется не столь уж и драматичной, а главное, вряд ли онтологически обоснованной.

¹ См.: Компания купцов-авантюристов как уникальное явление в истории // Istorium. URL: <https://istorium.net/kompaniya-kupczov-avanturyristov-kak-unikalnoe-yavlenie-v-istorii/>

По нашему скромному мнению, критерияльным элементом института «товарищеских начал», в том числе в экономическом сегменте социальных связей, выступает как раз феномен единства цели субъектов, *отличного от мотивов банального обогащения*. Проще говоря, стоит исходить из следующего. Связаны участники хозяйственного социума некими прочными узами, объективно и субъективно дистанцированными от резонансов индивидуального присвоения материальных ценностей². Налицо прочные, естественно, в той или иной мере, «товарищеские начала».

Что касается «рафинированных» квалифицирующих признаков последнего (института «товарищеских начал»), вроде «симпатии, основанной на обычных приятных впечатлениях, получаемых от другого человека», «сорадовании», то это, безоговорочно, сильнейшие психоэмоциональные содержательные элементы феномена дружбы, но признать их стойкими не представляется возможным, причем как с биологической, так и с социальной точки зрения. Полагаем, утверждать обратное, значит, к примеру, игнорировать впечатляющую ретроспективную статистику браков, разводов и роста популяризации гражданских браков в нашей стране, а равно признанный экспертами факт существенного преобладания корпоративной конфликтности в недрах партнерских компаний в сравнении с компаниями унитарной владельческой природы.

В этом плане, по нашему прочному убеждению, представляется в высшей степени актуальным научный и прикладной интерес к довольно представительному классу форматов первичных производственных структур в российской экономике, которые смело можно отнести если не к юрико-организа-

ционному андеграунду, то, более уверенно, к тем субсидиарным их конфигурациям, для которых признак пресловутой «дружественности» предположительно является ключевым социальным критерием.

Товарищеские формы хозяйствования

Форма 1. Старообрядческие хозяйства

В них, кстати, занято, по мнению некоторых экспертов, не менее 3 млн человек.

Синопсис (главная идея): «товарищеские начала» как производное конфессионального неконформизма и соответствующего ему жизненного уклада.

Отличительные признаки: 1) единство веры и традиций – цементирующий элемент («целевая установка») института «товарищеских начал»; (2) почти полное отсутствие правовой регламентации; (3) логика инкорпорирования «рады всем присоединившимся», «не нравится – уходи, но сами не гоним»; (4) деликатный информент, основанный на признании авторитета «совета старейшин» и ориентации на коллективно выработанную позицию «собора» (схода, общего собрания, форума, вече); (5) в сложных правоприменительных ситуациях апеллирование к идеям справедливости, здравого смысла и приоритета интересов общины; (6) комбинация натурального хозяйства и ограниченного выхода в гражданский оборот; (7) всемерное уважение семейных ценностей; (8) универсальная профессиональная подготовка работников с учетом половозрастного разделения труда; (9) крайне ограниченное применение ресурсов централизованного управления.

Форма 2. Монастырское (храмовое) хозяйство

По имеющимся в открытых источниках данным, в РФ на начало 2019 года функционировало 1012 монастырей РПЦ

² Любовь – высшее выражение «товарищеских начал», не так ли? И что зазорного в наличии признаков «половой любви» как связующей основы микроколлектива «товарищей», всеу помянутой Богдановым?

(972 монастыря на канонической территории, в том числе 474 мужских и 498 женских), 40 – в дальнем зарубежье), в монастырях проживает 5883 насельника и 9687 насельниц³.

Синопсис (главная идея): «товарищеские начала» как имманентное свойство поддержания канонов легального вероисповедания и соответствующего ему жизненного уклада.

Ряд отличительных признаков роднит этот формат института «товарищеских начал» в производственной практике с хозяйствами староверов. Однако есть и отличия: (1) высокая мера правовой, особенно (в силу общих конфессиональных традиций и «писаных правил») корпоративной, легализации участия в экономической жизни, естественно, иная логика инкорпорирования; (2) наряду с провозглашением и применением идей равенства и братства определенное признание статусно-рангового принципа принятия хозяйственных решений; (3) преобладание натурального сегмента хозяйства; (4) семейные ценности, безусловно, признаются, но в пределах генеральных канонических установок (в храмовом ойкосе⁴ применяется преимущественно труд индивидуума).

Эмпирика.

Иосиф, епископ Можайский: «Если мне нужен секретарь, я все-таки поищу среди

братии человека с образованием. Если монастырю требуется водитель, мы возьмем того, у кого есть права и навыки вождения. В то же время игумен и духовник всегда будут смотреть, чтобы квалификация или профессионализм не давали иноку повода забыть о необходимости приобретать смирение и послушание, ради которых он пришел в монастырь. То же самое можно сказать и о людях с музыкальным образованием и хорошим слухом, которые поют на клиросе. Пристрастие может возникнуть к любому виду деятельности, наша задача – следить, чтобы оно не вредило духовной жизни человека. Главным делом монаха, конечно же, является молитва, но и любить дело, которым ты занимаешься, тоже ведь необходимо. Душу надо вкладывать в каждое свое послушание, понимая при этом, что это не самое главное. Самое главное для монаха – жизнь духовная».

Опыт Православного мужского монастыря Нило-Столобенская пустынь⁵:

«Монастырское производство включает в себя рыбное хозяйство, пекарню, огород, молочное производство, пасаку. Свою продукцию монастырь предлагает в том числе и на православных ярмарках в Москве».

«На территории монастыря монахи пытаются восстановить культуру потребления иван-чая, очень популярного напитка в дореволюционной России».

«Каждый день выпекают до 400 кг хлеба и сдобы».

«Огуречная теплица. Здесь собирают до 20 т огурцов за сезон. Монахи также выращивают чеснок, помидоры, капусту».

«Монахи разводят форель. Мальков закупают в Карелии. Рыбу солят и коптят. Когда нет форели, коптят речную

³ Статистика Русской православной церкви // Древо. URL: <https://drevo-info.ru/articles/11316.html?ysclid=li1b2lu7mh365980557>

⁴ Слово «экономика» происходит от греческого слова «ойкономия», что означает «управление домашним хозяйством». В Древней Греции этот термин относился к ведению домашнего хозяйства, включая управление финансами, имуществом и другими ресурсами. Со временем термин «экономика» стал обозначать управление более крупными объектами, такими как города, нации и даже глобальная экономика (см.: Экономика – что это такое? Определение, значение, перевод. URL: <https://clov.net/economy>). В более широком контексте термин «ойкос» применяется в качестве синонима понятия «хозяйство».

⁵ Цит. по: Всюду бизнес: как устроено монастырское хозяйство // Forbes.ru. URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes-photogallery/242214-vsudu-biznes-kak-ustroeno-monastyrskoe-hozyaystvo?ysclid=li19esoav4339139553>

замороженную рыбу из своих запасов. Помимо форели, коптят щуку, судака, скумбрию, окуня, леща. В озере водится угорь, но по церковным канонам православные не могут есть рыбу без чешуи, и поэтому копченого угря можно купить только в городе в частных лавках».

«При монастыре есть стадо в 19 голов. Монахи говорят, что хотелось бы держать больше коров, но не хватает пастбищ».

Справочно.

Согласно п. 1 ст. 22 Федерального закона «О свободе совести и религиозных объединениях», религиозные организации вправе использовать для своих нужд земельные участки, здания и имущество, предоставляемые им государственными, муниципальными, общественными и иными организациями и гражданами.

В соответствии со ст. 23 указанного федерального закона религиозные организации вправе осуществлять предпринимательскую деятельность и создавать собственные предприятия в порядке, устанавливаемом законодательством Российской Федерации.

Пункт 1 ст. 15 этого же федерального закона гласит: «Религиозные организации действуют в соответствии со своими внутренними установлениями, если они не противоречат законодательству Российской Федерации, и обладают правоспособностью, предусматриваемой в их уставах».

Форма 3. Казачьи общины

В настоящее время на территории Российской Федерации проживает свыше 655 тысяч человек, причисляющих себя к потомкам казаков и считающих себя казаками. С учетом традиций они объединены в 10 войсковых обществ⁶. Между тем, по

⁶ Правовые аспекты землевладения казачьих обществ в Российской Федерации // Мудрый юрист. URL: <https://wiselawyer.ru/poleznoe/8044-pravovye-aspekty-zemlevladieniya-kazachikh-obshhestv-rossijskoj-federacii?ysclid=li1c78faai192537354>

другим оценкам, «российское казачество насчитывает около 7 млн человек»⁷.

Справочно.

Согласно ст. 1 Федерального закона «О государственной службе российского казачества» казачье общество – форма самоорганизации граждан Российской Федерации, объединившихся на основе общности интересов в целях возрождения российского казачества, защиты его прав, сохранения традиционного образа жизни, хозяйствования и культуры российского казачества в соответствии с федеральным законодательством (некоммерческая организация). Казачье общество создается в виде хуторского, станичного, городского, районного (юртового), окружного (отдельского), войскового или всероссийского казачьего общества, члены которого в установленном порядке принимают на себя обязательства по несению государственной или иной службы. Управление казачьим обществом осуществляется высшим органом управления казачьего общества, атаманом казачьего общества, а также другими органами управления казачьего общества, образуемыми в соответствии с федеральным законом, указом Президента Российской Федерации и уставом казачьего общества. Казачье общество в соответствии с настоящим федеральным законом подлежит внесению в государственный реестр казачьих обществ в Российской Федерации.

Синописис (главная идея): «товарищеские начала» как атрибут специфической общинной структуры (в значительной мере базирующейся на мотивах организации ратного сотрудничества общины и государства и признания последним принципов легальной автономизации первой) и, как в первых двух случаях (в рамках соответствующих форматов), соответствующего ему жизненного уклада.

⁷ Казачество в современной России. Справка // РИА Новости. 29.02.2020. URL: <https://ria.ru/20100526/238433341.html?ysclid=li1d185vaa368116182>

Специфика: (1) высокая мера применения института единоначалия, свойственного дружинам и ополчениям как социальной организации (ключевой регуляторный канон – «мудрость атамана»); (2) выраженная аграрная ориентация экономики казачьих хозяйств, эпизодически сочетающаяся с доходами в сфере оказания связанных с культурой казачества специфических услуг; (3) гармоничное сочетание коллективных (прежде всего, кооперационных) и частных принципов ведения общинного хозяйства.

Форма 4. Крестьянские хозяйства

По данным Росстата, в 2021 году, по сравнению с 2016 годом, количество крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей сократилось на треть (со 174,8 до 118,3 тыс.)⁸.

Синопсис (главная идея): «товарищеские начала» как органичное сущностное свойство кровнородственных связей членов локального аграрного хозяйства.

Специфика: (1) выраженная отраслевая (сельскохозяйственная) специфика ойко-са⁹; (2) принцип «не нравится – уходи» легализован в нормативном установлении права на выход без притязаний на производственные активы хозяйства; (3) ограниченная законом допустимость привлечения к производственной и коммерческой практике хозяйства лиц, не являющихся родственниками его главы («наемных работников»); (4) регулирование корпоративно-управленческих отношений особым до-

⁸ Перепись показала снижение числа личных хозяйств и огородов // РБК. URL: <https://www.rbc.ru/business/01/12/2022/6387574d9a79479a444f6113#:~:text=%D0%9F%D0%BE%20%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%BC%20%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B0%2C%20%D0%B2%202021,174%2C8%20%D1%82%D1%8B%D1%81.%20%D0%B4%D0%BE%20118%2C3%20%D1%82%D1%8B%D1%81.>

⁹ В этой связи, как представляется, необходимости в мобилизации эмпирических способов описания специфики такого хозяйства нет: она очевидна – типичная для любого аграрного предприятия.

кументом – соглашением о создании фермерского хозяйства.

Форма 5. Формальные и неформальные объединения граждан, осуществляющих творческую практику в области народных художественных промыслов и локальных объединений «по интересам»

Что касается «формальных объединений», в России 496 предприятий народных художественных промыслов, на которых трудятся 15 500 работников¹⁰.

Деятельность «кружков по интересам» (поклонники того или иного направления творческой деятельности, школьники, студенты, пенсионеры и т. д.) федеральным законодательством не регулируется.

Синопсис (главная идея): «товарищеские начала» как проявление деятельно реализованного стремления формирующих коллектив людей к преимущественно персональному творчеству, при этом не исключающему форматов «коллективного освоения» соответствующих традиций.

Специфика: (1) буквальное воплощение в целом позитивно воспринимаемой Богдановым «кружковой» версии «товарищеских начал» («товарищеские отношения – это по существу отношения кружковые»); (2) не ограниченная в отраслевом разрезе, но ориентирующаяся на региональные традиции творческая практика¹¹; (3) сочетание мотивации творчества как такового и перспектив рыночной реализации его продуктов; (4) чрезвычайно широкий ряд вариантов организационно-правового оформления соответствующего объединения (вплоть до признания «товарищами» приоритета отсутствия какой-либо формализации).

Форма 6. Семейные хозяйственные объединения, легально эксплуатирующие

¹⁰ Народные промыслы России в цифрах // НХП. URL: <xn--k1abdfi3ec.xn--p1ai>

¹¹ Думается, этот аспект также снимает потребность обращения к эмпирике. Понятно, что свободное творчество может реализовывать себя в любой сфере.

статут субъекта отношений налогообложения профессиональной деятельности (самозанятости)

Число зарегистрировавшихся самозанятых в России, по официальным данным ФНС России, на 30 апреля 2023 года составляет 7 425 507 человек¹².

Справочно.

Согласно п. 6 ст. 1 Федерального закона «О проведении эксперимента по установлению специального эксперимента по установлению налогового режима “Налог на профессиональный доход”» «профессиональный доход – доход физических лиц от деятельности, при ведении которой они не имеют работодателя и не привлекают наемных работников по трудовым договорам, а также доход от использования имущества». Запрет на использование труда родственников и собственников федеральным законом не предусмотрен.

Вполне очевидно, налицо инструмент мобилизации феномена «товарищеских начал» в хозяйственной практике, аналогичный крестьянскому хозяйству, с той лишь разницей, что последняя имеет отраслевую специфику – участие исключительно в сфере аграрной экономики (семейные коллективы субъектов отношений НПД свободны в выборе области хозяйствования, за небольшими исключениями, предусмотренными законом¹³) и располагает правом на ограниченное привлечение наемного труда.

¹² Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства // ФНС. URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics2.html?ysclid=ii45eo2qxx610593633>

¹³ Согласно Федеральному закону «О проведении эксперимента по установлению специального эксперимента по установлению налогового режима “Налог на профессиональный доход”», «не вправе применять специальный налоговый режим:

1) лица, осуществляющие реализацию подакцизных товаров и товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации в соответствии с законодательством Российской Федерации;

2) лица, осуществляющие перепродажу товаров, имущественных прав, за исключением продажи иму-

Сколько именно субъектов отношений НПД используют труд домочадцев, доподлинно неизвестно, однако эмпирический взгляд на ситуацию в объективно трудоемком секторе такой практики – производстве товаров и проведении работ промышленной направленности не оставляет сомнений в том, что соответствующая доля является значительной¹⁴.

Форма 7. Волонтерское движение

Волонтерская практика – разновидность благотворительной деятельности, не связанной (полностью или преимущественно) с безвозмездной передачей материальных

щества, использовавшегося ими для личных, домашних и (или) иных подобных нужд;

3) лица, занимающиеся добычей и (или) реализацией полезных ископаемых;

4) лица, имеющие работников, с которыми они состоят в трудовых отношениях;

5) лица, ведущие предпринимательскую деятельность в интересах другого лица на основе договоров поручения, договоров комиссии либо агентских договоров, если иное не предусмотрено пунктом 6 настоящей части;

6) лица, оказывающие услуги по доставке товаров с приемом (передачей) платежей за указанные товары в интересах других лиц, за исключением оказания таких услуг при условии применения налогоплательщиком зарегистрированной продавцом товаров контрольно-кассовой техники при расчетах с покупателями (заказчиками) за указанные товары в соответствии с действующим законодательством о применении контрольно-кассовой техники;

7) лица, применяющие иные специальные налоговые режимы или ведущие предпринимательскую деятельность, доходы от которой облагаются налогом на доходы физических лиц, за исключением случаев, предусмотренных частью 4 статьи 15 настоящего Федерального закона;

8) налогоплательщики, у которых доходы, учитываемые при определении налоговой базы, превысили в текущем календарном году 2,4 миллиона рублей».

¹⁴ Новое – хорошо (или не очень хорошо) забытое старое. Полагаем, семейно-коллективное творчество в формате системы отношений НПД – осовремененный «парафраз» индивидуально-трудовой деятельности (ИТД) образца 1987–1989 годов. Подробнее о последнем явлении см.: *Осипенко О.В.* Свое дело. Об индивидуально-трудовой деятельности, и не только о ней. М.: Политиздат, 1991. Гл. 2 и 3.

благ акцептору облагодетельствования, а ориентированной на предоставление актуальных услуг или проведения работ в интересах остро, в том числе ситуативно, нуждающихся в них лиц. В этом своем качестве она является внерыночным сегментом материального производства.

В РФ 2,7 млн волонтеров¹⁵.

Синопсис (главная идея): «товарищеские начала» совместной экономической деятельности как проявление высокой гражданской позиции и деятельного индивидуально-сострадания.

Справочно.

Согласно ст. 5 Федерального закона «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)» участниками добровольческой (волонтерской) деятельности являются *добровольцы (волонтеры)*, организаторы добровольческой (волонтерской) деятельности и добровольческие (волонтерские) организации.

В соответствии с п. 1 ст. 17.1 указанного федерального закона доброволец (волонтер) имеет право осуществлять свою деятельность индивидуально, под руководством организатора добровольческой (волонтерской) деятельности, в составе добровольческой (волонтерской) организации.

Все выделенные выше форматы «производственного сорадования», являющиеся фактом реальной отечественной экономики, при всей их внешней оригинальности – отличности одной от другой содержательно объединяет одно значимое обстоятельство. «Товарищеские начала» возникают как явный феномен, сопутствующий их функционированию как «ячеек хозяйствования», не столько в недрах хрестоматийных для рыночной экономики социальных связей – комбинации трудовых отношений и предпринимательства (инвестиционной практики, осуществля-

емой на базе собственных активов с обретением соответствующих персональных имущественных, юридических, репутационных и т. п. рисков; так функционируют компании, вносящие основной вклад в производство ВВП, – ООО, АО и ПАО), сколько вследствие мобилизации иных социальных институтов – кровнородственных связей, исконного жизненного уклада, прочных религиозных убеждений, ключевых профессиональных увлечений, филантропии и высокой гражданской позиции как опорных жизненных ориентиров и др. Да, А. А. Богданов, конечно, прав: они носят в конечном счете «узколичный характер», однако их синергетический, если угодно, цементирующий, эффект в плане констатации экономического эффекта «товарищеских начал» вполне очевиден.

Между тем, известны и другие производственные или квазипроизводственные модули, в которых помянутая мера «триггерности» (в плане «сорадования», «товарищества») не выступающих классикой для рыночной экономики начал, то есть, по сути, социальных интересов, значительная, существенно меньше, нежели в формах 1–7. Кратко скажем об этих явлениях, которые можно признать паллиативными формами совместной социально-экономической практики, основанной на «товарищеских началах».

Некоторые коллеги высказывают культурное мнение о том, что к данному классу явлений относится и феномен организованного преступного сообщества как кластера теневой экономики, функционирование которого основано на неких квазилогичных правилах данного рода субкультуры, альтернативной официальной институционализации общества в целом и хозяйствования в частности, якобы не всегда отличающихся соответствием массовидным представлениям о справедливости и здравом смысле. Со своей стороны, отметим, что это гипотеза, возможно, нуждается в особом, беспристрастном исследовании, мобилиующем ресурсы междисциплинарного

¹⁵ Чернышенко рассказал, что в России насчитывается около 2,7 млн добровольцев // Интерфакс. URL: <https://www.interfax.ru/digital/806667>

анализа. Однако и при первом приближении к теме, на наш взгляд, очевиден следующий эмпирический довод импровизированного оппонента: «товарищеские начала» в социальных связях субъектов соответствующих ячеек хозяйственного андеграунда, представляющего данный социальный сектор общественных отношений, если и присутствуют, то в изрядной мере не как пресловутое «сорадование», не в порядке проявления естественных человеческих симпатий, а в результате осуществления сугубо негативных эмоциональных начал класса «страх», «враждебность», «обида», «зависть» и т. п.

Заключение

Феномен «товарищеских отношений», как и их более возвышенного состояния, измеряемого категориями любви и дружбы, безусловно, должен привлечь внимание представителей различных отраслей экономической науки, в том числе на основе сотрудничества с коллегами, специализирующимися на исследованиях в области эмотиологии¹⁶.

«Товарищеские начала» в современном отечественном хозяйстве – объективная реальность. Между тем, этот экономический факт типичен в большей степени формам организации производства, которые представляют собой субсидиарные конфигурации управления первичным его звеном, в определенной мере альтернативные «рыночной классике» – комбинации трудовых и предпринимательских отношений

и соответствующей базовой мотивации выживания (простого воспроизводства квалификационного ресурса) и обогащения. «Взаимная симпатия» членов трудовых и инвестиционных коллективов акционерных компаний, ООО, дифференцированных холдингов и т. д. тоже, конечно, порой имеет место. Однако ее эфемерность как тренда (в отличие от означенных форм) характеризуется критически высокой мерой, в чем, в частности, прочно убеждает анализ судебной практики едва ли не по всем категориям дел.

Прошло столетие с эпохи кардинальных общественных перемен, в условиях которых излагал свои в высшей степени интересные идеи А. А. Богданов. В мире и стране изменилось многое. Тем не менее отмеченная им вполне резонно «неорганизованность строения всего общества», увы, не преодолена.

Каковы перспективы радикального масштабирования «товарищеских начал», наблюдаемых в означенных «неклассических» форматах организации производства, и превращения их в доминирующий психозмоциональный мотив участия в процессе труда, о чем мечтал А. А. Богданов? Думается, поиски ответа на данный вопрос терпеливо ожидают своего компетентного исследователя. И нашего современника, и его потомков. Вспомним: акционерной форме организации общественного производства понадобилось шестьсот лет для того, чтобы из экономического эксперимента группы авантюристов превратиться в доминирующую его конфигурацию.

Список литературы

1. Богданов А. А. Тектология. Всеобщая организационная наука: в 2 кн. Кн. 1. – М.: Экономика, 1989. – 304 с.
2. Богданов А. А. Тектология. Всеобщая организационная наука: в 2 кн. Кн. 2. – М.: Экономика, 1989. – 351 с.
3. Винер Н. Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине. – М.: Наука: Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983. – 344 с.

¹⁶ Принято считать, что эмотиология – это междисциплинарная отрасль науки, предметом изучения которой является роль эмоций в деятельности человека.

4. Эшби У. Р. Введение в кибернетику. – М.: КомКнига, 2006. – 432 с.
5. Вернадский В. И. О науке. Т. 1: Научное знание. Научное творчество. Научная мысль. – Дубна: Изд. центр «Феникс», 1997. – 576 с.
6. Богданов А. А. О пролетарской культуре: 1904–1924. – Л. – М.: Издательское товарищество «Книга», 1924. – 344 с.

Сведения об авторе

Осипенко Олег Валентинович, ORCID 0000-0002-4990-5594, докт. экон. наук, профессор, кафедры предпринимательства и конкуренции, Университет «Синергия», Москва, Россия, Rincon-msk@yandex.ru

Статья поступила 24.04.2023, рассмотрена 10.05.2023, принята 22.05.2023

References

1. Bogdanov A. A. *Tektologiya. Vseobshchaya organizatsionnaya nauka: v 2 kn. Kn. 1* [Tectology. General organizational science: in 2 books. Book 1]. Moscow, *Ekonomika* Publ., 1989, 304 p.
2. Bogdanov A. A. *Tektologiya. Vseobshchaya organizatsionnaya nauka: v 2 kn. Kn. 2* [Tectology. General organizational science: in 2 books. Book 2]. Moscow, *Ekonomika* Publ., 1989, 351 p.
3. Viner N. *Kibernetika, ili Upravleniye i svyaz' v zhivotnom i mashine* [Cybernetics, or Control and Communication in Animal and Machine]. Moscow, *Nauka, Glavnaya redaktsiya izdaniy dlya zarubezhnykh stran* Publ., 1983, 344 p.
4. Eshbi U. R. *Vvedeniye v kibernetiku* [Introduction to cybernetics]. Moscow, *KomKniga* Publ., 2006, 432 p.
5. Vernadskiy V. I. *O nauke. T. 1: Nauchnoye znaniye. Nauchnoye tvorchestvo. Nauchnaya mysl'* [About science. Vol. 1: Scientific knowledge. Scientific creativity. Scientific thought]. Dubna, *Izd. tsentr Feniks* Publ., 1997, 576 p.
6. Bogdanov A. A. *O proletarskoy kul'ture: 1904–1924* [About proletarian culture: 1904–1924]. Leningrad – Moscow, *Izdatel'skoye tovarishchestvo «Kniga»* Publ., 1924, 344 p.

About the author

Oleg V. Osipenko, ORCID 0000-0002-4990-5594, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University, Moscow, Russia, Rincon-msk@yandex.ru

Received 24.04.2023, reviewed 10.05.2023, accepted 22.05.2023

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-3-126-137

Возможности упорядочения конкурентного взаимодействия в свете «Тектологии» А. А. Богданова

А. И. Коваленко^{1*}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* alkovalenko@synergy.ru

Аннотация. В работе рассматривается всеобщее учение об организации – тектология А. А. Богданова с позиции современных теорий менеджмента, предпринимательства и конкуренции. Исследуются взгляды Александра Александровича на предпринимательство, конкуренцию, источник хозяйственной инициативы. Автор статьи пытается ответить на вопрос, как А. Богданов относился к организационным началам в рыночных процессах, транзакционных связях между экономическими субъектами. Пытается понять, как именно А. А. Богданов понимал предпринимательство и конкуренцию. В этих целях проведен контекстный и формально-логический контент-анализ текста «Тектологии» А. Богданова по ключевым терминам «предпринимательство», «конкуренция», «инициатива». Взгляды Александра Александровича сравниваются с современными взглядами представителей неоавстрийской экономической школы, позициями ученых в сфере теории предпринимательства и конкуренции. Автор приходит к выводу, что А. Богданов, вслед за К. Марксом, не различал социально-экономические роли предпринимателя и владельца бизнеса, обобщая их в единый класс – буржуазию. Фигура предпринимателя (индивидуального, серийного, внутрифирменного, социального) несет в себе угрозу самой идее классовой организации общества, так как предприниматель может принадлежать к любому классу: буржуазия, крестьянство, техническая интеллигенция или пролетариат. Александр Александрович относит предпринимателя к буржуазии – господствующему классу, от которого организационная активность переходит к низшим классам. К интересным выводам приходит автор статьи при анализе использования А. Богдановым термина «конкуренция»: Богданов вообще отказывал термину «конкуренция» в смысловом ядре понятия, утверждая, что этот термин используется в разных, не связанных друг с другом смыслах в разных отраслях и сферах человеческой деятельности.

Ключевые слова: теория конкуренции, теория предпринимательства, всеобщая организационная теория, организационная деятельность, хозяйственная инициатива

Для цитирования: Коваленко А. И. Возможности упорядочения конкурентного взаимодействия в свете «Тектологии» А. А. Богданова // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. № 3. С. 126–137. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-126-137

Possibilities of Streamlining Competitive Interaction in the Light of A. A. Bogdanov's "Tectology"

A. Kovalenko^{1*}

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* alkovalenko@synergy.ru

Abstract. The paper considers the general doctrine of organization – A. Bogdanov's Tectology from the standpoint of modern theories of management, entrepreneurship and competition. A. Bogdanov's views on entrepreneurship, competition, and the source of economic initiative are studied. The author of the article tries to answer the question of how A. Bogdanov treated organizational principles in market processes, transactional relations between economic entities. The author tries to understand exactly how A. Bogdanov understood entrepreneurship and competition. For these purposes, a contextual and formal-logical content analysis of the text of A. Bogdanov's Tectology was carried out on the key terms "entrepreneurship", "competition", "initiative". The views of A. Bogdanov are compared with the modern views of representatives of the neo-Austrian economic school, the positions of scientists in the field of the theory of entrepreneurship and competition. The author comes to the conclusion that A. Bogdanov, following K. Marx, did not distinguish between the socio-economic roles and statuses of an entrepreneur and business owners, generalizing them into a single class – the bourgeoisie. The figure of an entrepreneur (individual, serial, intracompany, social) carries a threat to the very idea of the class organization of society, since an entrepreneur can belong to any class: the bourgeoisie, the peasantry, the technical intelligentsia, or the proletariat. A. Bogdanov refers the entrepreneur to the bourgeoisie, the ruling class from which organizational activity passes to the lower classes. The author of the article comes to interesting conclusions when analyzing the use of the term "competition" by A. Bogdanov. In our opinion, A. Bogdanov generally denied the term "competition" in the semantic core of the concept, arguing that this term is used in different, unrelated senses in different industries and spheres of human activity.

Keywords: theory of competition, theory of entrepreneurship, general organizational theory, organizational activity, economic initiative

For citation: Kovalenko A. Possibilities of Streamlining Competitive Interaction in the Light of A. A. Bogdanov's "Tectology". *Sovremennaya konkurentsya*=Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.3, pp.126-137 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-3-126-137

Введение

Получая высшее образование в Советском Союзе, сложно было не узнать про учение Александра Александровича Богданова хотя бы потому, что его постоянно критиковал Владимир Ленин, труды которого были обязательны к прочтению в то время. Поэтому многие из нас впервые услышали о теориях Богданова из критических очерков Ленина, который отрицал попытку Богданова совместить марксизм и позитивизм [1].

По сути своей тектология А. А. Богданова – это системное, методологическое мультидисциплинарное учение про организацию, управление, мышление, язык и т. д. [2]. Поэтому оно рассматривается в ряду учений В. И. Вернадского [3], Н. Винера [4], Л. Берта-ланфи [5] и У. Эшби [6].

Поиск, выявление и описание фундаментальных движений, свойственных и естественным организованным системам и создающих организацию в социуме, процесс этого изменения является интересной, захватывающей и воодушевляющей научной целью.

Но по своему характеру тектология А. Богданова – это марксистское, социалистическое учение. А. Богданов хотел смешать марксизм с системным подходом, описать системно-организационный базис коммунистического общества.

В большинстве примерах, которыми Богданов иллюстрирует свои идеи, подразумевается диктатура пролетариата и народно-хозяйственный план.

В этом смысле взгляды Богданова на наиболее эффективный способ управления экономикой страны представляются полностью опровергнутыми мировой общественной практикой. Но идеи Богданова могут внести вклад в методологию исследования экономического пространства и процесса.

Богданов внес вклад в теорию экономических систем. Его отдельные положения о трансформации человеческого сознания представляют научный интерес в контексте регулирования добросовестного и недобросовестного поведения экономических субъектов.

Мир идей Богданова настолько глубок и широк, что нам предстоит переосмыслить множество его тезисов и инструментов. Переосмысление его идей продолжается [7–10].

Целью настоящей работы является исследование взглядов А. Богданова на предпринимательство, конкуренцию, хозяйственную инициативу, а также на организационность как естественную функцию этих экономических феноменов. Для этого нами был проведен контекстный и формально-логический контент-анализ текста «Тектологии» А. Богданова по релевантным терминам.

Монизм, центризм

«Мой исходный пункт заключается в том, что структурные отношения могут быть обобщены до такой же степени формальной чистоты схем, как в математике отношения величин, и на такой основе организационные задачи могут решаться способами, аналогичными математическим... Тектология долж-

на выяснить, какие способы организации наблюдаются в природе и в человеческой деятельности; затем – обобщить и систематизировать эти способы; далее – объяснить их, то есть дать абстрактные схемы их тенденций и закономерностей; наконец, опираясь на эти схемы, определить направления развития организационных методов и роль их в экономии мирового процесса» [11, с. 309].

Вообще-то если автор приведенных выше строк отмечает, что на любую деятельность он будет смотреть как на организационную, это может показаться несколько односторонним подходом. Это совсем не очевидная предпосылка.

Сама по себе идея о том, что все в мире организуется и может быть организовано какими-то общими, универсальными приемами и процессами, изначально не кажется очевидной.

Если мы под организацией примитивно понимаем взаиморасположение и взаимодействие субъектов понятным и разделяемым ими способом, тогда организовать что-то – это определить, как что-то с чем-то будет взаимодействовать, и проследить за тем, чтобы это так и было.

Как можно что-то организовать? Нужно понять, что есть какие элементы и как их друг с другом сочетать. Так вот кажется, что таких элементов и способов сочетания элементов, таких способов организации может быть бесконечно много.

Если мы хотя бы раз присутствовали при организации или сами что-то организовывали, как правильно замечает А. Богданов, то у нас есть опыт организации, мы знаем, как это организовывать [11]. Так вот этот опыт организации и организованности и есть объект исследования А. Богданова. Но эмпирицист А. Богданов переоценивает опыт, который заставляет его думать, что и в будущем организовать что-то, а может быть и вообще все, можно таким же способом, как это было сделано ранее. А потом появляется Черный лебедь. Несмотря на эти проблемы индуктивного метода, поиск, выявление

и описание фундаментальных движений, свойственных и естественным организационным системам и создающих организацию в социуме процессов, являются интересным, захватывающим и воодушевляющим научным предметом исследования.

Богданов прекрасно понимал потенциальную значимость системности, сложности, многоаспектность мира, но избрал предмет своего исследования именно фундаментальные принципы организации. Организация – это не управление, не просто система, это создание систем и управление системами.

Но ученые в сфере предпринимательства и конкуренции, долгое время исследовавшие именно феномен предпринимательской конкуренции [12, 13], тоже своего рода последователи методологического центризма, по аналогии с Богдановым, который исследовал только феномен организации и на все остальные аспекты смотрел через организационность.

Подобно тому как Богданов рассматривал весь мир через призму опыта организационности, ученые в сфере теории конкуренции и предпринимательства в качестве мыслительного эксперимента применяют конкурентный подход, конкурентный взгляд на любой предмет [14].

Прежде всего необходимо провести разграничение между терминами «организация» и «организационность». А. Богданов рассматривал термин «организация» как искусственно, рукотворно созданный результат организационной деятельности. Термин «организационность» для Богданова означал естественные процессы создания организованности в физиологии и биологии, истории и развитии общества.

А. Богданов предполагал, что исследование естественных процессов организационности в живой природе позволит обнаружить фундаментальные законы организационности, которые можно использовать в целях социально-экономической организации общества.

Таким образом, А. Богданов проводил различие между организацией как целенаправленным сознательным процессом человеческой деятельности и организационностью как естественным, стихийным, бес субъектным, природным процессом организации натуральных систем.

О предпринимательстве и хозяйственной инициативе

Ясно, что Богданов в своей организационной науке не рассматривал принципиальным образом конкуренцию и предпринимательство как ключевые организационные процессы социально-экономической системы.

Нами был проведен контекстный и формально-логический контент-анализ текста «Тектологии» Богданова по терминам «конкуренция» и «предпринимательство», для того чтобы выяснить, в каком смысле, значении и контексте Богданов понимал и использовал эти понятия.

Прежде всего становится ясно, что каждый раз, когда Богданов говорил о конкуренции или предпринимательстве, это было в качестве аналогии или примера более обобщенного тезиса о развитии организационного процесса. Термин «предпринимательство» не употребляется Богданов в тексте ни разу.

Однокоренное «предприниматель» встречается два раза: один раз в первом томе и один раз во втором.

В первом случае Богданов вспоминает о предпринимателе, когда приводит примеры применения «консервативного подбора» как регулирующего механизма:

«Посредством разного рода подбора образуются всевозможные организации людей: экономические, политические, идейные. Например, капиталист организует рабочую силу для своего предприятия, приглашая желающих наняться и ставя им определенные условия: приглашение играет роль толчка, приводящего рабочих на рынке

труда в желательное предпринимателю движение – к его предприятию; условия же найма играет роль сита, допускающего в предприятие подходящих капиталисту рабочих, задерживающего остальных» [15, с. 193].

Отсюда следует, что А. Богданов в принципе не видит разницы между социальными ролями предпринимателя, владельца бизнеса и капиталиста. Израиль Кирцнер описал разницу между ролями капиталиста и предпринимателя, когда выводил фигуру «чистого предпринимателя», в отличие от собственника, незащищенного правами собственности на любой ресурс, в том числе капитал, и поэтому практикующего бдительность, с помощью чего осуществляет в конкурентном процессе предпринимательские открытия [16].

Второй случай более иллюстративен, так как в нем на примере многоцентриа эгрессии А. Богданов приоткрывает свое понимание предприятия, рынка и отрасли:

«Яркий пример сложнейшего многоцентриа – экономика старого капиталистического общества. Каждый из его составных комплексов – предприятий обладает своим особым центром в лице хозяина, предпринимателя, индивидуального или коллективного. Специфические активности, организованные в разных предприятиях, частью различны, частью же одинаковы. Они различны, поскольку имеется общественное разделение труда, обособленные виды производственной деятельности, направленные к выработке тех или иных особых продуктов; они одинаковы, поскольку в каждой такой отрасли есть не одно, а несколько или множество конкурирующих предприятий и затем поскольку все предприятия связываются рынком в одно общее поле эксплуатации, где все виды трудовых активностей выступают в одинаковой форме стоимостей» [11, с. 122].

Здесь не только проявляется отсутствие различия у А. Богданова владельца и предпринимателя, но и более общий его подход к пониманию рыночной экономики,

где ключевыми элементами экономической системы являются предприятия и их отраслевые комплексы, а вовсе не рынки или цепочки создания ценности.

Именно в этом фрагменте также проявляется еще один порок русскоязычного варианта марксистского учения, так как в русском языке англоязычное value переводится или как «стоимость», или как «ценность». Понятие стоимости в марксизме стало ключевым элементом, а понятие ценности отсутствует. В современной теории предпринимательства ключевым является понятие ценности, а общая теория предпринимательства формируется вокруг деятельности по созданию, доставлению ценности и ее распределению и освоению.

По сути, А. Богданов отказывает предпринимателю в хозяйственной и организационной инициативности.

Проблемы здесь не столько в безынициативности предпринимателя, сколько в том, что сама фигура предпринимателя несет в себе угрозу самой идее классовой организации общества, так как непонятно, к какому классу принадлежит предприниматель: буржуазия, техническая интеллигенция или пролетариат.

Так как Богданов не знает про индивидуальное предпринимательство и внутрифирменное предпринимательство, для него предприниматель – то же самое, что владелец бизнеса, и поэтому из общего контекста труда Богданова можно сделать предварительный вывод, что он относит предпринимателя к буржуазии:

«Буржуазия ставила своей задачей уничтожить границы сословий: разрушить все правовые препятствия к экономической деятельности индивидуума и его организационной инициативе, экономической, правовой и идейной; заменить религиозно-феодалную идеологию, закреплявшую эти границы и эти препятствия, своей новой идеологией, исключавшей их и дававшей опору индивидууму в его творчестве и борьбе за свои интересы» [11, с. 68].

«Ее методом, посредством которого она устраивала свою жизнь и завоевала свое экономическое положение, была индивидуальная инициатива и борьба за личные интересы; этот же метод она желала положить в основу организации всего общества. Такова была сущность ее освободительно-индивидуалистического, “либерального” идеала в противоположность авторитарному, “консервативному”» [11, с. 69].

Парадоксальным образом А. Богданов обвиняет именно буржуазию в создании классовой системы организации общества. По мнению А. Богданова, в какой-то момент буржуазия вместо того, чтобы дальше гарантировать свободу экономической деятельности индивида, сконцентрировалась на своих частных классовых интересах, связанных с угнетением низших классов.

При этом функцию хозяйственной инициативы (с потенциалом организационности) А. Богданов закрепляет за буржуазией, творческой интеллигенцией и пролетариатом.

Чтобы подтвердить эту гипотезу, мы провели контекстный контент-анализ по термину «инициатива». В первой книге он используется Богдановым 12 раз. Во второй книге слово «инициатива» встречается 4 раза, но показательным является только один случай.

Контекстный контент-анализ по термину «инициатива» приводит нас к выводу, что за исключением общего применения этого слова, источником хозяйственной инициативы, в которой также скрывается потенциал организационности, А. Богданов считает функцию пролетариата, творческой интеллигенции и буржуазии:

«Организаторско-волевые активности в начале капиталистической системы концентрировались в господствующих классах, а в низших классах они существовали тогда лишь в рассеянном состоянии и в малых количествах; непосредственно трудовые активности были распределены в обратных этому соотношениях... Организующие функции господствующих классов – буржуаз-

ных – все более сосредоточивались и продолжают сосредоточиваться на их собственной жизни и поддержании ее условий, т. е. на эксплуатации, распределении и потреблении продуктов, а классы подчиненные по закону дополнительных связей накапливают и концентрируют новые организаторско-волевые активности в сфере своего трудового существования» [11, с. 72].

Другими словами, по мнению А. Богданова, организаторско-волевые активности, творческие хозяйственные предпринимательские инициативы постепенно переходят от высших классов к низшим. Например: «Самое глубокое разъединение в рамках сотрудничества было то, которое обособило организатора от исполнителя, усилие умственное от усилия физического. В научной технике труд рабочего совмещает оба типа. Работа организатора есть управление и контроль над исполнителем; работа исполнителя – физическое воздействие на объекты труда. В машинном производстве деятельность рабочего есть управление и контроль над “железным работом” – машиною – путем физического воздействия на нее. Элементы рабочей силы здесь и те, которые прежде требовались только для организаторской функции, – техническая сознательность, соображение, инициатива при нарушении нормального хода дела; и те, которые характеризовали исполнительскую функцию, – ловкость, быстрота, умелость движений. Это совмещение типов весьма слабо выражено в самом начале развития машинной техники, когда рабочий является живым придатком машины, механической сноровкою своих рук восполняющим ее грубые, несложные движения. Совмещение типов выступает резче и определеннее по мере того, как машина совершенствуется, усложняется, приближаясь все более к типу “автоматического”, самодействующего механизма, при котором сущность работы – живой контроль, инициативное вмешательство, постоянно активное внимание» [15, с. 107–108].

Здесь А. Богданов относит организационную функцию не к предпринимателю и владельцу бизнеса, а к работнику, использующему автоматизированную работу машины. А. Богданов видит общую природу труда в управлении людьми и в использовании машин. Однако общая теория менеджмента проводит четкую границу между менеджерами, занимающимися управлением людьми, и техническими специалистами, занимающимися использованием машин [17].

Нам неизвестно, был ли в период написания своего тектологического труда Богданов осведомлен о проблемах мотивации работников. Но вот еще несколько подтверждений тому, что источник хозяйственной инициативы А. Богданов видит в трудовом потенциале пролетариата и творческой интеллигенции:

«При труде в одиночку работник все действия предпринимает и выполняет за счет собственной инициативы и собственных стимулов» [15, 116].

«Работа “творческая” представляет особый, сверхквалифицированный тип сложного труда. Она выражается в “созидательной инициативе”, “строительстве”, “изобретательстве”, “исследованиях”, вообще в решении переменных задач – технических, художественных, научных, политических; тип самой работы остается всюду один и тот же» [15, с. 27].

По нашему мнению, именно неразделение владельца бизнеса и предпринимателя, обобщение их в одном социально-ролевом статусе и классе буржуазии приводит к тому, что Богданов отказывает владельцам бизнеса в хозяйственной экономической инициативе и организационной активности, которые переходят к низшим классам – творческой интеллигенции и рабочим.

О конкуренции

Конкурентный подход подразумевает рассмотрение любого экономического субъекта или элемента в контексте сопер-

ничества с себе подобными за выгоду и ценность, и поэтому предполагает сопоставление и сравнение с другими аналогичными элементами системы. Мы в качестве мыслительного эксперимента смотрим на весь мир с позиции конкурентно-предпринимательского подхода и рассматриваем любой предмет в конкурентном контексте.

И. Кирцнер в свое время прекрасно описал взаимосвязь предпринимательства и конкуренции, неразрывную экзистенциальную общность предпринимательства и конкуренции [16].

Конкуренция – это отношения. Конкуренция – это настрой ума. Конкуренция – это когда мы ведем себя так, как будто соревнуемся, соперничаем с другим субъектом, как будто мы и этот другой субъект сталкиваемся друг с другом в борьбе за ресурсы. Предприниматели, в отличие от чиновников и наемных работников, находятся в постоянном конкурентном напряжении.

Предприниматели осознают свою уязвимость и угрозы не только со стороны прямых продуктовых и отраслевых конкурентов, но и со стороны других моделей бизнеса, которые могут угрожать их способу создания ценности.

Именно предпринимательская, частная, личная инициатива является тем социально-экономическим клеем, который организует и развивает систему.

Конечно же, для нас очевидным являются организационность конкуренции и ключевая роль свободы предпринимательской инициативы в экономическом развитии общества.

Почти в любом учебнике по теории отраслевых рынков можно найти обоснование того, что рыночный (ценовой) способ распределения ресурсов является самым эффективным по сравнению с другими способами: по приказу, в порядке очереди, в случайном порядке.

Общим знанием в настоящее время является положение о том, что в экономической системе должна быть определенного

уровня конкуренция: не настолько интенсивная, чтобы фирмы прибегали к недобросовестной конкуренции, но достаточная сильная для того, чтобы не было рыночной власти от сговора или доминирования. В таком случае совокупность независимых попыток самостоятельных хозяйствующих субъектов приводит к повышению общего благосостояния. стыдно, что приходится здесь вспоминать про булочника Адама Смита, который каждое утро замешивает тесто не ради общественного блага, а ради частного интереса.

Даже современные социалисты и коммунисты признают необходимость социалистического соревнования для раскрытия потенциала производительности и эффективности.

Таким образом, определенное соперничество (мыслительное, ментальное, деятельностное) является источником энергии, мотивом деятельности по созданию ценности в социальном, гуманном обществе.

Конкуренция принуждает субъектов бизнеса к формированию рыночных предложений, удовлетворяющих потребности, о которых потребители заранее не знают.

Все разрушительные последствия ожесточенной конкуренции и кризисные тенденции с перепроизводством того стоят.

Ожесточенная конкуренция и кризисы перепроизводства есть следствия свободы предпринимать, организовывать, структурировать пространство вокруг себя для создания ценности. Это невозможно сделать, если нет свободы договора и гарантированного права частной собственности на средства производства и продукцию (плоды труда). Поэтому свобода предпринимательства и право на конкуренцию возникают из одного источника – определенной свободы хозяйственной и организационной деятельности.

Современная теория конкуренции признает общим знанием, что невозможна конкуренция без кооперации и сотрудничества – конкуренция в одном направлении

сопровождается сотрудничеством между теми же субъектами в другом направлении. Субъекты, конкурирующие на одном общем региональном рынке, являются участниками негласного соглашения о допустимых методах конкуренции и маркетинга. Они выступают единым фронтом против представителей других отраслей или других стран и регионов. Можно сказать, что такие конкуренты являются носителями одного социально-экономического стандарта конкурентного поведения. В этом смысле очень интересны исследования экономической социологии, социологии рынков, представляющие рынок как социальный конструкт, результат негласного социального контракта, сферу больше общественную, чем чисто экономическую [18].

Отдельные ученые пользуются термином «кооперация» для обозначения сложной связи, конкуренции и кооперации между хозяйствующими субъектами экономической системы [19].

Подходы к тому, чтобы четко разделить или четко воссоединить эти два отношения – кооперации и конкуренции, до сих пор представляют научный интерес, как теоретически, так и практически, для обоснования не только создания и поддержания картельного сговора на рынке, вопросов антимонопольного регулирования, недобросовестной конкуренции, но и вопросов укрепления цепочек поставок, отношений в бизнес-экосистеме, на цифровой платформе, в отрасли, на рынке.

При проведении формально-логического контекстного контент-анализа по термину «конкуренция» в тексте «Тектологии» А. Богданова ключевой гипотезой была идея, что А. Богданов воспринимает конкуренцию как сложившееся вовне состояние, внешний фактор, внешняя характеристика среды, показатель состояния общества.

Видно, что Богданов относится к разным формам и типам конкуренции как к сущностно разным процессам: конкуренция животных, конкуренция людей, конкуренция фирм

и конкуренция идей – это все разные процессы, не имеющие ничего общего.

Оцените парадоксальность взгляда Богданова, когда он говорит о том, что специализация ведет к расхождению методов. Отрасли удаляются друг от друга, в каждой создается особый язык:

«В каждой создается свой особенный язык так что даже вполне сходные соотношения в них выражаются различно и этим маскируется само сходство, а в то же время одинаковые слова получают совершенно разные значения, чем взаимодействие отраслей еще более затрудняется.

Термин “конкуренция” употребляется и здесь, и там, но в разнородном значении. Конкуренция растений из-за питательных соков почвы, заставляющая их тянуться корнями как можно дальше, во многом отличается от конкуренции торговцев из-за покупателя, побуждающей их уменьшать цены. Это тождество термина породило путаницу понятий и некоторые ошибки так называемого “дарвинизма в социологии» [15, с. 94].

И далее: «Применение общих терминов иногда только вредит пониманию и ясности, как мы это видели на примере понятия “конкуренции” в общем учении о жизни и в политической экономии» [15, с. 103].

По сути, Богданов отказывает конкуренции в едином содержании, в ядре понятия.

Неужели соперничество равноправных хозяйствующих субъектов на добросовестных началах не является таким содержанием?

Ни разу Богданов не использовал термин «конкуренция» и не смотрел на нее как на метод, специально допущенный механизм, способ функционирования, специально организованный институт.

Наверное, это связано с тем, что Богданов тогда еще не был глубоко погружен в антимонопольное регулирование экономики, которое к тому времени развивалось в Соединенных Штатах Америки.

Любая конкуренция, по Богданову, является конкуренцией недобросовестной, жесткой, чрезмерно интенсивной, направленной

на монополизацию рынка. Она суть «анархия производства».

Богданов не понимает возможности регулирования конкуренции с помощью государственного вмешательства.

Вот как А. Богданов пишет о рынке:

«Экономическая связь предприятий воплощается в обмене товаров, в “рынке”; это – внешняя сторона жизни предприятий. Но в ней они выступают как борющиеся единицы: усилия покупателя и продавца направлены противоположно, так же и усилия, например, двух конкурирующих продавцов или покупателей. Этим путем образуются бесчисленные дезингрессии – “война всех против всех”, а дезингрессия в области соприкосновения двух комплексов является, как было выяснено, моментом их разъединяющим, разрывом их связи. Получается кажущееся противоречие: рынок есть экономическая связь предприятий и он же есть их разобщение» [11, с. 70].

Так, А. Богданов указывает на противоречие экономических интересов независимых экономических субъектов – продавцов и покупателей, которые пытаются в процессе переговоров достичь для себя лучших условий сделки. Если стороны не достигают соглашения, они расходятся, и здесь действительно действует дезингрессия хозяйственной воли обоих субъектов. Однако А. Богданов забывает о том, что если продавец и покупатель в процессе переговоров достигают соглашения, они тем самым создают новую экономическую связь в цепочке создания стоимости и после заключения контракта уже становятся созависимыми субъектами, способными получать выгоду от использования конкурентных преимуществ своих партнеров по цепочке поставок или, напротив, терпеть убытки от их конкурентных недостатков.

Если организационная инициатива предпринимателя в виде буржуазии еще признается А. Богдановым, то рынку А. Богданов в организационности отказывает. Он не признает, что рыночный процесс создания

транзакций, столкновения индивидуальных хозяйственных волей в частных интересах приводит к повышению благосостояния всего общества, стихийный конкурентный «естественный отбор» на основе ценового механизма распределения ресурсов для А. Богданова лишен организационных начал.

Другими словами, рассматривая организационную инициативу как свойство индивида, способного к деятельности по созданию организации, можно ее атрибутировать представителям разных классов, то есть естественная организационность общества, стихийная организационность рынков и отраслевых комплексов, по А. Богданову, – это нечто большее, нечто фундаментально, принципиально иное, чем намерения господствующего класса защитить свои интересы.

Автор, поставивший для себя организационность мерилom всех вещей, *не смог увидеть невидимую руку рынка*, описанную за много лет до него Адамом Смитом. Идеологическая узость взглядов Богданова не позволила ему одинаково глубоко рассмотреть организационность рынков. Богданов упорно воспринимал рынки как феномен дезорганизации, бесконтрольный источник хаоса.

Тектология Богданова

Важно понимать, что «Тектология» Богданова в настоящий момент имеет уже вековую историю, то есть этому системному труду уже более ста лет с момента публикации. Поэтому в настоящее время – в XXI веке, в цифровую эпоху – мы, наши современники не можем относиться к технологии Богданова иначе как к памятнику исторической и философской систематической мысли.

Сегодня мы не можем относиться к труду Богданова как к руководству к действию, направляющему учению, как мотивирующему, формирующему интенцию и отношение методологическому производству. Тезисы Богданова в настоящее время не следует воспринимать буквально. Прежде всего

к «Тектологии» Богданова надо относиться как к памятнику исторической мысли – иначе просто невозможно вытерпеть всю эту диктатуру пролетариата, сквозящую через все страницы этого произведения.

Богданов не имел экономического образования, образование у него было медицинское, и поэтому с интересом можно рассматривать его аналогии с медицинскими, физиологическими процессами, терминами и механизмами.

Но надо понимать, что у нас нет свидетельств того, что Богданов обращал хоть какое-нибудь внимание на арбитражные и судебные антимонопольные процессы в США и Великобритании в те года, когда он писал свой труд по теории организации.

Практически энциклопедические знания Богданова все-таки имели определенные и объяснимые пробелы, которые в данном случае являются ключевыми для понимания механизмов ошибок Богданова.

Практически в каждом параграфе его труда можно встретить пугающее описание беспредельных экономических кризисов, вызванных стихийными процессами перепроизводства, жесточенности экономической борьбы хозяйствующих субъектов, в мыслях Богданова превосходящей любые пределы добросовестной конкуренции.

В настоящий момент можно только догадываться о том, что бы подумал, высказал и записал Богданов, имея он представление об антимонопольном законодательстве и теоретическом базисе его зарождения, развития и практического применения в каждом конкретном судебном деле.

Естественно, к интерпретации идей Богданова с целью применения их в современной действительности любые исследователи должны подходить с определенными мерами безопасности, ограничениями, заранее введенными границами применения.

Кажется, что все выводы Богданова невозможно безошибочно применить к экономической хозяйственной реальности национального государства.

Заключение

Несмотря на то что сам А. Богданов не видел в конкуренции начал организационности, мы можем применять определенные методы, логические инструменты Богданова и проецировать их на конкурентное поведение для того, чтобы разобраться, насколько можно трансформировать поведение хозяйствующих субъектов в русло упорядоченной, добросовестной конкуренции.

То есть в контексте антимонопольного регулирования экономики взгляды Богданова могут иметь особую принципиальную ценность и значимость.

Если у Богданова есть элементы учения, которые отсутствуют в последующих работах поздних авторов, то применять их в исследовательской и хозяйственной (организационной) практике можно только после очищения от идеологического уклона.

Список литературы

1. Ленин В. И. Материализм и эмпириокритицизм. Критические заметки об одной реакционной философии. – М.: Политиздат, 1989. – 512 с.
2. Кришталь В. В. А. А. Богданов – основоположник тектологии и теории организации // Экономическое возрождение России. 2006. № 2 (89). С. 87–90.
3. Вернадский В. И. О науке. Т. 1: Научное знание. Научное творчество. Научная мысль. – Дубна: Изд. центр «Феникс», 1997. – 576 с.
4. Винер Н. Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине. – М.: Наука: Главная редакция изданий для зарубежных стран, 1983. – 344 с.
5. Берталанфи Л. фон. Общая теория систем: критический обзор // Исследования по общей теории систем: сб. переводов / общ. ред. В. Н. Садовского и Э. Г. Юдина. – М.: Прогресс, 1969. С. 23–82.
6. Эшби У. Р. Введение в кибернетику. – М.: КомКнига, 2006. – 432 с.
7. Тарасов В. Б. Тектология А. А. Богданова и неоклассическая теория организаций – предвестники эры реинжиниринга // Программные продукты и системы. 1998. № 2. С. 43–48.
8. Богомолов А. И. Тектология Богданова и диагностика глобальных процессов // Вестник Московского университета. Серия 27: Глобалистика и геополитика. 2019. № 4. С. 5–13.
9. Корицкий Э. Б. Организационные идеи А. А. Богданова и их резонанс к 130-летию со дня рождения А. А. Богданова // Российский журнал менеджмента. 2003. Т. 1. № 2. С. 127–140.
10. Кузнецов Э. А. Тектология А. А. Богданова и современная актуализация менеджмента // Экономика: реалии времени. 2015. № 3 (19). С. 153–158.
11. Богданов А. А. Тектология. Всеобщая организационная наука: в 2 кн. Кн. 2. – М.: Экономика, 1989. – 351 с.
12. Рубин Ю. Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. № 3 (21). С. 38–67.
13. Тарануха Ю. В. К вопросу об универсальной или единой теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. № 6 (24). С. 83–106.
14. Коваленко А. И. О конкуренции теорий конкурентностей // Современная конкуренция. 2010. № 6 (24). С. 107–116.
15. Богданов А. А. Тектология. Всеобщая организационная наука: в 2 кн. Кн. 1. – М.: Экономика, 1989. – 304 с.
16. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 239 с.
17. Друкер П. Энциклопедия менеджмента. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
18. Радаев В. В. Социология рынков: к формированию нового направления. – М.: ГУ-ВШЭ, 2003. – 328 с.
19. Бранденбургер А., Нейлбафф Б. Co-opetition. Конкурентное сотрудничество в бизнесе. – М.: Кейс, 2012. – 320 с.

Сведения об авторе

Коваленко Александр Иванович, ORCID 0000-0003-3131-6107, канд. экон. наук, доцент, кафедра предпринимательства и конкуренции, Университет «Синергия», Москва, Россия, alkovalenko@synergy.ru

Статья поступила 06.04.2023, рассмотрена 21.04.2023, принята 28.04.2023

References

1. Lenin V. I. *Materializm i empiriokrititsizm. Kriticheskie zametki ob odnoi reaktsionnoi filosofii* [Materialism and Empirio-criticism. Critical Comments on a Reactionary Philosophy]. Moscow, *Pollitizdat* Publ., 1989, 512 p.
2. Krishtal V. V. A. A. *Bogdanov – osnovopolozhnik tektologii i teorii organizatsii* [A. A. Bogdanov – the founder of tectology and organization theory]. *Ekonomicheskoye vozrozhdeniye Rossii*, 2006, no.2(89), pp.87-90.
3. Vernadskiy V. I. *O nauke. T. 1: Nauchnoye znaniye. Nauchnoye tvorchestvo. Nauchnaya mysl'* [About science. Vol. 1: Scientific knowledge. Scientific creativity. Scientific thought]. Dubna, *Izd. tsentr Feniks* Publ., 1997, 576 p.
4. Viner N. *Kibernetika, ili Upravleniye i svyaz' v zhitvotnom i mashine* [Cybernetics, or Control and Communication in Animal and Machine]. Moscow, *Nauka, Glavnaya redaktsiya izdaniy dlya zarubezhnykh stran* Publ., 1983, 344 p.
5. Bertalanfi L. fon. *Obshchaya teoriya sistem: kriticheskiy obzor* [General theory of systems: a critical review]. *Issledovaniya po obshchey teorii sistem: sb. perevodov* [Research on the general theory of systems: collection of translations]. Eds. V. N. Sadovskij, E. G. Yudin. Moscow, *Progress* Publ., 1969, pp.23-82.
6. Eshbi U. R. *Vvedeniye v kibernetiku* [Introduction to cybernetics]. Moscow, *KomKniga* Publ., 2006, 432 p.
7. Tarasov V. B. *Tektologiya A. A. Bogdanova i neoklassicheskaya teoriya organizatsii – predvestniki ery reinzhiringa* [Tectology A. A. Bogdanov and neoclassical theory of organizations – the forerunners of the era of reengineering]. *Programmnyye produkty i sistemy=Software&systems*, 1998, no.2, pp.43-48.
8. Bogomolov A. I. *Bogdanov's Tectology and Diagnosis of Global Processes. Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 27: Globalistika i geopolitika*, 2019, no.4, pp.5-13 (in Russian).
9. Koritskiy E. B. *Organizatsionnye idei A. A. Bogdanova i ikh rezonans k 130-letiyu so dnya rozhdeniya A. A. Bogdanova* [Organizational ideas of A. A. Bogdanov and their resonance to the 130th anniversary of the birth of A. A. Bogdanov]. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta=Russian Management Journal*, 2003, vol.1, no.2, pp.127-140.
10. Kuznetsov E. A. *Problems of tectology by A. A. Bogdanov and the modern management actualization. Ekonomika: realii vremeni=Economics: time realities*, 2015, no.3(19), pp.153-158 (in Russian).
11. Bogdanov A. A. *Tektologiya. Vseobshchaya organizatsionnaya nauka: v 2 kn. Kn. 2* [Tectology. General organizational science: in 2 books. Book 2]. Moscow, *Ekonomika* Publ., 1989, 351 p.
12. Rubin Yu. B. *Discussion questions of modern competition theory. Sovremennaya konkurentsia=Journal of Modern Competition*, 2010, no.3(21), pp.38-67 (in Russian).
13. Taranukha Y. *Concerning the question of universal or unified theory of competition. Sovremennaya konkurentsia=Journal of Modern Competition*, 2010, no.6(24), pp.18-26 (in Russian).
14. Kovalenko A. *About competition of theories of competition. Sovremennaya konkurentsia=Journal of Modern Competition*, 2010, no.6(24), pp.107-116 (in Russian).
15. Bogdanov A. A. *Tektologiya. Vseobshchaya organizatsionnaya nauka: v 2 kn. Kn. 1* [Tectology. General organizational science: in 2 books. Book 1]. Moscow, *Ekonomika* Publ., 1989, 304 p.
16. Kirtsner I. *Konkurentsia i predprinimatel'stvo* [Competition and entrepreneurship]. Moscow, *YUNITI-DANA* Publ., 2001, 239 p.
17. Drucker P. F. *Entsiklopediya menedzhmenta* [Encyclopedia of management]. Transl. from English. Moscow, *Vil'yame* Publ., 2004, 432 p.
18. Radayev V. V. *Sotsiologiya rynkov: k formirovaniyu novogo napravleniya* [Sociology of markets: towards the formation of a new direction]. Moscow, *HSE* Publ., 2003, 328 p.
19. Brandenburger A., Neylbaff B. *Co-opetition. Konkurentnoye sotrudnichestvo v biznese* [Co-opetition. Competitive cooperation in business]. Moscow, *Keis* Publ., 2012, 320 p.

About the author

Alexander I. Kovalenko, ORCID 0000-0003-3131-6107, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University, Moscow, Russia, alkovalenko@synergy.ru

Received 06.04.2023, reviewed 21.04.2023, accepted 28.04.2023

Правила оформления материалов в журнале «Современная конкуренция / Journal of Modern Competition»

Тематический диапазон журнала

Специальности:

- 5.2.1. Экономическая теория (экономические науки).
- 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки).
- 5.2.6. Менеджмент (экономические науки).

I. Общие требования к подготовке статей

1. Материал статьи должен быть оформлен в соответствии с редакционным **шаблоном**.

2. Указание идентификатора **ORCID** для авторов статьи является обязательным.

3. Минимальный объем статьи с учетом сведений об авторах, аннотации и списка литературы на русском и английском языках – **10 страниц Word** в формате **Шаблона оформления статьи**.

4. Заголовок статьи не должен содержать более **125 символов** (включая пробелы).

5. При оформлении заголовка статьи на английском языке следует использовать **правило капитализации** (все слова, за исключением союзов, предлогов и артиклей, пишутся с прописной буквы).

6. **Аннотация к статье** должна быть подготовлена в соответствии с требованиями редакции журнала (*см. раздел II настоящих Правил*).

7. **Ключевые слова** должны содержать терминологию, соответствующую содержанию конкретного пункта паспорта специальности, по которому авторы позиционируют статью.

8. Все источники в списке литературы должны быть оформлены в соответствии со

стандартом редакции (*см. раздел V настоящих Правил*).

9. Список литературы на латинице **References** должен быть оформлен в строгом соответствии с редакционными требованиями (*см. раздел VI настоящих Правил*).

10. На каждый источник **списка литературы** в тексте статьи обязательно должна быть затекстовая ссылка (в квадратных скобках).

11. Во всех источниках, имеющих **индекс DOI**, он должен быть обязательно указан.

12. **Электронные источники** должны быть проверены автором на работоспособность и описаны в формате активной ссылки с обязательным указанием **даты обращения**.

13. Ссылки на **данные с сайтов**, не представляющие собой отдельный материал с заголовком, оформляются как постраничные сноски по тексту статьи.

14. **Иллюстрации** должны быть представлены в соответствии с техническими требованиями (*см. раздел III настоящих Правил*).

15. **Таблицы** должны быть оформлены в соответствии с редакционными требованиями (*см. раздел III настоящих Правил*).

16. На **все иллюстрации** и **таблицы** обязательно должны иметься ссылки в тексте.

17. **Формулы** и **переменные** должны быть набраны в соответствии с техническими требованиями (*см. раздел IV настоящих Правил*).

II. Требования к аннотациям

1. В аннотации должны быть отражены наиболее важные элементы статьи, которые показывают уровень и качество полученных результатов, в том числе:

- актуальность и новизна;
- используемые методы решения поставленной задачи;
- полученные результаты;
- выводы исследования;
- теоретическая и практическая значимость исследования.

2. Аннотация дает возможность установить основное содержание научной статьи, показать ее выигрышные стороны, привлечь внимание к материалам исследования, определить ее релевантность и принять решение о подробном изучении полного материала статьи.

3. При написании аннотации рекомендуется использовать такие **формулировки**, как, например:

- Статья посвящена рассмотрению...
- В статье обосновывается...
- Автор обращает внимание на...
- Приводятся суждения...
- Отмечается, что...
- На основе анализа... приводятся суждения о...

4. Приведем образцы написания аннотаций.

Пример 1¹

Статья посвящена внутренней контекстной зависимости учебных курсов, изучаемых по программе предпринимательства в бакалавриате. В отличие от других подходов авторы распространяют контекстную зависимость на любые учебные курсы, включаемые в программу обучения.

¹ Рубин Ю. Б., Алексеева Е. В., Леднев М. В., Можухин Д. П., Погорелова А. Ю., Потапова О. Н., Пузыня Т. А. Внутренняя контекстная зависимость учебных курсов по предпринимательству в бакалавриате // Современная конкуренция. 2021. Т. 15. № 2. С. 88–100. DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-2-88-100.

Анализируются подходы к изучению менеджера цикла учебных курсов будущими предпринимателями. **На примере** структурирования контента учебного курса «Управление человеческими ресурсами» **показано, как следует** ориентировать программу обучения для формирования общепрофессиональных компетенций, необходимых выпускникам для успешной карьеры в предпринимательстве. **Статья имеет практическое значение**, так как разработанный подход к преподаванию дисциплин был успешно использован в реальном бизнесе в конкурентных условиях, а также теоретическое значение ввиду способствования полученных в статье выводов развитию научных представлений о месте предпринимательства в образовательном процессе и связи с преподаваемыми дисциплинами цикла «Менеджмент» с обучением будущих предпринимателей. **Использование этой статьи может помочь** и образовательным организациям, в том числе университетам и колледжам, разрабатывать образовательные программы, содержание управленческих дисциплин в которых было бы ориентировано на обучение предпринимательству как профессии. Что уже было реализовано в практике Университета «Синергия».

Пример 2²

Обучение предпринимательству сегодня является предметом пристального внимания образовательного сообщества. Важная составляющая такого обучения – проблематика предпринимательских коммуникаций, которые затрагивают все аспекты функционирования любого бизнеса. Внешние коммуникации направлены на обеспечение делового взаимодействия компании с такими заинтересованными сторонами,

² Лукашенко М. А., Добровольская Т. Ю. Обучение предпринимательским коммуникациям на образовательных платформах: российская и зарубежная практика // Современная конкуренция. 2022. Т. 16. № 1. С. 90–107. DOI: 10.37791/2687-0649-2022-16-1-90-107.

как клиенты, партнеры, конкуренты, органы государственной власти, инвесторы, а внутренние коммуникации – на повышение эффективности бизнес-процессов. Поэтому обучение предпринимательским коммуникациям является актуальной **научной и практической задачей**. Актуальность еще более возрастает в условиях интенсивного развития ИКТ и особенно в условиях пандемии, когда образовательный процесс в значительном объеме переходит в онлайн. **Целью настоящей статьи** является аналитический обзор российских и зарубежных практик обучения предпринимательским коммуникациям на образовательных платформах. В статье **уточнено понятие** предпринимательских коммуникаций и представлено их рассмотрение как предмета обучения, **показано, что** в научной литературе нет единства в толковании данного понятия. В большинстве источников оно замещено понятиями «бизнес-коммуникация», «деловая коммуникация». **Представлен широкий обзор** курсов обучения бизнес-коммуникациям на российских и зарубежных образовательных платформах, таких как «Открытое образование», Skillbox, «Нетология», Product Live, Product Star, Laba, «Яндекс.Практикум», Coursera, Udemu, EdX, MIT OCW, Alison. Наибольшее количество курсов по бизнес-коммуникациям представлено на платформах Coursera, Udemu и «Открытое образование». Контент выявленных курсов направлен на формирование персональной коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии – умение проводить переговоры и презентации, выступать публично и т. д., безотносительно предпринимательской специфики. **Обосновано применение таких методов** обучения предпринимательским коммуникациям, как хакатоны, митапы, VR- и AR-технологии. **Показано, что** для отработки предпринимательской коммуникации могут быть использованы следующие приложения: VirtualSpeech, Glue, MeetinVR, Stage.

5. **Объем аннотации** должен составлять 200–250 слов.

6. Если для перевода текста аннотации используется автоматический **переводчик Google**, автору необходимо проверить результат и при необходимости скорректировать английский текст, чтобы он адекватно воспринимался зарубежным читателем. **Профессиональную терминологию** следует дополнительно проверять с помощью специальных словарей.

III. Требования к иллюстрациям и таблицам

1. Иллюстрации выполняются в **серых тонах**, поскольку наше издание монохромное. Если рисунок был изначально выполнен автором в цвете, необходимо перевести его в серые тона и не забыть убрать в тексте **ссылки** на цветочные элементы изображения.

2. Изображение на рисунках должно быть **четким**, текст – **хорошо читаемым**. Редакция просит отнестись с пониманием к тому, что рисунки ненадлежащего **качества** не смогут быть опубликованы в журнале.

3. Все надписи внутри рисунка должны быть продублированы **на английском языке**, в том числе легенды диаграмм и обозначения координатных осей графиков (см. рис. 1).

4. **Текстовый контент таблиц** также должен быть продублирован на английском языке, за исключением случаев, когда его объем достаточен для того, чтобы таблицу можно было воспринимать как структурированный фрагмент основного текста статьи (см. табл. 1).

5. **Заемствованные изображения** должны иметь в подрисуночной надписи **ссылку на источник** в виде постраничной сноски или, если источник включен в список литературы, номера позиции списка в квадратных скобках.

6. Требование 5 касается также **ранее опубликованных иллюстраций** автора статьи.



Рис. 1. Архитектурная концепция системы
 Fig. 1. Architectural concept of the system

Таблица 1. Доходы мирового спортивного рынка за 2006–2018 годы
 Table 1. Revenues of the global sports market for 2006–2018 years

№ п/п No.	Источник дохода Source of income	Сумма, млн долл. Amount, million USD			
		2006	2010	2014	2018
1	Доходы от билетов Ticket revenue	37 056	39 570	44 067	52 087
2	Продажа прав на трансляции Sale of broadcasting rights	24 281	29 225	38 191	45 142
3	Спонсорство Sponsorship	26 749	34 972	45 536	53 824
4	Мерчандайзинг Merchandising	19 430	17 624	19 096	22 571
	Итого: Total:	107 516	121 391	146 890	173 624

7. Рисунки, выполненные средствами Word, должны быть сгруппированы и доступны для редактирования.

8. Иллюстрации, выполненные внешними средствами – Visio, Excel и др., – просьба предоставлять также в отдельных файлах формата vsd, xls и т. д.

9. В отдельных файлах предоставляются также **растровые изображения** – фотографии, сканы, скриншоты.

IV. Требования к формулам и переменным

1. Для набора формул и переменных **не допускается** использование конструктора уравнений Word.

2. Математические выражения, не требующие специальной символики, а также отдельные переменные набираются **строковым редактором** (клавиатурный ввод) с использованием при необходимости режима «**Вставка символа**».

3. Формулы, включающие специализированные символы, не содержащиеся на клавиатуре и в опции Word «Вставка символа», набираются с помощью внешних редакторов Microsoft Equation либо Math Type.

4. Одно выражение **не может** быть набрано частично во внешнем редакторе формул, а частично строковым редактором.

5. Нумеруются только формулы, на которые есть **ссылки** по тексту статьи.

6. **Греческие** и **русские** буквы, а также цифры и скобки даются прямым шрифтом, курсивятся только **латинские** буквы, обозначающие **скалярные величины**.

7. Жирным шрифтом выделяются только **структурированные объекты** – обозначения векторов (если не используется значок вектора), матриц, множеств, кортежей и т. п.

8. В качестве **знака умножения** используется точка с пробелами с двух сторон. Также пробелами отбиваются другие математические знаки, такие как +, –, =, <, > и т. д.

9. **Дробная часть** числа отделяется запятой (не точкой).

V. Оформление списка литературы

1. **Индекс DOI** при его наличии у цитируемого источника указывается обязательно (автор должен **проверить** наличие DOI по каждому источнику).

2. Ссылки на электронные источники должны быть приведены в **активном формате**, с указанием **даты обращения**.

3. Если материал из интернета не имеет отдельного заголовка, он не включается в список литературы, а ссылка на него дается **постраничной сноской** по тексту статьи.

4. Формат ссылки на источники по тексту статьи – порядковый номер источника по списку в квадратных скобках [**№ источника**].

5. Источники в списке литературы располагаются либо **по алфавиту**, либо **в порядке цитирования**. При оформлении по алфавиту сначала указываются **русскоязычные** источники, затем **иностранные**. В начало списка выносятся **законы** и **подзаконные акты**.

6. При указании количества и диапазона страниц в списке литературы используется не дефис, а **среднее тире**.

VI. Правила оформления References

1. **Порядок источников** в References должен совпадать с русским списком литературы.

2. Ф. И. О. авторов в References **не курсивятся**.

3. При оформлении References, в отличие от списка литературы, **не используются** знаки «слеш» и «тире».

4. Следует также обратить внимание на другие отличия оформления References от списка литературы в плане используемых **обозначений** и **знаков пунктуации**.

5. **Транслитерация названия** цитируемой работы (курсивом после Ф. И. О. авторов) и его **самостоятельный перевод на ан-**

глийский язык в квадратных скобках дается в случае, когда у цитируемой работы нет официально опубликованного названия на английском языке.

ПОЯСНЕНИЕ. Транслитерация названия нужна для книг, а также статей в российских журналах, вышедших в период, когда еще не было требования ВАК и РИНЦ публиковать английские версии названий работ. В таком случае каждый автор, включающий данную работу в свой список литературы, может перевести ее название по-разному. Из-за этого работа не будет однозначно идентифицироваться в зарубежных наукометрических базах. Для решения данной проблемы, помимо перевода на английский, приводится транслитерация названия работы, которая будет однозначной.

6. Соответственно, если у цитируемой работы **есть опубликованное английское название**, то транслитерировать русское название не нужно, английское название работы указывается без квадратных скобок. Если при этом работа написана на русском языке, в конце описания источника (перед DOI) ставится пометка в круглых скобках (**in Russian**).

7. Если у **журнала** или **издательства книги** есть русское название, то **обязательно** приводится курсивом его транслитерация. Если при этом у журнала есть и **официальное английское название** (*необходимо проверить это на сайте журнала или издательства*), то оно приводится прямым шрифтом после транслитерации русского названия, отделенное знаком равенства, и без квадратных скобок.

8. Если же у русского журнала или издательства **нет официального английского названия**, *не нужно* самостоятельно его переводить – указывается только транслитерация русского названия.

9. Для **русского названия издательства** в случае п. 8 после транслитерации курсивом русского названия указывается сокращение Publ. прямым шрифтом.

10. Для учебных пособий, сборников конференций и диссертаций **описание вида источника** дается в виде транслитерации курсивом и перевода на английский, прямым шрифтом в квадратных скобках.

11. Для **транслитерации** следует использовать **сайт** www.translit.net. На сайте необходимо предварительно выбрать **вариант транслитерации «BSI»** – Британский институт стандартов.

VII. Указание сведений об авторах

В разделе **About the authors** следует использовать следующие обозначения:

- доктор наук – Dr. Sci. (предметная область)
- кандидат наук – Cand. Sci. (предметная область)
- предметная область – Eng., Econ., Phys.-Math.
- соискатель ученой степени – Applicant for Dr. Sci. / Cand. Sci. (предметная область)
- профессор – Professor
- доцент – Associate Professor
- ассистент – Assistant
- преподаватель – Lecturer
- старший преподаватель – Senior Lecturer
- старший научный сотрудник – Senior Researcher
- ведущий научный сотрудник – Leading Researcher
- аспирант – Postgraduate
- магистр – Master of <предметная область>
- студент – Student
- магистрант – Master's Student

ПОДПИСКА-2023

Журнал «Современная конкуренция / Journal of Modern Competition» выходит 6 раз в год:

Февраль Апрель Июнь Август Октябрь Декабрь

Стоимость подписки на 2023 год:

1 номер – 1310 руб. 3 номера – 3390 руб. 6 номеров – 7860 руб.

Вы можете выбрать любой удобный для вас вид подписки.

Подписка через редакцию

Отправьте заявку на arozantsev@synergy.ru

или позвоните по тел. +7 (495) 800-10-01 (доб. 33-04)

Доставка включена в стоимость подписки.

Подписка по почте

По объединенному каталогу «Газеты и журналы» подписной индекс 88060;

по каталогу российской прессы «Почта России» подписной индекс п1967;

по каталогу агентства «Урал Пресс» подписной индекс 20498.

Руководитель службы маркетинга А. А. Розанцев,

тел.: +7 (495) 800-10-01 (доб. 33-04), e-mail: arozantsev@synergy.ru.

Доставка осуществляется заказной бандеролью с уведомлением.

Электронный выпуск, а также отдельные статьи журнала можно приобрести на сайтах

www.moderncompetition.ru, www.elibrary.ru и www.litres.ru

К оплате принимаются все виды электронных платежей, банковские карты.

Учредитель и издатель:

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования

«Московский финансово-промышленный университет "Синергия"».

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-57863 от 25.04.2014 г.

Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Редакция:

Заместители главного редактора *А. И. Коваленко, В. И. Хабаров, Е. А. Власова*

Выпускающий редактор *А. Ю. Погорелова*

Литературный редактор и корректор *Ю. А. Голоперова*

Верстка *Т. М. Каган*

Адрес редакции и издателя:

129090, Москва, ул. Мещанская, д. 9/14, стр.1 (юр.д.); 125315, Москва, Ленинградский проспект, д. 80Б, корп. 3

Тел.: +7 (495) 987-43-74 (доб. 33-04);

e-mail: evlasova@synergy.ru; www.moderncompetition.ru

Наши реквизиты:

Университет «Синергия»

ИНН 7729152149

КПП 770201001

ОГРН 1037700232558

Р/с 40703810338180120073

БИК 044525225

К/с 3010181040000000225

Сбербанк России (ПАО) Вернадское ОСБ

При перепечатке и цитировании материалов ссылка на журнал «Современная конкуренция /

Journal of Modern Competition» обязательна. Редакция не несет ответственности

за достоверность информации, опубликованной в рекламных объявлениях.

© Университет «Синергия»

Подписано в печать 30.06.2023

Тираж 100 экз.

Отпечатано в ООО «САМ ПОЛИГРАФИСТ»

129090, г. Москва, Протопоповский пер., д. 6