

научно-практический журнал

Современная Конкуренция

2024. Том 18. № 3

Май–Июнь

Сквозной номер выпуска – 99

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

Национальная ассоциация обучения предпринимательству (РАОП)
Университет «Синергия»

ISSN 1993-7598 (Print)

ISSN 2687-0657 (Online)

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3

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 департамента банковского дела и монетарного регулирования Финансового университета при Правительстве РФ

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»

Осипов Владимир Сергеевич

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой мировой экономики и управления внешнеэкономической деятельностью МГУ имени М. В. Ломоносова

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

Смайлов 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, ведущий научный сотрудник кафедры конкурентной и промышленной политики экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы России

Шаститко Андрей Евгеньевич

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой конкурентной и промышленной политики экономического факультета 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 (юрид.)
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

2024. Vol. 18. No. 3

May–June

ISSN 1993-7598 (Print)
ISSN 2687-0657 (Online)
DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3

Continuous issue – 99

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 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, Banking and Monetary Regulation
Department, Financial University under the Government of the
Russian Federation

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

Vladimir Osipov

Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of World Economy and
Foreign Economic Activity Administration Department,
Lomonosov Moscow State 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.), Leading Researcher at the Competition
and Industrial Policy Department, Faculty of Economics,
Lomonosov Moscow State University, Deputy Head of FAS
Russia

Andrey Shastitko

Dr. Sci. (Econ.), Head of Competition and Industrial Policy
Department, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State
University, Director of Center for Research in Competition and
Economic Regulation Studies IAER RANEPa

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

Цифровая трансформация бизнеса

Г. А. Кузнецов, А. Ю. Анисимов

Роль цифровизации экономики в развитии российских банков
в условиях конкуренции 5

С. Я. Альварадо Стрельченко

Возможности противодействия асимметрии информации в электронной
многосторонней торговле: теоретико-игровой подход 25

Региональная конкурентоспособность

Е. И. Кулик

Особенности конкурентоспособности региона в современных условиях. 37

В. В. Еремин, Е. Ф. Никитская

Применение мультипликативных эффектов для управления формированием
ресурсного потенциала региона 48

Практика предпринимательства

А. Р. Калинин, А. С. Радьков

Моделирование как инструмент эффективной экономической политики
землепользования Московской агломерации 67

Ю. Г. Памухин

Роль и место компетенции личных продаж в стандарте профессионального
предпринимательства 83

Вопросы теории

М. Н. Кулапов, П. В. Журавлев

Новые системные направления в управлении реальным сектором российской
мезоэкономики 96

А. В. Макаров, В. В. Остроумов

Концепция воспитательного протекционизма: перспективы и риски применения
в условиях разрушения торговых связей XXI века 109

Научная публицистика

Э. З. Омаров

От малого до крупного. 126

Правила оформления материалов 136

Contents

Digital business transformation

G. Kuznetsov, A. Anisimov

The Role of Digitalization of the Economy in the Development of the Russian Banking Sector in a Competitive Environment 5

S. I. Alvarado Strelchenko

Ways to Counteract Information Asymmetry in Electronic Multilateral Trade: The Game-Theoretic Approach 25

Regional competitiveness

E. Kulik

Features of the Region's Competitiveness in Modern Conditions 37

V. Eremin, E. Nikitskaya

Application of Multiplicative Effects to Manage the Formation of the Region's Resource Potential 48

Entrepreneurship practice

A. Kalinin, A. Radkov

Modeling as a Tool for Effective Economic Land Use Policy in the Moscow Agglomeration 67

Yu. Pamukhin

The Role and Place of Personal Selling Competence in the Standard of Professional Entrepreneurship 83

Theoretical issues

M. Kulapov, P. Zhuravlev

New System Directions in the Management of the Real Sector of the Russian Mesoeconomy 96

A. Makarov, V. Ostroumov

The Concept of Educational Protectionism: Prospects and Risks of Adoption in the Context of the Destruction of Trade Relations in the 21st Century 109

Scientific journalism

E. Omarov

From Small to Large Business. 126

Guidelines for authors 136

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-5-24

Роль цифровизации экономики в развитии российских банков в условиях конкуренции

Г. А. Кузнецов^{1*}, А. Ю. Анисимов¹

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* gkuznetsov106@gmail.com

Аннотация. На текущий момент состояние мировой экономики характеризуется как переходное, это обусловлено появлением и развитием такого феномена, как «цифровые инновации», которые являются результатом повышения значения информационно-коммуникационных технологий в экономических процессах. Цифровизация затронула практически все отрасли экономики, однако степень проникновения различается, поэтому цифровое выравнивание и выявление его роли в развитии отраслей, в том числе банковской, является актуальной научной и практической задачей. На рынке финансовых услуг на данный момент усиливается конкуренция по причине того, что помимо кредитных организаций на нем активно действуют небанковские игроки, оказывающие финансовые услуги, дублирующие банковские, что требует разработки новых подходов к цифровизации банковских бизнес-процессов. Для поддержания своей конкурентоспособности банки должны повышать степень цифровизации своих бизнес-процессов, поэтому актуальным направлением научных исследований является выявление роли цифровой экономики в развитии российских банков. Авторы обращают внимание на то, что внедрение отечественной банковской информационной системы с высокой долей вероятности способствует повышению не только эффективности деятельности банковских учреждений, но и уровня информационной безопасности банковских бизнес-процессов. Целью исследования является разработка дорожной карты внедрения банковской информационной системы в деятельность российского банка для повышения эффективности его деятельности в зависимости от степени охвата возможностей, предоставляемых цифровой экономикой, и уровня информационной безопасности банковских бизнес-процессов. В исследовании были применены следующие методы: статистический анализ, метод Черчмена – Аккоффа, метод экспертных оценок, метод построения дорожной карты. Результатом исследования является дорожная карта внедрения банковской информационной системы в деятельность российского банка. Авторы делают вывод, что роль цифровой экономики в развитии российских банков значительна и необходимо постоянно повышать уровень цифровизации банковских бизнес-процессов с целью увеличения степени охвата возможностей, предоставляемых цифровой экономикой, и уровня информационной безопасности банковских бизнес-процессов.

Ключевые слова: стратегическая карта, цифровизация бизнес-процессов, цифровая экономика, банк, банковские бизнес-процессы, банковская информационная система

Для цитирования: Кузнецов Г. А., Анисимов А. Ю. Роль цифровизации экономики в развитии российских банков в условиях конкуренции // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 3. С. 5–24.
DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-5-24

The Role of Digitalization of the Economy in the Development of the Russian Banking Sector in a Competitive Environment

G. Kuznetsov^{*}, A. Anisimov¹

¹ Synergy University, Moscow, Russia

^{*} gkuznetsov106@gmail.com

Abstract. At the moment, the state of the world economy is characterized as transitional, that is, it is between two technological structures. A generalization of various analytical assessments makes it possible to determine the period of complete transition of society to the sixth technological order; it is assumed that this will happen in 2025–2030. This transitional state is primarily due to the emergence and development of such a phenomenon as “digital innovation”, which is the result of the increasing importance of information and communication technologies in the life of society in general and in economic processes in particular. Digitalization has affected almost all sectors of the economy, however, the degree of penetration varies. One of the most “digitized” industries is financial, including banking. At the same time, competition in the financial services market is currently intensifying, since in addition to credit institutions, non-bank players are active in it, providing financial services that duplicate banking ones. Therefore, in order to maintain their competitiveness, banks must increase the degree of digitalization of their business processes, therefore, a current direction of scientific research is to identify the role of the digital economy in the development of Russian banks. The hypothesis of the study is the assumption that the introduction of a domestic banking information system will help improve not only the efficiency of banking institutions, but also the level of information security of banking business processes. The purpose of the study is to develop a roadmap for the implementation of a banking information system in the activities of a Russian bank in order to increase the efficiency of its activities, depending on the degree of coverage of opportunities provided by the digital economy and the level of information security of banking business processes. The research methods are: statistical analysis, the Churchman – Ackoff method, the method of expert assessments, the method of constructing a road map. The result of the study is a roadmap for introducing a banking information system into the activities of a Russian bank. The authors conclude that the role of the digital economy in the development of Russian banks is significant and it is necessary to constantly increase the level of digitalization of banking business processes in order to increase the scope of opportunities provided by the digital economy and the level of information security of banking business processes.

Keywords: digital economy, bank, banking business processes, banking information system, digitalization of business processes, strategic map

For citation: Kuznetsov G., Anisimov A. The Role of Digitalization of the Economy in the Development of the Russian Banking Sector in a Competitive Environment. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.3, pp.5-24 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-5-24

Введение

Процессы цифровизации экономики как в России, так и в мире начались сравнительно недавно, при этом сила их влияния на развитие социально-экономических систем, в том числе банков-

ских, очень велика. Темп роста цифровой экономики и глубина ее проникновения во все сферы экономики доказывают важность исследований этого явления для формирования успешных стратегий развития российских компаний банковской сферы [9]. На текущий момент способность адаптироваться

к темпу развития цифровой экономики и к возможностям, которые она предоставляет, является ключевым фактором успеха любого бизнеса, в том числе банковского сектора. Процессы цифровизации имеют разнообразный масштаб, поэтому управление ими осуществляется как на уровне государств и межгосударственных структур, так и на уровне отдельных компаний, и эти управленческие процессы должны быть взаимосвязаны [8, с. 34]. Важными направлениями являются исследование проявлений цифровой экономики на микроуровне, а именно в отдельных кредитных организациях, и в то же время различные методы оценки уровня цифровизации их бизнес-процессов. Исследования показывают, что ключевые банки развитых стран, финансовая стратегия которых была ориентирована на цифровизацию, получили желаемый эффект от возможностей, которые предоставляет цифровая экономика. При этом можно сделать вывод, что затраты на цифровизацию достаточно высоки, однако без них нет возможности обеспечить необходимый уровень конкурентоспособности в современных условиях. Что касается российских банков, то тут зависимость просматривается не всегда, поскольку оценка уровня цифровизации банковских бизнес-процессов происходит по разнородным критериям, которые на данный момент не приведены к единой системе. Кроме того, в условиях цифровой экономики необходимо уделять значительное внимание защите персональных данных клиентов банков и в конечном итоге их денежных средств, размещенных на счетах банка, а также снижению риска выдачи кредита по чужим персональным данным. Это приоритетные задачи банковских служб, отвечающих за информационную безопасность. Риск подвергнуться кибератакам злоумышленников на данный момент времени все еще высок, поэтому данному вопросу уделяется достаточно много внимания как на уровне банков, так и на уровне потребителей. Целью насто-

ящего исследования является разработка дорожной карты внедрения банковской информационной системы в деятельность российского банка с целью повышения степени охвата возможностей, предоставляемых цифровой экономикой, и уровня информационной безопасности банковских бизнес-процессов. Задачи исследования: выявить сущность цифровой экономики; оценить уровень зрелости цифровой экономики в России; осуществить обоснованный выбор инструмента цифровизации бизнес-процессов банка, соответствующего уровню зрелости российской цифровой экономики; сформировать дорожную карту постепенного внедрения импортозамещенной банковской информационной системы для получения максимального эффекта от цифровизации банковских бизнес-процессов.

Методы исследования

В рамках исследования были применены следующие методы. Статистический анализ применялся для оценки уровня развития цифровой экономики в РФ по сравнению со странами-лидерами цифровизации экономики. Методом Черчмена – Аккоффа был осуществлен обоснованный выбор отечественной банковской информационной системы для оцифровки банковских бизнес-процессов. В рамках данного метода был рассчитан коэффициент согласованности экспертов (K_c):

$$K_c = O_k / \sum O_k, \quad (1)$$

где O_k – оценка критерия;

$\sum O_k$ – сумма оценок всех критериев.

Метод экспертных оценок был применен для нахождения конкретных значений показателей эффективности банковских бизнес-процессов, в качестве экспертов выступали сотрудники АО «Газпромбанка», было опрошено пять экспертов, процедура состояла из трех раундов. Спассе-анализ был использован для построения профиля политики безопасности электронных платежей,

что позволило выявить факторы, оказывающие наиболее значительное влияние на процесс развития безопасности электронных платежей в России. Метод дорожной карты был применен для описания этапов внедрения импортозамещенной банковской информационной системы.

Обзор литературы

Вопросы цифровизации банковских бизнес-процессов находятся в центре научных исследований множества отечественных и зарубежных ученых. Особое внимание уделяется проблеме нахождения баланса между возможностями, возникающими в результате развития цифровой экономики, и рисками, которые сопровождают этот процесс. Цифровая экономика все чаще рассматривается как среда, в которой банковские услуги трансформируются и выходят на другой уровень качества. В целом можно отметить, что наиболее проработанными являются общие вопросы цифровой экономики, которым посвящено достаточно большое количество научных работ. Общие вопросы стратегий, инструментов и технологий цифровизации экономики рассмотрены в работах таких отечественных авторов, как Д. В. Ковалев, Н. А. Косолапова, Е. А. Лихацкая [7], Л. А. Петрова, Т. Е. Кузнецова [13], М. А. Плахотникова и др. [14], А. Е. Трубин и др. [19]. Указанных авторов объединяет системный подход к изучению сущности цифровой экономики, а также значительные результаты в анализе технологий цифровизации и рисков, которые их сопровождают.

Из зарубежных авторов, занимающихся проблемами развития цифровой экономики, внимания заслуживают А. Р. Salgado-Reyes и R. Rodríguez-Aguilar [24], которые в основном рассматривают влияние Индустрии 4.0 на различные сектора экономики, в том числе банковскую сферу. Также необходимо выделить работу таких авторов, как С. Van Tonder, С. Schachtebeck, С. Nieuwenhuizen,

В. А. Bossink [28], которых объединяет тематика, связанная с трансформацией бизнес-моделей организаций различных отраслей под влиянием цифровизации экономики.

Вопросы инноваций в банковской сфере, в том числе цифровых, освещены в работах следующих отечественных авторов: А. Г. Антюфьев и др. [1], Б. С. Бадмаева [2], Изотова Ю. Г. и др. [6], О. Г. Семенюта [17]. Главной мыслью научных работ данных авторов выступает формирование путей трансформации банковских инноваций под влиянием цифровой экономики. Авторы уделяют много внимания анализу цифровизации банковских бизнес-процессов и выявлению тех инноваций, которые являются факторами успеха в данной отрасли.

Что касается зарубежных авторов, которые анализируют трансформацию банковских бизнес-процессов под влиянием цифровой экономики, то можно отметить работу S. T. Bharath, S. Dahiya, I. Hallak [23]. Главная мысль их исследований состоит в необходимости увеличения степени цифровизации банковских бизнес-процессов в соответствии со стратегией цифровизации банковской отрасли. Исследования в этом направлении показывают, что при формировании стратегий цифровизации бизнес-процессов на уровне отдельного банка необходимо учитывать некоторые специфические риски.

Оценка тенденции и закономерностей процессов цифровизации банковского сектора прослеживается в работах Н. И. Быкановой и др. [4]. Авторы анализируют подходы к цифровизации российского банковского сектора, проводят аналогии с опытом зарубежных стран, а также формируют предложения по управлению цифровой трансформации на микроуровне. Тема обоснования стратегий цифровой конвергенции и создания экосистемы банковской деятельности прослеживается в работах Т. А. Кузовковой и др. [8]. Основной мыслью трудов данных авторов является обоснование эффективности создания банковских экосистем на

основе цифровых бизнес-процессов, а также оценка цифровой конвергенции российской банковской отрасли.

На данный момент благодаря активному развитию феномена цифровой экономики увеличение ее влияния на все отрасли экономики, в том числе на банковскую сферу, существует, несмотря на множество научно-практических исследований на сопряженные темы, дискуссионные вопросы, связанные с регулированием процессов цифровизации бизнес-процессов на уровне отдельных кредитных организаций и российской банковской системы в целом, поэтому данная тема актуальна.

Результаты исследования

Цифровая экономика как явление и научный феномен существует сравнительно недавно – с конца XX века. Сам термин «цифровая экономика» был в первый раз использован в 1995 году IT-специалистом из США Николасом Негропonte в рамках своего доклада на экономическом форуме [7, с. 25].

Как уже было сказано выше, на данный момент теоретическая сущность цифровой экономики пока определена недостаточно четко, однако в практическом плане данный экономический феномен развивается и постоянно расширяет сферы своего применения. Для оценки текущего уровня развития цифровой экономики необходимо прежде всего определиться с параметрами и показателями, по которым можно оценить этот уровень. Выделяют следующие направления оценки:

- 1) уровень проникновения в экономические сферы государства;
- 2) результативность проявления в этих сферах;
- 3) уровень воздействия на глобальный рынок.

Кроме того, необходимо выделить области применения цифровой экономики (рис. 1).

Как видно из рисунка 1, цифровая экономика, кроме наиболее явных компонентов, имеет и другие перспективные направления.

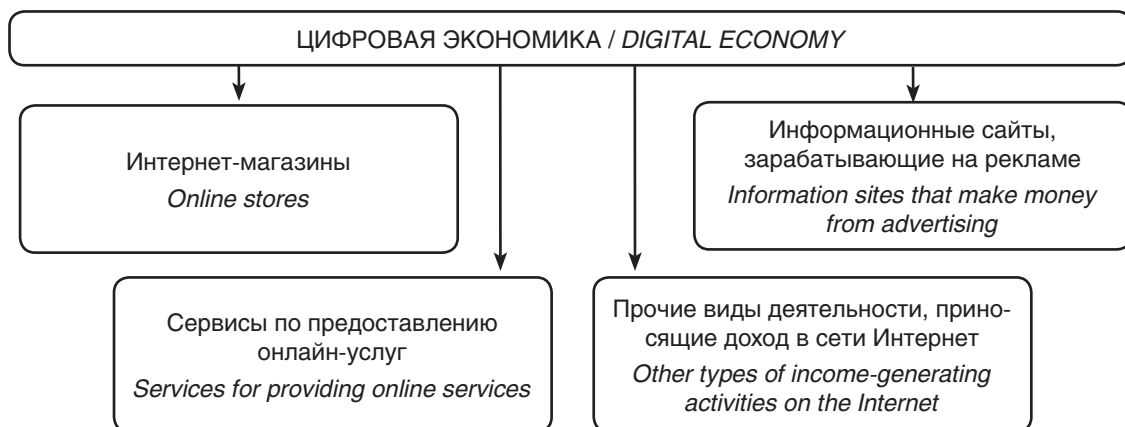
Определение уровня развития цифровой экономики осуществляется при помощи определенной системы показателей¹. В целом показатели, характеризующие российскую цифровую экономику, представлены в таблице 1.

Необходимо раскрыть, что понимается под показателем «доля цифровой экономики в ВВП», поскольку дальнейшее исследование во многом опирается на данный показатель. Доля цифровой экономики в ВВП – это процент совокупных затрат на цифровые технологии, который состоит из четырех компонентов: личного потребления (покупка планшетов, компьютеров, программного обеспечения, подключения к сети Интернет и т. п.), государственных расходов (на обеспечение кибербезопасности, программное обеспечение и т. п.), частных инвестиций (в информационно-коммуникационные технологии) и торгового баланса [16, с. 35]. Расчет подобных показателей в рамках глобального мира показывает, что темпы развития цифровой экономики лишь немного выше российских (рис. 2) [24, с. 822].

Как видно из рисунка 2, наибольшей долей обладает Китай, а Россия пока занимает четвертое место. Развитие приведенных в таблице 1 параметров в России происходит примерно так же, как и на глобальном рынке [24, с. 823]. Следовательно, некоторое отставание в степени развитии цифровой экономики в России от мирового уровня не является критичным.

Кроме того, важными параметрами оценки выступают уровень благоприятности среды для развития цифровой экономики и степень охвата интересов трех главных сторон общества: граждан, бизнеса и правительства [11, с. 367]. Исследования показывают, что на данный момент наиболее благоприятная среда для развития цифровой экономики

¹ Цифровая трансформация в России: итоги 2022 года и планы на 2023 год. URL: <https://www.garant.ru/article/1605871/> (дата обращения: 10.07.2023).



Источник: составлено авторами на основании [14, с. 294].

Рис. 1. Области применения цифровой экономики

Fig. 1. Areas of application of the digital economy

Таблица 1. Основные показатели цифровой экономики России на 2022 г.

Table 1. Key indicators of the Russian digital economy for 2022

Наименования показателей / Names of indicators	Значения / Values
Доля цифровой экономики в ВВП, %	2,8
Доля интернет-зависимых рынков в ВВП, %	19
Кадровая индустрия Рунета, млн чел.	2,5
Инфраструктура и ПО Рунета, млрд руб.	2000
Маркетинг и реклама в Рунете, млрд руб.	171
Цифровой контент, млрд руб.	63
Электронная коммерция, млрд руб.	1238
Доля мобильной экономики в ВВП, %	3,7
Уровень достижения цифровой зрелости, %	65,8
Доля массовых социально значимых услуг в электронном виде, %	99,97
Доля домохозяйств, которым обеспечен широкополосный доступ к интернету, %	86,1
Объем вложений в отечественные IT-решения, млрд руб.	521,9

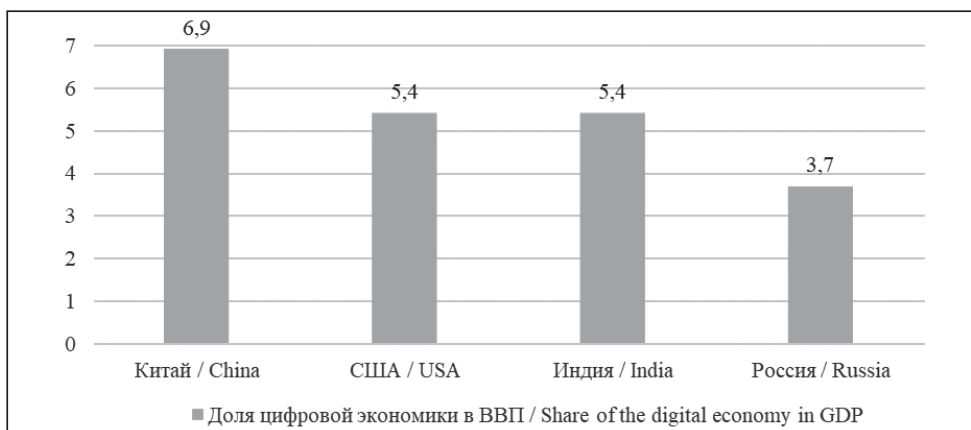
Источник: составлено авторами на основании: Россия в цифрах. 2021. Крат. стат. сб. – М.: Росстат, 2021. – 125 с.; Цифровая трансформация в России: итоги 2022 года и планы на 2023 год. URL: <https://www.garant.ru/article/1605871/> (дата обращения: 10.07.2023).

создана в США и Канаде. При этом там же существует и наиболее удачная комбинация политических решений и инфраструктурных факторов для цифровизации экономики.

На глобальном рынке наибольшая степень вовлеченности в цифровую экономику наблюдается у граждан Канады, Швеции

и США [23, с. 2740; 25, с. 331]. Этому способствовали высокий уровень готовности к цифровизации общества и экономики, высокий уровень потребления цифровой продукции, а также зрелость электронного бизнеса.

Еще одним показателем является степень использования так называемого



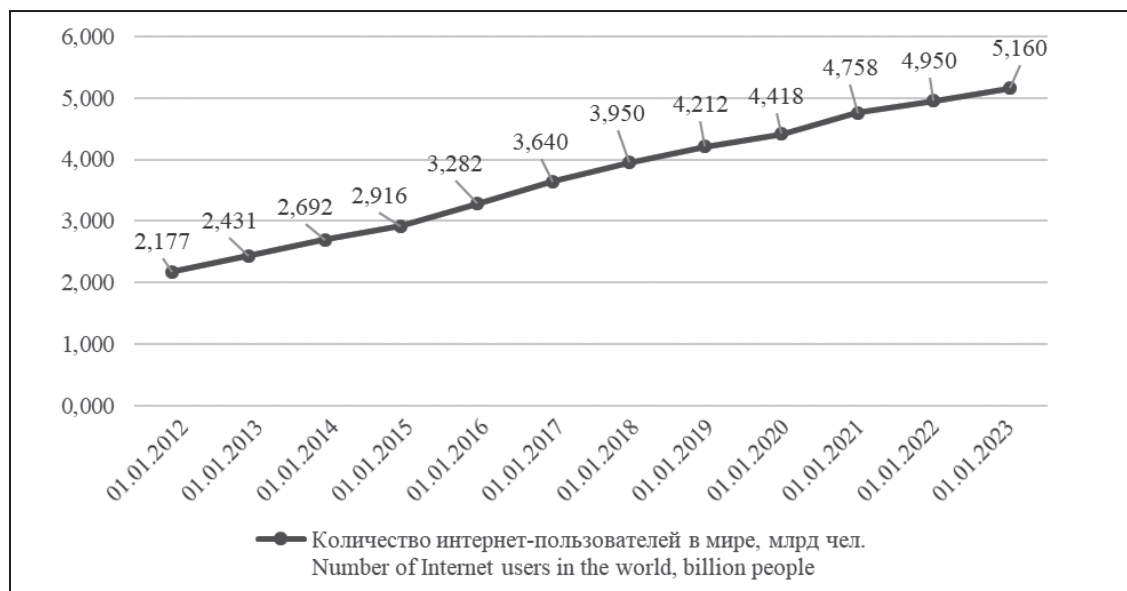
Источник: составлено авторами на основании [24, с. 822].

Рис. 2. Доли цифровой экономики в ВВП (2022 г.), %

Fig. 2. Share of the digital economy in GDP (2022), %

электронного правительства [27]. Раньше всех электронное правительство стали использовать в Швеции, США, Канаде и Австралии. Однако, как уже было сказано выше, основные показатели оценки уровня развития цифровой экономики связаны

с сетью Интернет, поскольку ее появление и развитие является одной из причин возникновения цифровой экономики. По статистическим данным Global Digital 2023, в 2023 году количество интернет-пользователей в мире составило 5,160 млрд чел. (рис. 3).



Источник: составлено авторами на основании: Global Digital 2023. URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2023-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 12.09.2023).

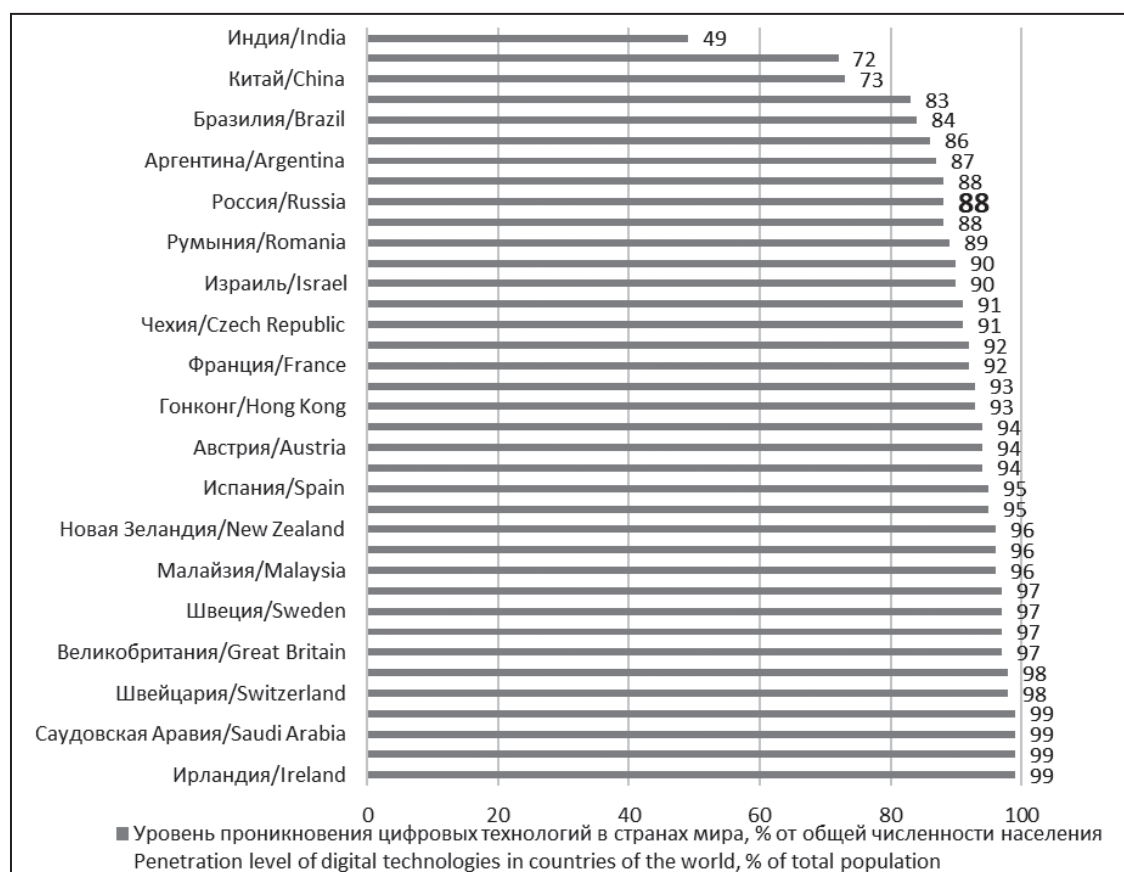
Рис. 3. Динамика количества интернет-пользователей в мире в 2018–2022 гг., млрд чел.

Fig. 3. Dynamics of the number of Internet users in the world in 2018–2022, billion people

Данные, представленные на рисунке 3, свидетельствуют о том, что за последние 11 лет анализируемого периода произошло увеличение количества интернет-пользователей более чем в 2,3 раза, это достаточно быстрый темп роста. Однако декомпозируя данный темп роста, можно отметить, что он значительно отличается от года к году. Так, например, максимальный темп роста +12,6% был в 2016 г. в сравнении с 2015 г. В свою очередь, самый минимальный темп роста +4% был в 2022 г. в сравнении с 2021 г. Тем не менее, обращая внимание на имеющиеся данные (рис. 3), можно

констатировать, что проникновение цифровой составляющей в экономику имеет положительную восходящую тенденцию. В отчете Global Digital 2023 также отмечено, что в разных странах мира уровень проникновения цифровых технологий различный (рис. 4).

Данные, представленные на рисунке 4, позволяют сделать вывод, что в 24 странах мира уровень использования цифровых технологий составляет более 90%, еще у 10 стран – от 80 до 90%, у остальных – ниже 80%. В России анализируемый показатель составляет 88%. Изучая отчет Global



Источник: составлено авторами на основании: Global Digital 2023. URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2023-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 12.09.2023).

Рис. 4. Уровень проникновения цифровых технологий в странах мира, % от общей численности населения

Fig. 4. Penetration level of digital technologies in countries of the world, % of the total population

Digital 2023 по России, следует обратить внимание на следующие моменты:

1) общее количество пользователей интернета на январь 2023 г. составило 127,6 млн чел.;

2) доля пользователей интернета и, следовательно, цифровых технологий от общей численности населения составила 88,2%;

3) среднее дневное время пользования интернетом пользователями составило 7 часов 57 минут;

4) процент пользователей, использующих мобильные телефоны для доступа к интернету, составил 92,1%.

Таким образом, цифровые технологии в экономической и управленческой деятельности формируют инновационную модель стратегического управления банком, которая обладает характеристиками, указанными на рисунке 5.

Цифровизация экономических и управленческих процессов как организаций в целом, так и банков в частности в зарубежных странах проявляет себя в принципе так же, как и в России, но основным показателем

и фактором проявления является доступность сети Интернет. Таким образом, особенностью цифровых процессов в управлении зарубежных организаций является более высокий уровень проникновения цифровизации во все сферы как со стороны потребителя, так и бизнеса, что предоставляет определенные возможности развития стратегического управления за рубежом, а именно:

1) зарубежные организации, в том числе кредитные, имеют больше опыта в автоматизации управленческих бизнес-процессов, чем российские;

2) стратегическое управление большинства зарубежных банков включает отдельную стратегию цифровизации деятельности организации, в том числе управления;

3) на сегодняшний день стратегическое управление большинства зарубежных банков имеет больший процент адаптации к цифровой экономике, чем российские.

Следующей значимой тенденцией в банковском секторе является сращивание платежных систем и социальных сетей, а также

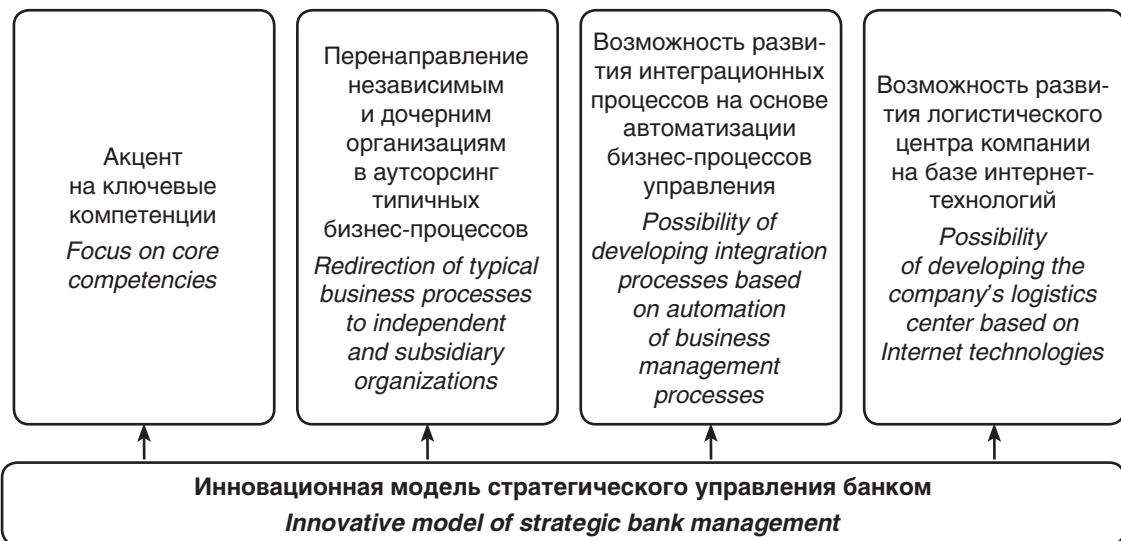
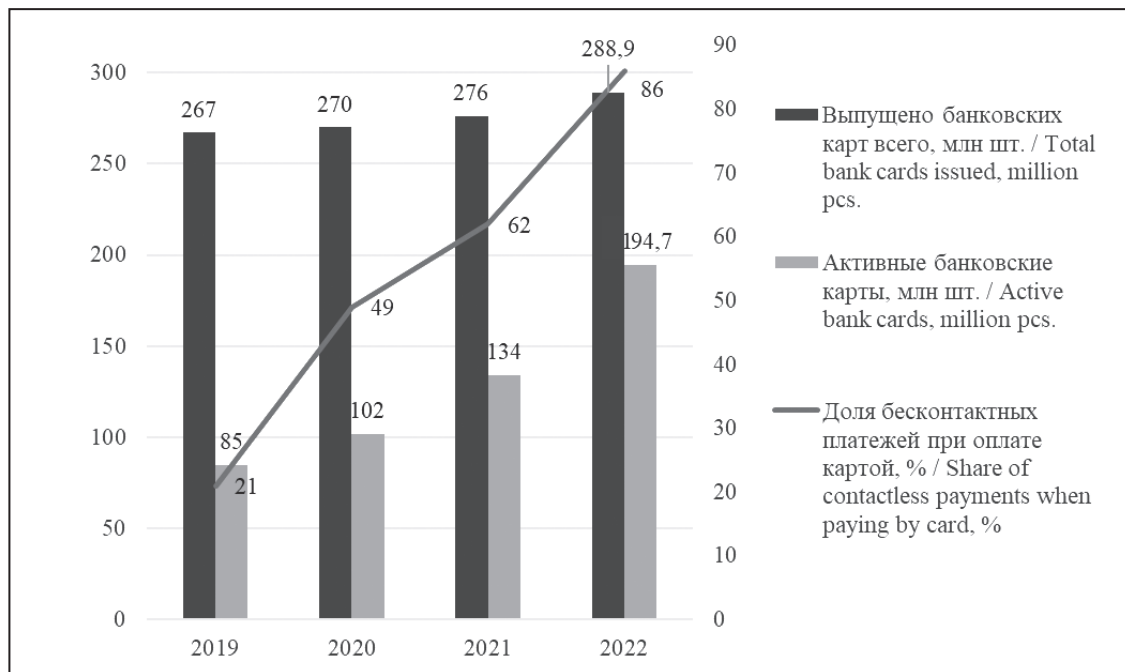


Рис. 5. Инновационная модель управления банком, сформированная под влиянием цифровой экономики

Fig. 5. An innovative model of bank management, formed under the influence of the digital economy



Источник: составлено авторами на основании: Цифровая трансформация в России: итоги 2022 года и планы на 2023 год. URL: <https://www.garant.ru/article/1605871/> (дата обращения: 10.07.2023).

Рис. 6. Динамика эмиссии и использования платежных карт на рынке России

Fig. 6. Dynamics of the issue and use of payment cards in the Russian market

мессенджеров [2, с. 289]. По исследованиям аналитических агентств, на конец 2021 года популярность социальных сетей среди российских пользователей была очень велика². При этом численность аудитории социальных сетей в России на начало 2021 года составила 70 миллионов пользователей, то есть 48% от всего населения страны³. За последние четыре года как в России, так и во всем мире наблюдается рост количества безналичных платежей, что стимулируется постоянно растущими инвестициями в развитие банковской инфра-

структуры пластиковых карт и изменение потребительского поведения в сторону активного использования цифровых технологий. Приведем данные эмиссии и применения платежных карт в период 2019–2022 гг. на рисунке 6.

Данные, представленные на рисунке 6, позволяют проследить постоянный рост количества активных банковских карт, это говорит о том, что все большее количество владельцев платежных карт осознают ее полезность и удобство использования в современном мире. Катализатором этого процесса также можно назвать пандемию COVID-19, когда необходимость в безналичных платежах существенно выросла. В том числе количество активных банковских карт в 2022 году по сравнению с 2021 годом выросло на 45 п.п., при этом их доля в общем объеме выпущенных карт увеличилась почти на 20 п.п. Если сравнивать с ро-

² Исследование «Экономика Рунета / Цифровая экономика России 2022/2023»: одиннадцатый выпуск регулярного отчета о состоянии и развитии интернет-экономики России. URL: <https://raec.ru/activity/analytics/9884/> (дата обращения: 10.07.2023).

³ Цифровая экономика: краткий статистический сборник. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/802513326.pdf/> (дата обращения: 10.07.2023).

стом активных банковских карт в 2021 году по сравнению с 2020 годом, то он составил 31 п.п., т.е. на 14 п.п. меньше, чем в период активного действия пандемии. Таким образом, можно сделать вывод, что процессы цифровизации в банковском секторе были ускорены из-за ситуации, вызванной изоляцией и переходом множества операций и взаимодействий в онлайн-режим.

Данные, отраженные на рисунке 6, также демонстрируют рост доли бесконтактных платежей при оплате картами: в 2022 году она составила 86%, что почти на 40 п.п. больше, чем в 2021 году. Это одна из наиболее явных тенденций рынка банковских услуг, которая обусловлена процессами цифровизации.

В целом можно сказать, что сейчас российская экономика испытывает потребность в расширении масштабов безналичных платежей, а потребители все больше используют платежные банковские карты в качестве основного платежного средства.

Важной тенденцией, трансформирующей российскую банковскую систему, является внедрение Единой биометрической системы (ЕБС) [15]. Появление ЕБС напрямую связано с цифровой трансформацией банковской системы и является одним из ее эффектов. ЕБС обладает двумя основными достоинствами: она повышает уровень кибербезопасности банковских операций и снижает уровень затрат на привлечение отдельных категорий клиентов [15]. Несмотря на ряд проблем, с которыми столкнулась российская банковская система при внедрении ЕБС, в 2022 году 223 российских банка уже подключились к ЕБС [3]. Кроме того, около 30% клиентов этих банков предоставили свои биометрические данные, это означает, что банковские инновации, связанные с использованием ЕБС, уже могут влиять на общую эффективность банковской деятельности.

Указанные выше тенденции коррелируют с динамикой и направлениями трансфор-

мации, которые происходят в сфере электронных платежей на глобальном рынке. Следовательно, те решения, которые зарекомендовали себя на глобальном рынке электронных платежных услуг, можно после определенной адаптации использовать и на российском. При этом количественное отставание от США и Канады не влечет за собой сколько-нибудь серьезных проблем, так как темпы развития российской цифровой экономики очень высокие, а инновационные решения по уровню качества соответствуют мировым. Однако приведенные выше инновационные тенденции не снижают значения существующих платежных систем.

Вышеприведенные данные позволяют констатировать, что уровень цифровизации экономики сохраняет тенденцию к увеличению, исключением не является и экономика России, несмотря на определенные геополитические сложности.

Таким образом, можно сформулировать цели процесса трансформации банковских услуг под влиянием цифровой экономики. Цели предполагают развитие трех главных направлений:

- 1) совершенствование цифровой инфраструктуры рынка банковских услуг;
- 2) усиление безопасности платежей в условиях цифровой экономики;
- 3) увеличение степени охвата труднодоступных мест элементами платежной инфраструктуры.

Предлагаемое направление совершенствования предполагает развитие на территории России платежных агрегаторов, поскольку они являются достаточно удобным платежным инструментом и в целом будут способствовать повышению эффективности рынка электронных платежей.

Предлагается внедрить программу поддержки определенных агрегаторов, которые соответствуют следующим критериям:

- 1) присутствие на рынке более пяти лет;
- 2) возможность подключения как физических, так и юридических лиц;
- 3) удобные тарифы;

Таблица 2. Исходные данные для построения профиля безопасности платежей (экспертные оценки)
Table 2. Initial data for building a payment security profile (expert assessments)

Приоритеты безопасности платежей <i>Payment security priorities</i>	Критерии / <i>Criteria</i>				
	Стоимость внедрения <i>Implementation cost</i>	Срок окупаемости <i>Payback period</i>	Предполагаемый эффект <i>Estimated effect</i>	Стратегическое значение <i>Strategic importance</i>	Социальное значение <i>Social significance</i>
1. Технологические	4	5	4	3	4
2. Экономические	3	5	5	3	5
3. Социальные	4	3	4	3	4
4. Образовательные	3	3	3	4	4
5. Инновационные	4	3	2	4	3

Источник: составлено авторами на основании [10, 12, 13, 21, 28].

4) дополнительные сервисы (SMS-информирование, логистика, ручное выставление счетов, предоставление CMS и др.);

5) широкий спектр услуг и удобная служба поддержки.

В рамках развития цифровой банковской инфраструктуры необходимо увеличить количество устройств оплаты с возможностью считывания NFC-чипов (на 10%) и QR-кодов (на 15%).

Вторым направлением стратегии эффективного внедрения и продвижения цифровых платежных систем является усиление безопасности электронных платежей в условиях цифровой экономики.

В таблице 2 представлены экспертные оценки направлений политики информационной безопасности платежей, а также критерии, по которым они были оценены [10; 22, с. 38].

На основе результатов таблицы 2 была проведена оценка уровня реализации политики безопасности электронных платежей (рис. 7).

Как видно из рисунка 7, наибольшую площадь занимают инновационное направление, которое можно интерпретировать как развитие цифровых инноваций, и экономическое направление, подразумевающее финансирование развития

инструментов цифровой безопасности, следовательно, это ключевые факторы, способствующие развитию безопасности электронных платежей в России. Они требуют концентрации усилий для успешной реализации интеграции национальных и региональных платежных систем в сложившихся условиях.

Реализация практических аспектов влияния цифровизации экономики на банковскую сферу в рамках данного исследования было проведено на примере АО «Газпромбанк»⁴, который является одним из ключевых игроков российской банковской системы⁵. Для автоматизации банковской деятельности необходимо рассматривать отечественные банковские информационные системы (БИС) широкого функционала, это необходимо для оптимизации процесса перехода на цифровые банковские бизнес-процессы [2]. Анализ рынка банковского программного обеспечения позволил выбрать два альтернативных варианта: БИС R-Style (разработчик программного обеспе-

⁴ АО «Газпромбанк»: официальный сайт. URL: <https://www.gazprombank.ru/> (дата обращения: 12.06.2023).

⁵ Рейтинг банков. URL: <https://www.sberometer.ru/banks/> (дата обращения: 10.07.2023).

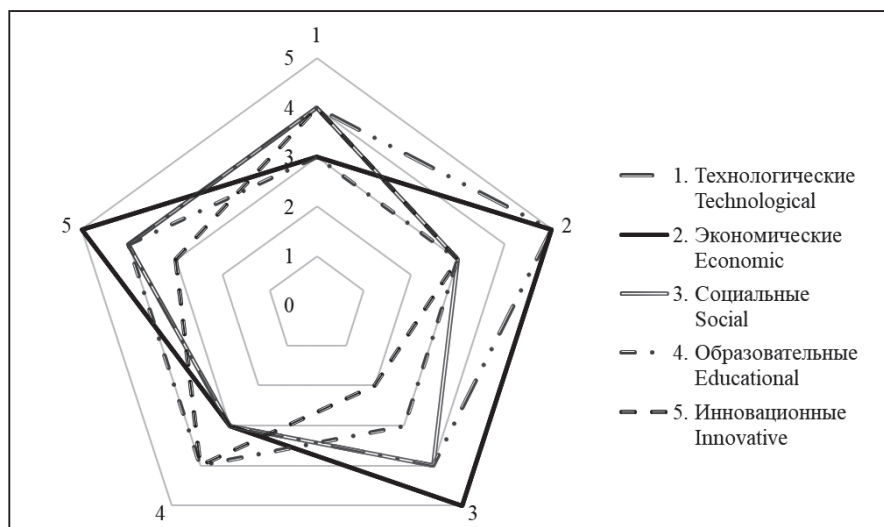


Рис. 7. Профиль политики безопасности электронных платежей

Fig. 7. Electronic payment security policy profile

чения для банков, промышленных и агропромышленных предприятий) и БИС Диасофт (комплексная система автоматизации банка)⁶. Чтобы выбор альтернативы был обоснован, воспользуемся методом Черчмена – Аккоффа [26]. Для применения выбранной методики нужно в первую очередь сформулировать критерии оценки для выделенных альтернатив (рис. 8).

На рисунке 8 представлен ранг критериев: так, самый низкий ранг 1 у критерия V2 (сложность перехода от текущего ПО), а самый высокий 5 – у критерия V4 (предполагаемая эффективность). Кроме того, дана оценка критериев, на основании которой выставлен ранг.

Далее необходимо рассчитать коэффициент согласованности экспертов, для этого применим формулу (1):

$$K_{cv1} = 0,9 / 3,5 = 0,255;$$

$$K_{cv2} = 0,2 / 3,5 = 0,061;$$

$$K_{cv3} = 0,6 / 3,5 = 0,171;$$

$$K_{cv4} = 1 / 3,5 = 0,290;$$

$$K_{cv5} = 0,8 / 3,5 = 0,230.$$

Коэффициенты согласованности имеют небольшой разброс, поэтому можно считать мнение экспертов согласованным. На следующем этапе необходимо дать оценку полезности альтернативных вариантов (табл. 3).

Данные, представленные в таблице 3, свидетельствуют о том, что необходимо остановиться на альтернативе А – R-Style.

Внедрение нового программного обеспечения требует разработки дорожной карты с целью оптимизации этого процесса. Разработка дорожной карты по внедрению импортозамещенной банковской информационной системы содержит несколько этапов [17, с. 50; 18, с. 117]. На первом этапе необходимо разработать показатели эффективности автоматизированных бизнес-процессов банка, на основе которых можно оценить эффективность [5]. Соответственно, на основе этих целей реализуется главная задача проекта, заключающаяся в повышении эффективности бизнес-процессов

⁶ Программные продукты Diasoft FA# Beans: официальный сайт. URL: <https://www.diasoft.ru/banks/products/fa/> (дата обращения: 10.07.2023); R-Style Softlab: официальный сайт. URL: <https://www.softlab.ru/> (дата обращения: 10.07.2023).

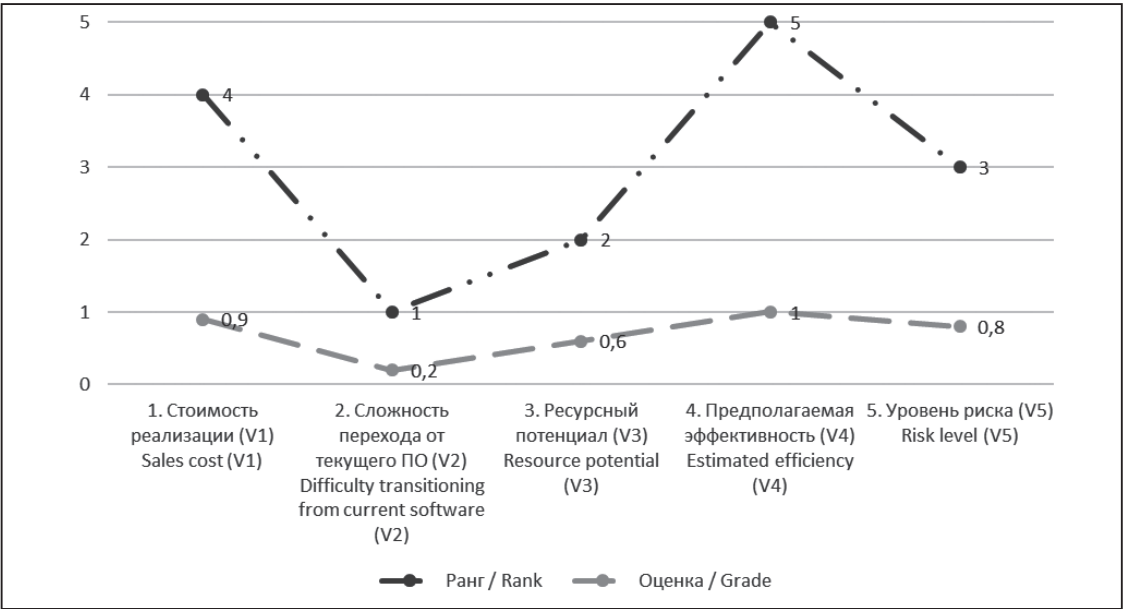


Рис. 8. Критерии оценки для выделенных альтернатив
Fig. 8. Evaluation criteria for selected alternatives

Таблица 3. Оценка полезности альтернативных вариантов
Table 3. Assessing the usefulness of alternatives

Альтернатива (A) Alternative (A)	Нормированный коэффициент Normalized coefficient	A (R-Style) A (R-Style)	B (Диасофт) B (Diasoft)
Критерии / Criteria			
V1	0,255	0,711	0,612
V2	0,061	0,911	0,510
V3	0,171	0,700	0,800
V4	0,290	0,800	0,900
V5	0,230	0,900	0,900
Полезность / Utility	–	0,804	0,744

банка за счет повышения информационной безопасности и в повышении степени охвата возможностей цифровизации банковских бизнес-процессов. Далее необходимо выделить конкретные показатели эффективности банковских бизнес-процессов на основе экспертных оценок (табл. 4).

Как видно из таблицы 4, система показателей эффективности банковских биз-

нес-процессов отражает стратегические цели банка в области освоения возможностей цифровой экономики. Следовательно, внедрение данной системы показателей согласуется с главной целью проекта по цифровизации бизнес-процессов банка при помощи импортозамещенной банковской информационной системы, а именно повышения их эффективности.

Таблица 4. Показатели оценки эффективности банковских бизнес-процессов (БП)

Table 4. Indicators for assessing the effectiveness of banking business processes (BP)

Наименование показателя <i>Name of indicator</i>	Желаемый результат, % <i>Desired result, %</i>	
	Снижение стоимости БП <i>Reducing the cost of business processes</i>	Ожидаемый рост объема реализации услуг <i>Expected growth in the volume of sales of services</i>
1. Уровень автоматизации БП	7	–
2. Уровень квалификации работников предприятия, являющихся участниками автоматизированных БП	3	–
3. Процент привлечения новых клиентов благодаря увеличению уровня комфортности и скорости банковского обслуживания	–	2
4. Уровень удовлетворенности существующих клиентов за счет повышения уровня цифровых сервисов и уровня безопасности банковских услуг	–	3
5. Уровень качества банковских услуг	–	3
Итого	10%	8%

Источник: составлено авторами на основании [5].

Таким образом, если мероприятия по внедрению импортозамещенной банковской информационной системы (БИС) будут успешно реализованы, то это приведет к ликвидации проблемы, которая не позволяла ранее полностью воспользоваться возможностями, предоставляемыми банковским организациям цифровой экономикой, и обеспечит рост прибыльности и рентабельности банка в целом. Внедрение импортозамещенной БИС предлагается осуществлять на основе дорожной карты (рис. 9).

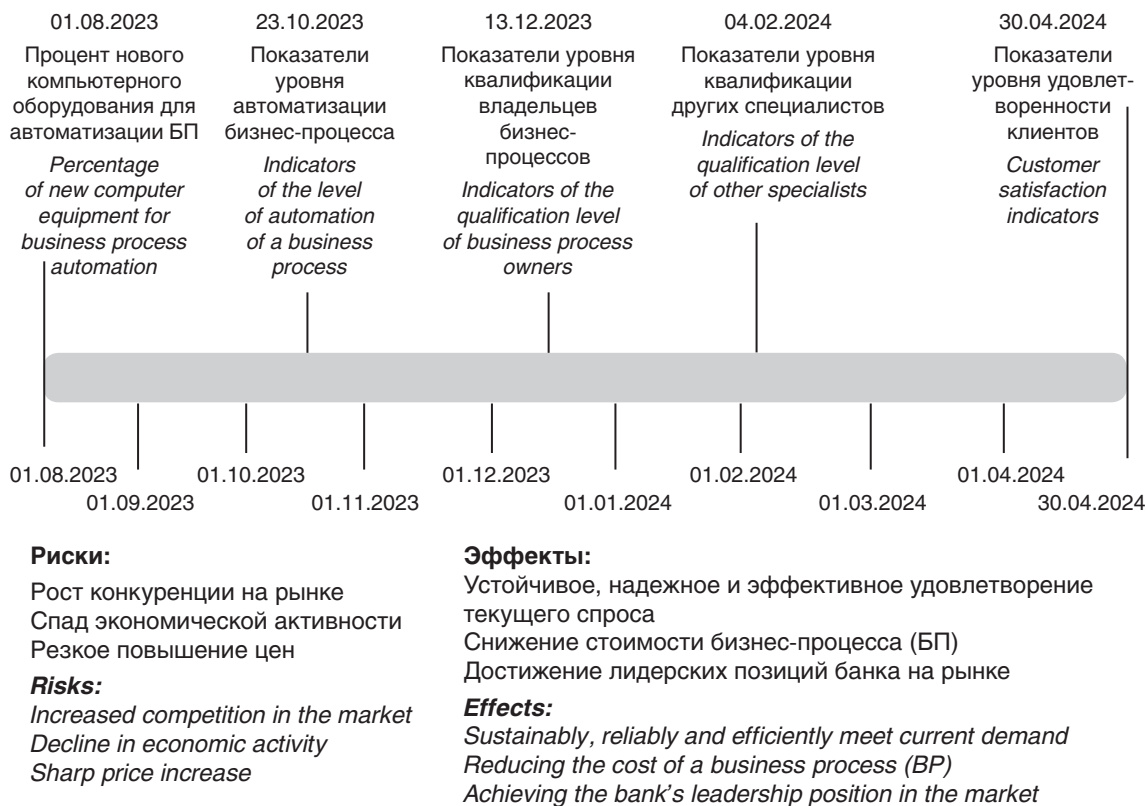
Рассмотрим указанные на рисунке 9 мероприятия более подробно. В данный момент наблюдается краткосрочный экономический спад, вызванный нестабильной внешнеполитической обстановкой и антироссийскими санкциями, что, в том числе, влияет на банковскую отрасль. По оценкам аналитических агентств, в конце 2024 года последствия кризиса будут ослабевать и наметится подъем экономики [20]. По этой же причине на второй год реализации дорожной карты мы предлагаем уделить вни-

мание ускорению основных бизнес-процессов, поскольку прогнозируется рост во всех секторах экономики, что увеличит спрос на банковские услуги.

Следующим этапом является последовательная смена компьютерного оборудования. Сначала вывод морально устаревшего компьютерного оборудования, затем ввод нового оборудования, отвечающего современным требованиям. Следующим очень важным этапом, которым мы предлагаем завершать рассматриваемый нами переход на новую БИС, является внедрение показателей удовлетворенности клиентов. Реализация данной системы показателей должна быть интегрирована в информационную систему банка, т. е. в предлагаемую БИС R-Style, которая входит в реестр отечественного программного обеспечения⁷.

Таким образом, проект по внедрению БИС R-Style согласуется со стратегическими

⁷ R-Style Softlab: официальный сайт. URL: <https://www.softlab.ru/> (дата обращения: 27.07.2023).



Источник: составлено авторами на основании [5, 20].

Рис. 9. Дорожная карта постепенного внедрения БИС
Fig. 9. Roadmap for the gradual implementation of BIS

целями банка и приведет к повышению эффективности его бизнес-процессов. Внедрение БИС предлагается осуществлять на основе разработанной дорожной карты.

Заключение

Оценка уровня развития цифровой экономики в рамках российской банковской сферы показала, что уровень охвата банков цифровыми процессами в глобальном мире очень высок, а российская банковская отрасль отстает от глобального развития, но это отставание не критично и при сохранении текущих темпов роста цифровизации банковского сектора может выйти на мировой уровень цифровизации банковских бизнес-процессов уже через три года. В целом цифровизация

экономики, в том числе банковской сферы, идет высокими темпами и охватывает практически все сектора экономики. На основе проведенного анализа были выделены проблемы развития цифровизации в российской банковской сфере, которые заключаются в низкой степени охвата возможностей цифровизации банковских бизнес-процессов и в недостаточном уровне обеспечения информационной безопасности оцифрованных банковских бизнес-процессов. Важным направлением совершенствования процессов цифровизации банковской отрасли является повышение безопасности электронных платежей. Исследование показывает, что наиболее значимыми факторами, влияющими на процесс организации безопасных электронных платежей,

являются развитие цифровых инноваций и финансирование развития инструментов цифровой безопасности.

В качестве одного из направлений решения выделенных проблем предлагается внедрение российского программного обеспечения для цифровизации банковских бизнес-процессов в рамках политики импортозамещения.

Таким образом, роль цифровой экономики в развитии российских банков значительна, и необходимо постоянно увеличивать уровень цифровизации банковских бизнес-процессов с целью повышения степени охвата возможностей, предоставляемых цифровой экономикой, и уровня информационной безопасности банковских бизнес-процессов.

Список литературы

1. *Антюфьев А. Г., Табачный Е. М.* Инновации в банковской сфере // Наука и образование сегодня. 2019. № 5 (40). С. 39–40.
2. *Бадмаева Б. С.* Развитие инноваций в бизнес-моделях в цифровой экономике // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2022. № 2. С. 289–294. DOI: 10.22394/2079-1690-2022-1-2-289-294.
3. *Бубнова Ю. Б., Ахмедова К. А.* Цифровизация банковского сектора России: тенденции и проблемы // Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. 2023. № 1. С. 175–181. DOI: 10.47576/2949-1894_2023_1_175.
4. *Быканова Н. И., Гордя Д. В., Евдокимов Д. В.* Тенденции и закономерности процесса цифровизации банковского сектора // Научный результат. Экономические исследования. 2020. Т. 6. № 2. С. 42–51. DOI: 10.18413/2409-1634-2020-6-2-0-6.
5. *Го Ч.* Цифровая трансформация банковской системы России – повышение конкурентоспособности банков // Финансы и кредит. 2021. Т. 27. № 2 (806). С. 385–401. DOI: 10.24891/fc.27.2.385.
6. *Изотов Ю. Г., Холманов К. О.* Биометрическая идентификация в банковской деятельности // Вопросы российской юстиции. 2020. № 6. С. 260–269.
7. *Ковалев Д. В., Косолапова Н. А., Лихацкая Е. А. и др.* Стратегии, инструменты и технологии цифровизации экономики: монография. – Ростов н/Д.; Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020. – 224 с.
8. *Кузовкова Т. А., Архипова Е. М., Кретьова Ю. А., Шаравов И. М.* Обоснование стратегии цифровой конвергенции и создания экосистемы банковской деятельности // Экономика и качество систем связи. 2021. № 3 (21). С. 34–49.
9. *Миронова Д. Д., Шершова Е. В.* Развитие современных банковских технологий в условиях цифровой трансформации экономики Российской Федерации // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 4-3. С. 378–384. DOI: 10.17513/vaael.1098.
10. *Молодецкая С. Ф., Шитова Т. Ф.* Оценка эффективности сайта на основе технологии нечеткого управления // Вопросы управления. 2020. № 2 (63). С. 39–49. DOI: 10.22394/2304-3369-2020-2-39-49.
11. *Нагорный Д. А.* Институциональные основы и движущие силы цифровой трансформации мировой экономики // Финансовая экономика. 2020. № 10. С. 367–369.
12. *Пашковская И. В.* Конкурентные возможности банков в цифровой экономике // Вестник Евразийской науки. 2021. Т. 13. № 6. С. 1–16.
13. *Петрова Л. А., Кузнецова Т. Е.* Цифровизация банковской системы: цифровая трансформация среды и бизнес-процессов // Финансовый журнал. 2020. Т. 12. № 3. С. 91–101. DOI: 10.31107/2075-1990-2020-3-91-101.
14. *Плахотникова М. А., Андросова И. В., Согачева О. В.* Трансформация управленческих бизнес-процессов компаний под влиянием цифровой экономики // Цифровая трансформация

- экономики и развитие кластеров: монография / под ред. А. В. Бабкина. – СПб.: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2019. С. 294–319.
15. *Протасов П. А.* Биометрия в банковской системе РФ // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2020. № 49. С. 141–148. DOI: 10.17223/19988648/49/10.
 16. *Прохоров П. Э.* Подходы к измерению вклада цифровой экономики в валовой внутренний продукт Российской Федерации // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2019. № 5 (107). С. 32–43. DOI: 10.21686/2413-2829-2019-5-32-43.
 17. *Семенюта О. Г., Добролежа Е. В., Воробьев И. Г.* Новый этап развития банковской системы: влияние цифровизации. – Ростов н/Д.: ИП Добролежа Е. В., 2020. – 103 с.
 18. *Смирнов В. Д.* Эволюция отношений банка и фирмы // Финансовый журнал. 2023. Т. 15. № 5. С. 117–132. DOI: 10.31107/2075-1990-2023-5-117-132.
 19. Научно-практические аспекты цифровой трансформации экономики / А. Ю. Анисимов, А. Е. Трубин, А. Н. Алексахин [и др.]; под общ. ред. А. Н. Алексахина, А. Ю. Анисимова, А. Е. Трубина. – М.: Общество с ограниченной ответственностью «Русайнс», 2023. – 214 с.
 20. Структурная модернизация российской экономики: условия, направления, механизмы / под ред. Е. Б. Ленчук, Н. Ю. Ахапкина, В. И. Филатова. – СПб: Алетейя, 2022. – 276 с.
 21. *Убушиев Э. В.* Экономическая безопасность в различных технологических укладах // Теоретическая и прикладная экономика. 2018. № 3. С. 1–21.
 22. *Шкодинский С. В., Дудин М. Н., Усманов Д. И.* Анализ и оценка киберугроз национальной финансовой системе России в цифровой экономике // Финансовый журнал. 2021. Т. 13. № 3. С. 38–53. DOI: 10.31107/2075-1990-2021-3-38-53.
 23. *Bharath S. T., Dahiya S., Hallak I.* Corporate Governance and Loan-syndicate Structure // Journal of Financial and Quantitative Analysis. 2021. Vol. 56. No. 8. P. 2720–2763. DOI: 10.1017/S0022109020000745.
 24. *Salgado-Reyes A. P., Rodríguez-Aguilar R.* Profile of the Business Science Professional for the Industry 4.0. – In: Intelligent Computing & Optimizatio. 2022. Vol. 371. P. 820–831. DOI: 10.1007/978-3-030-93247-3_78.
 25. *Senokoane O., Telukdarie A., Munsamy M.* A Comparative Analysis of Project Management Frameworks // Towards the Digital World and Industry X.0 – Proceedings of the 29th International Conference of the International Association for Management of Technology (IAMOT 2020). 2020. P. 331–344.
 26. *Szutowski D.* Management Control Systems, Decision-making, and Innovation Development: The CDI Model, 2021. – 338 p.
 27. *Tian Q., Zhang S., Huimin Y., Cao G.* Exploring the Factors Influencing Business Model Innovation Using Grounded Theory: The Case of a Chinese High-end Equipment Manufacturer // Sustainability. 2019. Vol. 11. No. 5. Article 1455. DOI: 10.3390/su11051455.
 28. *Van Tonder C., Schachtebeck C., Nieuwenhuizen C., Bossink B.* A Framework for Digital Transformation and Business Model Innovation // Journal of Contemporary Management. 2020. Vol. 25. P. 111–132. DOI: 10.30924/mjcmi.25.2.6.

Сведения об авторах

Кузнецов Георгий Андреевич, ORCID 0009-0007-5260-450X, аспирант, кафедра предпринимательства и конкуренции, Университет «Синергия», Москва, Россия, gkuznetsov106@gmail.com

Анисимов Александр Юрьевич, ORCID 0000-0002-8113-4523, канд. экон. наук, доцент, заместитель директора по учебно-методической работе факультета информационных технологий, доцент кафедры информационного менеджмента и информационно-коммуникационных технологий им. профессора В. В. Дика, Университет «Синергия», Москва, Россия, anisimov_au@mail.ru

Статья поступила 20.02.2024, рассмотрена 05.03.2024, принята 18.03.2024

References

1. Antyufev A. G., Tabachny E. M. *Innovatsii v bankovskoi sfere* [Innovations in the banking sector]. *Nauka i obrazovanie segodnya*, 2019, no.5(40), pp.39-40.
2. Badmaeva B. S. Development of business model innovations in the digital economy. *Gosudarstvennoe i munitsipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski*=State and Municipal Administration Scientific Notes, 2022, no.2, pp.289-294 (in Russian). DOI: 10.22394/2079-1690-2022-1-2-289-294.
3. Bubnova Yu. B., Akhmedova K. A. Digitalization of the banking sector in Russia: Trends and problems. *Innovatsionnaya ekonomika: informatsiya, analitika, prognozy*=Innovative Economics: Information, Analytics, Forecasts, 2023, no.1, pp.175-181 (in Russian). DOI: 10.47576/2949-1894_2023_1_175.
4. Bykanova N. I., Gordya D. V., Evdokimov D. V. Trends and patterns of the banking sector digitalization process. *Nauchnyi rezul'tat. Ekonomicheskie issledovaniya*=Research Result. Economic Research, 2020, vol.6, no.2, pp.42-51 (in Russian). DOI: 10.18413/2409-1634-2020-6-2-0-6.
5. Guo Ch. Digital transformation of Russia's banking system as improving the competitiveness of banks. *Finansy i kredit*=Finance and Credit, 2021, vol.27, no.2(806), pp.385-401 (in Russian). DOI: 10.24891/fc.27.2.385.
6. Izotov Yu. G., Kholmanov K. O. Biometric identification in banking. *Voprosy rossiiskoi yustitsii*, 2020, no.6, pp.260-269 (in Russian).
7. Kovalev D. V., Kosolapova N. A., Likhatskaya E. A. et al. *Strategii, instrumenty i tekhnologii tsifrovizatsii ekonomiki: monografiya* [Strategies, tools and technologies for digitalization of the economy: monograph]. Rostov-on-Don; Taganrog, Southern Federal University Publ., 2020, 224 p.
8. Kuzovkova T. A., Arkhipova E. M., Kretova Yu. A., Sharavov I. M. Substantiation of the strategy of digital convergence and the creation of ecosystems banking. *Ekonomika i kachestvo sistem svyazi*, 2021, no.3(21), pp.34-49 (in Russian).
9. Mironova D. D., Shershova E. V. Development of modern banking technologies in the conditions of digital transformation of the economy of the Russian Federation. *Vestnik Altaiskoi akademii ekonomiki i prava*, 2020, no.4-3, pp.378-384 (in Russian). DOI: 10.17513/vaael.1098.
10. Molodetskaya S. F., Shitova T. F. Evaluation of the website effectiveness based on the technology of fuzzy control. *Voprosy upravleniya*=Management Issues, 2020, no.2(63), pp.39-49 (in Russian). DOI: 10.22394/2304-3369-2020-2-39-49.
11. Nagorny D. A. Institutional framework and driving forces of the digital transformation of the global economy. *Finansovaya ekonomika*=Financial Economy, 2020, no.10, pp.367-369 (in Russian).
12. Pashkovskaya I. V. Competitive opportunities of banks in the digital economy. *Vestnik Evraziiskoi nauki*=The Eurasian Scientific Journal, 2021, vol.13, no.6, pp.1-16 (in Russian).
13. Petrova L. A., Kuznetsova T. E. Digitalization of the banking industry: Digital transformation of environment and business processes. *Finansovyi zhurnal*=Financial Journal, 2020, vol.12, no.3, pp.91-101 (in Russian). DOI: 10.31107/2075-1990-2020-3-91-101.
14. Plakhotnikova M. A., Androsova I. V., Sogacheva O. V. *Transformatsiya upravlencheskikh biznes-protsessov kompanii pod vliyaniem tsifrovoi ekonomiki* [Transformation of management business processes of companies under the influence of the digital economy]. *Tsifrovaya transformatsiya ekonomiki i razvitie klasterov: monografiya* [Digital transformation of the economy and development of clusters: Monograph]. Ed. by A. V. Babkina. St. Petersburg, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University Publ., 2019, pp.294-319.
15. Protasov P. A. Biometrics in the Russian banking system. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*=Tomsk State University Journal of Economics, 2020, no.49, pp.141-148 (in Russian). DOI: 10.17223/19988648/49/10.
16. Prokhorov P. E. Approaches to assessing the contribution of digital economy to gross domestic product of the Russian Federation. *Vestnik Rossiiskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanov*=Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics, 2019, no.5(107), pp.32-43 (in Russian). DOI: 10.21686/2413-2829-2019-5-32-43.

17. Semenyuta O. G., Dobrolezha E. V., Vorobyov I. G. *Novyi etap razvitiya bankovskoi sistemy: vliyaniye tsifrovizatsii* [New stage of development of the banking system: the impact of digitalization]. Rostov-on-Don, IP Dobrolezha E. V. Publ., 2020, 103 p.
18. Smirnov V. D. Evolution of the bank-firm relationship. *Finansovyi zhurnal*=Financial Journal, 2023, vol.15, no.5, pp.117-132 (in Russian). DOI: 10.31107/2075-1990-2023-5-117-132.
19. *Nauchno-prakticheskie aspekty tsifrovoi transformatsii ekonomiki* [Scientific and practical aspects of digital transformation of the economy]. A. Yu. Anisimov, A. E. Trubin, A. N. Aleksakhin [et al.]. Ed. by A. N. Aleksakhin, A. Yu. Anisimov, A. E. Trubin. – Moscow, Rusains Publ., 2023, 214 p.
20. *Strukturnaya modernizatsiya rossiiskoi ekonomiki: usloviya, napravleniya, mekhanizmy* [Structural modernization of the Russian economy: conditions, directions, mechanisms]. Ed. by E. B. Lenchuk, N. Yu. Akhapkina, V. I. Filatova. St. Petersburg, Aleteiya Publ., 2022, 276 p.
21. Ubushiev E. V. Economic security in various technological modes. *Teoreticheskaya i prikladnaya ekonomika*=Theoretical and Applied Economics, 2018, no.3, pp.1-21 (in Russian).
22. Shkodinsky S. V., Dudin M. N., Usmanov D. I. Analysis and assessment of cyberthreats to the national financial system of Russia in the digital economy. *Finansovyi zhurnal*=Financial Journal, 2021, vol.13, no.3, pp.38-53 (in Russian). DOI: 10.31107/2075-1990-2021-3-38-53.
23. Bharath S. T., Dahiya S., Hallak I. Corporate Governance and Loan-syndicate Structure. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 2021, vol.56, no.8, pp.2720-2763. DOI: 10.1017/S0022109020000745.
24. Salgado-Reyes A. P., Rodríguez-Aguilar R. Profile of the Business Science Professional for the Industry 4.0. In: *Intelligent Computing & Optimizatio*, 2022, vol.371, pp.820-831. DOI: 10.1007/978-3-030-93247-3_78.
25. Senokoane O., Telukdarie A., Munsamy M. A Comparative Analysis of Project Management Frameworks. Towards the Digital World and Industry X.0 – Proceedings of the 29th International Conference of the International Association for Management of Technology (IAMOT 2020), 2020, pp.331-344.
26. Szutowski D. Management Control Systems, Decision-making, and Innovation Development: The CDI Model, 2021, 338 p.
27. Tian Q., Zhang S., Huimin Y., Cao G. Exploring the Factors Influencing Business Model Innovation Using Grounded Theory: The Case of a Chinese High-end Equipment Manufacturer. *Sustainability*, 2019, vol.11, no.5, article 1455. DOI: 10.3390/su11051455.
28. Van Tonder C., Schachtebeck C., Nieuwenhuizen C., Bossink B. A Framework for Digital Transformation and Business Model Innovation. *Journal of Contemporary Management*, 2020, vol.25, pp.111-132. DOI: 10.30924/mjcmi.25.2.6.

About the authors

Georgy A. Kuznetsov, ORCID 0009-0007-5260-450X, Postgraduate, Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University, Moscow, Russia, gkuznetsov106@gmail.com

Aleksandr Yu. Anisimov, ORCID 0000-0002-8113-4523, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Deputy Director of Educational and Methodological Work of the Information Technologies Faculty, Associate Professor at Information Management and Information and Communication Technologies Department named after Professor V. V. Dick, Synergy University, Moscow, Russia, anisimov_au@mail.ru

Received 20.02.2024, reviewed 05.03.2024, accepted 18.03.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-25-36

Возможности противодействия асимметрии информации в электронной многосторонней торговле: теоретико-игровой подход

С. Я. Альварато Стрельченко^{1*}

¹ *Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия*

**st.alvarado411@gmail.com*

Аннотация. В современном мире из-за постоянно развивающегося процесса цифровизации экономические отношения также переходят в новый формат, а именно взаимодействия агентов на рынке принимают форму многосторонней торговли, где в качестве связующего звена выступает электронная коммерческая платформа. Наряду с появлением новых возможностей данного вида торговли и расширением границ взаимодействия сторон возникают новые механизмы и паттерны поведения игроков в процессе сделки, которые отличаются от экономических отношений на офлайн-рынках. В связи с тем, что продавец и покупатель осуществляют все операции через виртуальную платформу, их взаимодействие отделяется в пространстве и времени. В свою очередь, у продавца, который владеет полной информацией о товаре и желает максимизировать собственные выгоды, могут возникать стимулы к сокрытию части негативных сведений о продукте, что вызывает неравномерное распределение информации на рынке, а это приводит к возникновению одной из важнейших проблем в современной экономике – асимметрии информации. Цель статьи – показать значимость фактора асимметрии информации, влияющего на дифференциацию цен в торговле на электронной коммерческой платформе, а также представить механизм, позволяющий снизить негативные эффекты асимметрии информации. Для достижения поставленной цели в статье используется теоретико-игровое моделирование. С помощью данного подхода в работе выявляется условие, при котором возникают негативные эффекты асимметрии информации. Ситуация, когда продавец товаров низкого качества желает зависить истинное качество своего товара, скрывая негативные сведения о продукте, возникает при условии, если издержки сокрытия негативной информации ниже, чем разница между ценами высококачественных и низкокачественных товаров. В статье показано, что, дополнив модель внедрением механизма отказа и возврата товара, на рынке снизится давление асимметрии информации, а продавец товаров низкого качества перестанет скрывать истинное качество своей продукции.

Ключевые слова: асимметрия информации, электронная торговля, цифровая многосторонняя платформа, теория игр, сигнализирование

Для цитирования: Альварато Стрельченко С. Я. Возможности противодействия асимметрии информации в электронной многосторонней торговле: теоретико-игровой подход // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 3. С. 25–36. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-25-36

Ways to Counteract Information Asymmetry in Electronic Multilateral Trade: The Game-Theoretic Approach

S. I. Alvarado Strelchenko^{1*}

¹ M. V. Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

* st.alvarado411@gmail.com

Abstract. In the modern world, due to the increasingly developing process of digitalization, economic relations are also moving into a new format, namely, the interaction of agents in the market takes the form of multilateral trade, where an electronic commercial platform acts as an intermediary. Along with the emergence of new opportunities for this type of trade and the expansion of the borders of interaction between the parties, new mechanisms and patterns of behavior of players in the transaction process arise, which differ from economic relations in offline markets. Since the seller and the buyer carry out all transactions through a virtual platform, their interaction is separated in both space and time. In turn, a seller who has complete information about the product and wants to maximize his own benefits may have incentives to hide some of the negative information about the product, which causes an uneven distribution of information in the market, and this leads to one of the most important problems in the modern economy – information asymmetry. The purpose of the article is to show the importance of the information asymmetry factor affecting price differentiation in trading on an electronic commercial platform, as well as to present a mechanism to reduce the negative effects of information asymmetry. To achieve this goal, the article uses game-theoretic modeling. Using this approach, the paper identifies a condition under which negative effects of information asymmetry occur. A situation where a seller of low-quality goods wants to overestimate the true quality of his product by hiding negative information about the product occurs if the cost of hiding negative information is lower than the difference between the prices of high-quality and low-quality goods. Nevertheless, the article shows that supplementing the model with the introduction of a mechanism for refusal and return of goods, the pressure of information asymmetry on the market will decrease, and the seller of low-quality goods will stop hiding the true quality of their products.

Keywords: information asymmetry, electronic commerce, digital multilateral platform, game theory, signaling

For citation: Alvarado Strelchenko S. I. Ways to Counteract Information Asymmetry in Electronic Multilateral Trade: The Game-Theoretic Approach. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.3, pp.25-36 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-25-36

Введение

В конце XX века под влиянием прогресса информационно-коммуникационных технологий экономические отношения приобрели новый формат. В частности, торговые отношения между агентами уже не поддавались традиционным схемам взаимодействия, так как с появлением элек-

тронной коммерции произошло изменение стратегий и паттернов поведения сторон. Как реакция на новые тенденции, «фундаментальное изменение парадигмы, господствующей в экономической науке» [7], привело к формированию «информационной парадигмы», о чем заявил в 2001 г. в своей Нобелевской лекции американский экономист Дж. Стиглиц, разделивший премию за

исследование информационных провалов рынка с Дж. Акерлофом и М. Спенсом. Новая парадигма включила в научные исследования анализ асимметрии информации как важнейший фактор торговых сделок, когда один из субъектов взаимодействия обладает большей информацией о товаре. На данную проблему одним из первых указал американский экономист К. Эрроу [3]. Введение новой предпосылки о неравномерном распределении информации между участниками торговых отношений позволило сделать экономическую теорию более реалистичной.

Далее по мере развития данной концепции экономисты начали выявлять все больше эффектов, которые порождает асимметрия информации. Помимо того, что неравномерное распределение информации вызывает изменение стимулов и образцов поведения участников торговых сделок относительно их стратегий, одним из важнейших элементов стала ситуация неблагоприятного отбора, которую впервые отметил в своей работе Нобелевский лауреат Дж. Акерлоф [4]. Важными элементами экономических отношений в «новых» реалиях, помимо фактора неопределенности, являются также инструменты снижения давления асимметрии информации на рынок. Одним из первых экономистов, который исследовал методы и механизмы снижения ущерба от асимметрии информации, является М. Спенс [22]. Он рассмотрел (применительно к рынку труда) такой способ снижения негативного эффекта асимметрии информации, как система сигнализирования, которая заключается в направлении осведомленной стороной сообщения (сигнала) неосведомленной стороне о скрытых от нее качествах объекта сделки. Тем не менее работы конца XX века хоть и заложили фундамент в данной области исследований, были посвящены традиционным рыночным отношениям с двумя участниками сделки. Впоследствии процесс цифровизации преобразовал рынок, и од-

ной из особенностей торговых отношений стала их многосторонность. Возникновение платформы как третьего участника сделки привело к извлечению выгоды из сетевых эффектов взаимодействия сторон. Усложнившаяся система торговли вынудила экономистов рассматривать ее отдельные аспекты. Так, часть исследователей, такие как Lewis [13], Kauffman, Lee [12] и др., описывают в своих работах особенности функционирования платформ электронной коммерции, а также выдвигают гипотезы, связанные с поведением агентов на данных площадках. При этом такие исследователи, как Rochet, Tirole [19], Шаститко, Паршина, Маркова [1, 2] и др., уделяют внимание одной из важнейших особенностей рынков электронной коммерции, которые являются рынками многосторонней торговли, а именно сетевым эффектам. Акцент делается в первую очередь на наличие перекрестных сетевых эффектов, так как именно присоединение большего количества покупателей будет зависеть от большего количества подключенных к платформе продавцов, и наоборот, то есть размеры одной из групп пользователей будут зависеть от размеров другой группы пользователей электронной торговой платформы. Некоторые экономисты, такие как Herweg, Müller [8], Murooka, Yamashita [17], Bar-Isaac, Tadelis [5], Jun Wang, Qian Zhang, Pengwen Hou [24], Linqu Li, Xin Fang, Yun Fong Lim [14], Qi Miao, Danxia Xie, Weiqiang Zhong [15], Xuelian Qin, Zhixue Liu, Lin Tian [18], Cui Sun, Zhiqiang Zhang, Liangjie Xia, Jun Wang [23], Noga Blickstein Shchory [21], Jinzhong Zuo [26], Hanpo Hou, Jing Wen [10] и др., уделяют внимание разработке теоретической базы исследования и построению новых моделей взаимодействия. Ряд экономистов – Saeedi [20], Hillena, Fedoseeva [9], Esmir Demaj, Vilma Manjani [6], Chia-Huei Wu, Zichun Yan, Sang-Bing Tsai, Weinan Wang, Boshu Cao, Xin Li [25], Jeong Hwang, Bong Gyou Lee, Ki Youn Kim [11] и др. – в своих исследованиях проводят эмпирическую оценку поставленных гипотез

и теоретических моделей при различных функциональных зависимостях и спецификациях и на разные категории товаров. Направления исследований в данной области разделились на два пути: во-первых, создание, доработка и обобщение теоретической основы экономических отношений в экономике платформ, а во-вторых, эмпирический анализ и выявление действительности и реалистичности выдвинутых гипотез. В обоих направлениях авторы отмечают наличие множества возможностей и перспектив исследований.

Стоит отметить, что данная тема еще слабо развита в России, особенно со стороны эмпирической оценки. Базы данных строятся на основе зарубежных платформ, таких как Amazon и eBay, в том числе по той причине, что развитие рынка маркетплейсов в России получило толчок во времена COVID-19, а следовательно, источником данных платформы стали совсем недавно. По принципу работы российские платформы (наиболее крупные из них – Wildberries, Ozon, YandexMarket) схожи с зарубежными аналогами и имеют важную особенность, которая заключается в том, что продавцами выступают как индивиды, так и фирмы. Это ключевое отличие предположительно будет влиять на результаты сделок, к примеру, за счет того, что у фирм больше производственных мощностей, чем у одного индивида. К тому же в ситуации, когда продавцом является фирма, а не индивид, возможно идентифицировать продавцов, что позволит выявить не только функцию спроса, но и предложения, а это требует теоретического и эмпирического исследования.

Модель

В электронной многосторонней торговле присутствуют три стороны сделки: продавец, покупатель и непосредственно сама платформа. У каждого агента есть своя

стратегия и собственные механизмы влияния на результат сделки. Для продавца, желающего максимизировать свою прибыль, стратегия может заключаться в корректировке цен, расширении или сокрытии информации о товаре, завышении собственного рейтинга, кооперации с платформой и т. д. В последнее время многие продавцы придерживаются именно стратегии повышения собственного рейтинга путем, к примеру, выкупа своего товара. В интернете публикуется множество статей по схемам правильного выкупа товара, что, естественно, негативно сказывается на прозрачности торговли внутри платформы. Покупатель, основной задачей которого является выбор в пользу покупки или, наоборот, отказа от товара, в процессе рассмотрения продукта может обращать внимание на отзывы, рейтинг продавца, карточку товара и т. д., что позволит ему сделать вывод о качестве товара. Тем самым данное взаимодействие можно рассматривать, как «сигнальную игру» [16, 22], в которой продавец посылает сигналы о качестве своего товара, а покупатель на их основе решает купить или не купить данный товар. Платформа участвует в сделках путем внедрения механизмов защиты потребителя от недобросовестных продавцов. Это может быть осуществлено с помощью требования лицензирования продавцов, внедрения механизма отказа и возврата товара, предоставление программы лояльности для покупателя и т. д. Тем не менее важным элементом торговли является взаимодействие продавца и платформы, которое заключается как в схеме и типе взаимодействия, так и в зависимости товарных цен от комиссий, но данный аспект в модели не рассматривается. Предполагается, что в представленной модели у всех продавцов аналогичные договоренности с платформой, а значит, затраты, связанные с торговлей на платформе, учитываются в значениях их издержек. Это нам позволяет рассмо-

треть единичную сделку продавца и покупателя. Также стоит отметить, что торговля осуществляется на платформе и отличается от торговли в интернете тем, что покупатели могут определять качество товара, ориентируясь на рейтинги, отзывы и т. д., так как в интернет-магазинах отсутствуют данные показатели в силу отсутствия конкурирующей продукции. Напротив, в интернет-магазинах, продающих товары различных брендов, у покупателей может отсутствовать доверие к выставленным на сайте рейтингам и отзывам, так как они могут быть сгенерированы самим интернет-магазином для стимуляции спроса. Определив возможности каждого игрока на маркетплейсе, перейдем к формальному описанию правил игры и возможным результатам сделки.

Предпосылки модели

1. В игре рассматривается одна отдельно взятая репрезентативная сделка, то есть предполагается, что на рынке множество продавцов и покупателей, которые продают и приобретают товар по единому плану действий. Выигрыши сторон также аппроксимируются к единой величине.

2. На рынке присутствуют товары только из двух ценовых сегментов: высокая цена (PH) и низкая цена (PL).

3. В модели участвуют два игрока: продавец и покупатель, при этом продавец может реализовывать либо высококачественную продукцию, либо товары низкого качества. Оба игрока являются рациональными экономическими агентами, которые максимизируют свою прибыль и полезность соответственно. Каждый из игроков придерживается одной из стратегий.

4. Игра носит динамический характер, где первый ход принадлежит продавцу, а второй – покупателю.

5. Игра начинается в такой период T , когда продавцы обоих типов могут позво-

лить послать соответствующий сигнал. Иными словами, вложения в сигналы осуществлены в первый период, а отдача от них начинается в начале текущего раунда игры.

6. Влияние сетевых эффектов не учитывается.

Элементы игры

1. Отправителем сигнала является продавец (S), а получателем сигнала – покупатель (C).

2. Отправитель имеет некоторый тип $t \in \{QH, QL\}$.

3. Отправитель с учетом своего типа решает посылать сигнал $s \in \{S1, S2\}$.

4. После направления сигнала s получатель выбирает действие $a \in \{B, NB\}$.

5. Отправитель выигрывает $f(t, s, a)$, а получатель – $g(t, s, a)$.

6. Представления получателя о том, каков тип отправителя, является функцией $\varphi: \{S1, S2\} \rightarrow [0, 1]$, где $\varphi(s)$ – вероятность того, что отправитель имеет тип t .

Далее опишем издержки, с которыми связана каждая из стратегий продавцов. У продавца товаров высокого качества издержки выше и равны CH , в свою очередь, у продавца низкокачественного товара издержки находятся на низком уровне CL . При этом если продавец низкокачественного товара решает маскировать качество своей продукции и посылать сигнал $S1$, то в таком случае он понесет дополнительные издержки сокрытия информации CA . Однако в случае отказа от покупки продавец типа QL понесет издержки в размере CB .

У покупателя всего два варианта действий по отношению к предложенному продавцом товару: купить (B) или не купить (NB). При этом полезность потребителя при покупке высококачественного товара равна UH , а при покупке низкокачественного товара – UL .

Также необходимо уточнить, что мы предполагаем следующее:

1. В случае покупки товара прибыль продавца всегда положительна.

2. Выигрыш покупателя отрицательный только в случае покупки низкокачественного товара по высокой цене.

В таблице 1 представлена нормальная форма игры, где по строкам размещены стратегии и выигрыши продавца, а по столбцам стратегии и выигрыши покупателя.

Для того чтобы перейти к установлению равновесия в данной игре, представим игру в развернутой форме (рис. 1).

Разделяющее равновесие

Для поиска равновесия воспользуемся методом обратной индукции. Если продавец

посылает сигнал S2, то покупатель выбирает стратегию B, а если продавец отправляет сигнал S1, то покупатель также выберет B. Получается, что в любом случае покупатель склоняется в пользу покупки товара.

Продавец типа QH в ответ на стратегию B у покупателя будет посылать сигнал S1. Продавец типа QL выбирает между выигрышами $PH - CL - CA$ и $PL - CL$. В данном случае равновесие достигается тогда, когда стоимость сокрытия информации товара больше, чем разница цен ($PH - PL < CA$). В таком случае продавец товаров высокого качества будет посылать сигнал S1, а продавец низкокачественного товара – сигнал S2. Результаты игры представлены в развернутой форме на рисунке 2.

Таблица 1. Выигрыши продавцов и покупателей
Table 1. The benefits of sellers and buyers

	B	NB
QH, S1	$(PH - CH, UH - PH)$	$(0, 0)$
QH, S2	$(PL - CH, UH - PL)$	$(0, 0)$
QL, S1	$(PH - CL - CA, UL - PH)$	$(-CB, 0)$
QL, S2	$(PL - CL, UL - PL)$	$(0, 0)$

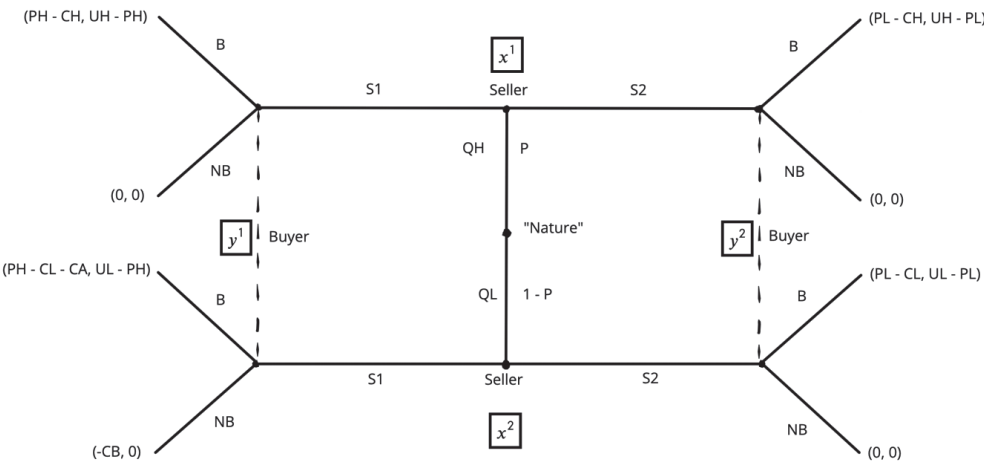


Рис. 1. Развернутая форма игры
Fig. 1. The expanded form of the game

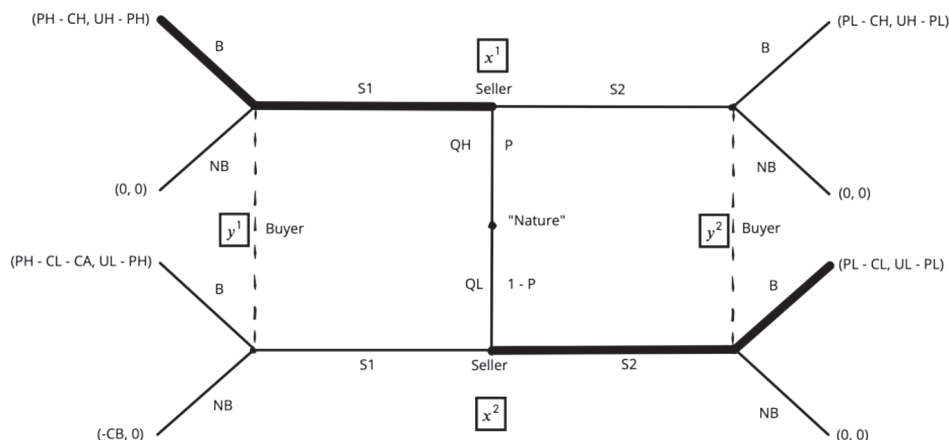


Рис. 2. Развернутая форма игры. Разделяющее равновесие

Fig. 2. The expanded form of the game. The separating equilibrium

Объединяющее равновесие

Пусть P – вероятность того, что сигнал указывает на истинный тип продавца, тогда $1 - P$ – вероятность того, что информация, посылаемая покупателю, является ложной. Покупатель будет придерживаться стратегии B, когда P велико, а $1 - P$ мало. В случае, когда покупатель решает не покупать товар, у продавца типа QH нет разницы между выигрышами, а для продавца типа QL предпочтительнее посылать сигнал S2. В таком случае установится лишь тривиальное равновесие.

Когда же покупатель принимает решение в пользу покупки, продавец типа QH решает посылать сигнал S1. В случае, когда издержки сокрытия информации ниже, чем разница в ценах ($PH - PL > CA$), продавец товаров низкого качества (QL) будет подавать сигнал S1, тем самым побуждая потребителей покупать товар. Отсюда можно заметить, что проблема асимметрии информации встает достаточно остро и ее влияние сказывается на принимаемых стратегиях обеих сторон (рис. 3).

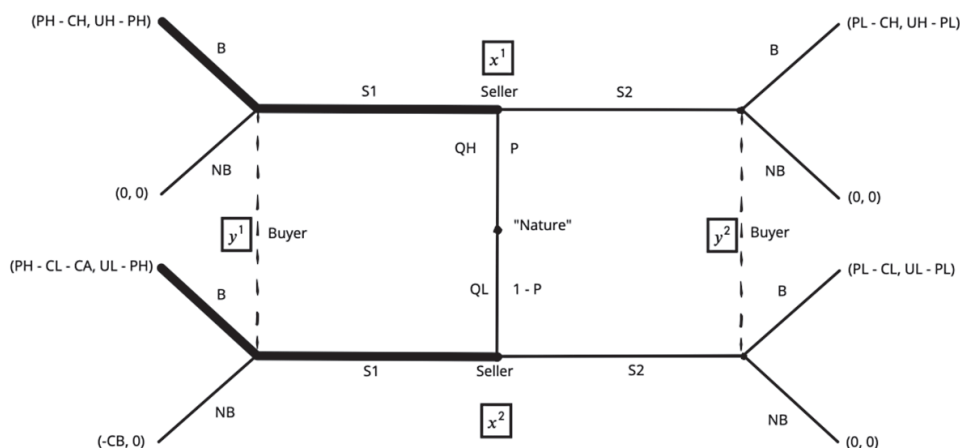


Рис. 3. Развернутая форма игры. Объединяющее равновесие

Fig. 3. The expanded form of the game. A pooling equilibrium

Борьба с асимметрией информации

Как отмечалось ранее, из-за того что транзакции на платформе отделены во времени и пространстве, то есть заказ, оформленный в одном городе, через определенный период окажется в другом городе, качество товара не удастся оценить в момент покупки. Если в классической офлайн-торговле в большинстве случаев покупатель может вернуться в магазин и оформить возврат товара, то при торговле на платформе это невозможно. Возврат неподходящего товара будет осуществляться также через онлайн-сервис и, соответственно, это повлечет за собой дополнительные издержки.

Одним из возможных путей снижения давления асимметрии информации на электронной платформе является внедрение системы отказа и возврата товара, так же как и на офлайн-рынке. Рассмотрим ситуацию, когда платформа внедряет данный механизм для

участников сделки. Пусть отказ от товара для покупателя связан с издержками в размере CR, которые возникают в случае, когда приобретается низкокачественный товар по высоким ценам. При этом для продавца низкокачественного товара данная стратегия связана с издержками СТ (табл. 2).

Стратегия покупателя не меняется, и он продолжает покупать товар, а продавец высококачественной продукции также решает посылать сигнал о своем истинном типе. При этом продавец низкокачественного товара выбирает между выигрышами PL – CL и –СТ. В таком случае можно увидеть, что продавец типа QL будет уже посылать сигнал S2, так как только он дает ему положительный выигрыш. В итоге мы приходим к установлению разделяющего равновесия, где каждый продавец посылает сигнал о своем истинном типе. Развернутая форма игры представлена на рисунке 4.

Таблица 2. Стратегии и выигрыши игроков
Table 2. The benefits of sellers and buyers

	B	NB
QH, S1	(PH – CH, UH – PH)	(0, 0)
QH, S2	(PL – CH, UH – PL)	(0, 0)
QL, S1	(–CT, –CR)	(–CB, 0)
QL, S2	(PL – CL, UL – PL)	(0, 0)

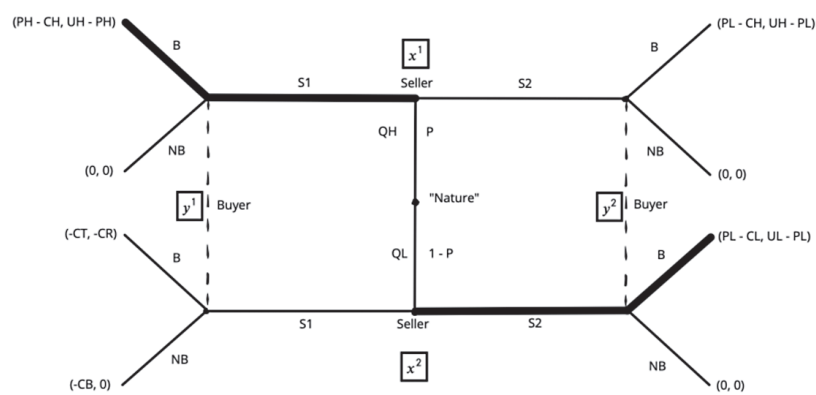


Рис. 4. Развернутая форма игры. Внедрение механизма отказа и возврата товара
Fig. 4. The expanded form of the game. Implementation of the mechanism of refusal and return of goods

Заключение

Рассмотрев рынок электронной коммерции через призму давления асимметрии информации о качестве товара и сопутствующих ей эффектов, были выявлены проблемы, связанные с неэффективностью взаимодействия агентов в процессе торговых транзакций. С помощью теоретико-игрового моделирования было выявлено наличие негативного влияния асимметрии информации на результаты торговых сделок. Продавцы низкокачественных товаров имеют стимулы к завышению истинного качества своего товара в случае, когда издержки сокрытия информации о качестве продукции ниже, чем разница цены высококачественного и низкокачественного товара. В таком случае выигрыш продавцов низкокачественного товара увеличивается, но выгоды покупателей снижаются. Это, в свою очередь, может привести к уходу покупателей с данной платформы, что впоследствии грозит разрушением рынка. Также в модели проверялась эффективность внедрения механизма отказа и возврата товара при снижении давления асимметрии информации о качестве на рынок. Результаты показали, что введение платформой данной системы позволяет снизить стимулы продавца низкокачественной продукции скрывать истинное качество продукции, тем самым увеличивая качество продукции на электронной торговой платформе. Наличие платформы как третьей стороны позволяет повлиять на результаты сделок, а именно свести сделки покупателей и продавцов низкокачественной продукции к нулю. Тогда на платфор-

ме будут взаимодействовать только покупатели и продавцы высококачественной продукции. В случае отсутствия данного механизма платформе потребуется искать иные подходы к защите благосостояния потребителя, к примеру внедрение принудительного лицензирования продавцов или создание инспекционной службы, которая будет проверять качество продукции. Однако это будет накладывать дополнительные затраты как на платформу, так и на производителя, в то время как отказ и возврат товара осуществляется в основном за счет продавцов низкокачественной продукции. Тем не менее в последующих исследованиях данной проблемы стоит расширить модель от рассмотрения одной сделки до анализа функции спроса на разные сегменты товаров. Также модель стоит дополнить еще рядом факторов, которые потенциально могут влиять на действия покупателя и продавца. К примеру, на действия покупателя могут влиять цены на других электронных торговых платформах, а на действия продавца может оказать влияние вероятность повреждения товара в процессе доставки или «примерки» товара.

В целом мы считаем, что развитие электронных платформ и маркетплейсов является важным этапом развития всей торговли. При правильно выстроенной системе торговых отношений и последующем контроле за участниками сделки возможно достичь ситуации, при которой удастся снизить давление асимметрии информации о качестве на рынок, а положительные прибыли продавцов будут сопровождаться положительными выигрышами со стороны покупателей.

Список литературы

1. Шаститко А. Е., Маркова О. А. Эффекты становления и функционирования многосторонних рынков: подходы к исследованию // *Общественные науки и современность*. 2019. № 3. С. 52–65. DOI: 10.31857/S086904990005085-5.
2. Шаститко А. Е., Паршина Е. Н. Рынки с двусторонними сетевыми эффектами: спецификация предметной области // *Современная конкуренция*. 2016. Т. 10. № 1 (55). С. 5–18.
3. Эрроу К. Информация и экономическое поведение // *Вопросы экономики*. 1995. № 5. С. 98–107.

4. *Akerlof A. George*. The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // *Quarterly Journal of Economics*. 1970. Vol. 84. No. 3. P. 488–500. DOI: 10.1007/978-1-349-24002-9_9.
5. *Bar-Isaac H., Tadelis S.* Seller Reputation // *Foundations and Trends® in Microeconomics*. 2008. Vol. 4. No. 4. P. 275–351. DOI: 10.1561/07000000027.
6. *Demaj E., Manjani V.* Information Assymetry and Its Implications in Online Purchasing Behaviour: A Country Case Study // *Journal of Innovative Business and Management*. 2020. Vol. 12. No. 1. P. 72–82. DOI: 10.32015/JIBM/2020-12-1-9.
7. *Ferri G. Joseph E. Stiglitz* (2002), Globalization and Its Discontents [from *Economic Notes*. 2002. Vol. 32. No. 1. P. 123–142. DOI: 10.1046/j.0391-5026.2003.00107.x]: Essay Review. URL: https://www.researchgate.net/publication/4755241_Joseph_E_Stiglitz_2002_Globalization_and_Its_Discontents (дата обращения: 08.07.2024).
8. *Herweg F., Müller D.* Overconfidence in the Markets for Lemons // *Discussion Paper*. No. 2011-17. P. 1–11. URL: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=42fc50c9f239744eb4488a383c91a3fbc02cc766> (дата обращения: 08.07.2024).
9. *Hillena J., Fedoseeva S.* E-commerce and the end of price rigidity? // *Journal of Business Research*. 2021. No. 125. P. 63–73. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.11.052.
10. *Hou H., Wen J.* Dynamic game model of E-commerce – Based on the perspective of information asymmetry // *IEEE 2nd International Conference on Computing, Control and Industrial Engineering*. 2011. P. 349–353. DOI: 10.1109/CCIENG.2011.6008136.
11. *Hwang J., Lee B. G., Kim K.-Y.* Information Asymmetry, Social Networking Site Word of Mouth, and Mobility Effects on Social Commerce in Korea // *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2014. Vol. 17. No. 2. P. 117–124. DOI: 10.1089/cyber.2012.0566.
12. *Kauffman R. J., Lee D.* Should we expect less price rigidity in the digital economy? // *37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. 2004. P. 1–10. DOI: 10.1109/HICSS.2004.1265427.
13. *Lewis G.* Asymmetric Information, Adverse Selection and Online Disclosure: The Case of eBay Motors // *American Economic Review*. 2011. Vol. 101. No. 4. P. 1–18. DOI: 10.2139/ssrn.1358341.
14. *Li L., Fang X., Lim Y.* Asymmetric information of product authenticity on C2C E-commerce platforms: How can inspection services help? // *Service Operations Management*. 2023. Vol. 25. No. 2. P. 631–647. DOI: 10.1287/msom.2023.1186.
15. *Miao Q., Xie D., Zhong W.* Platform Externality, Asymmetric Information, and Counterfeit Deterrence in E-Commerce // *Emerging Markets Finance and Trade*. 2017. Vol. 54. No. 12. P. 1–26. DOI: 10.1080/1540496X.2017.1378639.
16. *Milgrom P., Roberts J.* Price and advertising signals of product quality // *Journal of Political Economy*. 1984. Vol. 94. No. 4. P. 796–821. DOI: 10.1086/261408.
17. *Murooka T., Yamashita T.* Optimal Trade Mechanisms with Adverse Selection and Inferential Mistakes // *OSIPP Discussion Paper*. 2021. No. 6. P. 1–38.
18. *Qin X., Liu Z., Tian L.* The optimal combination between selling mode and logistics service strategy in an e-commerce market // *European Journal of Operational Research*. 2021. Vol. 289. No. 2. P. 639–651. DOI: 10.1016/j.ejor.2020.07.029.
19. *Rochet J. C., Tirole J.* Two-sided markets: a progress report // *The RAND Journal of Economics*. 2006. Vol. 37. No. 3. P. 645–667. DOI: 10.1111/j.1756-2171.2006.tb00036.x.
20. *Saeedi M.* Reputation and Adverse Selection: Theory and Evidence from eBay // *The RAND Journal of Economics*. 2019. Vol. 50. No. 5. P. 1–70. DOI: 10.1111/1756-2171.12297.
21. *Shchory N. B.* Information Asymmetries in E-Commerce: The Challenge of Credence Qualities // *Suffolk University Journal of High Technology Law*. 2020. Vol. 20. No. 1. P. 1–60.
22. *Spence M.* Job Market Signaling // *Quarterly Journal of Economics*. 1973. Vol. 87. No. 3. P. 355–374. DOI: 10.2307/1882010.

23. Sun C., Zhang Z., Xia L., Wang J. Implications of selling format on product innovation in platform supply chains under asymmetric information // *Computers & Industrial Engineering*. 2023. Vol. 183. No. 8. Article 109532. DOI: 0.1016/j.cie.2023.109532.
24. Wang J., Zhang Q., Hou P. Fixed Fee or Proportional Fee? Contracts in Platform Selling Under Asymmetric Information // *International Journal of Electronic Commerce*. 2022. Vol. 26. No. 2. P. 245–275. DOI: 10.1080/10864415.2022.2050584.
25. Wu C., Yan Z., Tsai S., Wang W., Cao B., Li X. An Empirical Study on Sales Performance Effect and Pricing Strategy for E-Commerce: From the Perspective of Mobile Information // *Mobile Information Systems*. 2020. No. 1. P. 1–8. DOI: 10.1155/2020/7561807.
26. Zuo J. Analysis of e-Commerce Characteristics Based on Edge Algorithm and COX Model // *Wireless Communications and Mobile Computing*. 2021. No. 6. P. 1–13. DOI: 10.1155/2021/6628068.

Сведения об авторе

Альварado Стрельченко Стивен Ян, ORCID 0009-0008-5630-2741, аспирант, кафедра микро- и макроэкономического анализа, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия, st.alvarado411@gmail.com

Статья поступила 04.03.2024, рассмотрена 18.03.2024, принята 02.04.2024

References

1. Shastitko A. E., Markova O. A. Approaches to the research of digital transformation effects. *Obshchestvennye nauki i sovremennost'*, 2019, no.3, pp.52-65 (in Russian). DOI: 10.31857/S086904990005085-5.
2. Shastitko A. E., Parshina E. N. Two-sided markets: the subject matter specification. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2016, vol.10, no.1(55), pp.5-18 (in Russian).
3. Arrow K. *Informatsiya i ekonomicheskoe povedenie* [Information and Economic Behaviour]. *Voprosy Ekonomiki*, 1995, no.5, pp.98-107.
4. Akerlof A. George. The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 1970, vol.84, no.3, pp.488-500. DOI: 10.1007/978-1-349-24002-9_9.
5. Bar-Isaac H., Tadelis S. Seller Reputation. *Foundations and Trends® in Microeconomics*, 2008, vol.4, no.4, pp.275-351. DOI: 10.1561/07000000027.
6. Demaj E., Manjani V. Information Assymetry and Its Implications in Online Purchasing Behaviour: A Country Case Study. *Journal of Innovative Business and Management*, 2020, vol.12, no.1, pp.72-82. DOI: 10.32015/JIBM/2020-12-1-9.
7. Ferri G. Joseph E. Stiglitz (2002), Globalization and Its Discontents [from *Economic Notes*, 2002, vol.32, no.1, pp.123-142. DOI: 10.1046/j.0391-5026.2003.00107.x]: Essay Review. Available at: https://www.researchgate.net/publication/4755241_Joseph_E_Stiglitz_2002_Globalization_and_Its_Discontents (accessed 08.07.2024).
8. Herweg F., Müller D. Overconfidence in the Markets for Lemons. Discussion Paper, no.2011-17, pp.1-11. Available at: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=42fc50c9f239744eb4488a383c91a3fbc02cc766> (accessed 08.07.2024).
9. Hillena J., Fedoseeva S. E-commerce and the end of price rigidity? *Journal of Business Research*, 2021, no.125, pp.63-73. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.11.052.
10. Hou H., Wen J. Dynamic game model of E-commerce – Based on the perspective of information asymmetry. *IEEE 2nd International Conference on Computing, Control and Industrial Engineering*, 2011, pp.349-353. DOI: 10.1109/CCIENG.2011.6008136.
11. Hwang J., Lee B. G., Kim K.-Y. Information Asymmetry, Social Networking Site Word of Mouth, and Mobility Effects on Social Commerce in Korea. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 2014, vol.17, no.2, pp.117-124. DOI: 10.1089/cyber.2012.0566.

12. Kauffman R. J., Lee D. Should we expect less price rigidity in the digital economy? 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2004, pp.1-10. DOI: 10.1109/HICSS.2004.1265427.
13. Lewis G. Asymmetric Information, Adverse Selection and Online Disclosure: The Case of eBay Motors. *American Economic Review*, 2011, vol.101, no.4, pp.1-18. DOI: 10.2139/ssrn.1358341.
14. Li L., Fang X., Lim Y. Asymmetric information of product authenticity on C2C E-commerce platforms: How can inspection services help? *Service Operations Management*, 2023, vol.25, no.2, pp.631-647. DOI: 10.1287/msom.2023.1186.
15. Miao Q., Xie D., Zhong W. Platform Externality, Asymmetric Information, and Counterfeit Deterrence in E-Commerce. *Emerging Markets Finance and Trade*, 2017, vol.54, no.12, pp.1-26. DOI: 10.1080/1540496X.2017.1378639.
16. Milgrom P., Roberts J. Price and advertising signals of product quality. *Journal of Political Economy*, 1984, vol.94, no.4, pp.796-821. DOI: 10.1086/261408.
17. Murooka T., Yamashita T. Optimal Trade Mechanisms with Adverse Selection and Inferential Mistakes. OSIPP Discussion Paper, 2021, no.6, pp.1-38.
18. Qin X., Liu Z., Tian L. The optimal combination between selling mode and logistics service strategy in an e-commerce market. *European Journal of Operational Research*, 2021, vol.289, no.2, pp.639-651. DOI: 10.1016/j.ejor.2020.07.029.
19. Rochet J. C., Tirole J. Two-sided markets: a progress report. *The RAND Journal of Economics*, 2006, vol.37, no.3, pp.645-667. DOI: 10.1111/j.1756-2171.2006.tb00036.x.
20. Saeedi M. Reputation and Adverse Selection: Theory and Evidence from eBay. *The RAND Journal of Economics*, 2019, vol.50, no.5, pp.1-70. DOI: 10.1111/1756-2171.12297.
21. Shchory N. B. Information Asymmetries in E-Commerce: The Challenge of Credence Qualities. *Suffolk University Journal of High Technology Law*, 2020, vol.20, no.1, pp.1-60.
22. Spence M. Job Market Signaling. *Quarterly Journal of Economics*, 1973, vol.87, no.3, pp.355-374. DOI: 10.2307/1882010.
23. Sun C., Zhang Z., Xia L., Wang J. Implications of selling format on product innovation in platform supply chains under asymmetric information. *Computers & Industrial Engineering*, 2023, vol.183, no.8, article 109532. DOI: 10.1016/j.cie.2023.109532.
24. Wang J., Zhang Q., Hou P. Fixed Fee or Proportional Fee? Contracts in Platform Selling Under Asymmetric Information. *International Journal of Electronic Commerce*, 2022, vol.26, no.2, pp.245-275. DOI: 10.1080/10864415.2022.2050584.
25. Wu C., Yan Z., Tsai S., Wang W., Cao B., Li X. An Empirical Study on Sales Performance Effect and Pricing Strategy for E-Commerce: From the Perspective of Mobile Information. *Mobile Information Systems*, 2020, no.1, pp.1-8. DOI: 10.1155/2020/7561807.
26. Zuo J. Analysis of e-Commerce Characteristics Based on Edge Algorithm and COX Model. *Wireless Communications and Mobile Computing*, 2021, no.6, pp.1-13. DOI: 10.1155/2021/6628068.

About the author

Steven I. Alvarado Strelchenko, ORCID 0009-0008-5630-2741, Postgraduate, Micro and Macroeconomic Analysis Department, M. V. Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia, st.alvarado411@gmail.com

Received 04.03.2024, reviewed 18.03.2024, accepted 02.04.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-37-47

Особенности конкурентоспособности региона в современных условиях

Е. И. Кулик^{1*}

¹ *Донецкая академия управления и государственной службы, Донецк, Россия*

^{*}*evgeniyakulik@yandex.ru*

Аннотация. Современное развитие экономики характеризуется усилением конкурентных отношений на разных уровнях. В последнее время именно региональный аспект развития конкуренции вызывает все больший интерес у ученых. Особенно он усиливается в условиях децентрализации и роста роли регионов. Тематика исследования региональных аспектов конкурентоспособности особенно актуальна, ведь регион является тем субъектом, на формирование конкурентоспособности которого следует направлять усилия и на общегосударственном, и на региональном уровнях. Статья посвящена рассмотрению особенностей конкурентоспособности региона на основе горизонтального и вертикального взаимоотношения субъектов на разных уровнях конкуренции. Автор акцентирует внимание на том, что позитивное влияние внутренних факторов конкурентоспособности конкретного региона должно способствовать использованию преимуществ в данной сфере по сравнению с другими регионами. В статье дана характеристика комплекса ключевых конкурентных преимуществ, обеспечивающих конкурентоспособность регионов страны, что и обуславливает отличия в уровне конкурентоспособности между регионами. Согласно определенным признакам, предлагается конкурентоспособность региона воспринимать как способность обеспечить конкурентные преимущества на региональном уровне на основе эффективного использования ресурсного потенциала для повышения уровня жизни населения, при этом не должна нарушаться экономическая безопасность других регионов и государства в целом. Отмечается, что, несмотря на очевидные связи, существуют некоторые различия между конкурентоспособностью на уровне предприятия, региона и государства. Автор подчеркивает, что для полноты раскрытия особенностей конкурентоспособности региона государства ее необходимо рассматривать в сравнении с другими уровнями субъектов конкуренции. Теоретическая значимость данного исследования заключается в дальнейшем раскрытии сущности конкурентоспособности регионов. Практическая значимость настоящего исследования заключается в возможности использования особенностей конкурентоспособности региона при формировании конкурентной политики на данном уровне.

Ключевые слова: уровни конкурентоспособности, конкурентные преимущества, конкурентоспособность государства, конкурентоспособность региона, конкурентоспособность предприятий

Для цитирования: Кулик Е. И. Особенности конкурентоспособности региона в современных условиях // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 3. С. 37–47. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-37-47

Features of the Region's Competitiveness in Modern Conditions

E. Kulik^{1*}

¹ *Donetsk Academy of Management and Public Administration, Donetsk, Russia*

* *evgeniakulik@yandex.ru*

Abstract. The modern development of the economy is characterized by the strengthening of competitive relations at different levels. Recently, it is the regional aspect of the development of competition that has aroused increasing interest among scientists. It is especially growing in the context of decentralization and the growing role of the regions. The subject of the study of regional aspects of competitiveness is especially relevant, because the region is the subject for the formation of competitiveness of which efforts should be directed both at the national and regional levels. The article is devoted to the consideration of the peculiarities of the competitiveness of the region on the basis of horizontal and vertical relationships of subjects at different levels of competition. The author focuses on the fact that the positive influence of internal factors of competitiveness of a particular region should contribute to the use of advantages in this area compared to other regions. The article describes a set of key competitive advantages that ensure the competitiveness of the country's regions, which causes differences in the level of competitiveness between regions. According to certain signs, it is proposed to perceive the "competitiveness of the region" as the ability to provide competitive advantages at the regional level based on the effective use of resource potential to improve the standard of living of the population, while economic the security of other regions and the state as a whole. It is noted that, despite the obvious links, there are some undeniable differences between competitiveness at the enterprise, regional and state levels. The author emphasizes that in order to fully disclose the understanding of the peculiarities of the competitiveness of the region of the state, it must be considered in comparison with other levels of subjects of competition. The theoretical significance of this study lies in the further disclosure of the essence of regional competitiveness. The practical significance of this study lies in the possibility of using the peculiarities of the competitiveness of the region in the formation of competition policy at this level.

Keywords: levels of competitiveness, competitive advantages, competitiveness of the state, competitiveness of the region, competitiveness of enterprises

For citation: Kulik E. Features of the Region's Competitiveness in Modern Conditions. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.3, pp.37-47 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-37-47

Введение

В современных условиях развития экономики повышение уровня региональной конкурентоспособности является основой развития государства, так как прослеживается прямая зависимость между положительной динамикой развития регионов и стабильным развитием отечественной экономики.

Формирование конкурентных преимуществ отдельных территорий зависит от

выявления особенностей региональной конкурентоспособности, что, в свою очередь, способствует ускорению экономического развития, а также продуктивному использованию региональных ресурсов и повышению благосостояния субъектов экономических отношений.

Однако проблеме конкурентоспособности на региональном уровне в настоящее время не уделяется должного внимания, несмотря на то что формирование и развитие конкурентоспособности входит в приори-

тетные государственные задачи. Возможной причиной такой ситуации может быть отсутствие должного интереса к конкурентоспособности на региональном уровне как объекта научных исследований.

Подходы ученых-экономистов к раскрытию сущности конкурентоспособности региона до сих пор значительно отличаются. Среди множества мнений прослеживается два, своего рода кардинально противоположных. Одна группа ученых считают, что конкурентоспособность региона формируется в прямой зависимости как от федерального, так и от местного уровня, то есть в данном случае регион не является самостоятельным уровнем формирования конкурентоспособности. Другая группа рассматривает конкурентоспособность региона как предмет отдельного направления исследования и предполагают, что на формирование конкурентных преимуществ региона влияют объективные факторы, связанные в первую очередь с внутренней средой и конкурентоспособностью предприятий, функционирующих на данной территории. Данный подход к определению конкурентоспособности региона больше отвечает нынешнему развитию экономики региона, ведь он в условиях перехода к устойчивому экономическому развитию уже не является простой территорией с определенным набором характеристик, а выступает целостной социо-эколого-экономической системой.

Целью исследования является определение особенностей конкурентоспособности региона на основе сравнительного анализа факторов формирования конкурентоспособности на уровне государства, региона и предприятия.

При написании статьи использовались методы анализа, дедукции, абстрагирования, обобщения.

Степень разработанности проблемы

Несмотря на множество исследований и попыток определить сущность понятия

«конкурентоспособность», до настоящего времени не удалось сформулировать четкое и строгое научное понимание этой экономической категории. В настоящее время по данной проблематике исследования выделяют два сформировавшихся теоретических направления [1]. Первую группу составляют представители поведенческой теории конкуренции, которые утверждают, что конкурентоспособность означает разные свойства в зависимости от того, к какому объекту этот термин применяется. Такое широкое толкование данного понятия привело к тому, что конкурентоспособность представляют как аналогию успеха, лидерства, превосходства, преобладания, преимущества одних объектов над другими [3, 8] или в качестве абстрактного аналога свойств ресурсобеспеченности, производительности, эффективности, качества и даже экономической безопасности [1], что не относится к конкурентоспособности как таковой.

Противоположную позицию в понимании сущности понятия «конкурентоспособность» занимают представители специальной теории поведенческой конкуренции, которые считают, что конкурентоспособность означает конкретное свойство строго очерченного круга объектов и по содержанию связано с процессом конкуренции и конкурентными действиями хозяйствующих субъектов. Они утверждают, что понимание конкурентоспособности на этой основе позволило бы данной актуальной теме прочно укорениться в составе специальной теории конкуренции [7].

Среди представителей теории поведенческой конкуренции прослеживается определенное единство мнений в некоторых характеристиках относительно понятия конкурентоспособности:

- концепция конкурентоспособности может быть создана только на основе конкуренции;
- конкурентоспособность – это некоторая способность участников рынка к совер-

шению конкурентных действий для достижения результатов.

Данный подход является достаточно убедительным и обоснованным и подтвержден множеством научных работ.

Обоснование содержания конкурентоспособности на уровне регионов в экономической литературе встречается значительно реже. Ученые, занимающиеся этим вопросом, рассматривают данный уровень конкурентоспособности относительно макро- или микроэкономического уровням. В последнем случае конкурентоспособность регионов характеризуется как совокупная конкурентоспособность предприятий, которая часто понимается как их производительность (перенос предположений о конкурентоспособности с микроэкономического на мезоэкономический уровень) [1, 10, 11]. Напротив, при макроэкономическом подходе региональная конкурентоспособность часто рассматривается как производная от национальной конкурентоспособности, которая обычно проявляется путем учета национального благосостояния и соответствующего благосостояния населения страны (измеряемого доходом на душу населения), уровня занятости и благоприятной окружающей среды [4, 5, 9].

Можно предположить, что данные суждения основаны на тесной взаимосвязи всех уровней конкуренции, однако проявление конкуренции на разных уровнях отличается, поэтому регионы нельзя анализировать ни как простую совокупность компаний, ни как упрощенную модель национальной экономики. Таким образом, региональная конкурентоспособность не является простой интерпретацией ни макроэкономической, ни микроэкономической конкурентоспособности.

При толковании сущности конкурентоспособности необходимо учитывать комплексное влияние на развитие социальных и экономических факторов, что позволяет наиболее полно раскрыть сущность понятия «конкурентоспособность региона». На

основе теоретического анализа можно сделать вывод, что конкурентоспособность региона – это экономическая категория, имеющая определенную специфику:

- положение региона на внутреннем и внешнем рынке определяется различными факторами, в основном экономического и социального характера, сопоставляемое через систему показателей;
- увеличение уровня региональной конкурентоспособности обеспечивается за счет рационального использования имеющихся интеллектуальных, инновационных и инвестиционных ресурсов, а также за счет их роста в будущем для обеспечения устойчивого развития хозяйствующих субъектов и повышения качества и уровня жизни населения региона;
- обеспечивает возможность реализовать экономический потенциал региона на основе эффективного использования всех ресурсов, вовлеченных в хозяйственный оборот (сырьевых, производственных, трудовых, финансовых);
- создает условия для производства товаров и услуг предприятиями региона, соответствующих как внутренним, так и международным стандартам.

Несмотря на фундаментальные теоретические и практические научные исследования ученых о роли основных факторах, методики анализа и определения уровня региональной конкурентоспособности, в настоящее время нет единого мнения в понимании сущности данного свойства региона, что проявляется в разрозненности исследований и является предметом спорных теоретических дискуссий.

В соответствии с тенденциями, которые прослеживаются в экономической литературе, участником экономической деятельности, наряду с государством и предприятием, является и регион. Но каждый субъект экономических отношений имеет определенные специфические особенности формирования конкурентоспособности. В связи с этим воз-

никает необходимость отдельного изучения конкурентоспособности на уровне региона.

Результаты исследования

Особенности конкурентоспособности региона можно рассматривать на основе горизонтального и вертикального взаимоотношения субъектов уровней конкуренции. Горизонтальный уровень подразумевает конкурентные отношения между регионами государства, а вертикальный – отношения между государством, регионами и предприятиями (рис. 1).

При формировании региональной конкурентоспособности следует учитывать, что каждый регион государства имеет в собственности имущество, находящееся в распоряжении определенных территорий и необходимое для реализации основных функций управления регионом. К нему относятся: средства фондов (как бюджетных, так и внебюджетных), основные и оборотные средства хозяйствующих субъектов, земли и другие активы. Более того, каждый регион имеет характерные экономические и со-

циальные приоритеты, не всегда совпадающие с интересами других регионов. Также управление регионом осуществляется в определенной степени самостоятельно, но с обязательным соблюдением в первую очередь законодательства, принятого на государственном уровне.

Основой региональной конкурентоспособности являются конкурентные преимущества в различных сферах экономической деятельности. Однако конкурентное преимущество может иметь потенциальный характер, поэтому не всегда его наличие обеспечивает конкурентоспособность региона – только при его использовании можно достичь положительного эффекта. Кроме того, конкурентные преимущества могут носить как позитивный, так и негативный характер, поскольку под их воздействием происходит экономический рост в одних регионах и спад в других. Также конкурентные преимущества оказывают влияние в пределах внутренней среды и относятся к категории внутренних факторов [9].

Таким образом, конкурентное преимущество региона – это внутренние проявляю-

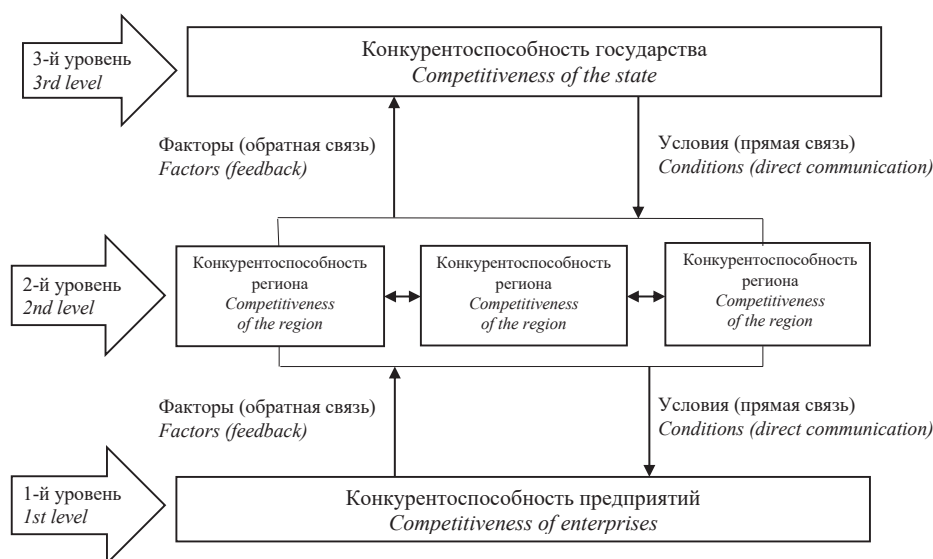


Рис. 1. Взаимоотношения между уровнями субъектов конкуренции

Fig. 1. The relationship between the levels of subjects of competition

щиеся позитивные факторы (или фактор), которые позволяют соперничать с другими регионами в уровне экономических и социальных достижений, умении адаптироваться к новым условиям конкурентной среды.

Опираясь на анализ методов определения факторов региональной динамики, можно выделить следующий комплекс ключевых конкурентных преимуществ, обеспечивающих конкурентоспособность регионов страны, что и обуславливает отличия в уровнях конкурентоспособности между регионами:

1. Наличие уникальных ресурсов и преимуществ. Это может быть связано с особыми природными, географическими или культурными особенностями региона. Например, наличие природных ресурсов, уникальных технологий или туристического потенциала. Так, географическое положение является одной из ключевых особенностей конкурентоспособности региона. Расположение региона вблизи крупных торговых путей и транспортных узлов крайне важно для эффективного перемещения товаров и услуг. Это позволяет сократить расходы на логистику и улучшить доступность региона для предпринимателей и потребителей.

2. Развитая инфраструктура. Наличие развитой транспортной, энергетической, коммуникационной, социальной и цифровой инфраструктуры также оказывает значительное влияние на конкурентоспособность региона. К этому фактору относятся современные автомобильные и железнодорожные дороги, аэропорты, интернет-соединения и другие подобные объекты.

3. Экономическая стабильность и разнообразие отраслей. Регион, имеющий разнообразную экономическую структуру и не зависящий от одного основного сектора, более устойчив к внешним экономическим изменениям и более конкурентоспособен. Кроме того, экономическая стабильность и надежная социальная инфраструктура влияют на привлекательность региона для потенциальных инвесторов и мигрантов.

4. Качество жизни и социальная сфера. Регион, обеспечивающий высокий уровень жизни, доступность и качество образования, здравоохранения, культуры и спорта, может привлекать талантливых специалистов и инвестиции.

5. Наличие бизнес-сообщества и бизнес-климата. Активная роль и наличие крупных и успешных компаний, технопарков, инкубаторов и бизнес-ассоциаций содействуют росту и развитию бизнеса в регионе. Благоприятные условия для предпринимательской деятельности, включая упрощенные процедуры регистрации бизнеса, снижение административного бремени и налоговые льготы, способствуют привлечению инвестиций и развитию бизнеса в регионе.

6. Региональная политика и правительственная поддержка играют важную роль в повышении конкурентоспособности региона. Одними из основных задач государства являются создание благоприятного инвестиционного климата, упрощение бюрократических процедур и предоставление налоговых льгот для бизнеса. Такие меры стимулируют развитие предпринимательства в регионе и создание новых рабочих мест.

7. Государственная поддержка и развитие малого и среднего бизнеса. Наличие эффективных государственных программ и мер поддержки для малого и среднего бизнеса, а также создание благоприятного инвестиционного климата, способствует росту конкурентоспособности региона [6].

8. Развитие человеческого капитала. Наличие высококвалифицированных специалистов, доступного и качественного образования, а также повышение уровня занятости и оплаты труда оказывают положительное влияние на конкурентоспособность региона. При этом именно образование играет ключевую роль в развитии человеческого капитала, повышении квалификации и подготовке специалистов для современного рынка труда.

9. Развитие инновационного и научного потенциала. Наличие инновационных пред-

приятий, научных и исследовательских центров, в том числе высокоскоростных интернет-соединений, благоприятно влияет на развитие технологического потенциала и создает условия для развития новых экономических отраслей.

10. Экологическая устойчивость. Оценка экологической устойчивости региона, в том числе бережное отношение к природным ресурсам, использование возобновляемых источников энергии и экологически чистых технологий, также может положительно влиять на конкурентоспособность региона.

11. Доступ к финансированию. Наличие развитой финансовой системы и доступ к кредитным ресурсам способствуют росту бизнеса в регионе. Финансовая поддержка и государственные программы по стимулированию предпринимательства могут помочь региону привлечь инвестиции и развить свои конкурентные преимущества.

В целом сочетание различных конкурентных преимуществ как особенностей в конкурентной борьбе детерминируют конкурентную позицию между регионами государства.

Для полноты понимания особенностей конкурентоспособности региона ее необходимо рассматривать в сравнении с другими уровнями формирования конкурентных преимуществ: микро-, мезо- и макроуровнями.

Микроуровень конкурентоспособности региона – это явления и процессы, связанные с производственным, товарным потенциалом и уровнем предприятий.

Целью обеспечения конкурентоспособности региона на микроуровне является, во-первых, совершенствование продукции через проведение мероприятий по стимулированию потребности, обеспечению уникальных конкурентных преимуществ товаров; во-вторых, управление на уровне предприятий, которое проявляется через их потенциал, ресурсную и технологическую базу, товарную политику, стратегию развития и определения уникальных конкурентных преимуществ. Необходимо отметить,

что процесс обеспечения конкурентоспособности региона на микроуровне происходит под действием совокупности факторов, прежде всего использования инновационных подходов в управлении и прогрессивных технологий в производстве.

Мезоуровень конкурентоспособности отражает процесс формирования конкурентоспособности на уровне отдельных отраслей региона и его элементов: товаров, предприятий, инфраструктуры, институциональной базы, стратегии развития, эффективности управления и внутренней среды [11].

Конкуренция на этом уровне может проявляться в двух формах в зависимости от наличия или от сущности жестких структурных взаимосвязей внутри отраслевых комплексов и объединений через формирование спроса и предложения или как борьба за привлечение ресурсов и выход на новые рынки сбыта.

Макроуровень конкурентоспособности проявляется в изучении конкретного явления или процесса с учетом географических, социальных и политических особенностей и ресурсного потенциала объекта для улучшения инвестиционной привлекательности. Таким образом, на макроуровне происходит процесс формирования конкурентных преимуществ на основе эффективного управления государством или группой государств, что, в свою очередь, должно положительно влиять на благосостояние населения, эффективность хозяйственных компонентов регионов, сохранение ресурсов и обеспечение базиса развития для последующих поколений [10].

Исследуя особенности конкурентоспособности региона, нельзя не выделить прямые и косвенные связи между разными уровнями конкуренции. С одной стороны, ни один из уровней не существует отдельно: конкурентоспособность предприятий влияет на конкурентоспособность региона, в котором эти предприятия осуществляют свою деятельность, и наоборот, факторы региональной конкурентоспособности влияют на конкурентоспособность отдельных предприятий.

С другой стороны, конкурентоспособность предприятий и регионов определяет конкурентоспособность экономики страны.

Несмотря на очевидные связи, существуют некоторые различия между конкурентоспособностью на уровне предприятия, региона и государства. В первую очередь, эти отличия обусловлены тем, что место и роль названных субъектов в социальной и экономической иерархии общества принципиально разнятся. Регион, в отличие от государства, не осуществляет ни отдельные макроэкономические (бюджетные, фискальные, монетарные, международная торговля, конкурентоспособность), ни мезоэкономические (занятость, образование и наука, охрана окружающей среды) и т. д. политики и поэтому не может использовать их для достижения преимуществ.

Также особенность региона проявляется в его уровне как субъекте конкуренции, а именно между предприятиями, с одной стороны, и государством – с другой. В связи с этим по сравнению с предприятиями задачи региона намного шире и масштабнее, поэтому не ограничиваются только получением прибыли. А в отличие от государства регион обладает большей способностью адаптироваться к изменчивым внешним условиям.

На основе теоретического исследования можно выделить некоторые основные различия между конкурентоспособностью предприятия и конкурентоспособностью региона [2–4, 8, 12].

Во-первых, предприятие может войти на рынок и выйти из него. Регионы не могут обанкротиться и «уйти с рынка» из-за недостаточной конкурентоспособности.

Во-вторых, на рынке одно предприятие может стать сильнее, используя ресурсы другого предприятия, а конкуренция между территориальными единицами (регионами) не является «игрой с нулевой суммой», то есть развитие одного региона за счет другого невозможно. Наоборот, в отношениях между регионами можно выделить некото-

рые связи, основанные на сотрудничестве, а не конкуренции. Например, жители одного региона могут быть рабочей силой или потребителями в другом регионе, цепочки компаний по созданию стоимости часто пересекают границы одного региона государства.

В-третьих, конкурентоспособность предприятия, а значит, ее экономический успех (объем рынка, рост доходов и прибыли) – едва ли не единственная цель ее функционирования, для достижения которой используются все доступные ресурсы. А конкурентоспособность региона представляет собой сложную характеристику, в которой экономический успех очень важен, но далеко не является единственной составляющей.

Таким образом, конкуренция на уровне предприятия фокусируется на внутренней борьбе и сравнении с предприятиями, которые работают в одной и той же отрасли. В этом случае предприятия соперничают между собой, стремясь достичь превосходства в качестве продукции или услуг, удовлетворения потребностей клиентов и эффективности производства. В отличие от конкуренции на уровне региона, на уровне предприятия фокус делается на уникальных особенностях каждого отдельного бизнеса, его стратегии и преимуществах перед конкурентами. Поэтому различие между конкурентоспособностью на уровне регионов и конкурентоспособностью на уровне предприятий заключается в том, что на мезоуровне конкуренция сосредоточена на соперничестве между регионами, в то время как конкуренция предприятий фокусируется на соперничестве между производителями на одном и том же рынке.

Несмотря на вышеуказанные особенности и различия, взаимодействие между регионом и предприятиями оказывает влияние друг на друга и является существенным фактором в развитии бизнес-среды. Конкуренция на уровне региона создает стимул для прогресса и развития индустрии в целом. Она побуждает предприятия быть конкурентоспособными, инновационными и адаптиро-

ваться к изменяющимся требованиям рынка. Конкуренция на уровне предприятия, в свою очередь, способствует повышению качества и эффективности работы каждой организации, что напрямую связано с уровнем конкурентоспособности региона [5].

Конкуренция на уровне региона и конкуренция на уровне государства представляют собой две различные формы соперничества и противостояния в бизнес-среде. Каждая из них имеет свои особенности и влияет на развитие экономической сферы по-разному.

Первое отличие между конкуренциями на этих уровнях заключается в масштабе взаимодействия и воздействия на рынок. За счет разных свойств географической среды и экономических факторов конкуренция на уровне региона обычно ограничена определенной территорией и ориентирована на местные рынки. При этом конкуренция на уровне государства имеет более широкий объем и может затрагивать множество отраслей экономики, а также больше вовлечена в международную конкуренцию.

Второе отличие связано с уровнем конкуренции и вариативностью предложений товаров и услуг. На уровне региона часто возникают нишевые рынки, где предприятия предлагают товары или услуги, специфические для данной территории. В отличие от этого на государственном уровне конкуренция может быть более интенсивной и предполагает большое количество разнообразных предложений.

Третье отличие заключается во взаимодействии и влиянии государственной политики и законодательства на конкуренцию. Если на уровне региона действуют отдельные региональные нормы и правила, то на уровне государства – более общие или единые законы и политики, которые регулируют соревнование между компаниями и их взаимодействие с рынком.

Следовательно, конкуренция на уровне региона и конкуренция на уровне государства имеют свои существенные отличия. Регио-

нальная конкуренция часто более ограничена географическими рамками и ориентирована на местные рынки, предполагает наличие нишевых рынков и специфичных предложений. Государственная конкуренция, в свою очередь, имеет более широкий объем, предполагает более жесткую конкуренцию и включает в себя более развитые международные отношения. Оба эти вида конкуренции влияют на экономическое развитие и способствуют повышению качества товаров и услуг.

В рамках данного исследования конкурентоспособность рассматривается как способность к конкуренции, исходя из этого конкурентоспособность регионов в первую очередь является результатом межрегиональной конкуренции за привлечение инвестиций и государственных программ, развитие инфраструктуры, туризма и другие аспекты, чтобы стать более привлекательными для жителей, предпринимателей и инвесторов.

Поэтому под конкурентоспособностью региона необходимо понимать способность экономики территории обеспечить высокий уровень и качество жизни населения, возможность реализовать имеющийся экономический потенциал с целью достижения устойчивого роста экономики региона.

Таким образом, конкурентоспособность на уровне региона имеет комплексную характеристику, отражающую уровень социально-экономического развития территории, и определяется наличием конкурентоспособных отраслей или их сегментов, а также способностью региональных органов власти создать условия для достижения и удержания конкурентных преимуществ региона, основными из которых являются развитая инфраструктура, обеспеченность квалифицированной рабочей силой, качество институциональной среды, новизна инноваций и практическая значимость научных исследований.

Заключение

Региональная конкурентоспособность формируется за счет основных факторов

(входов), которые либо являются региональными ресурсами, либо вызваны взаимодействием общественной деятельности, например различиями в продуктивной деловой среде; структурой и состоянием региональной экономики; разницей в качестве и количестве человеческих ресурсов в каждом регионе; инфраструктурой, природными ресурсами и окружающей средой; состоянием финансовых и банковских учреждений.

Конкурентоспособность регионов не может быть напрямую перенесена с уровня предприятия или макроуровня, поскольку регионы не являются суммой предприятий или упрощенной (сокращенной) версией государства. Конкуренция на уровне региона и конкуренция на уровне предприятия являются двумя различными аспектами бизнес-среды, каждый из которых имеет свои

характерные черты, поэтому региональная конкуренция и конкуренция предприятий являются двумя различными видами конкуренции, что не исключает взаимовлияния и взаимосвязи между ними.

Региональная конкуренция отражает конкурентную борьбу между различными регионами, городами или территориями. Это означает, что предприятия, базирующиеся в одной регионе, соревнуются с компаниями, функционирующими в других регионах, за ограниченные ресурсы, такие как клиенты, рынки сбыта или инвестиции. В этом случае регионы становятся соперниками друг для друга, стремясь привлечь больше предприятий, населения и капитала. Региональная конкуренция может стимулировать инфраструктурное развитие, улучшение доступности услуг и создание благоприятной предпринимательской среды.

Список литературы

1. *Васильев А. И.* Конкуренция и конкурентоспособность: проблема взаимосвязи // Современная конкуренция. 2017. Т. 11. № 5 (65). С. 130–139.
2. *Васильев А. И.* Триада конкурентоспособности: ресурсы, процессы и результаты конкурентной деятельности // Современная конкуренция. 2018. Т. 12. № 4 (70) – 5 (71). С. 75–81.
3. *Каганов В. Ш.* Корпоративное обучение как фактор обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур // Современная конкуренция. 2011. № 6 (30). С. 101–107.
4. *Коломак Е. А.* Анализ факторов конкурентоспособности региона // Регион: экономика и социология. 2009. № 3. С. 87–115.
5. *Кошкарев М. В.* Потенциал конкурентоспособности региона как объект управления в условиях нестабильности экономической системы // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: экономика и право. 2020. № 10. С. 26–36. DOI: 10.37882/2223-2974.2020.10.14.
6. *Раевич И. А.* Малый бизнес как фактор обеспечения конкурентоспособности моногородов России // Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 4 (76). С. 129–135. DOI: 10.24411/1993-7598-2019-10409.
7. *Рубин Ю. Б.* Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. № 3 (21). С. 38–67.
8. *Субботина Т. Н., Харламов М. Д.* Конкурентоспособность региона: сущность, факторы и методика оценки российских регионов // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 9 (103). С. 188–193. DOI: 10.24412/2411-0450-2023-9-188-193.
9. *Татаркин А. И.* Формирование конкурентных преимуществ регионов // Регион: экономика и социология. 2006. № 1. С. 141–154.
10. *Чеботарев В. С., Шох М. А.* Конкурентоспособность и экономическая безопасность регионов // На страже экономики. 2022. № 1 (20). С. 68–74. DOI: 10.36511/2588-0071-2022-1-68-74.
11. *Шихсаидов Ш. М.* Факторы формирования конкурентоспособности регионов // Российское конкурентное право и экономика. 2020. № 1 (21). С. 70–75.

12. Шпилев Д. А., Никитская Е. Ф. Анализ конкурентного положения Ярославского региона в сфере формирования механизмов устойчивого развития территории // Современная конкуренция. 2018. Т. 12. № 6 (72). С. 81–92.

Сведения об авторе

Кулик Евгения Ивановна, ORCID 0009-0004-2491-6264, канд. экон. наук, доцент, кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности, Донецкая академия управления и государственной службы, Донецк, Россия, evgeniyakulik@yandex.ru

Статья поступила 13.02.2024, рассмотрена 26.02.2024, принята 11.03.2024

References

1. Vasilev A. Competitiveness and competition: The problem of interrelationship. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2017, vol.11, no.5(65), pp.130-139 (in Russian).
2. Vasilev A. Triad of competitiveness: Resources, processes and results of competitive activities. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2018, vol.12, no.4(70)-5(71), pp.75-81 (in Russian).
3. Kaganov V. Sh. Corporate training as a fact or in the competitiveness of business organizations. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2011, no.6(30), pp.101-107 (in Russian).
4. Kolomak Ye. A. *Analiz faktorov konkurentosposobnosti regiona* [Analysis of regional competitiveness factors]. *Region: ekonomika i sotsiologiya*, 2009, no.3, pp.87-115 (in Russian).
5. Koshkarev M. V. Regional competitiveness potential as an object of management in conditions of instability of the economic system. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: ekonomika i pravo*=Modern Science: Actual Problems of Theory and Practice. Series: Economics and Law, 2020, no.10, pp.26-36 (in Russian). DOI: 10.37882/2223-2974.2020.10.14.
6. Raevich I. Small business as a factor in ensuring the competitiveness of single-industry towns in Russia. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2019, vol.13, no.4(76), pp.129-135 (in Russian). DOI: 10.24411/1993-7598-2019-10409.
7. Rubin Yu. B. Discussion questions of modern competition theory. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2010, no.3(21), pp.38-67 (in Russian).
8. Subbotina T. N., Kharlamov M. D. Competitiveness of the region: The essence, factors and methodology of assessing Russian regions. *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika*=Economy and Business: Theory and Practice, 2023, no.9(103), pp.188-193 (in Russian). DOI: 10.24412/2411-0450-2023-9-188-193.
9. Tatarkin A. I. *Formirovanie konkurentnykh preimushchestv regionov* [The formation of regions' competitive advantages]. *Region: ekonomika i sotsiologiya*, 2006, no.1, pp.141-154 (in Russian).
10. Chebotarev V. S., Shokh M. A. Competitiveness and economic security of regions. *Na strazhe ekonomiki*=The Economy under Guard, 2022, no.1(20), pp.68-74 (in Russian). DOI: 10.36511/2588-0071-2022-1-68-74.
11. Shikhsaidov Sh. M. Factors of regional competitiveness formation. *Rossiiskoe konkurentnoe pravo i ekonomika*=Russian competition law and economy, 2020, no.1(21), pp.70-75 (in Russian).
12. Shpilev D., Nikitskaya E. Competitive positions analysis of the Yaroslavl region in the sphere of mechanisms formation for sustainable development in the conditions of innovative transformation of the territory. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2018, vol.12, no.6(72), pp.81-92 (in Russian).

About the author

Eugenia I. Kulik, ORCID 0009-0004-2491-6264, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Management of Foreign Economic Activity Department, Donetsk Academy of Management and Public Administration, Donetsk, Russia, evgeniyakulik@yandex.ru

Received 13.02.2024, reviewed 26.02.2024, accepted 11.03.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-48-66

Применение мультипликативных эффектов для управления формированием ресурсного потенциала региона

В. В. Еремин^{1*}, Е. Ф. Никитская²

¹ Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

² Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Россия

* villy9@rambler.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу мультипликативных эффектов, генерируемых в рамках формирования ресурсного потенциала региона. Актуальность исследования обусловлена необходимостью развития регионов России в сложных условиях современной экономики. Сформировавшиеся в 2022 году новые вызовы, стоящие перед российской экономикой, обуславливают необходимость поиска новых подходов к их преодолению. Одним из таких подходов является предложенное в рамках данной статьи применение мультипликатора инвестиций для воздействия на процесс формирования ресурсного потенциала региона. В ходе проведенного исследования выявлено, что действие мультипликатора инвестиций может оказывать на этот процесс как стимулирующее, так и сдерживающее влияние. Изменение объемов этого влияния позволит управлять формированием регионального ресурсного потенциала. Для реализации этого предложения на практике необходимо управление значением регионального мультипликатора инвестиций. В качестве базиса такой системы управления в статье предложена модель, формализующая мультипликативный процесс с учетом этапов его распространения в региональной экономике. Полученные результаты: на основе предложенной авторской модели рассчитаны значения мультипликаторов инвестиций для Нижегородской и Новгородской экономик. Произведено сравнение полученных значений мультипликаторов со структурой экономик анализируемых регионов. Сделан вывод о практической возможности воздействия на величину регионального мультипликатора инвестиций через влияние на параметры мультипликативного процесса и изменение структуры региональной экономики.

Ключевые слова: ресурсный потенциал региона, мультипликатор инвестиций, экономический рост, управление экономикой региона, акселератор инвестиций, ресурсы региона, межотраслевые связи, межрегиональные связи, конкурентоспособность экономики региона

Для цитирования: Еремин В. В., Никитская Е. Ф. Применение мультипликативных эффектов для управления формированием ресурсного потенциала региона // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 3. С. 48–66. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-48-66

Application of Multiplicative Effects to Manage the Formation of the Region's Resource Potential

V. Eremin¹*, E. Nikitskaya²

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

² *Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia*

* *villy9@rambler.ru*

Abstract. The article is devoted to the analysis of multiplier effects generated as part of the formation of the resource potential of the region. The relevance of the study is due to the need for the development of Russian regions in the difficult conditions of the modern economy. The new challenges for the Russian economy that have emerged in 2022 necessitate the search for new approaches to overcoming them. One of these approaches is proposed in this article the use of an investment multiplier to influence the process of forming the resource potential of the region. The research carried out in the article showed that the effect of the investment multiplier can have both a stimulating and a restraining effect on this process. Changing the volume of this influence will make it possible to manage the formation of regional resource potential. To implement this proposal in practice, it is necessary to manage the value of the regional investment multiplier. As a basis for such a management system, the article proposes a model that formalizes the multiplicative process, taking into account the stages of its distribution in the regional economy. Results: based on the proposed author's model, the values of investment multipliers for the Nizhny Novgorod and Novgorod economies were calculated. The obtained multiplier values were compared with the structure of the economies of the analyzed regions. A conclusion is made about the practical possibility of influencing the value of the regional investment multiplier through influencing the parameters of the multiplicative process and changing the structure of the regional economy.

Keywords: resource potential of the region, investment multiplier, economic growth, regional economic management, investment accelerator, regional resources, inter-industry connections, interregional connections, competitiveness of the regional economy

For citation: Eremin V., Nikitskaya E. Application of Multiplicative Effects to Manage the Formation of the Region's Resource Potential. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.3, pp.48-66 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-48-66

Введение

Темпы развития региональной экономики, ее специализация как в рамках отдельной страны, так и в рамках мировой экономики во многом зависят от объема и структуры ресурсного потенциала региона. Наличие ресурсов требуемого уровня качества, в нужных объемах и сочетаниях в совокупности с эффективностью производства обеспечивает рост региональной экономики.

Ресурсный потенциал региона относится к категории многогранных понятий. Широкий набор его граней и составляющих до сих пор не позволил сформировать единый подход к его определению. Некоторые авторы рассматривают ресурсный потенциал региона в качестве региональных природных ресурсов, которые могут быть вовлечены в хозяйственный оборот с учетом существующих технологических и экономических возможностей [11]. Согласно другому подходу, региональный ресурсный потенциал представлен

в более расширенном составе и включает наряду с природными ресурсами также человеческие, рекреационные, информационные [2, с. 268].

Отдельные авторы выделяют управленческую, правовую, научно-инновационную составляющие. Наряду с этим детальному анализу подвергается экономическая составляющая потенциала региона, объединяющая такие его элементы, как финансовый, трудовой, производственный и предпринимательский [3]. Значительное внимание уделяется качеству ресурсов [6, 12] и эффективности их использования [13, с. 163]. Многие авторы обосновывают взаимосвязь элементов регионального ресурсного потенциала, выделяя в его составе набор внутренних, межотраслевых и межрегиональных связей [5, 14].

Ресурсный потенциал региона неразрывно связан с конкурентоспособностью региональной экономики, так как наличие природных и трудовых ресурсов, развитой инфраструктуры, производственных мощностей, информационного обеспечения, равно как и наличие развитых межотраслевых и межрегиональных связей, повышает инвестиционную привлекательность региональной экономики, создает предпосылки для повышения уровня и качества жизни населения региона. Это, в свою очередь, стимулирует приток в региональную экономику инвестиций и населения, формируя региональный рынок большой емкости. Незрелость регионального ресурсного потенциала является фактором снижения конкурентоспособности экономики региона. Потенциальные инвесторы в экономику такого региона учитывают в своих планах недостаток местных ресурсов, незрелость инфраструктуры. Все это приводит к дополнительным затратам на реализацию инвестиционного проекта, снижающим показатели его рентабельности и окупаемости. Вследствие чего инвестор может принять решение о реали-

зации своего проекта в другом регионе, с более развитым ресурсным потенциалом. Недостаточное количество инвестиций, трансформирующееся в недостаточное количество рабочих мест и низкий уровень доходов, будет способствовать оттоку из такого региона населения. А это, в свою очередь, окажет дополнительное негативное влияние на конкурентоспособность анализируемой региональной экономики как за счет нехватки трудовых ресурсов, так и за счет снижения емкости регионального рынка.

Ориентируясь на многообразие подходов к понятию «ресурсный потенциал региона», определим его как совокупный объем всех накопленных в экономике региона ресурсов, который, с учетом межотраслевых и межрегиональных экономических связей, может быть использован в целях регионального социально-экономического развития, повышающего конкурентоспособность региональной экономики.

Объем и структура составляющих ресурсного потенциала региона зависят от объемов, структуры и эффективности инвестиций (государственных и частных), направляемых на его рост. Эти инвестиции необходимы для развития любого элемента ресурсного потенциала региона региональной экономики, а именно производственных мощностей, человеческого капитала, ресурсосберегающих и экологически чистых технологий и т. п. При этом инвестиции в формирование любого элемента ресурсного потенциала региона генерируют мультипликативные эффекты.

Под мультипликатором инвестиций понимается коэффициент, характеризующий отношение объема прироста валового регионального продукта к вызвавшему этот прирост объему дополнительных инвестиций в экономику региона. Значение мультипликатора инвестиций формируется в результате мультипликативного процесса. Под данным процессом подразумевается рас-

пространение по системе межотраслевых и межрегиональных связей эффекта первоначального инвестиционного импульса в формирование одного из элементов ресурсного потенциала региона. Это распространение генерирует изменение валового регионального продукта [4].

Влияние мультипликатора инвестиций на ресурсный потенциал экономики региона

Мультипликатор инвестиций оказывает двоякое действие на процесс формирования регионального ресурсного потенциала. С одной стороны, действие положительное: влияние мультипликатора инвестиций усиливает региональный экономический рост, распространяя действие инвестиций за пределы составляющей ресурсного потенциала региональной экономики, на развитие которой эти инвестиции были изначально нацелены. Таким образом, действие мультипликатора инвестиций усиливает конкурентоспособность региональной экономики. Проиллюстрируем широту распространения мультипликативных эффектов в экономике региона примером. В январе 2024 г. в ряде регионов Российской Федерации обострилась проблема изношенности сетей жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ), повлекшая за собой ряд масштабных коммунальных аварий. Система ЖКХ является частью инфраструктурной составляющей ресурсного потенциала региона [1]. Рассмотрим схему, по которой эффект инвестиций в развитие этой составляющей выйдет за ее пределы.

Пусть в рамках развития инфраструктурной составляющей ресурсного потенциала региона реализуется масштабный проект модернизации сетей регионального ЖКХ. Выделенные заказчиком средства тратятся на закупку необходимых труб, котлов, топок, насосов для подачи воды, газоходов и дымовых труб, систем водоподготовки и т. п. Поставщики этого оборудо-

вания, получив средства заказчика, часть этих средств сберегают и выплачивают из них налоги (формируя тем самым оттоки из мультипликативного процесса), еще часть выплачивают сотрудникам, а на оставшуюся часть закупают необходимое для своей работы оборудование.

Что касается производителей котельного оборудования, они могут закупать необходимую для своей работы достаточно широкую номенклатуру металлопроката и металлоизделий. Получив от производителей котельного оборудования денежные средства (де-факто – это доля инвестиций, вложенных первоначальным заказчиком модернизации сферы ЖКХ), поставщики металлопроката часть этих средств тратят на оплату труда сотрудников, еще из одной части формируют оттоки. Оставшуюся часть направляют на закупку необходимого для своей работы оборудования. Например, автомобильного транспорта, предназначенного для транспортировки металлопроката и готовой продукции. После чего анализируемый процесс повторяется. Персонал предприятий, получив оплату своего труда, тратит эти средства на закупку потребительских товаров – продуктов питания, одежды и т. п.

Таким образом, в результате набора межотраслевых взаимоотношений «заказчик – поставщик» средства первоначального заказчика, потраченные на модернизацию региональной сферы ЖКХ, инициировали дополнительное производство и доходы в сферах производства котельного оборудования, металлопроката и металлоизделий, автотранспортных средств, а также производства и реализации потребительских товаров (рис. 1).

Номенклатура поставок и, как следствие, набор поставщиков на каждой стадии анализируемого процесса достаточно широки. Следовательно, мультипликативный процесс, реализуемый через набор межотраслевых и межрегиональных связей анализируемой региональной экономики,



Источник: составлено авторами.

Рис. 1. Иллюстративная схема распространения мультипликативного эффекта за пределы целенаправленно развиваемого элемента ресурсного потенциала региона

Fig. 1. Illustrative diagram of the spread of the multiplier effect beyond the purposefully developed element of the region's resource potential

распространяет эффект роста производства и доходов на элементы ее ресурсного потенциала как достаточно тесно, так и достаточно слабо связанные с элементом, непосредственно развиваемым инвестициями.

Положительное действие мультипликатора на ресурсный потенциал региона в данном случае заключается в том, что инвестиции в формирование одного его элемента стимулируют дополнительное, изначально не планировавшееся увеличение объемов производства в других его элементах. Об-

щий рост региональной экономики превышает запланированный, а ее конкурентоспособность как результат многогранного развития производства возрастет.

Нельзя не отметить негативное действие мультипликативного эффекта, которое способно препятствовать развитию ресурсного потенциала региона, снижая тем самым конкурентоспособность региональной экономики. Масштабные инвестиции в развитие элементов регионального ресурсного потенциала генерируют масштабные мультипликативные эффекты, распространя-

ющиеся по схеме, представленной на рисунке 1. В результате элементы ресурсного потенциала региона, отрасли его экономики, сильно и слабо связанные с непосредственно развиваемым элементом, получают масштабный прирост своих доходов, следствием чего станет их достаточно объемный дополнительный спрос на ресурсы.

Возникает конкуренция за ресурсы, что приводит к их дефициту и удорожанию, а это является дестимулятором при реализации проектов и программ, направленных на формирование ресурсного потенциала региона. Очевидное последствие: срыв сроков и рост стоимости реализации данных проектов и программ.

Нехватка ресурсов может инициировать новые инвестиции в их производство при наличии соответствующих технологий. Действие мультипликатора инвестиций будет поддержано действием акселератора инвестиций, возникнут новые цепочки распространения мультипликативного эффекта, что дополнительно стимулирует рост региональной экономики. Но, с другой стороны, станет дополнительным триггером конкуренции за ресурсы и стимулом инфляции.

Возникает механизм обратной связи. Инвестиции, формирующие ресурсный потенциал региона как основу конкурентоспособности его экономики, генерируют мультипликативные эффекты, которые воздействуют на процесс этого формирования.

Таким образом, отсутствие учета мультипликативных эффектов в масштабных планах формирования ресурсного потенциала региона может привести к дефициту ресурсов и росту цен вместо ожидаемого прироста ресурсного потенциала. Следовательно, отсутствие учета мультипликативных эффектов в планах развития экономики региона может стать одним из факторов снижения конкурентоспособности этой экономики.

Использование мультипликатора инвестиций в целях формирования ресурсного потенциала региона

С учетом того, что влияние мультипликатора инвестиций может как усиливать, так и ослаблять развитие ресурсного потенциала региона, целенаправленное воздействие на объемы этого влияния позволит управлять формированием регионального ресурсного потенциала и, как следствие, воздействовать на уровень конкурентоспособности региональной экономики.

Целенаправленное усиление мультипликативного эффекта при условии контроля его негативных последствий позволит усилить и ускорить процессы формирования ресурсного потенциала региона. Целенаправленное ослабление мультипликативного эффекта позволит охладить региональную экономику в случае ее перегрева, затормаживая процессы формирования ресурсного потенциала региона.

В отсутствие четко выстроенного управления объемом мультипликативного эффекта данный эффект сам «управляет» формированием ресурсного потенциала региона, воздействуя на него, генерируя риски получения незапланированного результата. Формируя механизмы управления мультипликативным эффектом, лица, принимающие решения, противодействуют возникновению этих рисков, в большей мере получая под свой контроль рычаги управления процессом формирования ресурсного потенциала региона.

При этом управленческое воздействие на величину мультипликатора инвестиций возможно по двум основным направлениям (рис. 2):

1. Воздействие на внутренние параметры мультипликативного процесса изменит величину регионального и отраслевых мультипликаторов при неизменной структуре региональной экономики.

2. Изменение региональной и отраслевой структуры инвестиций с учетом того, что

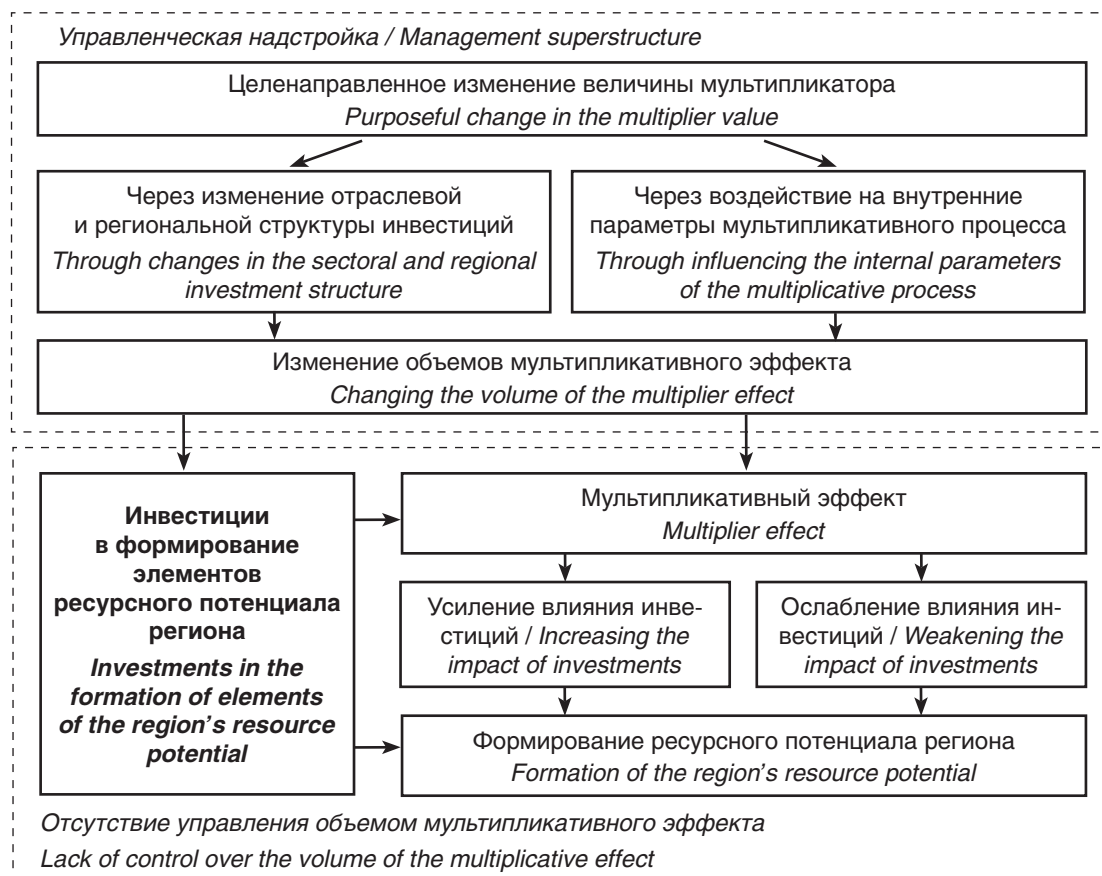


Рис. 2. Управление формированием ресурсного потенциала регионов через изменение объемов мультипликативного эффекта

Fig. 2. Managing the formation of regional resource potential through changing the volume of the multiplier effect

каждая отрасль и каждый регион обладают своим значением мультипликатора инвестиций [1], позволит изменить величины соответственно национального и региональных мультипликаторов инвестиций.

Для того чтобы закладывать мультипликативный эффект в основу механизма управления формированием ресурсного потенциала региона в целях повышения региональной конкурентоспособности, необходимо четко понимать внутреннюю структуру распространения мультипликативного процесса, понимать и формализовать стадии распространения этого процесса в региональной экономике.

Отметим, что значительная часть существующих научных работ в рассматриваемой сфере не включает в себя анализ внутренней структуры процесса распространения мультипликативного эффекта. Как правило, исследователи применяют либо скалярный подход [15, 16] к расчету мультипликатора инвестиций конкретных регионов и отраслей, либо рассчитывают региональные и отраслевые мультипликаторы на основе матричного мультипликатора [8, 9, 17].

Скалярный подход подразумевает расчет мультипликатора по чрезвычайно сжатой, агрегированной формуле, в рамках которой анализируется отношение объема

инвестиций к результату, вызванному этими инвестициями (приросту ВРП). Достаточно часто для определения величины мультипликатора по такой модели используется эконометрическое уравнение. Подавляющая часть таких моделей направлены на определение значения коэффициента мультипликатора, без описания процесса, в рамках которого это значение было получено.

Матричный подход более информативен. Он позволяет рассчитать, как изменится выпуск каждой из отраслей анализируемой экономики в результате изменения объемов спроса на продукцию одной из этих отраслей. То есть в рамках данного подхода могут быть рассчитаны значения отраслевых мультипликаторов, без описания процесса их формирования. Вместо отраслей экономики в рамках такого подхода могут быть задействованы разные регионы одной страны или разные регионы мира. Это позволит получить значения мультипликаторов торговли между регионами.

Отметим, что управление любым процессом и его результатом невозможно без четкого понимания того, как этот процесс протекает. Мультипликативный процесс не исключение. Именно понимание внутренней структуры процесса распространения мультипликативного эффекта позволит выделить отдельные его элементы. В свою очередь, целенаправленное воздействие на эти элементы позволит усиливать или ослаблять мультипликативный эффект инвестиций в формирование конкретных элементов ресурсного потенциала региона. Как указано выше, это позволит воздействовать на процесс формирования ресурсного потенциала региональной экономики, управляя им. Следствием этого являются новые возможности управления конкурентоспособностью региональной экономики.

Сформируем модель мультипликатора инвестиций на основе формализации процесса распространения мультипликативного эффекта.

Формализация стадий процесса распространения мультипликативного эффекта

Пусть существует группа заказчиков, намеренная инвестировать масштабный объем финансовых ресурсов в реализацию проекта, направленного на формирование определенного элемента ресурсного потенциала региона. Пусть результатом реализации этого проекта является крупный производственный комплекс, состоящий из ряда предприятий. Инвестиции этих финансовых ресурсов формируют мультипликативную цепочку, которая в упрощенном виде представлена на рисунке 1.

Для того чтобы построить производственный комплекс, инвесторы привлекают достаточно широкую группу поставщиков ресурсов. Это юридические лица, поставляющие строительные, отделочные материалы, оборудование, осуществляющие выполнение строительных работ, оказание услуг по транспортировке ресурсов, монтажу оборудования и т.д. Определим этих поставщиков как группу поставщиков первого этапа.

Каждый их поставщиков этой группы в оплату поставленных ресурсов, выполненных работ и оказанных услуг получает денежные средства от группы заказчиков. Согласно схеме, представленной на рисунке 1, из этих средств формируются оттоки – сбережение, уплата налогов. Часть средств выплачивается персоналу. Значительная часть полученных средств тратится поставщиками первого этапа на оплату необходимых для осуществления их деятельности ресурсов. Это закупка данными поставщиками машин и оборудования, сырья и материалов, работ и услуг для собственных нужд.

В результате этого процесса траты группы поставщиков первого этапа становятся доходами их собственных поставщиков. Определим их как группу поставщиков второго этапа. После чего процесс продолжается аналогично. Денежные средства за

вычетом оттоков передаются группе поставщиков третьего этапа, четвертого этапа и т.д.

Таким образом, «руслом» распространения мультипликативного эффекта в экономике региона становится набор трансформаций доходов предыдущей группы поставщиков в их расходы на закупку требуемых ресурсов у последующей группы поставщиков. Соответственно, в рамках такой трансформации предыдущая группа поставщиков становится группой заказчиков для последующей группы поставщиков.

Формализуем этот процесс:

$$C^1_d = I_1 + I_1 \times (1 - \text{пво}) + I_1 \times (1 - \text{пво})^2 + \dots I_1 \times (1 - \text{пво})^n, \quad (1)$$

где C^1_d – общий объем дополнительного спроса на данном этапе распространения мультипликативного процесса;
 I_1 – объем инвестиций, осуществляемых группой заказчиков в развитие ресурсного потенциала региона;
 n – количество групп поставщиков;
 пво – предельная величина оттоков из мультипликативного процесса ($0 \leq \text{пво} \leq 1$).

Каждое слагаемое уравнения (1), за исключением первого, – объем финансовых ресурсов, переданный группой поставщиков предыдущего этапа группе поставщиков следующего этапа.

В свою очередь, пво складывается из следующих составляющих:

$$\text{пво} = \text{псс} + \text{псн}, \quad (2)$$

где псн – величина предельной ставки налоговых выплат;

псс – предельная склонность к сбережению в анализируемой экономике.

Возможно добавление в уравнение (2) предельной склонности к импорту, так как в том случае, когда на каком-либо этапе инвестиционный проект, формирующий ресурсный потенциал региона, реализуется путем закупки необходимых ресурсов за

границами этого региона, мультипликативная цепочка на территории анализируемого региона прерывается. Она продолжается на территории другого региона, поставившего ресурсы анализируемому. На одном из следующих своих этапов данная цепочка может вернуться в экономику анализируемого региона, если какая-либо группа поставщиков сопредельного региона закупит в экономике анализируемого региона необходимые ресурсы.

Неправомерно говорить о полном переносе мультипликативной цепочки на территорию другого региона в случае импорта. Так как достаточно оторвана от реальности ситуация, при которой на конкретном этапе распространения мультипликативной цепочки абсолютно все поставщики из достаточно широкой их группы приобретут исключительно импортные товары. Более приближенной к реальности является ситуация, при которой часть каждой группы поставщиков приобретает импорт. Это не прерывает, но ослабляет мультипликативные цепочки на территории анализируемого региона. Но при этом экспорт из региональной экономики формирует новые мультипликативные цепочки в экономике анализируемого региона.

В данной работе предельная склонность к импорту не учтена в составе оттоков из мультипликативной цепочки, так как существующие статистические данные не позволяют в полном объеме учесть импорт из анализируемого региона не только за границу страны, но и в экономики других регионов Российской Федерации.

Уравнение (1) может быть упрощено до вида

$$C^1_d = \lim_{n \rightarrow \infty} [I_1 \times \sum_{i=0}^n (1 - \text{пво})^i] = I_1 / \text{пво}, \quad (3)$$

где i – номер группы поставщиков i -го этапа.

Совокупный спрос объемом C^1_d на данном этапе потребует удовлетворения, а значит, создания для этого дополнительных производственных мощностей. Их объем

зависит от объема существующих производственных мощностей и степени их загрузки. Для создания дополнительных производственных мощностей необходимы дополнительные инвестиции (I^1_d) в объеме:

$$I^1_d = I_1 \times (1 - \text{пво}) \times A + I_1 \times (1 - \text{пво})^2 \times A + \dots + I_1 \times (1 - \text{пво})^n \times A, \quad (4)$$

где A (акселератор инвестиций) – количество единиц дополнительных инвестиций, требующихся для удовлетворения одной единицы дополнительного спроса.

Уравнение (4) может быть упрощено до вида

$$I^1_d = C^1_d \times (1 - \text{пво}) \times A = I_1 \times (1 - \text{пво}) \times A / \text{пво}. \quad (5)$$

Уравнение (5) выводится из уравнения (1) путем умножения всех его слагаемых, за исключением первого, на величину акселератора инвестиций. Первое слагаемое (I_1) исключается как объем первоначальных инвестиций.

Каждая составляющая уравнения (4) – инвестиции. Она запускает собственный мультипликативный процесс, подобный процессу, описываемому уравнением (1). Общий объем дополнительного спроса, сформированный всеми этими инвестициями (C^2_d), можно определить на основании уравнений (3) и (5). Их совокупность для объема инвестиций I^1_d позволяет сформировать уравнение (6):

$$C^2_d = I^1_d / \text{пво} = I_1 \times (1 - \text{пво}) \times A / \text{пво} \times 1 / \text{пво} = I_1 \times (1 - \text{пво}) \times A / \text{пво}^2. \quad (6)$$

Объем инвестиций, необходимый для удовлетворения этого объема спроса (I^2_d), определяется из совокупности уравнений (5) и (6):

$$I^2_d = C^2_d \times (1 - \text{пво}) \times A = I_1 \times [(1 - \text{пво}) \times A / \text{пво}]^2. \quad (7)$$

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о подобию стадий описываемого про-

цесса друг другу. Это, в свою очередь, позволяет сделать вывод о том, что последующие стадии анализируемого процесса будут подобны описанным выше. Данные выводы позволяют сформировать общую модель процесса распространения мультипликативного эффекта в экономике региона, учитывающую структуру этого процесса:

$$CO = I_1 / \text{пво} + I_1 / \text{пво} \times (1 - \text{пво}) \times A / \text{пво} + I_1 / \text{пво} \times [(1 - \text{пво}) \times A / \text{пво}]^2 + \dots + I_1 / \text{пво} \times [(1 - \text{пво}) \times A / \text{пво}]^n, \quad (8)$$

где CO – общий объем мультипликативного прироста спроса, генерируемый инвестициями объемом I_1 .

Уравнение (8) может быть упрощено до вида

$$CO = \lim_{n \rightarrow \infty} \sum_{i=0}^n (I_1 / \text{пво} \times [(1 - \text{пво}) \times A / \text{пво}]^i) = I_1 / [(1 - (1 - \text{пво}) \times A / \text{пво}) \times \text{пво}], \quad (9)$$

откуда

$$M = 1 / [(1 - (1 - \text{пво}) \times A / \text{пво}) \times \text{пво}], \quad (10)$$

где M – коэффициент мультипликатора инвестиций, учитывающий структуру распространения мультипликативного процесса в экономике региона.

Реальность распространения трансформаций «доходы – расходы» по мультипликативным цепочкам подтверждается применением мультипликативных эффектов на практике. В частности, применение межотраслевой макроэкономической модели *LIFT* (*Long-term Inter-industry Forecasting Tool*) позволило использовать мультипликативный эффект для финансирования сланцевой добычи нефти в США. Убыточные добывающие компании становились прибыльными за счет того, что генерировали масштабный мультипликативный эффект и получали часть прибыли в виде дивидендов от других, прибыльных, участников мультипликативной цепочки – транспортных и нефтеперерабатывающих компаний.

Основой этого был обмен пакетами акций между участниками мультипликативной цепочки. Мультипликативные эффекты применялись для того, чтобы определить, какой объем дивидендов следует платить каждой компании и какую долю пакета акций передавать для того, чтобы максимизировать прибыль, генерируемую мультипликативной цепочкой [7].

Применим полученное уравнение (10) для расчета значений мультипликаторов инвестиций региональных экономик.

Расчет региональных мультипликаторов инвестиций

Для расчета значений региональных мультипликаторов инвестиций необходимо определить величину пво. Ее значение определяется по уравнению (2), составляющие которого предлагается определить исходя из данных региональной статистики по регрессионным моделям вида

$$y = b \times x, \quad (11)$$

где x – величина валового регионального дохода;

y – соответственно параметру уравнения (2), региональный объем потребительских расходов, инвестиций в основной капитал, поступления налогов в бюджетную систему РФ из экономики региона;

b – составляющая уравнения (2), либо акселератор инвестиций.

Для расчета значения регионального мультипликатора инвестиций выбраны два региона. Так как уравнение (10) может быть использовано в рамках расчетов для экономики любого региона, то критерий отбора регионов в рамках данной статьи чрезвычайно далек от экономического – это схожесть названий данных регионов.

Рассчитаем величину мультипликатора инвестиций по уравнению (10) для Новгородской области и Нижегородской области.

Источник данных для расчета показан в таблице 1. Выборочное представление данных обусловлено их большим объемом.

На основании данных таблицы 1, подвергшихся дефилированию и сглаживанию сезонной составляющей, рассчитаем компоненты уравнения (2), используя эконометрическую модель вида (11).

Для Новгородской области получен ряд следующих эконометрических моделей:

$$П = (1 - 0,39048) \times x, \quad (12)$$

где $П$ – объем потребительских расходов в экономике анализируемого региона;

$$Н = 0,12398 \times x, \quad (13)$$

где $Н$ – объем поступлений в налоговую систему из экономики анализируемого региона;

$$И = 0,24768 \times x, \quad (14)$$

где $И$ – объем инвестиций в основной капитал в экономике анализируемого региона.

Коэффициенты значимости полученных регрессионных уравнений представлены в таблице 2.

На основании полученных в уравнениях (12) – (14) данных по ранее полученному уравнению (10) рассчитаем значение величины мультипликатора инвестиций, учитывающего структуру процесса распространения мультипликативного эффекта, для экономики Новгородской области ($M_{\text{НОВ}}$):

$$M_{\text{НОВ}} = 1 / [(1 - (1 - 0,51446) \times 0,24768 / 0,51446) \times 0,51446] = 2,5368, \quad (15)$$

где $0,51446 = 0,39048 + 0,12398$.

Проведем аналогичный анализ для экономики Нижегородской области. Для этого региона получен ряд следующих эконометрических моделей:

$$П = (1 - 0,29636) \times x, \quad (16)$$

$$Н = 0,18937 \times x, \quad (17)$$

$$И = 0,24601 \times x. \quad (18)$$

Таблица 1. Исходные данные для моделирования (выборочно)
 Table 1. Initial data for modeling (optional)

Новгородская область <i>Novgorod region</i>	2005	2007	2010	2012	2013	2015	2017	2018	2019	2020	2021
Численность населения, тыс. человек <i>Population, thousand people</i>	665,6	652,2	632,8	625,9	622,4	615,7	606,5	600,3	596,5	592,4	586,1
ВРП, млрд руб. <i>GFR, billion rubles</i>	63,85	86,67	127,41	170,61	178,82	234,08	256,17	259,26	273,81	280,19	342,07
Инвестиции в основной капитал, млрд руб. <i>Investments in fixed assets, billion rubles.</i>	14,00	23,92	39,45	45,00	53,06	69,34	70,83	61,53	49,83	47,75	43,33
Потребительские расходы, тыс. руб./чел. в мес. <i>Consumer expenses thousand rubles/person per month</i>	3,90	6,10	10,85	14,22	17,20	21,73	22,11	22,34	23,37	22,81	25,71
Поступления в бюджетную систему Российской Федерации, млрд руб. <i>Revenues to the budget system of the Russian Federation, billion rubles</i>	9,68	11,25	17,14	21,80	21,86	22,40	26,17	27,83	32,30	31,88	48,05
Индекс потребительских цен, % <i>Consumer price index, %</i>	110,3	111,7	109,3	106,7	106,7	112,6	102,4	104,9	102,5	105,6	107,4

Окончание табл. 1

Нижегородская область <i>Nizhny Novgorod region</i>	2005	2007	2010	2012	2013	2015	2017	2018	2019	2020	2021
Численность населения, тыс. человек <i>Population, thousand people</i>	3414,3	3362,8	3307,6	3289,8	3281,5	3260,3	3234,8	3214,6	3203	3176,5	3144,2
ВРП, млрд руб. <i>GRP, billion rubles</i>	299,72	473,31	652,81	842,20	925,18	1104,64	1387,92	1502,16	1617,17	1586,64	1888,12
Инвестиции в основной капитал, млрд руб. <i>Investments in fixed assets, billion rubles</i>	64,59	133,19	192,07	257,45	280,88	235,07	245,27	259,39	295,25	370,87	385,63
Потребительские расходы тыс. руб./чел. в мес. <i>Consumer expenses thousand rubles/person per month</i>	4,33	7,33	11,54	16,11	19,95	21,63	24,24	26,01	27,80	26,30	31,07
Поступления в бюджетную систему Российской Федера- ции, млрд руб. <i>Revenues to the budget system of the Russian Federation, billion rubles</i>	57,44	98,51	107,59	164,25	168,45	200,06	276,23	279,29	288,74	335,88	425,31
Индекс потребительских цен, % <i>Consumer price index, %</i>	111,9	116,1	109,9	106,9	106,9	112,2	103,1	104,7	103	105,8	108,1

Источник: составлено авторами по данным [10].

Таблица 2. Коэффициенты значимости уравнений (12) – (14)

Table 2. Significance coefficients of equations (12) – (14)

Уравнение <i>The equation</i>	Значимость регрессионных уравнений / <i>Regression equation significance</i>					
	R-квадрат <i>R-square</i>	Нормированный R-квадрат <i>Normalized R-squared</i>	Значимость F <i>Significance F</i>	Стандартная ошибка b <i>Standard error b</i>	t-статистика <i>t-statistic</i>	P-значение <i>P-value</i>
(12)	0,9983	0,9316	5,24E-21	0,0065	93,9448	3,38E-22
(13)	0,9963	0,9297	1,15E-18	0,0019	63,8471	1,09E-19
(14)	0,9907	0,924	8,04E-16	0,0062	39,9015	1,21E-16

Коэффициенты значимости полученных регрессионных уравнений представлены в таблице 3.

Аналогично предыдущему расчету рассчитаем значение мультипликатора инвестиций, учитывающее структуру процесса распространения мультипликативного эффекта, для Нижегородской области ($M_{\text{ниж}}$):

$$\begin{aligned}
 M_{\text{ниж}} = & 1 / [(1 - (1 - 0,48573) \times \\
 & \times 0,24601 / 0,48573) \times \\
 & \times 0,48573] = 2,7838,
 \end{aligned}
 \tag{19}$$

где $0,48573 = 0,29636 + 0,18937$.

Отметим, что различие между полученными значениями мультипликаторов для анализируемых регионов составляет 9,74%. При этом существующие работы фиксируют достаточно разнообразные различия в значениях мультипликаторов, в частности для разных отраслей экономики. Так, в работе [9] рассчитанная величина

на мультипликатора валового выпуска для отрасли «добыча полезных ископаемых» составила 2,352. Тогда как величина данного показателя для отрасли «производство пищевых продуктов, напитков, табачных изделий» составила 3,262. Разница между этими значениями составляет 38,69%. При этом, согласно работе [9], величина мультипликатора для отрасли «производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях» составила 2,421. Разница между значением мультипликатора отрасли «добыча полезных ископаемых» и мультипликатором отрасли «производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях» составляет 2,93%.

Таким образом, различия между значениями мультипликаторов разных отраслей и, как следствие, мультипликаторами разных регионов являются достаточно вариabельными.

Таблица 3. Коэффициенты значимости уравнений (16) – (18)

Table 3. Significance coefficients of equations (16) – (18)

Уравнение <i>The equation</i>	Значимость регрессионных уравнений / <i>Regression equation significance</i>					
	R-квадрат <i>R-square</i>	Нормированный R-квадрат <i>Normalized R-squared</i>	Значимость F <i>Significance F</i>	Стандартная ошибка b <i>Standard error b</i>	t-статистика <i>t-statistic</i>	P-значение <i>P-value</i>
(16)	0,9929	0,9215	1,47E-15	0,0159	44,2229	1,93E-16
(17)	0,9981	0,9267	2,79E-19	0,0022	85,6658	1,9E-20
(18)	0,9501	0,8786	4,85E-10	0,0151	16,3225	1,66E-10

Заключение

В результате представленных выше расчетов установлено, что значение мультипликатора инвестиций экономики Нижегородской области (2,7838) выше значения аналогичного показателя экономики Новгородской области (2,5368). Во многом это обусловлено разной структурой экономики анализируемых регионов. Рассмотрим структуру объемов отгруженной продукции, выполненных работ, оказанных услуг в рамках анализируемых экономик в 2021 г. (табл. 4).

Из данных таблицы 4 видно, что доля сложного промышленного производства (производство машин, транспортных средств и оборудования) в экономике Нижегородской области (28,3%) в 10 раз превышает аналогичный показатель Новгородской области (2,8%). Превышение наблюдается и по доле производства электро-, электронного и оптического оборудования. Несопоставима и доля более простого промышленного производства (металлургическое, готовых металлических изделий) – в экономике Нижегородской области в анализируемый период времени его доля составила 21,6%, тогда как в экономике Новгородской области – 5,3%.

Таким образом, экономика Нижегородской области обладает более ярко выраженным по сравнению с экономикой Новгородской области промышленным ядром. Более сложные производства генерируют более длинные мультипликативные цепочки, что определяет более высокие значения мультипликатора инвестиций для промышленно более развитых экономик.

Тем не менее разница между рассчитанными значениями мультипликатора Нижегородской и Новгородской областей невелика, что обусловлено наличием в структуре экономики Новгородской области значительной доли производства химических веществ и продуктов, лекарственных

средств и материалов (46,2%). Однако такая высокая доля свидетельствует о меньшей степени диверсификации Новгородской экономики по сравнению с Нижегородской.

Представленные расчеты региональных мультипликаторов получены по уравнениям, основанным на описании внутренних этапов процесса распространения мультипликативного эффекта. Такое вычленение составляющих этого процесса позволит воздействовать на его внутренние параметры, управляя значением регионального мультипликатора инвестиций. В свою очередь, сравнение структуры региональных экономик и рассчитанных значений региональных мультипликаторов инвестиций позволяет определить основное направление влияния на величину мультипликатора путем изменения структуры экономики региона. Это направление – формирование промышленного ядра при сохранении высокой степени диверсификации региональной экономики.

Полученные результаты позволяют определить целенаправленное управленческое воздействие на величину мультипликатора инвестиций региональной экономики в качестве перспективного подхода к управлению формированием ресурсного потенциала региона и обеспечению конкурентоспособности региональной экономики за счет управленческого инвестиционного воздействия на ее структуру.

Отметим, что полученные результаты являются базой для проведения дальнейших, достаточно широких исследований. В частности, перспективными являются следующие направления исследований в анализируемой области:

1. Исследование влияния на формирование ресурсного потенциала региона через воздействие изменения доступности, мобильности ресурсов на величину региональных мультипликативных эффектов.

Таблица 4. Структура отгруженной продукции, выполненных работ, оказанных услуг анализируемыми региональными экономиками, 2021 г. (%)

Table 4. Structure of shipped products, work performed, services provided by the analyzed regional economies, 2021 (%)

Производство <i>Production</i>	Нижегородская область <i>Nizhny Novgorod region</i>	Новгородская область <i>Novgorod region</i>
Пищевых продуктов, напитков, табачных изделий <i>Food products, drinks, tobacco products</i>	11,5	13,5
Текстильное и швейное; кожи и изделий из кожи <i>Textile and clothing; leather and leather products</i>	1,1	0,6
Изделий из дерева, кроме мебели, обработка древесины <i>Wood products, except furniture, wood processing</i>	1,7	10,8
Бумаги и бумажных изделий; полиграфия, копирование носителей информации <i>Paper and paper products; printing, copying media</i>	3,7	6,6
Кокса и нефтепродуктов; резиновых и пластмассовых изделий <i>Coke and petroleum products; rubber and plastic products</i>	7	1,1
Химических веществ и продуктов, лекарственных средств и материалов <i>Chemicals and products, medicines and medical materials</i>	12,7	46,2
Прочей неметаллической минеральной продукции <i>Other non-metallic mineral products</i>	3,1	4,4
Металлургическое; готовых металлических изделий, кроме машин и оборудования <i>Metallurgical; finished metal products, except machinery and equipment</i>	21,6	5,3
Электро-, электронного и оптического оборудования <i>Electrical, electronic and optical equipment</i>	6,3	4,0
Машин, транспортных средств и оборудования <i>Machines, vehicles and equipment</i>	28,3	2,8
Прочие виды обрабатывающих производств, включая производство мебели и ремонт машин <i>Other types of manufacturing industries, including furniture production and machine repair</i>	3	4,7

Источник: составлено авторами по данным [10].

2. В рамках цифровизации экономики перспективным является исследование влияния копируемости продукции на мультипликативные эффекты. В частности, создание дополнительного экземпляра

цифровой книги требует обычной операции копирования без привлечения масштабного объема ресурсов и, как следствие, без генерации масштабных мультипликативных эффектов. Тогда как производство допол-

нительной аналоговой единицы продукции (например, еще одной книги) требует дополнительного производства бумаги, чернил, ниток, кожи для переплета. Это формирует более масштабные, чем в рамках цифровой экономики, мультипликативные эффекты.

3. Немаловажным направлением является исследование влияния институциональной составляющей современной экономики на величину мультипликатора. В частности, влияния этой составляющей на возможность присвоения ресурсов и готовой продукции.

Список литературы

1. Баранов А. О., Гореев А. В. Анализ мультипликативных эффектов инвестиций в динамической межотраслевой модели // Проблемы прогнозирования. 2022. № 6 (195). С. 156–170. DOI: 10.47711/0868-6351-195-156-170.
2. Дубровский В. В. Основные ресурсные потенциалы и их роль в устойчивом экономическом развитии инновационной деятельности // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2013. № 5. С. 268–271.
3. Иванова А. С. Факторы эффективного использования ресурсного потенциала региона // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 7–4. С. 33–37.
4. Ксенофонтов М. Ю., Широв А. А., Ползиков Д. А., Янговский А. А. Оценка мультипликативных эффектов в российской экономике на основе таблиц «затраты-выпуск» // Проблемы прогнозирования. 2018. № 2 (167). С. 3–13.
5. Лемдяева Л. А. Ресурсный потенциал региона и подходы к его оценке (на материалах Сахалинской области) // Управление экономическими системами. 2010. № 2 (22). С. 130–137.
6. Ломовцева О. А. Совокупный ресурсный потенциал региона: методология определения и измерения // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2012. № 1 (120). С. 61–67.
7. Мид Д. Перемены в добыче и использовании природного газа: последствия для США // ЭКО. 2014. № 3. С. 55–68.
8. Пархименко В. А. Оценка межотраслевых мультипликативных эффектов, вызываемых экспортными шоками // Белорусский экономический журнал. 2021. № 3. С. 40–57. DOI: 10.46782/1818-4510-2021-3-40-57.
9. Пономарев Ю. Ю., Евдокимов Д. Ю. Оценка расширенных мультипликативных социально-экономических эффектов на основе модели межотраслевого баланса // Экономическое развитие России. 2020. № 7 (27). С. 30–45.
10. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации // Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13205> (дата обращения: 29.01.2024).
11. Реймерс Н. Ф. Природопользование. Словарь-справочник. – М.: Мысль, 1990. – 637 с.
12. Смагин Б. И. Методики оценки ресурсного потенциала в аграрном производстве // Достижения науки и техники АПК. 2013. № 2. С. 43–45.
13. Храмова Т. Г., Храмова О. О. Тенденции развития потенциала регионального потребительского рынка // Вестник НГУЭУ. 2019. № 2. С. 162–174. DOI: 10.34020/2073-6495-2019-2-162-174.
14. Якушкина Т. А. Роль оценки ресурсного потенциала в развитии региона // Вестник Брянского государственного университета. 2012. № 3. С. 308–312.
15. Hall R. E. By how much does GDP rise if the government buys more output? // Brookings Papers on Economic Activity. 2009. Vol. 40 (2). P. 183–250. DOI: 10.1353/eca.0.0069.
16. Ramey V. A. Can government purchases stimulate the economy? // Journal of Economic Literature. 2011. Vol. 49. No. 3. P. 673–685. DOI: 10.2307/23071726.
17. Reyes F. A., Mendoza M. A. M. Demand-driven and supply-sided input–output models // Journal of Quantitative Economics. 2021. Vol. 19. No. 2. P. 251–267. DOI: 10.1007/S40953-020-00229-5.

Сведения об авторах

Еремин Владимир Владимирович, ORCID 0000-0002-2144-3543, канд. экон. наук, ведущий научный сотрудник, Институт экономической политики и проблем экономической безопасности, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия, villy9@rambler.ru

Никитская Елена Федоровна, ORCID 0000-0001-5660-2471, докт. экон. наук, доцент, профессор кафедры национальной и региональной экономики, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова. Москва, Россия, elena-nikitskaya@yandex.ru

Поддержка исследований

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансовому университету.

Статья поступила 24.02.2024, рассмотрена 11.03.2024, принята 22.03.2024

References

1. Baranov A. O., Goreev A. V. Analysis of the multiplier effects produced by investment in a dynamic input–output model. *Problemy prognozirovaniya*=Studies on Russian Economic Development, 2022, no.6(195), pp.156-170 (in Russian). DOI: 10.47711/0868-6351-195-156-170.
2. Dubrovsky V. V. The main resource potentials and their role in the sustainable economic development of innovation. *Biznes v zakone*=Business in Law, 2013, no.5, pp.268-271 (in Russian).
3. Ivanova A. S. *Faktory jeffektivnogo ispol'zovaniya resursnogo potentsiala regiona* [Factors of effective use of the resource potential of the region]. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk*, 2016, no.7-4, pp.33-37.
4. Ksenofontov M. Yu., Shirov A. A., Polzikov D. A., Yantovskii A. A. Assessing multiplier effects in the Russian economy: Input–output approach. *Problemy prognozirovaniya*=Studies on Russian Economic Development, 2018, no.2(167), pp.3-13 (in Russian).
5. Lemdyayeva L. A. *Resursnyy potentsial regiona i podhody k ego ocenke (na materialakh Sahalinskoy oblasti)* [Resource potential of the region and approaches to its assessment (based on materials from the Sakhalin region)]. *Upravlenie jekonomicheskimi sistemami*, 2010, no.2(22), pp.130-137.
6. Lomovtseva O. A. *Sovokupnyy resursnyy potentsial regiona: metodologiya opredeleniya i izmereniya* [The total resource potential of the region: the methodology identifying and measuring]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Jekonomika. Informatika*, 2012, no.1(120), pp.61-67.
7. Meade D. S. Changes in natural gas supply and use: implications for U.S. *EKO*=ECO, 2014, no.3, pp.55-68 (in Russian).
8. Parkhimenka V. A. Assessment of input-output multiplicative effects caused by export shocks. *Belorusskiy jekonomicheskiy zhurnal*=Belarusian Economic Journal, 2021, no.3, pp.40-57 (in Russian). DOI: 10.46782/1818-4510-2021-3-40-57.
9. Ponomarev Yu. Yu., Evdokimov D. Yu. Assessment of extended multiplicative socio-economic effects on the basis of input-output balance model. *Jekonomicheskoe razvitie Rossii*=Russia Economic Developments, 2020, no.7(27), pp.30-45 (in Russian).
10. *Regiony Rossii. Osnovnye kharakteristiki sub"ektov Rossiiskoi Federatsii* [Regions of Russia. Main characteristics of the constituent entities of the Russian Federation]. *Rosstat*. Available at: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13205> (accessed 29.01.2024).
11. Reimers N. F. *Prirodopol'zovanie. Slovar'-spravochnik* [Nature management. Dictionary-reference book]. Moscow, Mysl' Publ., 1990, 637 p.

12. Smagin B. I. *Metodiki ocenki resursnogo potenciala v agrarnom proizvodstve* [Methods for assessing resource potential in agricultural production]. *Dostizheniya nauki i tekhniki APK*=Achievements of Science and Technology of AIC, 2013, no.2, pp.43-45.
13. Khramtsova T. G., Khramtsova O. O. Trends of potential regional consumer market development. *Vestnik NGUEU*=*Vestnik NSUEM*, 2019, no.2, pp.162-174 (in Russian). DOI: 10.34020/2073-6495-2019-2-162-174.
14. Yakushkina T. A. Formation of regional resource management system. *Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2012, no.3, pp.308-312 (in Russian).
15. Hall R. E. By how much does GDP rise if the government buys more output? *Brookings Papers on Economic Activity*, 2009, vol.40(2), pp.183-250. DOI: 10.1353/eca.0.0069.
16. Ramey V. A. Can government purchases stimulate the economy? *Journal of Economic Literature*, 2011, vol.49, no.3, pp.673-685. DOI: 10.2307/23071726.
17. Reyes F. A., Mendoza M. A. M. Demand-driven and supply-sided input-output models // *Journal of Quantitative Economics*, 2021, no.19, no.2, pp.251-267. DOI: 10.1007/S40953-020-00229-5.

About the authors

Vladimir V. Eremin, ORCID 0000-0002-2144-3543, Cand. Sci. (Econ.), Leading Researcher, Institute of Economic Policy and Problems of Economic Security, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, villy9@rambler.ru

Elena F. Nikitskaya, ORCID 0000-0001-5660-2471, Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, Professor at National and Regional Economics Department, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia, elena-nikitskaya@yandex.ru

Research Support

The article was prepared based on the results of research carried out at the expense of budgetary funds on a state order to the Financial University.

Received 24.02.2024, reviewed 11.03.2024, accepted 22.03.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-67-82

Моделирование как инструмент эффективной экономической политики землепользования Московской агломерации

А. Р. Калинин¹, А. С. Радьков^{1,2*}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

² Экспертный совет по строительству, промышленности строительных материалов и проблемам долевого строительства при Комитете Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, Москва, Россия

* radkow.a.s@gmail.com

Аннотация. До настоящего времени в вопросах землепользования преобладали стохастические модели взаимодействия двух/трех игроков. В большинстве случаев принимался во внимание только результат расчета прибыльности конкретного проекта, связанного с вопросами землепользования. Однако зачастую подобные изыскания находились в логическом и экономическом отрыве от иных видов финансово-хозяйственной деятельности, прямо или косвенно затрагивающих вопросы землепользования. Данные обстоятельства обуславливают научную актуальность и практическую значимость исследований. Еще больше актуальность возрастает в условиях интенсивного применения механизма комплексного развития территорий. Целью настоящей статьи является аналитический обзор российских и зарубежных практик решения конфликтных ситуаций, возникающих в процессе принятия решений по реализации государством экономической политики развития системы землепользования. В статье предложено внести и теоретизировать понятия «универсальный игрок», «составной-результатирующий игрок», «неявный игрок с рыночным характером взаимодействия» и «неявный игрок с нерыночным характером взаимодействия», «темпы стратегического взаимодействия». Показано, что данные понятия в научной литературе в дальнейшем могут упростить описание всех игровых моделей конкурентных стратегий землепользования. Представлен широкий обзор потенциальных комбинаций взаимодействия игроков. Обосновано применение метода теоретико-игрового анализа.

Ключевые слова: Московская агломерация, землепользование, управление, Москва, Московская область, экономическая ситуация, финансово-экономическая политика, рента, охранные зоны, экономическое развитие региона, формирование механизмов устойчивого развития экономики, повышение инновационно-инвестиционного потенциала

Для цитирования: Калинин А. Р., Радьков А. С. Моделирование как инструмент эффективной экономической политики землепользования Московской агломерации // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 3. С. 67–82. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-67-82

Modeling as a Tool for Effective Economic Land Use Policy in the Moscow Agglomeration

A. Kalinin¹, A. Radkov^{1,2*}

¹ Synergy University, Moscow, Russia

² Expert Council on Construction, Building Materials Industry and Problems of Shared Construction under the Committee of the State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation, Moscow, Russia

* radkov.a.s@gmail.com

Abstract. Until now, stochastic models of interaction between two/three players have prevailed in land use issues. In most cases, only the result of calculating the profitability of a specific project related to land use issues was taken into account. However, often such research was in logical and economic isolation from other types of financial and economic activities that directly or indirectly affected land use issues. These circumstances determine the scientific relevance and practical significance of the research. The relevance increases even more in the context of intensive use of the mechanism for integrated development of territories. The purpose of this article is an analytical review of Russian and foreign practices in resolving conflict situations that arise in the decision-making process regarding the state's implementation of economic policy for the development of the land use system. The article proposes to introduce and theorize the concepts: "universal player", "composite-resulting player", "implicit player with a market nature of interaction" and "implicit player with a non-market nature of interaction", "pace of strategic interaction", it is shown that these concepts are in scientific literature in the future may act as a key simplification of all models of competitive land use strategies. A broad overview of potential player interaction combinations is presented. The use of the game-theoretic analysis method is justified.

Keywords: Moscow agglomeration, land use, management, Moscow, Moscow region, economic situation, financial and economic policy, rent, protected zones, economic development of the region, formation of mechanisms for sustainable economic development, increasing innovation and investment potential

For citation: Kalinin A., Radkov A. Modeling as a Tool for Effective Economic Land Use Policy in the Moscow Agglomeration. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.3, pp.67-82 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-67-82

Введение

Землепользование Московской агломерации (далее – МА) – элемент финансово-экономической политики комплексного развития региона и стратегический ресурс пополнения бюджета налоговыми отчислениями и сборами. Земельный капитал – основа экономико-финансового механизма извлечения прибыли (ренды).

Актуальность поставленной авторами научно практической задачи обусловлена недостаточной изученностью финансово-

экономической политики развития системы землепользования МА.

В основной массе научной литературы фокус внимания исследователей смещен в сторону развития агропромышленного комплекса [25] и систем налогообложения и иных обязательных платежей за пользование земельными ресурсами, а также вопросов кадастрирования [12]. Отдельное внимание научного сообщества уделяется исключительно практическому использованию земель агломераций, что включает в себя градостроительство и урбанистику [27].

Единого мнения о критериях эффективности использования городских земель и земель агломераций до настоящего времени не сформировано.

Авторами предлагается использовать показатели Парето-эффективности, полученные с помощью применения аппарата теории игр, в качестве обоснования поддержки принятия эффективных решений в сфере оптимального землепользования, которые могут быть доступны путем сопоставления различных комбинаций конкурентных стратегий игроков.

Конкретные значения показателей в разрезе их изменения на фоне ухудшения значений иных показателей подлежат анализу при помощи игровых матриц. Предполагается, что игровые ситуации землепользования – антагонизмы, и поскольку земля – конечный ресурс, то никакое сотрудничество игрокам не выгодно. Каждый игрок сам за себя и любыми способами пытается отвоевать необходимый ему земельный участок, экономические споры землепользования практически непримиримы.

Однако зачастую совместный результат землепользования, выраженный в таких понятиях, как «общественное благо» или «поиск путей эффективности», когда изменение конкретных стратегий каждого игрока может только усугубить положение остальных игроков, не в полной мере подлежит исследованию. Критерий Паретто-эффективности, как механизм поиска оптимальных решений, представляется наиболее подходящим для анализа финансово-экономической политики развития системы землепользования МА.

Актуальность статьи заключается в том, что до настоящего времени теоретико-игровое моделирование стратегического взаимодействия участников (игроков) земельного рынка изучено не в полной мере. Опубликованные в настоящее время научные статьи не в полной мере освещают данное направление.

Информационный пробел темы применения аппарата теории игр в вопросах землепользования заключается в том, что в советский период теоретико-игровому мышлению в экономике уделялось недостаточное внимание.

Цель статьи – представление теоретико-игрового метода моделирования конфликтных ситуаций землепользования как инструмента эффективной финансово-экономической политики развития системы землепользования.

Задачи статьи – изучение существующих подходов к вопросу решения конфликтных ситуаций землепользования и выработка эффективного механизма их разрешения.

Гипотезой исследования является предположение о том, что вопросы землепользования агломераций в долгосрочной перспективе будут представлять значительный научный и практический интерес [26]. В настоящее время вопросы распределения земельных ресурсов агломераций, мегаполисов и крупных городов изучены не в полной мере, что позволяет предположить возможность возникновения негативных явлений на рынке земельных ресурсов.

Исследование и проверка авторской гипотезы в теоретическом отношении будут опираться на теоретико-игровое моделирование конфликтных ситуаций землепользования.

Объект исследования – экономическая политика развития системы землепользования МА, предмет – теоретико-игровое моделирование конфликтов землепользования.

Методы, применяемые в статье: анализ, наблюдение, сравнение, дедукция, теоретико-игровое моделирование.

Практическая и теоретическая значимость – освещение вопросов применения теоретико-игрового подхода к вопросам землепользования как ранее изученным не в полном объеме, формирование стимула к продолжению научных изысканий и внесение своего научного вклада.

Обзор литературы

Вопросам агломерирования отечественными учеными уделено достаточно внимания (табл. 1). Работы указанных авторов в полной мере охватывают проблематику агломерирования и землепользования [1, 2, 4, 22], но вместе с тем наличествуют пробелы, коллизии и дискуссионные моменты [3].

При освещении вопросов агломерирования максимальный упор делается на социальные, транспортные, экологические, миграционные, правовые факторы. Экономические факторы агломерирования рассматриваются в научной литературе по остаточному принципу.

В вопросах землепользования ситуация усугубляется отсутствием достаточного количества теоретических и практических работ оценки использования земельных ресурсов [5] и выработки согласованной экономической политики управления городскими агломерациями. Достаточно много внимания уделено градостроительной деятельности [13], а оценка землепользования в полной мере проработана только в отношении земель сельскохозяйственного назначения. Многие авторы в вопросах землепользования в качестве основного элемента землепользования видят правовой режим земельных участков, экономическая оценка которых ими не учитывается.

По мнению авторов, вопросы агломерирования и финансово-экономической политики развития системы землепользования агломераций следует рассматривать с точки зрения теоретико-игровых моделей математического аппарата теории игр [15, 18, 21, 24, 29]. Так, с помощью аппарата теории игр возможно не только описать уже сложившиеся, но и динамические процессы [11] в агломерациях, а также составить соответствующий прогноз [10]. Универсальность теоретико-игровых моделей позволяет найти наиболее приемлемое ре-

шение сложнейших финансово-экономических вопросов [20].

Стратегическое взаимодействие игроков

В качестве базиса городских агломераций выступает земля, рассматриваемая в статье как чистое общественное благо, фактор производства, ресурс, товар длительного пользования. Регулирование государством использования общественных благ сопряжено с проблемой безбилетника или фрирайдерства. Государство (правительство) и иные игроки выступают здесь в качестве агентов хозяйствования и потенциальных инвесторов. Следует заметить, что землепользование оказывает влияние на несколько рынков одновременно, формируя мультирыночный эффект, а государство является главным монополистом товаров длительного пользования. Государственная стратегия землепользования будет иметь существенные отличия от стратегий иных игроков землепользователей, тем самым порождая игровой конфликт.

В развитии данного направления следует упомянуть формирование соответствующего континуума землепользователей (покупателей, инвесторов и т. д.), имеющих различные оценки ежегодного использования земли (рис. 1) как товара, поскольку финансово-хозяйственная деятельность таких игроков проходит как минимум два временных периода. Оценка стоимости земли у таких игроков изначально агрегируется обратной функцией спроса (рис. 2), график функции которого имеет отрицательный наклон.

С точки зрения монополиста-государства продажа земли (конкретного земельного участка) означает установление для него единственной цены на бесконечное время. Однако при этом цена земли как экономического фактора не отражает ее относительную редкость и не играет никакой роли в максимизации прибыли, поскольку издержки на ее содержание равны нулю [19, 28].

Таблица 1. Обзор литературы

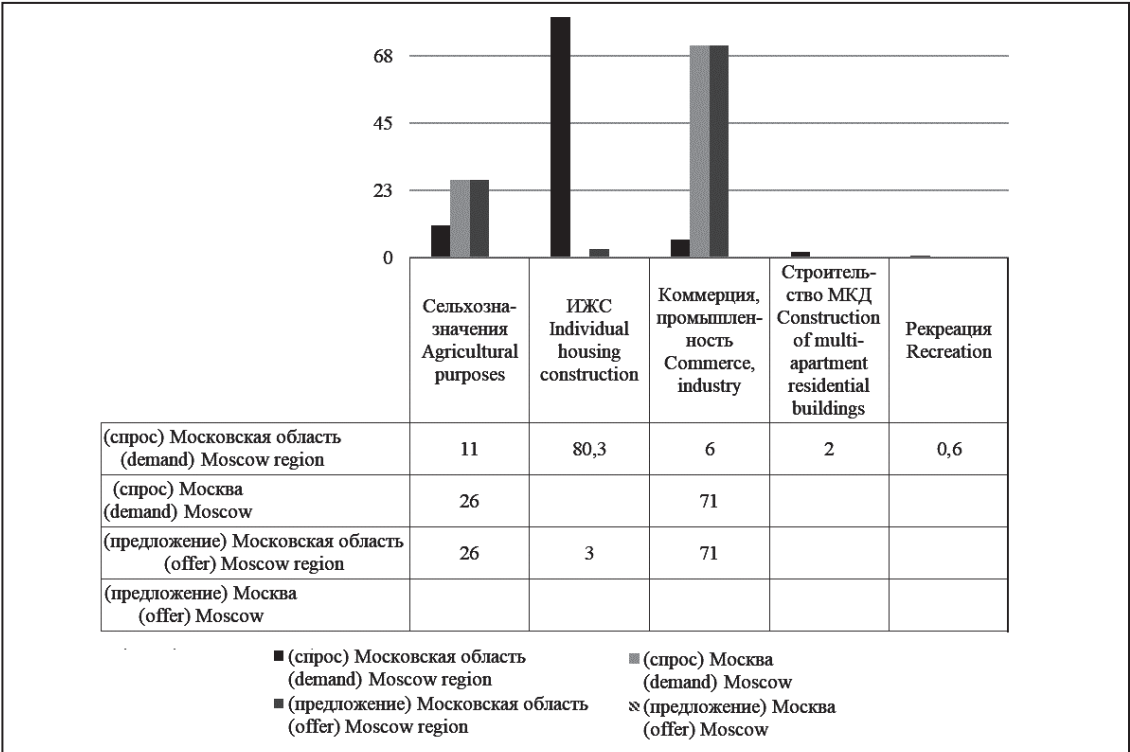
Table 1. Literature review

Научные направления <i>Scientific directions</i>	Представители научного сообщества <i>Representatives of the scientific community</i>
Крупные локальные центры МА	Г. М. Лаппо
Использование подземного пространства в городах	А. Р. Калинин [8]
Межпоселенческие обменные потоки МА	Ю. В. Медведков
Анализ недельной системы расселения во внешней зоне МА	Н. В. Петров, Е. А. Лычагина
Основные черты развития урбанизационных процессов МА	А. Г. Махрова, А. А. Трифонов
Делимитация границ МА	А. Г. Махрова, Р. А. Бабкин
Пространственные тенденции социально-экономического развития МА	А. Г. Махрова
Урбанизация МА	О. Ю. Голубчиков
Субурбанизация МА	И. Браде, А. Г. Махрова, Т. Г. Нефедова, А. И. Трейвиш
Стадии и трансформационные процессы расселения в МА	А. Г. Махрова
Городская система расселения МА	Н. Н. Ноздрина
Проблемы земельных отношений в зарубежных странах	А. Тюрго, Ф. Кенэ, У. Петти, А. Смит, Д. Рикардо, К. Родбертус, К. Маркс, А. Маршалл.
Проблемы земельных отношений в России в досоветский период	И. В. Посошков, А. Н. Радищев, Н. Г. Чернышевский, В. И. Богданова, А. П. Столыпин, А. И. Чупров. Продолжили и укрепили научный опыт А. В. Чаянов, Н. Д. Кондратьев, Н. П. Макаров, С. Г. Струмилин
Проблемы земельных отношений в России в современный период в условиях рыночной экономики	В. Ф. Башмачников, И. Н. Буздалов, А. Е. Булатов, В. Ф. Бондарев, С. Н. Волков, Р. С. Гайсина, Р. Р. Гумерова, В. А. Добрынина, В. Н. Хлыстун
Землепользование МА как эффективный инструмент управления экономикой региона	А. Р. Калинин, А. С. Радьков [7]
Проблемы цифровизации регионального землепользования	А. Р. Калинин, А. С. Радьков [9, 14]
Проблемы земельных отношений в зарубежных странах в современный период в условиях рыночной экономики	Р. Коуз, А. Оноре, О. Уильямсон
Теоретико-игровое формулирование конфликтных ситуаций, которое может быть применено к решению конфликтных задач землепользования, и нахождение рациональных решений	Дж. Нэш, Т. Шеллинг, также развивалось отечественными учеными И. А. Вателем, Н. С. Кукушиным, И. Ф. Ерошко, А. Ф. Кононенко, И. А. Кузнецовой
Отдельные вопросы максимизации выигрышей игроков-агентов	Г. фон Штакельберг, Ю. Б. Гермейер
Развитие иерархических игр с доброжелательностью	М. А. Горелов
Модели иерархической организации сетей населенных пунктов	П. Хаггет
Математические теоретико-игровые модели	Л. А. Петросян [16]



Рис. 1. Категории земель (ЗФП) и распределение предложения категорий земель с учетом их стоимости

Fig. 1. Categories of land (LFP) and distribution of supply of land categories, taking into account their cost



Источник: составлено авторами на основе материалов Restate.ru.
URL: <https://msk.restate.ru/graph/mo/ceny-prodazhi-zemli/>

Рис. 2. Спрос на земельные участки МА, в %

Fig. 2. Demand for MA land plots, in %

Из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что формально может иметь место игровая конфликтная ситуация землепользования, игроками которой выступает государство и иное ограниченное число игроков-землепользователей (покупателей, инвесторов и т. д.).

Игровые ситуации землепользования (экономико-математические и финансово-экономические модели землепользования) предусматривают участие в конфликтных ситуациях трех и более участников-игроков (табл. 2).

При внешней схожести с дискретной антагонистической динамической игрой «трех дуэлянтов», сформулированной в 1946 году в виде математической загадки [32], и введенным М. Шубриком термином «трузль» [31], выражающим соперничество трех игроков, игра землепользования имеет ряд существенных отличий.

Экономико-математические и финансово-экономические модели землепользования (игровые ситуации) предусматривают для участников различные цели и стратегии, выгоды и выигрыш игроков несопоставимы, неравноценны, однако для теоретически возможного неявного игрока существенны. Тем самым выигрыш первого игрока не равен выигрышу второго игрока, но

по отдельности или (и) в сумме меньше или равно выигрышу третьего и последующего игрока.

Возникающие конфликтные ситуации землепользования МА предполагается рассматривать с использованием аппарата иерархических игр, где участники игры неравноправны, а исследование проводится с точки зрения управляющего игрока, обладающего большим объемом информации о конкретной игровой ситуации.

Наиболее общие характеристики и стратегии игроков в вопросах землепользования для удобства изображены на рисунке 3 и сведены в таблицу 3.

На примере таблицы 3 можно проследить, что не все стратегии одинаково полезны для игроков. Так, например:

- Государство + Инвестор = деиндустриализация.
- Государство + АС = пространственно-территориальный базис.
- Государство + АС + Инвестор = общественный сектор.
- Государство + Бизнес + Инвестор = комплексная реновация.
- Бизнес + Инвестор = хаотичная реновация.
- Государство + Бизнес + АС = государственно-частное партнерство.

Таблица 2. Матрица «Разделение земельных ресурсов»

Table 2. Matrix "Division of land resources"

Стратегии / Strategies Игроки / Players	Городское строительство City building	Сельское хозяйство Agriculture	Охрана природы Protection of nature
Государство State	+2; -1	-1; +1	-2; +2
Агломерационный социум (АС) Agglomeration society (AS)	-2; +1	+1; -1	+2; -2
Бизнес Business	+1; -2	-2; +2	+1; -1
Инвестор Investor	-1; +2	+2; -2	-1; +1

Примечание: матрица представлена в упрощенном виде, более подробное описание стратегий игроков и методика определения выигрышей представляют отдельную научную статью и публикуются отдельно.

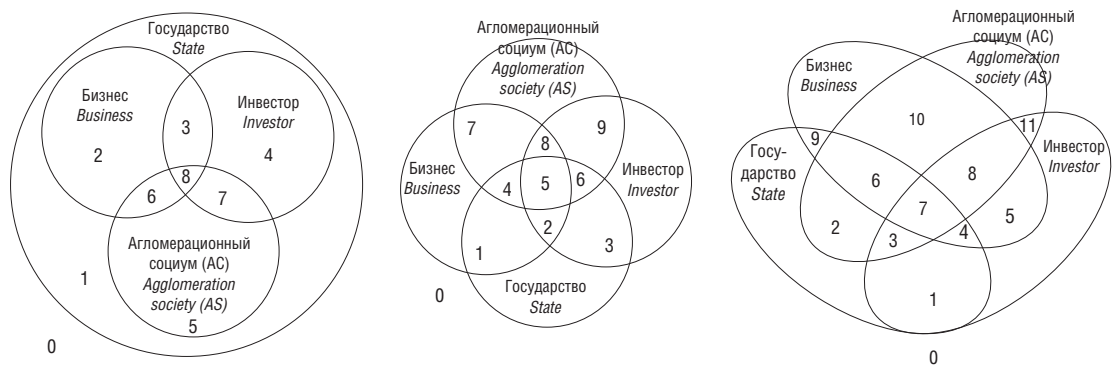


Рис. 3. Стратегическое взаимодействие участников землепользования в агломерациях
Fig. 3. Strategic interaction between land use participants in agglomerations

Таблица 3. Вариативность стратегий игроков
Table 3. Variability of player strategies

№ No.	Стратегия Strategy	№ No.	Стратегия Strategy	№ No.	Стратегия Strategy
0	Не взаимодействовать	0	Не взаимодействовать	0	Не взаимодействовать
1	Государство для само- го себя	1	Государство + Бизнес	1	Государство + Инвестор
2	Государство + Бизнес	2	Государство + Бизнес + + Инвестор	2	Государство + АС
3	Бизнес + Инвестор	3	Государство + Инвестор	3	Государство + АС + Инвестор
4	Государство + Инвестор	4	Государство + Бизнес + + АС	4	Государство + Бизнес + + Инвестор
5	Государство + АС	5	Коалиция всех игроков	5	Бизнес + Инвестор
6	Государство + АС + + Бизнес	6	Государство + Инвестор + + АС	6	Государство + АС + Бизнес
7	Государство + Инвестор + + АС	7	Бизнес + АС	7	Коалиция всех игроков
8	Коалиция всех игроков	8	Бизнес + АС + Инвестор	8	Бизнес + АС + Инвестор
		9	Инвестор + АС	9	Государство + Бизнес
				10	Бизнес + АС
				11	Инвестор + АС

- Коалиция = оптимум.
- Бизнес + АС + Инвестор = опережающее потребление.
- Государство + Бизнес = реновация.
- Бизнес + АС = экономическая активность.
- Инвестор + АС = диффузия прав собственности [6].

Участники антагонистических игр землепользования

Обобщая социально-экономическую систему МА, можно выделить четыре самостоятельные, но взаимосвязанные подсистемы:

1. Территориально-административная подсистема с управляющим контуром.

2. Агломерационный социум.

3. Градообразующая сфера из инфраструктуры и экономических агентов (разделенных на внешнее и внутреннее потребление), занятых в материальном производстве, торговле, финансах и иных посреднических сферах.

4. Социальная инфраструктура МА (театры, музеи, больницы, школы, университеты, коммунальные службы, охранные структуры и иное нематериальное производство социальных благ и обязанностей в интересах социума).

Описанные исходные данные о количестве игроков и их потенциальные комбинации взаимодействия носят громоздкий характер и не всегда удобны для оценок и построения логических цепочек разложения игроков на конкретные сегменты (дедуктивный метод).

Сокращая число игроков и используя модельные представления их стратегий как составные и результирующие, исследователи намеренно сокращали количество комбинаций стратегического взаимодействия игроков и рассматривали только базовые и результирующие. Тем самым развитие данного направления по причине упрощения и формализации задачи построения финансово-экономической и математической модели землепользования МА до настоящего времени разработано в недостаточном объеме.

Теоретизация понятий

В целях дальнейшей разработки финансово-экономической модели Парето-равновесия землепользования, основанной на аппарате теории игр, предлагается внести и теоретизировать понятия «универсальный игрок», «составной-результирующий игрок», «неявный игрок с рыночным характером взаимодействия» и «неявный игрок с нерыночным характером взаимодействия», «темпы стратегического взаимодействия», поскольку данные понятия до

настоящего времени не изучены и важны для выстраивания дальнейших алгоритмов и одновременно выступают ключевым упрощением всех моделей конкурентных стратегий землепользования.

Универсальный игрок – формальный участник конфликтной ситуации в теории игр с участием трех и более игроков (финансово-экономической модели землепользования с участием трех и более игроков), которому характерны все без исключения стратегии землепользования конкретной игровой ситуации, максимизирующие для него алгебраическую сумму экономических преимуществ, которая, однако, не оказывает влияния на его собственные финансово-экономические интересы (все действия и бездействия других игроков – благо для универсального игрока).

Составной-результирующий игрок – одно из подмножеств множества универсальных игроков, страта, члены (игроки) которой объединены общими экономическими, социальными и т. д. интересами и придерживаются обобщенной и приемлемой для данного подмножества (страты, игроков) стратегии экономического поведения.

Неявный игрок с рыночным характером взаимодействия – участник конфликтной ситуации в теории игр (финансово-экономической модели землепользования с участием трех и более игроков), мнение которого сводится к приверженности выработанным на конкретном рынке обычаям и традициям, не нарушающий паритета конкурентности [17]. Заинтересованность такого игрока – максимизация совокупной прибыли.

В отличие от участника олигополюсного рынка, такой игрок не является приверженцем кооперативных и некооперативных стратегий, он выступает за теоретическую возможность своего и чужого бесконечного выбора стратегий, экономическое саморегулирование без сговора и картеля (сговор игроков и картель, применительно к теории игр в достаточной степени изучены

российскими и зарубежными учеными и не являются темой этого исследования).

Экономическое поведение игрока с рыночным характером взаимодействия не является картелем или сговором, оно направлено на максимизацию чистого баланса удовлетворения как его потребностей, так и всех членов социума. В данном случае речь идет о рациональной максимизации удовлетворения системы экономических непротиворечивых желаний.

Можно утверждать, что такой игрок – игрок множественных личностей, ранжирующих согласно критериям, предлагаемым неявным игроком с нерыночным характером взаимодействия, систему своих экономических желаний, которая является отправной точкой для перераспределения имеющихся у них экономических средств и принятия решения о темпах реализации той или иной стратегии экономического поведения.

Неявный игрок с нерыночным характером взаимодействия – участник конфликтной ситуации в теории игр (финансово-экономической модели землепользования с участием трех и более игроков), устанавливающий правила игры, влияющий на мнения остальных участников игры, имеющий в своем распоряжении аппараты принуждения и поощрения в зависимости от поведения игроков.

Этот тип участников игровых стратегий землепользования обладает максимальным объемом вполне достоверной информации об участниках игр: знает их приверженность совершению определенных действий при определенных обстоятельствах, их экономические интересы, цепочки экономических связей, в теоретическом аспекте может моделировать альтернативные варианты поведения игроков, формировать экономические приоритеты игроков.

Сходство между неявным игроком с рыночным характером взаимодействия и неявным игроком с нерыночным характером взаимодействия в том, что желание обо-

их – максимизировать прибыль при наиболее рациональном распределении ограниченных средств.

Отличие их в том, что одна из функций неявного игрока с нерыночным характером взаимодействия – распределить равным образом между игроками максимальное количество экономических выгод.

Для описания экономической деятельности и игровой стратегии неявного игрока с рыночным характером взаимодействия характерна кривая безразличия Фрэнсиса Эджуорта и Вильфредо Парето (в том числе принимая во внимание принцип оптимальности), а для неявного игрока с нерыночным характером взаимодействия – изокванта.

В случае недопущения этими игроками нарушения первичных договоренностей относительно своих стратегий можно говорить о компромиссных и предсказуемых стратегиях этих игроков.

Скоординированное неявным игроком с нерыночным характером взаимодействия поведение неявного игрока с рыночным характером взаимодействия есть не что иное, как по Бентаму – «координация искусственного отождествления интересов», по Смитту – «невидимая рука рынка», а в совокупности – рациональная экономическая политика (землепользования), при которой экономические выгоды и неравенства обоюдно или (и) по отдельности выгодны всем и не дают экономических преимуществ каждому. Можно утверждать, что между этими игроками при условии соблюдения договоренностей установлено равновесие по Нэшу.

Детали очередности распределения между этими игроками экономических выгод могут быть рассмотрены в рамках отдельной научной статьи – изучения экономических неравенств и применения критериев максимина (правило выбора в теории игр и игровых стратегий с неполной информацией).

Каждый из названных игроков имеет свои стратегии, которые могут одновременно и конфликтовать, и находиться в согла-

сованности между собой. При этом каждая из стратегий игроков обладает своим уникальным темпом стратегического взаимодействия, не изученным в науке.

Темп стратегического взаимодействия – способность игрока корректировать в пространстве и времени динамичность реализации своей стратегии игрового поведения (в экономико-математическом механизме землепользования по аналогии со сходимостью и расхождением интеграла).

Так, темпы стратегического взаимодействия имеют двусторонний характер: либо опережающие (динамичные), либо осознанно замедленные в случае понимания, что конкурирующая стратегия содержит уязвимости, недостатки, а возможно, сама по себе ошибочна в неких важных аспектах (например, «стратегия адвоката» – прийти на судебный процесс, когда сторона обвинения сделает все свои тактические и стратегические ошибки).

Научные школы по изучению теории игр до настоящего времени рассматривали игровые ситуации между составным-результатирующим игроком и неявным игроком с нерыночным характером взаимодействия (равновесие по Нэшу в чистом виде в игре двух игроков) либо конфликтные ситуации только между составными-результатирующими игроками («ядерное сдерживание» Т. Шеллинга [30], «трехсторонняя дуэль»). При этом, следуя постулату о том, что если у игрока есть хотя бы одна сильная стратегия, то ее надо выбирать не задумываясь, упускался из научного анализа результат выбора такой стратегии для иных игроков, ведь совсем не обязательно, что выбор и стратегия одного игрока окажет положительное влияние на другого игрока: положительный исход игрока А может быть губительным для игрока Б и т. д.

В таком случае можно говорить о существовании специфических игровых закономерностей, а некоторые равновесия относить и понимать как стохастические меха-

низмы и аттракторы (составные-результатирующие игроки – компактные подмножества универсального игрока). При этом сущность игры сводится к минимизации вероятности проигрыша для всех игроков, поскольку применение одним из них своей сильной стратегии без учета интересов всех оппонентов может обернуться коллапсом.

Закономерность зависимости эффективности стратегии от количества учитываемых факторов можно выразить в следующих вариантах:

1. В виде функции $E = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$, где E – эффективность стратегии, $(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$ – факторы, учитываемые игроками при выборе стратегии. Функция f , в зависимости от конкретной игры и условий игры, может быть представлена в виде математических (не)линейных, стохастических и других моделей.

2. В виде линейной комбинации факторов. Так, при условии наличия N -факторов, учитываемых игроками при выборе ими игровой стратегии, зависимость приобретает вид: $S = w_1 f_1 + w_2 f_2 + \dots + w_N f_N$, где S – выбранная стратегия, f_1, f_2, f_N – значения факторов, w_1, w_2, w_N – веса, соответствующие каждому фактору.

3. Статистические модели анализа теоретико-игровых зависимостей (машинное обучение, регрессивный анализ, классификация или нейронные сети). Популярным подходом выступает логистическая регрессия, в которой определение веса факторов осуществляется путем обучения модели полученным историческим статистическим данным с известными парными наблюдениями факторов и выбранными стратегиями.

4. Использование метода построения дерева игры и матрицы выигрышей (минимакс и максимин, алгоритм Нэша).

5. Использование теории вероятностей (байесовское равновесие). Игроки-агенты эволюционируют и адаптируются к изменяющимся условиям игры (эволюционные алгоритмы и генетическое программирование).

Для дальнейших исследований применения аппарата теории игр в финансово-экономических моделях землепользования необходимо ранжирование результатов всех вариантов игровых стратегий согласно изначально заданным критериям полезности предполагаемых результатов конца игры. При этом сумма вычисленных баллов или коэффициентов должна превалировать и иметь решающее значение.

Возникает потребность ранжирования: 1. Игроков. 2. Их продуктов. 3. Их сфер деятельности. 4. Стратегий. 5. Результатов их стратегий.

При этом вначале необходимо задать вполне определенный критерий финансово-экономической выгоды участников игры, поставленных во вполне определенные условия (землепользования) (элемент экономической политики): чего нужно достигнуть, за какое время и в течение какого периода времени этот результат должен сохраняться.

Заключение

Результаты научного исследования можно рассматривать как перспективное на-

правление применения теоретико-игровых моделей к вопросам землепользования. Из этого можно сделать вывод о том, что в дальнейших исследованиях следует более тщательно и углубленно рассмотреть потенциальные последствия применения описанного в статье подхода.

Города и агломерации Российской Федерации с каждым годом увеличиваются в количестве и укрупняются. По прогнозам отдельных ученых, в скором времени в городах будет проживать более 70% населения государства. Эти и многие другие вопросы играют существенную роль в формировании направления экономической политики развития системы землепользования, от которого в большей степени будет зависеть будущее городов и агломераций и их экономическое положение.

Справедливое и эффективное распределение земельных ресурсов городов и агломераций между игроками – участниками земельного рынка [23] позволит извлекать из земельных участков большую добавленную стоимость, что благоприятно скажется на экономическом климате конкретной территории.

Список литературы

1. *Авеков В. В.* Актуальные вопросы управления собственностью субъекта Федерации: монография. – М.: Маросейка, 2010. – 283 с.
2. Актуальные проблемы землеустройства, кадастра и природообустройства: материалы II международной научно-практической конференции факультета землеустройства и кадастров ВГАУ (30 апреля 2020 г.) / под общ. ред. Е. Ю. Колбневой; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Департамент научно-технологической политики и образования, Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I. – Воронеж: Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I, 2020. – 459 с.
3. *Боков А.* Агломерации: мнимое и реальное // Проект Байкал. 2019. Т. 16. № 61. С. 42–49. DOI: 10.7480/projectbaikal.61.1499.
4. *Гетьман В. Г.* Методология и зарубежная практика учета инвестиционной собственности. – М.: Русайнс, 2014. – 124 с.
5. *Жигалова Н. Е., Сорокин А. Н.* Земельный производственный потенциал: сущность, оценка, эффективность использования: монография. – Н. Новгород: Дятловы горы, 2017. – 269 с.
6. *Иноземцев В. Л.* Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Логос, 2000. – 304 с.
7. *Калинин А. Р., Радьков А. С.* Землепользование московской агломерации как перспективный механизм управления экономикой региона // Вестник Академии. 2022. № 4. С. 81–86. DOI: 10.51409/v.a.2022.12.04.010.

8. Калинин А. Р. Основные формы и виды экономического стимулирования освоения городского подземного пространства // Горный информационно-аналитический бюллетень. 2005. № 10. С. 110–112.
9. Калинин А. Р., Радьков А. С. Перспективы цифровизации регионального землепользования. – В кн.: Новые вызовы и направления развития российской экономики и финансов корпораций в современных экономических условиях. – М.: Университет «Синергия», 2023. – 256 с.
10. Кривелевич М. Е. Административно-налоговые режимы на Дальнем Востоке: взаимодействие инвесторов и государства // Пространственная экономика. 2021. Т. 17. № 2. С. 16–33. DOI: 10.14530/se.2021.2.016-033.
11. Крутов Н. М., Новикова Н. М. Теоретико-игровой анализ многоуровневых динамических ИСУ. – М.: ВЦ АН СССР, 1989. – 58 с.
12. Кулешов В. А., Репин С. С. Земельный кадастр и баланс интересов участников земельного рынка // Известия высших учебных заведений. Геодезия и аэрофотосъемка. 2004. № 6. С. 149–162.
13. Лимонов Л. Э. Крупный город: регулирование территориального развития и инвестиционные стратегии / науч. ред. О. П. Литовка; Российская акад. наук, Ин-т проблем региональной экономики, Международный центр социально-экономических исследований «Леонтьевский центр». – М.: Наука, 2004. – 269 с.
14. Новые вызовы и направления развития российской экономики и финансов корпораций в современных экономических условиях / под ред. И. В. Косоруковой. – М.: Университет «Синергия», 2023. – 256 с.
15. Парфенова М. Д., Кувицкий А. С., Мицель А. А. Теория игр в моногородах // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований: Материалы III Всероссийской национальной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых (Комсомольск-на-Амуре, 6–10 апреля 2020 г.): в 3 ч. Ч. 2 / редкол.: Э. А. Дмитриев (отв. ред.) [и др.]. – Комсомольск-на-Амуре: Комсомольский-на-Амуре государственный университет, 2020. С. 351–354.
16. Петросян Л., Зенкевич Н., Шевкопляс Е. Теория игр. – 2-е изд. – СПб.: БХВ-Петербург, 2012. – 432 с.
17. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 456 с.
18. Прохорова О. Н., Пчелин В. Ю. Некоторые аспекты применения теории игр в институциональной экономике // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2015. № 1 (146). С. 95–101.
19. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции. – М.: Прогресс, 1986. – 471 с.
20. Ролз Дж. Теория справедливости: пер. с англ. / науч. ред. и предисл. В. В. Целищева. – 2-е изд. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. – 536 с.
21. Сиддигов И. Х., Порубай О. В., Лазарева М. В., Абдулхамидов А. А. У. Тенденции развития интеллектуальных систем при принятии управленческих решений в Узбекистане // Universum: технические науки. 2020. № 2-1 (71). С. 10–13.
22. Сулин М. А., Павлов В. И. Производительный потенциал земельного участка и его экономическая оценка: учеб. пособие / М-во общ. и проф. образования РФ; С.-Петерб. гос. гор. ин-т им. Г. В. Плеханова (техн. ун-т). – СПб., 1998. – 37 с.
23. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: Теория организации промышленности: пер. с англ. – СПб.: Экономическая школа, 1996. – XLII+745 с.
24. Турков С. Л. Национальная концепция устойчивого развития России // ИнтерКарто. ИнтерГИС. 2018. Т. 24. № 1. С. 30–43. DOI: 10.24057/2414-9179-2018-1-24-30-43.
25. Уварова Е. Л. Методика и технология дистрибутивного зонирования территории как инструмента сохранения производительного потенциала земель: монография / Министерство

сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – СПб.: СПбГАУ, 2022. – 170 с.

26. *Фишмен Т.* Китай Inc. Восход сверхмощного глобального конкурента: пер. с англ. – М.: Эксмо, 2007. – 443, [3] с. (Библиотека эксперта).
27. *Форрестер Дж.* Динамика развития города [Текст] / пер. с англ. М. Г. Орловой; под ред. Ю. П. Иванилова [и др.]; предисл. Ю. К. Козлова. – М.: Прогресс, 1974. – 285 с.
28. *Чемберлин Э.* Теория монополистической конкуренции: Реориентация теории стоимости. – М.: Экономика, 1996. – 349 с.
29. *Шай Оз.* Организация отраслевых рынков: теория и ее применение / пер. с англ. Н. В. Шиловой; под науч. ред. М. И. Левина. – М.: Изд. дом Высшей шк. экономики, 2014. – 502, [1] с. (Переводные учебники ВШЭ).
30. *Шеллинг Т. К.* Микромотивы и макроповедение / пер. с англ. И. Кушнаревой. – М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2016. – 334, [1] с.
31. *Game Theory and Related Approaches to Social Behavior* / ed. by M. Shubik. – New York: John Wiley & Sons, 1964. – 390 p.
32. *Kinnaid C.* Encyclopedia of Puzzles and Pastimes. – New York: Grosset and Dunlap, Inc., 1946. – 431 p.

Сведения об авторах

Калинин Александр Ростиславович, ORCID 0000-0002-1966-5497, докт. экон. наук, профессор кафедры оценочной деятельности и корпоративных финансов, Университет «Синергия», Москва, Россия, kalinal@yandex.ru

Радков Александр Сергеевич, ORCID 0009-0009-0853-8597, аспирант, кафедра оценочной деятельности и корпоративных финансов, Университет «Синергия»; член Экспертного совета по строительству, промышленности строительных материалов и проблемам долевого строительства при Комитете Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, Москва, Россия, radkow.a.s@gmail.com

Статья поступила 02.02.2024, рассмотрена 15.02.2024, принята 01.03.2024

References

1. *Avekov V. V. Aktual'nye voprosy upravleniya sobstvennost'yu sub"ekta Federatsii: monografiya* [Topical issues of property management of a subject of the Federation: monograph]. Moscow, Maroseika Publ., 2010, 283 p.
2. *Aktual'nye problemy zemleustroistva, kadastra i prirodoobustroistva: materialy II mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii fakul'teta zemleustroistva i kadastr VGAI (30 aprelya 2020 g.)* [Current problems of land management, cadastre and environmental management: materials of the II international scientific and practical conference of the Faculty of Land Management and Cadastre of Voronezh State Agrarian University (April 30, 2020)]. Ed. by E. Yu. Kolbneva; Ministry of Agriculture of the Russian Federation, Department of Scientific and Technological Policy and Education, Voronezh State Agrarian University named after Emperor Peter I. Voronezh, Voronezh State Agrarian University named after Emperor Peter I, 2020, 459 p.
3. *Bokov A.* Agglomerations: the imaginary and the real. *Proekt Baikal*=Project Baikal, 2019, vol.16, no.61, pp.42-49 (in Russian). DOI: 10.7480/projectbaikal.61.1499.
4. *Getman V. G. Metodologiya i zarubezhnaya praktika ucheta investitsionnoi sobstvennosti* [Methodology and foreign practice of accounting for investment property]. Moscow, Rusains Publ., 2014, 124 p.
5. *Zhigalova N. E., Sorokin A. N. Zemel'nyi proizvodstvennyi potentsial: sushchnost', otsenka, effektivnost' ispol'zovaniya: monografiya* [Land production potential: essence, assessment, efficiency of use: monograph]. N. Novgorod, Dyatlovyy gory Publ., 2017, 269 p.

6. Inozemtsev V. L. *Sovremennoe postindustrial'noe obshchestvo: priroda, protivorechiya, perspektivy: ucheb. posobie dlya studentov vuzov* [Modern post-industrial society: nature, contradictions, prospects: textbook for university students]. Moscow, Logos Publ., 2000, 304 p.
7. Kalinin A. R., Radkov A. S. Land use of the Moscow agglomeration as a promising mechanism for managing the regional economy. *Vestnik Akademii*, 2022, no.4, pp.81-86 (in Russian). DOI: 10.51409/v.a.2022.12.04.010.
8. Kalinin A. R. *Osnovnye formy i vidy ekonomicheskogo stimulirovaniya osvoeniya gorodskogo podzemnogo prostranstva* [Main forms and types of economic stimulation of the development of urban underground space]. *Gornyi informatsionno-analiticheskii byulleten'*, 2005, no.10, pp.110-112.
9. Kalinin A. R., Radkov A. S. *Perspektivy tsifrovizatsii regional'nogo zemlepol'zovaniya* [Prospects for digitalization of regional land use]. *Novye vyzovy i napravleniya razvitiya rossiiskoi ekonomiki i finansov korporatsii v sovremennykh ekonomicheskikh usloviyakh* [New challenges and directions for the development of the Russian economy and corporate finance in modern economic conditions]. Moscow, Synergy University, 2023, 256 p.
10. Krivelevich M. E. Administrative and tax regimes in the Russian Far East: cooperation between investors and the state. *Prostranstvennaya ekonomika*=Spatial Economics, 2021, vol.17, no.2, pp.16-33 (in Russian). DOI: 10.14530/se.2021.2.016-033.
11. Krutov N. M., Novikova N. M. *Teoretiko-igrovoi analiz mnogourovnevnykh dinamicheskikh ISU* [Game-theoretic analysis of multi-level dynamic IMS]. Moscow, VTs AN SSSR Publ., 1989, 58 p.
12. Kuleshov V. A., Repin S. S. *Zemel'nyi kadastr i balans interesov uchastnikov zemel'nogo rynka* [Land cadastre and balance of interests of land market participants]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedenii. Geodeziya i aerofotos'emka*, 2004, no.6, pp.149-162.
13. Limonov L. E. *Krupnyi gorod: regulirovanie territorial'nogo razvitiya i investitsionnye strategii* [Large city: regulation of territorial development and investment strategies]. Sci. ed. O. P. Litovka; Russian Academician Sciences, Institute for Problems of Regional Economics, International Center for Socio-Economic Research "Leontief Center". Moscow, Nauka Publ., 2004, 269 p.
14. *Novye vyzovy i napravleniya razvitiya rossiiskoi ekonomiki i finansov korporatsii v sovremennykh ekonomicheskikh usloviyakh* [New Challenges and Directions for the Development of the Russian Economy and Corporate Finance in the Modern Economic Environment]. Ed. by I. V. Kosorukova. Moscow, Synergy University, 2023, 256 p.
15. Parfenova M. D., Kuvitsky A. S., Mitsel A. A. Game theory in single-industry towns. *Molodezh' i nauka: aktual'nye problemy fundamental'nykh i prikladnykh issledovaniy: Materialy III Vserossiiskoi natsional'noi nauchnoi konferentsii studentov, aspirantov i molodykh uchenykh (Komsomol'sk-na-Amure, 6–10 aprelya 2020 g.): v 3 ch. Ch. 2* [Youth and science: current problems of fundamental and applied research: Materials of the III All-Russian National Scientific Conference of Students, graduate students and young scientists (Komsomolsk-on-Amur, April 06–10, 2020): in 3 parts. Part 2]. Editorial board: E. A. Dmitriev (responsible ed.) [et al.]. Komsomolsk-on-Amur, Komsomolsk-on-Amur State University, 2020, pp.351-354 (in Russian).
16. Petrosyan L., Zenkevich N., Shevkoplyas E. *Teoriya igr* [Game theory]. 2nd edition. St. Petersburg, BKhV-Peterburg Publ., 2012, 432 p.
17. Porter M. *Konkurentnaya strategiya: metodika analiza otraslei i konkurentov* [Competitive strategy: a methodology for analyzing industries and competitors]. Moscow, Al'pina Publisher Publ., 2020, 456 p.
18. Prokhorova O. N., Pchelin V. Yu. Some aspects of game theory application in institutional economics. *Uchenye zapiski Petrozavodskogo gosudarstvennogo universiteta*=Proceedings of Petrozavodsk State University, 2015, no.1(146), pp.95-101 (in Russian).
19. Robinson J. *Ekonomicheskaya teoriya nesovershennoi konkurentsii* [Economic theory of imperfect competition]. Moscow, Progress Publ., 1986, 471 p.
20. Rawls J. *Teoriya spravedlivosti* [Theory of justice]. Transl. from English. Scientific ed. and preface V. V. Tselishcheva. 2nd. edition. Moscow, Izdatel'stvo LKI Publ., 2010, 536 p.

21. Siddikov I. Kh., Porubay O. V., Lazareva M. V., Abdulkhamidov A. A. U. *Tendentsii razvitiya intellektual'nykh sistem pri prinyatii upravlencheskikh reshenii v Uzbekistane* [Trends in the development of intelligent systems in making management decisions in Uzbekistan]. *Universum: tekhnicheskie nauki*, 2020, no.2-1(71), pp.10-13.
22. Sulin M. A., Pavlov V. I. *Proizvoditel'nyi potentsial zemel'nogo uchastka i ego ekonomicheskaya otsenka: ucheb. posobie* [Productive potential of a land plot and its economic assessment: Textbook]. Ministry of General and Prof. Education of the Russian Federation, St. Petersburg State Mountains Institute named after G. V. Plekhanov (Technical University). St. Petersburg, 1998, 37 p.
23. Tirol J. *Rynki i rynochnaya vlast': Teoriya organizatsii promyshlennosti* [Markets and market power: Theory of industrial organization]. Transl. from English. St. Petersburg, *Ekonomicheskaya shkola* Publ., 1996, XLII+745 p.
24. Turkov S. L. National concept of sustainable development for Russia. *InterKarto. InterGIS=InterCarto. InterGIS*, 2018, vol.24, no.1, pp.30-43 (in Russian). DOI: 10.24057/2414-9179-2018-1-24-30-43.
25. Uvarova E. L. *Metodika i tekhnologiya distributivnogo zonirovaniya territorii kak instrumenta sokhraneniya proizvoditel'nogo potentsiala zemel': monografiya* [Methodology and technology of distributive zoning of territory as a tool for preserving the productive potential of land: monograph]. Ministry of Agriculture of the Russian Federation, St. Petersburg State Agrarian University. St. Petersburg, SPbGAU, 2022, 170 p.
26. Fishman T. *Kitai Inc. Voskhod sverkhmoshchnogo global'nogo konkurenta* [China Inc. The Rise of a Super-Powerful Global Competitor]. Transl. from English. Moscow, *Eksmo* Publ., 2007, 443, [3] p. (*Biblioteka eksperta*).
27. Forrester J. *Dinamika razvitiya goroda* [Dynamics of city development]. Transl. from English M. G. Orlova; ed. by Yu. P. Ivanilova [et al.]; preface Yu. K. Kozlova. Moscow, *Progress* Publ., 1974, 285 p.
28. Chamberlin E. *Teoriya monopolisticheskoi konkurentsii: Reorientatsiya teorii stoimosti* [Theory of monopolistic competition: Reorientation of the theory of value]. Moscow, *Ekonomika* Publ., 1996, 349 p.
29. Shai O. *Organizatsiya otraslevykh rynkov: teoriya i ee primeneniye* [Organization of industry markets: theory and its application]. Transl. from English N. V. Shilova; sci. ed. M. I. Levin. Moscow, Higher School Economics, 2014, 502, [1] p. (*Perevodnye uchebniki VShE*).
30. Schelling T. K. *Mikromotivy i makropovedeniye* [Micromotives and macrobehavior]. Transl. from English I. Kushnareva. Moscow, Gaidar Institute, 2016, 334, [1] p.
31. *Game Theory and Related Approaches to Social Behavior*. Ed. by M. Shubik. New York, John Wiley & Sons, 1964, 390 p.
32. Kinnaird C. *Encyclopedia of Puzzles and Pastimes*. New York, Grosset and Dunlap, Inc., 1946, 431 p.

About the authors

Alexander R. Kalinin, ORCID 0000-0002-1966-5497, Dr. Sci. (Econ.), Professor at Valuation Activities and Corporate Finance Department, Synergy University, Moscow, Russia, kalinal@yandex.ru

Alexander S. Radkov, ORCID 0009-0009-0853-8597, Postgraduate, Valuation Activities and Corporate Finance Department, Synergy University; Member of the Expert Council on Construction, Building Materials Industry and Problems of Shared Construction under the Committee of the State Duma of the Federal Assembly of the Russian Federation, Moscow, Russia, radkow.a.s@gmail.com

Received 02.02.2024, reviewed 15.02.2024, accepted 01.03.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-83-95

Роль и место компетенции личных продаж в стандарте профессионального предпринимательства

Ю. Г. Памухин^{1*}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* YuriGP@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена вопросу важности навыков личной продажи предпринимателя в процессе управления собственным бизнесом. В статье обосновывается сквозной характер компетенции личных продаж, то есть присутствие данных задач на всех стадиях жизненного цикла собственного бизнеса предпринимателя, и показана необходимость личного участия владельца бизнеса в широком спектре задач создания, ведения, развития, а также выхода из собственного бизнеса. Автор обращает внимание на особую роль личных продаж в кругу общих коммерческих функций собственного бизнеса, таких как маркетинг и сбыт, а также на отдельные конкретные стратегические задачи жизни бизнеса, в которых критично личное участие владельца в качестве лидера процесса личной продажи. Автор приводит определение и обращает внимание на неизбежность операций с ключевыми клиентами, то есть такие сделки, от которых существенным образом зависит успех или провал собственного бизнеса. Новизна статьи состоит в обосновании прямой корреляции двух тем, которые ранее никак не исследовались вместе и не рассматривались в существующей литературе. В статье анализируются функции профессионального предпринимательства совместно с навыками личных продаж как профессиональной деятельности. Отдельное внимание уделено применению метода пятиэтапной модели личных продаж, использование которой также может быть отнесено к числу сквозных компетенций предпринимателя. В статье предлагается к дискуссии тема введения теории и практики личных продаж в программу и практику обучения профессиональному предпринимательству.

Ключевые слова: собственный бизнес, профессиональные компетенции предпринимателя, личные продажи, ключевые клиенты, ключевые партнеры, пятиэтапная модель продаж

Для цитирования: Памухин Ю. Г. Роль и место компетенции личных продаж в стандарте профессионального предпринимательства // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 3. С. 83–95. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-83-95

The Role and Place of Personal Selling Competence in the Standard of Professional Entrepreneurship

Yu. Pamukhin^{1*}

¹ Synergy University, Moscow, Russia

* YuriGP@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the importance of an entrepreneur's personal selling skills in the process of managing his own business. The article substantiates the end-to-end nature of the competence of personal sales, i. e. the presence of these tasks at all stages of the life cycle of an entrepreneur's own business, and shows the need for the personal participation of the business owner in a wide range of tasks of creating, maintaining, developing, and exiting his own business. The author draws attention to the special role of personal selling in the range of general commercial functions of one's own business, such as marketing and sales, as well as to certain specific strategic tasks of business life, in which the personal participation of the owner as the leader of the personal selling process is critical. The author provides a definition and draws attention to the inevitability of transactions with key clients, such transactions on which the success or failure of one's own business significantly depends. The novelty of the article lies in the substantiation of the direct correlation of two topics that have not previously been studied together and have not been considered in the existing literature. The article focuses on analyzing the functions of professional entrepreneurship, together with the skills of personal selling as a professional activity. Special attention is paid to the application of the five-stage personal selling model method, the use of which can also be considered one of the cross-cutting competencies of an entrepreneur. The article proposes for discussion the topic of introducing the theory and practice of personal selling into the program and practice of teaching professional entrepreneurship.

Keywords: own business, professional competencies of an entrepreneur, personal selling, key clients, key partners, five-stage sales model

For citation: Pamukhin Yu. The Role and Place of Personal Selling Competence in the Standard of Professional Entrepreneurship. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.3, pp.83-95 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-83-95

Введение

В современной практике обучения профессиональному предпринимательству принято выделять четыре основные группы ключевых компетенций. Речь идет о значимых для профессии предпринимателя способностях вхождения (создания) в собственный бизнес, компетенции выполнения спектра текущих общих задач бизнеса, знания и способности развивать или трансформировать свой бизнес,

а также компетенция, связанная с умением предпринимателя правильно выходить или прекращать свое участие в собственном бизнесе [15, 16]. В состав каждой из этих групп компетенций, в свою очередь, входит множество отдельных, более конкретных и узких способностей решать различные задачи управления собственным бизнесом, что в своей совокупности и составляет программу обучения профессиональному предпринимательству [14, 15]. При этом можно выделить некоторые отдельные узкие ком-

петенции, имеющие сквозной характер для данной профессиональной программы, т.е. входящие в состав каждой из описанных выше четырех групп ключевых профессиональных компетенций. В данной статье речь будет идти об отдельной, более узкой, но, безусловно, профессионально необходимой предпринимательской компетенции, такой как способность предпринимателя вести личные продажи, достигать желаемых договоренностей коммерческого характера с третьими сторонами, при этом, как будет показано в данной статье, эту роль личных продаж владелец собственного бизнеса не может делегировать другим, а необходимым образом должен выполнять сам. Важно также отметить, что среди таких личных продаж часто оказываются события, которые принципиальным образом влияют на успех или провал всего бизнеса.

Продажи как профессию часто относят к группе видов деятельности, не требующих глубоких знаний бизнеса или серьезной программы обучения. Нередко можно встретить мнение, что работа хорошего продавца определяется главным образом его личными способностями и врожденными склонностями к продажам. Также для успеха торговой деятельности необходим серьезный опыт практической работы в продажах, опирающийся на знания спектра характеристик, потребительских выгод своего конкретного товара, портретов основных типов своей покупательской аудитории и отдельных навыков практической психологии. Поэтому работе в продажах, как правило, учат не в университетах на лекциях, а на разных самостоятельных групповых тренингах продолжительностью в несколько дней с завлекательными названиями типа «Как продать что угодно кому угодно!» [1, 2, 4, 8].

Следует также упомянуть вполне распространенный продуктовый подход в собственном бизнесе [3, 5], когда во главу угла ставится задача создания продукта, отве-

чающего насущным, «горящим» потребностям больших покупательских групп, которые сами создадут и будут поддерживать высокий рыночный спрос на такой товар. В подтверждение этой позиции приводят разные громкие истории из недавней практики бизнеса, такие, например, как успех знаменитого товара i-phone от не менее известной компании Apple. Созданию успешного бизнеса посредством формирования нового рынка покупателей с неудовлетворенными потребностями посвящены даже отдельные теории, такие, например, как «Стратегия голубого океана» [6], которая утверждает, что реальный и крупный успех любого бизнеса состоит в поиске или формировании существующих пространств неудовлетворенного спроса – «Голубого океана», т.е. пространства, свободного от конкуренции. В результате способности личных продаж владельца бизнеса отходят как бы на второй план или вовсе не рассматриваются как необходимый навык.

Все это, безусловно, верно, однако независимо от выбранной стратегии создания, ведения, развития или даже выхода из бизнеса, в карьере любого владельца собственного бизнеса неизбежно случаются отдельные события взаимоотношений с третьими сторонами, которые требуют личного участия собственника с его полномочиями и ответственностью за весь бизнес. Такими примерами могут быть отдельные сделки с особыми, ключевыми клиентами, не очень значительные по отдельности, но оказывающие влияние и даже определяющие будущее всего бизнеса. Другим примером необходимого критического участия собственника может стать заключение партнерского соглашения с другим бизнесом на эксклюзивных рыночных условиях. Выбор и заключение соглашения с правильным, подходящим для бизнеса партнером-инвестором на предстартовой стадии собственного бизнеса [3, 14] также представляет пример критически значимого события в жизни будущего

собственного бизнеса, а значит, требует личного участия предпринимателя.

Основным тезисом данной статьи выдвинуто утверждение абсолютной необходимости формирования компетенции личной продажи для любого профессионального предпринимателя, независимо от вида его хозяйственной деятельности, выбора отрасли и даже стадии жизненного цикла самого бизнеса. В статье утверждается и доказывается, что навык личных продаж предпринимателя требует не только практики и личного опыта, но и серьезной подготовки в области стратегического управления компанией, определенных знаний и умений в сочетании с другими профессиональными предпринимательскими компетенциями. В этой связи вопросу формирования компетенций личных продаж предлагается уделять особое внимание и выделять отдельное место в программе обучения профессиональному предпринимательству.

Методология

Исследования данной статьи опираются на метод системного анализа и системного подхода формирования решений [10, 18], а также на методологию пятиэтапной модели личных продаж [11, 12]. Применение методологии системного анализа требует рассматривать каждую отдельную ситуацию взаимодействия владельца собственного бизнеса с другими сторонами как ограниченную систему отдельных элементов, связанных друг с другом и взаимодействующих с определенной целью. Основная сложность использования метода системного подхода состоит в нахождении всех минимально необходимых элементов с объединением их в ограниченную совокупность или систему, с последующим построением взаимозависимости элементов друг с другом. Очевидно, что каждый отдельный случай исследования личной продажи имеет уникальный характер, поэтому

требует составления своей особой системы для исследования.

Методология пятиэтапной модели личных продаж достаточно широко распространена и описана во многих статьях, учебных изданиях, включая популярную литературу [4, 12, 13]. Основной особенностью данной модели оказывается требование соблюдать предлагаемую последовательность этапов личной продажи, без пропусков и нарушения порядка действий. Эффективность данной модели подтверждена многолетней практикой личных продаж на разных уровнях взаимодействий продавца с покупателем, в том или ином виде модель широко используется на тренингах и практических занятиях.

Обзор литературы

На основании исследования доступной литературы следует сделать вывод, что темы общих профессиональных компетенций предпринимателя и его участия в личных продажах не сильно связаны друг с другом. Вопросы продаж в предпринимательской деятельности обычно рассматриваются в кругу предпринимательских задач на стадии создания собственного бизнеса [3, 14]. При этом часто разделяют продажи сегмента ранних покупателей нового бизнеса, которых также называют раннеевангелистами [3], и последующий переход к продажам основной широкой целевой аудитории бизнеса. Во втором случае часто приводится инструмент воронки продаж, который позволяет составлять планы коммерческих задач и контролировать будущие входящие денежные потоки. Однако в обоих случаях речь идет не столько о личных продажах, сколько о построении системы сбыта товаров, ценностного предложения компании на основе маркетинговой стратегии бизнеса.

Если попытаться исследовать многочисленные публикации, посвященные личным продажам, следует признать, что большая

их часть посвящена именно самому процессу общения «продавец – покупатель», без явной связи с другими функциональными задачами собственного бизнеса предпринимателя, создающего свой новый бизнес. Целевой аудиторией таких публикаций оказываются, как правило, сотрудники новых отделов продаж, которых не совсем правильно называют менеджерами по продажам [11, 12]. Для этих пользователей публикуется множество изданий, содержащих отдельные советы продавцам, «фишки, которые работают», полезные сам по себе, но плохо связанные друг с другом. Здесь также отсутствует системная связь задач продаж с другими текущими задачами компании, предполагая, что эти остальные задачи должны быть решены в рамках других организационных управленческих задач, которым посвящены другие исследования. Результатом такого подхода оказывается разрыв в разных видах операционной деятельности бизнеса, что негативно сказывается на достижении стратегических целей компании. Такой подход к развитию личных продаж не имеет отношения к задачам владельца бизнеса как текущего плана, так и в условиях развития или трансформации собственного бизнеса.

Отдельно нужно упомянуть литературу, посвященную созданию систем продаж в виде выделенного структурного подразделения нового бизнеса, где в фокусе исследования находятся задачи подбора, отбора и даже развития продающих кадров компании с последующим управлением такой группой, отделом или департаментом внутри бизнес-структуры [2, 7]. В центре внимания таких проблем, которые тоже справедливо относят к категории задач продаж, находится создание оптимальной системы стимулирования отдельных продавцов и руководителей продуктовых или рыночных направлений собственного бизнеса. В большинстве первоисточников это направление получило название «управление отделами продаж»

[7], эта тема, безусловно, пользуется большим спросом у руководителей нового собственного бизнеса, которые часто проходят такие учебные тренинговые программы самостоятельно либо делегируют своих ближайших ответственных работников для усвоения навыков управления продажами.

Существует еще одна группа исследований, которые посвящены вопросам построения бизнес-отношений с наиболее значимыми клиентами собственного бизнеса, которых в литературе принято называть крупными, ключевыми, а иногда и стратегическими клиентами [13, 20]. По общему определению, к числу таких ключевых клиентов предлагают относить покупателей ценностных предложений трех категорий [5, 13, 17]:

- клиентов, формирующих большую часть входящего денежного потока собственного бизнеса (от 10% выручки и более);
- клиентов меньшего размера в общем портфеле покупателей, но, безусловно, претендующих на существенный рост бизнеса и способность превратиться в клиентов первой группы;
- клиентов реально значимых, определяющих имидж бизнеса на своем выбранном рынке в целом, независимо от объема текущего входящего денежного потока выручки от данного клиента.

Очевидно, что работа с каждым таким ключевым клиентом требует особых индивидуальных усилий опытного продавца, так как от успеха этих коммерческих отношений зависит состояние бизнеса в целом. В практике личных продаж такие продавцы, ведущие бизнес с ключевыми клиентами, получают должность аккаунт-менеджера либо менеджера по работе с ключевыми клиентами. Для успешной работы с такими клиентами от продавца требуются профессиональные компетенции совсем другого уровня, и участие владельца собственного бизнеса в процессе этих личных продаж оказывается объективно важным.

Коммерческие задачи собственного бизнеса и инструмент личных продаж

Деятельность продаж в составе других функциональных операций любого бизнеса обладает важной и уникальной особенностью: помимо затратной составляющей, свойственной любой отдельной функциональной компоненте бизнеса, продажи представляют основной доход в виде положительного операционного денежного потока. В этой связи эффективность продаж любого бизнеса – ключевая задача, от выполнения которой зависит как работа любого отдельного подразделения бизнеса, так и существование всего бизнеса в целом. В связи с этим важно отметить различие деятельности продаж и маркетинга, который представляет отдельное целостное и важное направление с целью создания системы сбыта товаров или услуг любого конкретного бизнеса. Подчеркнем, что сбыт по своему определению есть просто процесс передачи товара, ценности, производимой бизнесом, потребителям в обмен на деньги, без особого внимания к причинам, побуждающим конкретного потребителя сделать покупку. Система сбыта, в свою очередь, есть организация устойчивого бизнес-процесса поставок товаров потребителям, часто называемая системой монетизации бизнеса. Еще одно важное отличие процесса сбыта от процесса личных продаж состоит в том, что сбыт по определению не требует активных действий со стороны продавцов, покупатели принимают решение сами в результате правильно организованной стратегии маркетинга. Очевидно, что сбыт не предполагает уделять какое-либо особое внимание отдельно взятому покупателю или, как говорят продавцы, «сбыт не видит отдельного клиента» [4]. Очевидно, что создание системы сбыта или монетизации есть важнейшая задача для любого предпринимателя, владельца нового бизнеса, которая, однако, не требует от владельца его участия в личных продажах.

Иная ситуация возникает, когда спрос на ценностное предложение бизнеса у потенциального клиента еще не сформировался, когда есть конкретное лицо, платежеспособный клиент, еще не готовый платить за предлагаемую ценность. В этом случае появляется необходимость участия отдельного специалиста, задача которого – изменить представление покупателя о предложенной ценности и побудить его сделать покупку. Так формируется объективная потребность бизнеса в специалистах по личным продажам – людях, которые владеют навыками коммуникаций и способностями менять мировоззрение своих клиентов с целью сделать выбор в пользу продавца. Процесс коммуникаций продавца с покупателем в личных продажах сформировался достаточно давно и в отечественной литературе получил название «пятиэтапная модель», или «лестница продаж» [5, 11]. Наглядно эта методология представлена на рисунке 1.

Несмотря на кажущуюся очевидность этого инструмента, практическое применение в реальных ситуациях оказывается далеко не простым. Сложность использования пятиэтапной модели начинается с предварительного этапа – сбора и анализа информации о субъекте будущей продажи, потому что часто бывает невозможно сделать достоверную оценку позиции потенциального незнакомого клиента. В этом и состоит основная проблема выполнения первого этапа – получения согласия незнакомого человека, неочевидного покупателя, на контакт с продавцом, человеком с очевидной задачей совершить продажу.

В пятиэтапной модели личной продажи очень важна последовательность этапов, которая требует обязательного понимания покупательского портрета клиента, его желаний и «его боли», прежде чем начинать активную фазу личных продаж – представление своего ценностного предложения. В этом состоит вторая задача – перевести

**Рис. 1.** Пятиэтапная модель личных продаж**Fig. 1.** Five-stage personal selling model

общение с покупателем на него самого, на его личные, профессиональные проблемы, на его интересы и ценности, которыми люди редко делятся с незнакомцами по простой причине отсутствия личного доверия. Построение отношений доверия между сторонами есть важнейшая задача любых личных продаж [11, 12]. Признаком того, что между сторонами начинает формироваться доверие, становится четвертый этап, когда дискуссия приобретает характер диалога, который свидетельствует об изменении отношения клиента к предмету будущей покупки,

когда возникает активный интерес, проявляющийся в вопросах личного характера. Переход к предпоследнему этапу процесса личных продаж подтверждает, что продавец верно изложил в своей презентации достоинства и выгоды своего предложения для данного конкретного клиента. Отдельным и заключительным этапом модели личных продаж оказывается задача не просто согласия клиента на коммерческую сделку, но и принятие им своих обязательств покупки, таких, например, как оплата или иное материальное обязательство.

По шаблону пятиэтапной модели личных продаж работает большинство продавцов в салонах продаж дорогих или эксклюзивных товаров, такой же тактики придерживаются работники кол-центров, занятые в телемаркетинге [11, 19]. Эта технология успешно показала себя и в крупных продажах, больших сделках и сделках стратегического характера для бизнеса продавца [13, 15]. Разобранные выше примеры продаж следует относить к числу личных, где необходимо активное участие продающей стороны в лице конкретного работника. Эти примеры, однако, также относятся к задачам монетизации бизнеса, потому что, несмотря на индивидуальные особенности каждой отдельной продажи, все же оказываются достаточно массовыми и типовыми продажами.

В жизни любого бизнеса время от времени происходят особенные моменты, когда от достижения договоренности между сторонами зависит очень многое, возможно, даже дальнейшая судьба всего бизнеса. К числу таких событий можно, в частности, отнести достижение соглашений с ключевыми клиентами, о которых было написано выше, либо с ключевыми поставщиками, возможно, выбор ключевого партнера собственного бизнеса. Такие задачи требуют формирования ценностного предложения со стороны всей организации бизнеса как системы, поэтому не могут быть делегированы владельцем бизнеса кому-то из нижестоящих наемных сотрудников. Для достижения успешного соглашения в таких сделках поворотного для компании характера, особенно в конкурсных, конкурентных условиях, необходимо использовать все возможности бизнеса, все доступные ресурсы. Как известно, основные полномочия и, соответственно, вся ответственность находятся в руках владельца собственного бизнеса, из чего следует необходимость его личного участия в таких ключевых личных продажах. Описанная выше пятиэтапная модель личных продаж ока-

зывается полностью применимой к работе в таких особенных и уникальных ситуациях личной продажи. В завершение отметим, что такие ключевые или переломные моменты жизни собственного бизнеса характерны не для отдельных этапов, но для всех стадий жизненного цикла организации, а компетенция личных продаж оказывается необходимой составной частью каждой из четырех ключевых профессиональных предпринимательских компетенций.

Компетенция личных продаж в стандарте обучения профессиональному предпринимательству

Как уже было упомянуто выше, компетенция личных продаж может считаться сквозной в том смысле, что присутствует в каждой из четырех групп основных предпринимательских профессиональных компетенций. Разберем основные рабочие ситуации предпринимателя по управлению собственным бизнесом на разных стадиях жизненного цикла бизнеса. На рисунке 2 приводится схема основных субъектов личных продаж в системе профессиональных предпринимательских компетенций.

Изначально, на предстартовой стадии создания собственного бизнеса, предприниматель встречает первую важную задачу поиска инвесторов-партнеров для будущего бизнеса. Эта задача оказывается актуальной, когда создатель бизнес-идеи и модели нового бизнеса понимает, что не в состоянии единолично создавать свой новый бизнес, что есть необходимость в дополнительных управленческих или финансовых ресурсах. Именно здесь происходит первая и действительно стратегическая личная продажа предпринимателя, когда предмет продажи оказывается нематериальная, не всегда очевидная и достоверная ценность идеи бизнеса и бизнес-модель. Продемонстрировать такой предмет продажи

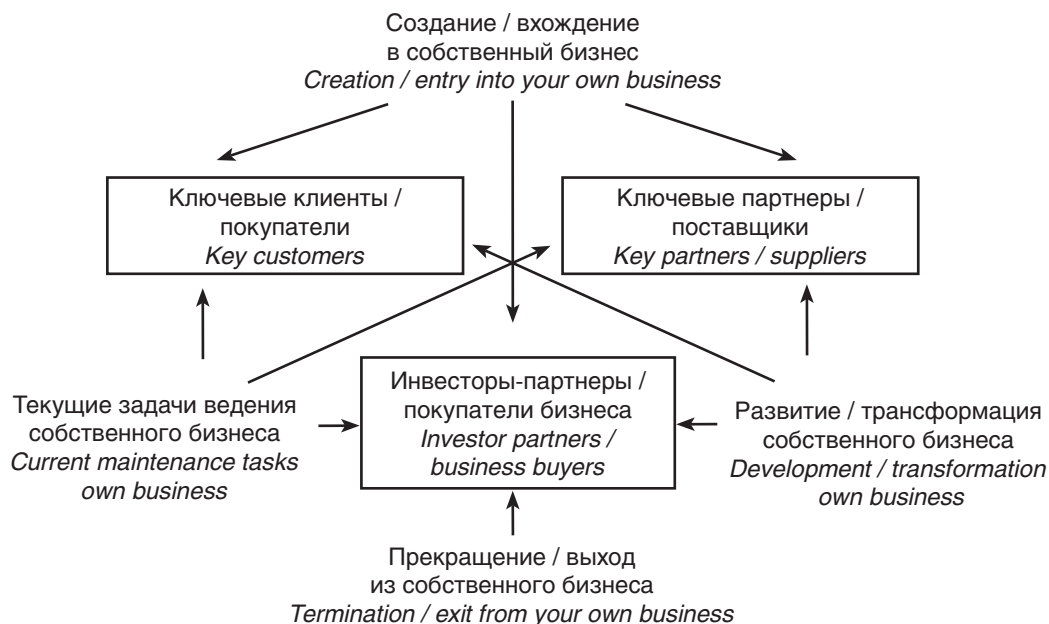


Рис 2. Схема основных субъектов личных продаж в системе профессиональных предпринимательских компетенций

Fig. 2. Diagram of the main subjects of personal selling in the system of professional entrepreneurial competencies

можно очень условно, в виде презентации либо отдельных первых незначительных результатов, которые редко бывают достаточными для достоверного вывода о работоспособности будущего бизнеса. В качестве покупательской аудитории здесь выступают индивидуальные инвесторы, бизнес-ангелы или даже отдельные инвестиционные фонды в лице своих представителей. Позиции и отношение к перспективам будущего бизнеса предпринимателя-автора своего проекта и сообщества инвесторов-партнеров, очевидно, сильно различаются. Здесь на помощь предпринимателю – продавцу своего бизнес-проекта приходят знания рынка инвесторов, понимание их интересов и пятиэтапная бизнес-модель личных продаж.

Далее, создание стартапа и успешное выполнение задач ведения собственного бизнеса требуют от предпринимателя активных действий формирования своей доли рынка и участия в конкурентных отноше-

ях с отраслевым окружением. С этой целью предприниматель формирует свой бренд, создает имидж компании, а существенной поддержкой в решении этих задач могут стать внешние заинтересованные стороны, такие как ключевые клиенты и ключевые поставщики собственного бизнеса предпринимателя. Выше уже приводились критерии выбора ключевых клиентов [5], успешные коммерческие отношения с которыми будут способствовать достижению конкурентной устойчивости собственного бизнеса. Построение деловых отношений с пулом таких ключевых клиентов можно определять как личную продажу своего бизнеса, как ключевого поставщика с существенным объемом торговых операций и партнерским соглашением на длительный срок.

То же самое справедливо и для создания стратегических партнерских отношений с ключевыми поставщиками, что может внести свой вклад в формирование

уникального торгового предложения собственного бизнеса и достижение тем самым конкурентного преимущества. В каждом из этих случаев личное участие предпринимателя как главного представителя своего стартапа оказывается критичным. Построение эффективных коммуникаций в форме коммерческих контрактов на поставку или закупку будет основываться на нахождении общих стратегических интересов собственного бизнеса с другой стороной. Процесс достижения таких договоренностей очевидно будет строиться по описанной выше методологии пятиэтапной личной продажи.

Необходимость реконструкции или трансформации собственного бизнеса, которая наступает на стадии конкурентной устойчивости, потребует внесения изменений в бизнес-модель, что, в свою очередь, приведет к определенным изменениям в системе внешних отношений как с ключевыми поставщиками, так и ключевыми клиентами. Возможное привлечение новых партнеров-инвесторов в трансформированный собственный бизнес также, безусловно, потребует личного участия владельца в создании таких новых деловых отношений. Таким образом, компетенция личных продаж оказывается неизменной составляющей общей профессиональной компетенции развития и реконструкции собственного бизнеса.

Возможный и вполне типовой вариант выхода предпринимателя из собственного бизнеса посредством продажи компании новым владельцам, вероятно, представляет наиболее крупную личную сделку создателя этого бизнеса. Несмотря на множество юридических тонкостей такой операции купли-продажи собственного бизнеса, ключевым моментом здесь по-прежнему оказывается личное участие владельца. Следовательно, и в данном случае можно считать подтвержденным сквозной характер компетенции личных продаж в профессиональном стандарте предпринимательских компетенций.

Дискуссия на тему развития навыков личных продаж в программе обучения профессиональному предпринимательству

На основе полученных выше результатов можно сделать вывод о сквозном характере компетенции личных продаж и предложить выделить обучению соответствующим знаниям и способностям отдельное место в общей программе обучения профессиональному предпринимательству. Для адекватного изучения данной компетенции имеет смысл составить отдельный программный модуль, в состав которого следует включить теоретическое обучение и набор практических занятий, направленных на формирование навыков личных продаж.

Начальный уровень обучения личным продажам можно организовывать через практику обучающихся в кол-центрах, работу на холодных звонках по телефону, в службах телемаркетинга. Задача продаж по телефону, как правило, состоит не в заключении конкретной сделки купли-продажи, но в получении согласия со стороны неизвестного, незнакомого абонента на дальнейшие контакты, согласие развивать деловые отношения. Обращаясь к пятиэтапной модели личных продаж, работа по телефону в большей степени фокусируется на выполнении первого и частично второго этапов личных продаж, речь здесь не идет о выполнении полного комплекса пяти последовательных шагов модели продаж. Тем не менее, как показывает практика воспитания успешных продавцов, именно опыт работы в телемаркетинге позволяет развить первые важнейшие способности работника: исключить застенчивость, учиться задавать правильные вопросы и слушать собеседника, выстраивать отношения и даже формировать начальный уровень взаимного доверия с незнакомым человеком. Конечно, работа в телемаркетинге имеет свои ограничен-

ные стороны, однако известно, что многие успешные продавцы начинали свои карьеры в продажах именно в службе телемаркетинга [19].

Другим полезным упражнением практики продаж, особенно в конкурентных условиях, могут быть решения учебных ситуаций и участие в деловых играх, симулирующих реалии тендерных закупок. В качестве примера здесь можно предложить опубликованный сценарий деловой игры, основанный на практике реальных тендеров [9]. Активное участие в деловой игре подобного плана позволит обучающимся прочувствовать всю сложность личных продаж в конкурентных условиях и без риска потери реальных заказов получить первый опыт ситуационной конкурентной борьбы.

Заключение

В данной статье рассмотрена тема отдельной компетенции личных продаж применительно к программе обучения профессиональному предпринимательству. Показано, что данная компетенция может рассматриваться как сквозная, т. е. присутствующая в каждой из четырех групп компетенций, таких как вхождение в собственный

бизнес, ведение рутинных задач бизнеса, развитие и трансформация собственного бизнеса, а также прекращение предпринимателем своего участия в собственном бизнесе. В статье показано, что существующая обширная литература по темам формирования предпринимательских компетенций мало пересекается с не меньшим количеством публикаций, посвященных навыкам развития личных продаж, и практика обучения разным навыкам тоже сильно различается. Подчеркивается необходимое и значимое место личных продаж в любом собственном бизнесе, независимо от предмета и стадии развития бизнеса. Отдельное место в статье отводится описанию важного значения пятиэтапной модели продаж, имеющей универсальный характер, независимо от типа задач личной продажи предпринимателя. Приводится описание ряда задач продаж стратегического характера для собственного бизнеса, в которых личное участие владельцев бизнеса оказывается абсолютно необходимым. В завершение статьи предлагается дискуссия на тему выделения отдельного образовательного пространства компетенции личных продаж в рамках программы обучения профессиональному предпринимательству.

Список литературы

1. Барышева А. В. Как продать слона. – СПб.: Питер, 2012. – 272 с.
2. Батырев М. 45 татуировок продавца. Правила для тех, кто продает и управляет продажами. – М.: МИФ, 2023. – 384 с.
3. Бланк С., Дорф Б. Стартап. Настольная книга основателя. – М.: Альпина Паблишер, 2022. – 616 с.
4. Деревицкий А. А. Школа продаж, что делать, если клиент не хочет покупать? – М.: Альпина Бизнес Букс, 2013. – 336 с.
5. Лукич Р., Колотилев Е. Техника продаж крупным клиентам. 111 вопросов и ответов. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 265 с.
6. Моборн Р., Ким Ч. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков. – М.: МИФ, 2022. – 336 с.
7. Назаров А., Будовская О. Управление продажами. Как построить систему, которая реально работает. – СПб.: Питер, 2017. – 384 с.
8. Николаенко С. Кузнецова Г. 25 новых игр и упражнений для тренинга продаж. – Ростов н/Д.: Феникс, 2023. – 217 с.

9. Памухин Ю. Г. Деловая игра как метод развития предпринимательских навыков участия в конкуренции // Современная конкуренция. 2023. Т. 16. № 5. С. 124–137. DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-5-124-137.
10. Памухин Ю. Г. Системный подход в сложной B2B сделке // Управление продажами. 2019. № 1 (100). С. 18–31.
11. Самсонова Е. В. Танец продавца или Нестандартный учебник по системным продажам. – СПб.: Питер, 2013. – 352 с.
12. Сендеров Д. Мастер больших продаж. Искусство заключать крупные контракты. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 328 с.
13. Рекхэм Н. СПИН-ПРОДАЖИ 4: стратегия работы с клиентами в больших продажах. – М.: Изд-во ГИППО, 2010. – 314 с.
14. Рубин Ю. Б., Можжухин Д. П., Леднев М. В., Алексеева Е. В., Погорелова А. Ю., Потапова О. Н., Пузыня Т. А. Специфические черты стартаперских компетенций как планируемых результатов обучения предпринимательству в бакалавриате // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. № 3 (79). С. 130–143. DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-3-130-143.
15. Рубин Ю. Б. Теория предпринимательства: пространство функционального подхода // Современная конкуренция. 2018. Т. 12. № 1 (67). С. 83–103.
16. Рубин Ю. Б. О проекте профессионального стандарта «Предприниматель (Специалист по решению предпринимательских задач)» // Современная конкуренция. 2022. Т. 16. № 1. С. 5–28. DOI: 10.37791/2687-0649-2022-16-1-5-28.
17. Шерман С., Сперри Д., Риз С. Семь ключевых принципов управления ключевыми клиентами. – М.: Издательский дом Гребенников, 2005. – 192 с.
18. Шервуд Д. Видеть лес за деревьями: Системный подход для совершенствования бизнес-модели. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 341 с.
19. Шифман С. Техники холодных звонков, то что реально работает. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 136 с.
20. Heiman S. E. The new strategic selling: the unique sales system proven by the world's best companies, revised and updated for the 21st century. – N. Y.: Warner books Ed., 1998. – 433 p.

Сведения об авторе

Памухин Юрий Генрихович, ORCID 0000-0001-6182-2700, канд. физ.-мат. наук, доцент кафедры предпринимательства и конкуренции, Университет «Синергия», Москва, Россия, YuriGP@mail.ru

Статья поступила 23.05.2024, рассмотрена 05.06.2024, принята 18.06.2024

References

1. Barysheva A. V. *Kak prodat' slona* [How to sell an elephant]. St. Petersburg, Piter Publ., 2012, 272 p.
2. Batyrev M. *45 tatuirovok prodavana. Pravila dlya tekhn, kto prodadet i upravlyaet prodazhami* [45 tattoos sold. Rules for those who sell and manage sales]. Moscow, MIF Publ., 2023, 384 p.
3. Blank S., Dorf B. *Startup. Nastol'naya kniga osnovatelya* [Startup. Founder's Handbook]. Al'pina Publisher Publ., 2022, 616 p.
4. Derevitsky A. A. *Shkola prodazh, chto delat', esli klient ne khochet pokupat'?* [Sales school, what to do if the client doesn't want to buy?]. Moscow, Al'pina Business Books Publ., 2013, 336 p.
5. Lukich R., Kolotilov E. *Tekhnika prodazh krupnym klientam. 111 voprosov i otvetov* [Sales techniques to large clients. 111 questions and answers]. Moscow, Al'pina Publisher Publ., 2013, 265 p.
6. Mauborgne R., Kim Ch. *Strategiya golubogo okeana. Kak naiti ili sozdat' rynek, svobodnyi ot drugikh igrokov* [Blue Ocean Strategy. How to find or create a market free from other players]. Moscow, MIF Publ., 2022, 336 p.

7. Nazarov A., Budovskaya O. *Upravlenie prodazhami. Kak postroit' sistemu, kotoraya real'no rabotaet* [Sales management. How to build a system that actually works]. St. Petersburg, *Piter Publ.*, 2017, 384 p.
8. Nikolaenko S. Kuznetsova G. *25 novykh igr i uprazhnenii dlya treninga prodazh* [25 new games and exercises for sales training]. Rostov-on-Don, *Feniks Publ.*, 2023, 217 p.
9. Pamukhin Yu. Business Game as a Method of Developing Entrepreneurial Skills of Competition. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.5, pp.124-137 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-5-124-137.
10. Pamukhin Yu. G. *Sistemnyi podkhod v slozhnoi V2V sdelke* [A systematic approach in a complex B2B transaction]. *Upravlenie prodazhami*, 2019, no.1(100), pp.18-31.
11. Samsonova E. V. *Tanets prodavtsa ili Nestandartnyi uchebnyk po sistemnym prodazham* [The seller's dance or a non-standard textbook on system sales]. St. Petersburg, *Piter Publ.*, 2013, 352 p.
12. Senderov D. *Master bol'shikh prodazh. Iskustvo zaklyuchat' krupnye kontrakty* [Master of big sales. The art of concluding large contracts]. Moscow, *Al'pina Publisher Publ.*, 2019, 328 p.
13. Rackham N. *SPIN-PRODAZh 4: strategiya raboty s klientami v bol'shikh prodazhakh* [SPIN-SALES 4: strategy for working with clients in large sales]. Moscow, *GIPPO Publ.*, 2010, 314 p.
14. Rubin Yu. B., Mozhzhukhin D. P., Lednev M. V., Alekseeva E. V., Pogorelova A. Yu., Potapova O. N., Puzynya T. A. Specific features of startup competencies as planned outcomes of entrepreneurship learning in bachelor's degree. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2020, vol.14, no.3(79), pp.130-143 (in Russian). DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-3-130-143.
15. Rubin Yu. B. Entrepreneurship theory: space of functional approach. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2018, vol.12, no.1(67), pp.83-103 (in Russian).
16. Rubin Yu. About the Professional Standard Draft "Entrepreneur (Specialist in Solving Entrepreneurial Goals)". *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2022, vol.16, no.1, pp.5-28 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2022-16-1-5-28.
17. Sherman S., Sperry D., Rees S. *Sem' klyuchevykh printsipov upravleniya klyuchevymi klientami* [Seven key principles of key account management]. Moscow, *Izdatel'skii dom Grebennikov Publ.*, 2005, 192 p.
18. Sherwood D. *Videt' les za derev'yami: Sistemnyi podkhod dlya sovershenstvovaniya biznes-modeli* [Seeing the forest for the trees: A systematic approach to improving the business model]. Moscow, *Al'pina Publisher Publ.*, 2012, 341 p.
19. Shiftman S. *Tekhniki kholodnykh zvonkov, to chto real'no rabotaet* [Cold calling techniques, what really works]. Moscow, *Al'pina Publisher Publ.*, 2019, 136 p.
20. Heiman S. E. The new strategic selling: the unique sales system proven by the world's best companies, revised and updated for the 21st century. N. Y., Warner books Ed., 1998, 433 p.

About the author

Yuri G. Pamukhin, ORCID 0000-0001-6182-2700, Cand. Sci. (Phys.-Math.), Associate Professor at Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University, Moscow, Russia, YuriGP@mail.ru

Received 23.05.2024, reviewed 05.06.2024, accepted 18.06.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-96-108

Новые системные направления в управлении реальным сектором российской мезоэкономики

М. Н. Кулапов^{1*}, П. В. Журавлев¹

¹ *Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Россия*

**ZHuravlev.PV@rea.ru*

Аннотация. Статья посвящена некоторым аспектам решения глобальной и сложной проблемы адекватных моментных и перспективных отношений огромного и непостоянного количества экономических агентов, принимающих как самостоятельные, так и индуцированные решения в производстве, потреблении и обмене социально-экономических ценностей. Кроме того, в статье делается попытка проанализировать истинность предлагаемых авторами монографии «Системно-ориентированное моделирование реального сектора российской экономики» способов формирования бесконечного количества многозвенных и пересекающихся многоплановых и многофакторных связей между экономическими агентами по поводу их транзакционных связей. Актуальность статьи в том, что в ней, в отличие от других подходов, мезоэкономика рассматривается как подвижная система между макро- и микроэкономикой. На основе синтетического анализа раскрываются значение и достоверность для российской экономики способов и путей «подталкивания» ее развития. В статье делается вывод о том, насколько теоретически верно и практически целесообразно построена методология, раскрывающая сущность явления и процесса регулирования деятельности мезо- и микроэкономических систем на отраслевых и региональных уровнях на основе мультидисциплинарного подхода. Тем более, что этот подход авторами монографии используется, по их мнению, как наиболее перспективные экономические и социально-психологические теории развития, регулирования, саморегулирования и управления предпринимательскими организациями экономического микроуровня, основанные на «амальгаме» четырех подсистем. Кроме методологического анализа монографических подходов, в статье показаны и проанализированы практические воззрения этой книги. Это и система «четырех лидеров», и величина синергетики человеческого, интеллектуального, духовного и культурного капитала компании, которые создают архитектуру сферы практического инспиративного капитала. В современных условиях функционирования российской экономики особое место занимает межуровневая сбалансированность. Поэтому авторы статьи также рассмотрели этот важный практический момент, который объективно приводит к практической самоорганизации социально-экономических систем и к такому понятию, как «тетрады». В статье рассмотрен уровень закономерности возникновения тетрад вследствие необходимости предпринимательских организаций к свободному доступу к ресурсам пространств и времени для полноценного их функционирования.

Ключевые слова: мезоэкономика, макроэкономика, микроэкономика, российская, управление, монография, методология, практика, саморегулирование, предпринимательские организации, лидерство, тетрады, системная сбалансированность, доверие, объект, среда, процесс, проект

Для цитирования: Кулапов М. Н., Журавлев П. В. Новые системные направления в управлении реальным сектором российской мезоэкономики // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 3. С. 96–108. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-96-108

New System Directions in the Management of the Real Sector of the Russian Meseconomy

M. Kulapov^{1*}, P. Zhuravlev¹

¹ *Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia*

^{*} *ZHuravlev.PV@rea.ru*

Abstract. This article addresses certain aspects of the global and complex problem of establishing relevant momentary and advanced relationships amongst a tremendous and evolving number of economic agents, making both independent and induced decisions on the production, consumption, and exchange of socio-economic values. Additionally, the article aims to analyze the truthfulness of the methods proposed by the authors of the monograph for forming an infinite number of multilevel and intersecting multifactorial connections between economic agents regarding their transactional links. The relevance of this article lies in its review of mesoeconomics as a dynamic system between macro and microeconomics, unlike other approaches. Through synthetic analysis, it reveals the significance and reliability of methods for “pushing” the development of the Russian economy. The article provides conclusions on the theoretical correctness and practical viability of the methodology that reveals the essence and regulation processes of meso- and microeconomic systems at sectoral and regional levels based on a multidisciplinary approach. Moreover, the authors of the monograph argue that this approach, which relies on an “amalgamation” of four subsystems, is the most promising for economic and socio-psychological theories of development, regulation, self-regulation, and management of entrepreneurial organizations at the microeconomic level. In addition to the methodological analysis of monographic approaches, the article presents and analyzes the practical views of this book. This includes the “four leaders” system and the magnitude of synergy between human, intellectual, spiritual, and cultural capital of a company, which create the architecture of the scope of practical inspirational capital. In the current conditions of the Russian economy, inter-level balance takes a special place. Therefore, the authors of the article also examine this important practical aspect, which objectively leads to virtual self-organization of socio-economic systems and to the concept of “tetrads”. The article explores the principle of the emergence of tetrads, resulting from the necessity for entrepreneurial organizations to have free access to resources of space and time for their proper functioning.

Keywords: mesoeconomics, macroeconomics, microeconomics, Russian, management, monograph, methodology, practice, self-regulation, entrepreneurial organizations, leadership, tetrads, system balance, trust, object, environment, process, project

For citation: Kulapov M., Zhuravlev P. New System Directions in the Management of the Real Sector of the Russian Meseconomy. *Sovremennaya konkurentsya*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.3, pp.96-108 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-96-108

Введение

В декабре 2023 года была подписана в печать и в начале февраля 2024 года вышла в свет удивительная по своей новизне и перспективному взгляду монография «Системно-ориентированное моделирование реального сектора российской

мезоэкономики» [1]. Изданная ФГБОУН ЦЭМИ РАН под редакцией выдающегося российского экономиста, члена-корреспондента РАН Г. Б. Клейнера монография открывает несколько принципиально новых положений развития российской современной экономики. Прежде всего, она доказывает первостепенное значение связующей

роли экономического мезоуровня с макро- и микроэкономикой.

Данная монография многогранно и емко отражает многочисленные и неоднозначные теоретические и практические изыскания экономистов, математиков, социологов, трудовиков и «модельщиков», разрабатывающих, выявляющих, анализирующих и синтезирующих вопросы, связанные, пожалуй, с самой проблемной отраслью развития социально-экономической структуры общества – соединением микроэкономического уровня с макроэкономическим.

Обзор литературы

В статье используются материалы указанной монографической работы, а также научные труды сотрудников ФГБОУН «Центральный экономико-математический институт Российской академии наук», посвященные теоретическим и прикладным проблемам мезоэкономики по вопросам функционирования региональных и отраслевых комплексов реальной экономики. Прежде всего обращалось внимание на работы, где исследовалось развитие мезоэкономики как ключевого сегмента российского социально-экономического пространства.

Методология исследования

В монографии авторы утвердились в методологическом понимании категории «мезоуровень». Безусловно, и до этого значительного экономического труда данное понятие широко использовалось в экономической теории и практике. Однако в основном оно обозначало нечто обобщенное, в большей степени аморфный срединный уровень административного и экономического управления. В лучшем случае – региональное управление. Но сразу возникал вопрос: в самом региональном управлении также происходило такое же деление на макро-, микро- и мезоэкономические уровни? Суще-

ность мезоэкономического уровня оставалась неопределенной прежде всего с точки зрения методологического понимания порядка построения его организационной структуры и роли в развитии экономики.

Раскрытие сущности методологического подхода к исследованию мезоэкономики в монографии

Рецензируемая монография заполнила пробел в понимании мезоэкономики как связующего звена между макро- и микроуровнем в национальной экономике. Само название первой главы «Методологические проблемы регулирования деятельности мезо- и микроэкономических систем на основе мультидисциплинарного подхода» говорит само за себя. Именно методология, а не теория данного вопроса занимает авторов. Теорий может быть много. И каждая теория по-своему права, имеет право на существование. Методология же одна, если она правильная, верно раскрывает сущность данного конкретного явления или процесса. Она отвечает на вопрос: «Почему происходит то или иное явление?» Если ответ найден верно, то процесс будет происходить по диалектическому закону – «развитие происходит по спирали». А это возможно только при исполнении двух предшествующих законов диалектики – «переход количества в качество» и «отрицание отрицания».

Мы сделали этот философский экскурс лишь с той целью, чтобы подчеркнуть содержательно и формально законченную линию изложения первой главы рецензируемого труда. Именно методологически стройно и законченно выстроенная концепция объясняет возможность регулирования межуровневых организационных и управленческих структур, соединяющих различные социально-экономические процессы, рациональное функционирование которых можно объяснить только с помощью мультидисциплинарного подхода.

В этом процессе особое место занимает не управление, а именно регулирование деятельности организационных структур. Вечный вопрос: чем управление отличается от регулирования, решается здесь достаточно просто через взаимодействие между собой организаций различных форм собственности и сфер деятельности с населением страны. Инструментарием этого взаимодействия выступают макроэкономические явления, такие как устойчивый экономический рост, таргетируемая инфляция, рациональная полная занятость, эффективное инвестирование, стратегическая подготовка человеческих ресурсов на основе онтогенеза человеческого капитала.

Базой этого взаимодействия, как очень образно показано в первой главе монографии, является «...аверс и реверс, мезоэкономические системы также имеют две стороны, одна из которых (аверс) обращена к макроэкономической сфере, другая (реверс) концентрирует влияние микроэкономических процессов» [1, с. 14].

Регулирование деятельности этих мезоэкономических систем происходит на основе согласования макроэкономических процессов субъектов хозяйствования микроуровня через оптимизацию их многоплановых взаимодействий. Если эти требования не выполняются, то происходит дезинтеграция экономики по всем направлениям, что приводит к излишнему расходованию материальных, финансовых и человеческих ресурсов, что не дает хода развитию мезоэкономических систем.

Казалось бы, такой «простой» вывод дает однозначно верный методологический подход для формирования новой концепции управления-регулирования объектом структуры мезосистемы на базе использования социальных факторов их деятельности. Данная концепция представляет собой выверенную системно-инклюзивную композицию производственного функционала

и социально-экономических подсистем их деятельности.

Реализация данной концепции возможна только в практическом использовании современных экономических и социально-психологических теорий, таких как теория экономического равновесия, интеллектуальная экономика, стратегическое управление человеческими ресурсами, инвестирование в человеческий капитал, теория и практика лидерского менеджмента, технология эффективного менеджмента, технология тайм-менеджмента, принципы организационной культуры и др.

В результате проявляется оригинальный подход к управлению и саморегулированию развитием прежде всего предпринимательской организации, основанный на «амальгаме» четырех подсистем:

- влияние структурных подразделений на организацию в целом;
- влияние внешней и внутренней институциональной, информационной, когнитивной среды на различные направления деятельности предпринимательской организации;
- влияние бизнес-технологий на производственное функционирование предпринимательских организаций, в том числе на ее эволюционные процессы и изменчивость их характеристик;
- влияние реализации проектной инновационной подсистемы фирмы на развитие данной предпринимательской организации.

Такой методологический подход позволяет данной концепции образовать «неформального индивидуально/группового лидера», который сформирует систему моральной ответственности за этическое развитие организации. В такой организации личностные психологические качества как лидера, так и исполнителя будут соответствовать функциональным особенностям всех четырех подсистем, значение которых определяется их ролью в ее деятельности как предпринимательской структуры.

Мезоуровень в экономике реализуется через пространство и время, которые являются основными источниками и формами всех социально-экономических процессов. Одновременно они определяют разнонаправленность развития. Здесь необходимо отметить, что развитие может быть положительным и отрицательным относительно установленных субъектом управления целевых установок. Это предельно ясно можно показать на примере знаменитой песни-гимна: «...весь мир насилья мы разрушим до основанья, а затем мы **наш**, мы **новый** мир построим...». Прекрасная идея, но проблема в том, в чем заключается «наш» и «новый» мир. И в этот момент начинается выстраивание ценностных установок и постулатов, концепций, целей, учет ресурсов возможностей, составления планов их реализации. Технология соединения макроэкономического уровня с микроуровнем по сути дела определяется нашими представлениями о смысле всей вышеобозначенной цепочки. Общество на всех уровнях управления и во всех социальных сферах должно осознать правильность и закономерность этой последовательности. Если это не так, то тот или иной социум будет считать, что этот путь – не развитие, а вот другой путь, противоположный этому, будет развитием. И все целевые показатели производительности, эффективности, рентабельности будут противоречить друг другу при различных путях и направлениях развития. Одни будут считать, что этот путь ведет к социально-экономическому развитию, а другие – к деградации общества.

Государственная идеология развития мезоэкономики

Ярким примером противоречивости путей социально-экономического развития является 70-летняя история движения к «обществу потребления», которое оказалось «обществом деградации». Кто определит направление развития: со знаком (+) или

со знаком (–)? На макроуровне – слишком «высоко», на микроуровне – слишком мало объективности. Только мезоуровень способен объективно подойти к этой проблеме и адекватно обозначить, что такое развитие – это не знак (+), а знак (–), который и ведет к деградации не только общества, но и производственного процесса в реальном секторе экономики.

В наши дни, в условиях отсутствия государственной идеологии, материальные и физические ценности превалируют над духовными и моральными. Возникает искаженное представление о доброте, милосердии, великодушии и справедливости. Это приводит к тому, что российское общество пребывает в состоянии постоянного стресса и тревоги, что способствует возникновению проблем не только в экономической, но и в социально-нравственной сфере, к усилению негативных отношений между людьми и последующей деградации личности. В связи с этим особую важность приобретают ценностные ориентиры в организационно-управленческой деятельности.

Главная ее задача – это синтез альтернативных начал, возникающий между пространством и временем. Очень точно в предлагаемой монографии делается вывод о том, что «мезоэкономические системы, возникающие как результат соединения фрагментов пространства и промежутков времени, обеспечивают в совокупности единство и целостность социально-экономического пространства-времени» [1, с. 11]. Именно такое единство приводит к рациональному производству, распределению, обмену и потреблению производимых ценностей. Новая концепция управления мезосистемой основана на синтезе управления техническими и социально-экономическими факторами функционирования мезосистем.

Обоснованность данной концепции базируется на комплексном использовании многомерных экономических, социальных и психологических теорий, таких как тео-

рия экономического равновесия, экономика знаний, интеллектуального и человеческого капитала, технологии эффективного менеджмента, тайм-менеджмента, лидерства, теории и практики организационной и корпоративной культуры и другие современные и наиболее актуальные теории и практики совершенствования социально-экономического общественного развития.

Особое место в данной концепции уделяется организации (в понимании предпринимательской структуры) как четырехэлементной системе: объектной, средовой, процессной и проектной, где эффективность ее деятельности концентрируется в управленческой координации, что и определяет успешность функционирования организации. Именно творческий «цветовой» подход, связующий микро- и мезоуровень, представленный на рисунке 1.1 «Функции базовых подсистем и их цветовые коды» [1, с. 20], позволяет наглядно определить месторасположение и уровень развития организации в пространстве и во времени в конкретный момент социально-экономического позиционирования. Двухэлементный цветовой код определяет комплекс изменений свойств объекта в пространстве и времени. Предпринимательская структура (организация) получает двойной цветовой код, определяющий качество объектности, процессного и проектного состояния. Казалось бы, такой простой подход, но сколько содержательного смысла он в себе несет.

Предпринимательское лидерство как основа механизма развития мезоэкономики

Каждая подсистема становится предметом управления лидерами соответствующих организаций, входящих в свою подсистему. В результате создается механизм, реализующий эффективный менеджмент четырех лидеров, осуществляющих все необходимые управленческие функции, где

контроль в каждой из четырех подсистем обеспечивает сотрудничество, координацию и взаимодействие в интересах организации и социального окружения. Кроме того, вносимая авторами терминология, обозначающая четыре типа лидеров: инспиративный лидер, духовный лидер, культурный лидер и интеллектуальный лидер [1, с. 21], по сути является «якорной», поскольку обеспечивает финансовую, ресурсную, кадровую, организационную и социальную сбалансированность организации, а также ее устойчивость по отношению к изменениям внешней среды. Но при этом, что принципиально важно, в монографии предметно определяется важнейший элемент всей системы: какой лидер и за что отвечает. Если формальный руководитель по должностным обязанностям должен определять, что производить, как производить и кому реализовывать, то социальные лидеры распределяются следующим образом: что производить, определяет интеллектуальный лидер; кто должен производить – инспиративный лидер; как производить – культурный лидер; зачем производить – духовный лидер [2, с. 107–123]. В результате организационно проявляется четыре базовые подсистемы, функционирование которых реализуют следующие подсистемные руководители при поддержке четырех социальных лидеров. Такое соединение структуры системного руководства и социального лидерства обеспечивает реализацию принципов системно-инклюзивного управления предпринимательской организацией. Такой инклюзивный подход к управлению применим к предприятиям любой формы собственности и сфер деятельности. Это одно из важнейших достижений авторов рецензируемой монографии для экономики мезоуровня. Это связано с тем, что проявить то обстоятельство, насколько микроуровень экономики соответствует экономическому макроуровню, можно только на мезоуровне социально-экономических отношений.

Формирование лидерского механизма мезоэкономики

Подробное описание взаимоотношений между социальными лидерами, конечно же, объективно должно меняться согласно ситуационным требованиям. Нужно ли определять, кто из четырех лидеров занимает определяющую роль в данной ситуации функционирования организации? Ответ – необходимо! Но по каким признакам? Это целесообразно делать не в кризисной ситуации, а предусматривать кризис на проектной стадии, когда основная роль принадлежит интеллектуальному социальному лидеру. После него включается инспиративный социальный лидер (объектная подсистема), которого поддерживает духовный социальный лидер (средовая стадия). Заключает процесс жизненного цикла организации стадия предкризисного периода (стадия процессной подсистемы), где особая направляющая роль принадлежит культурному лидеру организации, который поддерживает и развивает корпоративность [3, с. 856]. Данные лидеры, безусловно, должны формализовать свой личный административный статус. Однако это не главное. Гораздо важнее, чтобы они оставались неформальными социальными лидерами. Необходимо, чтобы все работники предприятия и аффилированные с ним должностные лица знали этих лидеров, видели и принимали их влияние на свою профессиональную деятельность, могли бы решать с ними служебные вопросы. Социальные лидеры, исходя из своих служебных и личностных компетенций, должны проводить коммуникации между администрацией предприятия и ее компетентным персоналом. Этим самым реализуется базовый принцип экономической экосистемы: органическая профессиональная и личностная связь между официальным руководством предприятия и всем персоналом.

Особо необходимо отметить авторский взгляд на типы системных и социальных ли-

деров с учетом их функций и влияния на характеристики деятельности организации, представленный в таблице 1.1 [1, с. 23]. Данная структура социального лидерства имеет непосредственное влияние на формирование структуры и величину человеческого капитала компании [4, с. 20–32].

Четыре сферы в организации соответствуют управлению четырьмя составляющими человеческого капитала компании. Человеческий капитал создает синергитический эффект развития человеческих ресурсов. Человеческий капитал синтезирует в себе интеллектуальный капитал [5, с. 252]. Он, развиваясь и качественно преобразовываясь, переходит в сферу духовного (душевного) капитала [6], который, в свою очередь, формирует сферу культурного капитала [7, с. 3–12], и уже он под воздействием прежде всего материально-вещественных, производственных отношений и экономических факторов создает архитектуру сферы практического инспиративного капитала [8, с. 110–114].

В результате использования всех сфер деятельности организаций и соответствующих форм человеческого капитала будет обеспечена инклюзивность управления по всем направлениям. Этим обеспечивается синтез структурно-должностных и социальных элементов управления, что позволяет не только диспетчировать деятельность и развитие мезоэкономических систем внутри предприятия, но и управлять различными территориальными и отраслевыми локализованными производственными структурами. В результате мезоэкономические системы, по сути локальные организации, будут являться устойчивыми реальными производственными формированиями, деятельность которых управляется или диспетчируется на основе законодательных, политических, институциональных, производственных, информационных, отраслевых, корпоративных, административных и других механизмов взаимодействия.

**Межуровневая сбалансированность
мезо- и микроэкономики**

В методологии регулирования мезо- и микроэкономических систем в современных условиях функционирования российской экономики особое место занимает межуровневая сбалансированность. Поэтому мы с особым интересом ознакомились с этим разделом монографии. Современная ситуация определяет серьезные вызовы для развития российской экономики. В первую очередь это, конечно, санкции, которые объявлены нам странами Европы, США, Канадой, Японией, Южной Кореей и другими странами, подчиненными влиянию США. Глобальные экономические связи и связанные с ними объемы прибыли претерпели существенные изменения в сторону уменьшения или вообще прекратили свое существование. Какие же главные пути преодоления этих проблем предлагают авторы монографии? Прежде всего это повышение степени координации и обеспечение как внутриуровневой, так и межуровневой системной сбалансированности отраслевых и межотраслевых комплексов, что позволит консолидировать российскую экономику в условиях агрессивного внешнего давления [1, с. 42].

Создание новых, восстановление или замещение старых, потерявших актуальность или эффективность связей между хозяйствующими субъектами всех уровней позволит добиться системности, динамичности, оперативности и в целом повысить устойчивость российской экономики. Коренной принцип межуровневого баланса показал нам, что промежуточная позиция мезоэкономического уровня между макро- и микроэкономическими уровнями дает ему возможность стать источником динамичного и постоянного экономического роста в стратегической перспективе. В монографическом исследовании четко проявляется механизм системной сбалансированности. Здесь до-

казательно описана методика количественной оценки межуровневой сбалансированности отраслевых и межотраслевых комплексов на втором и третьем уровнях в рамках системной сбалансированности.

Кроме того, представлен механизм перераспределения ресурсов (средового, процессного, проектного и объектного) между вторым и третьим уровнями. Сформированы экономико-математические формулы и модели для расчета индекса межуровневой сбалансированности до и после такого распределения. Интерес также вызывает и расширение набора показателей, характеризующих экономический рост. При этом авторы обращают внимание на выбор первоначальной отправной точки для старта активизации роста экономики в стратегической перспективе.

Такой точкой, по вполне обоснованному мнению авторов монографии, должен стать мезоэкономический уровень российской экономики. Он включает регионы, отрасли (секторы), крупные межотраслевые комплексы, экосистемы, связующие первый и третий уровни. Следовательно, драйвером для перехода к эффективному и динамичному развитию экономики должен стать мезоэкономический уровень. Для этого объекты мезоуровня экономики должны приобрести если не решающий, то методически определяющий уровень субъектности. Это позволит повысить степень согласованности действий предприятий на различных уровнях и разных сферах деятельности экономики, что объективно приведет к динамичному экономическому росту как в оперативном, так и в стратегическом плане.

Безусловным достоинством данной монографии является то, что идея системы четырех функционалов «объект – среда – процесс – проект – объект» является основой формирования устойчивости конфигурации, которая прослеживается на протяжении всего монографического исследования и получило название «тетрада» [9,

с. 794–808]. Отличительной чертой этой тетрады является самоорганизация социально-экономических систем. Что примечательно, образование тетрад происходит объективно вследствие стремления предпринимательских структур к свободному доступу к ресурсам пространства и времени, необходимым для полноценного их функционирования. С практических позиций все производственные системы необходимо рассматривать как тетрады, поскольку они обладают чертами всех систем четырех базовых типов. Под сбалансированностью в рамках системной экономической теории понимается пропорциональность (соразмерность) объемов подсистем внутри тетрады, что подробно описано в работе Г. Б. Клейнера [10, с. 56–74]. Также с практических позиций реальное значение имеет перераспределение объектных (1), средовых (2), процессных (3) и проектных (4) ресурсов между мезо- и микроуровнями экономики, которые составляют единую системообразующую архитектуру развития национальной экономики [рис. 1.3, 1, с. 49].

Методы количественной оценки системного межуровневого баланса должны быть использованы при аналитическом мониторинге и регулировании сбалансированности региональных, отраслевых, межотраслевых комплексов и кластеров второго и третьего уровней в системе стратегического планирования, оперативного мониторинга и контроля промышленного развития России.

В современных санкционных условиях вопросы стратегического планирования приобретают первостепенное значение, поскольку многоплановые риски (политические, военные, экономические, социальные, кадровые, межнациональные и др.) приобретают, с одной стороны, глобальный, а с другой – оперативный характер. Необходимость перехода страны к управлению развитием экономики и общества на базе стратегического планирования осознает-

ся в настоящее время едва ли не большинством ученых, политиков, управленцев [11, с. 19–39].

Перспективы восстановления теоретической и практической базы, а также создание надежной методологии и методики стратегического планирования должны быть связаны с развитием экономической теории, ориентированной на преодоление несбалансированности, нестыковок и заблуждений в дескриптивных и нормативных положениях, ее образующих, и в преодолении «экономикс-фрагментаций» как предмета исследования в теории и практике государственного и бизнес-управления. Системно-ориентированное моделирование – это основа как теоретических, так и практических подходов к имплементации стратегического планирования и сбалансированности народного хозяйства [12, с. 4–28]. Прекрасные слова. Современная задача – реализовать их на практике. Тем более, что категория стратегии и ряд близких к нему понятий в настоящее время нуждаются в переосмыслении, дополнении и качественном изменении.

Категория «доверие» как базовый инструмент развития предпринимательства и мезоэкономики

Еще один важнейший методологический вопрос, поднятый в монографии, – это проблема доверия как социоэкономический ресурс для обеспечения устойчивости мезоэкономических систем. Доверие – это важнейший фактор, способствующий укреплению взаимосвязей между различными сегментами экономики на уровне мезоэкономических систем. Доверие к предпринимательству – системообразующая компонента мезоэкономических производственных и торговых организаций, а также комплексов разнообразных услуг – приобрело сегодня первостепенную актуальность. Сложная международная обстановка, специальная военная операция, экономи-

ческие проблемы, растущая обеспокоенность населения за завтрашний день – все это снижает доверие людей к предпринимательским организациям. В монографии сделан достаточно обширный срез уровня общественного доверия в России и других странах.

Проведен ретроспективный анализ и сделан вывод о том, что недостаток доверия в нашей стране носит хронический характер. Это означает, что показатели оценки доверия могут быть распространены и на мезоуровневые взаимодействия между субъектами и объектами управления. Сделанная авторами монографии систематизация основных факторов, определяющих формирование доверия между населением и бизнесом, позволяет надеяться, что будет построена стратегия развития мезоэкономических систем в целом и предпринимательства в частности. Проведено сравнение уровня доверия российского населения к бизнесу в России и в зарубежных странах. Сделан вывод о роли доверия в обеспечении устойчивости мезоэкономических систем за последние три десятилетия, который свидетельствует о том, что уровень доверия между агентами рынка сокращается, а вместе с ним снижается и их предпринимательская активность. Все это еще более усиливает стагфляционные и социально-экономические кризисные тенденции [13, с. 1–7]. Трудно не согласиться, что «реформы не имеют перспективы, когда предприниматели не доверяют чиновникам, рабочие – руководителям, фермеры – обществу, население – финансовым институтам и органам власти», поэтому «доверие – ключ к успеху экономических реформ» [14, с. 27–38]. Осложняется ситуация еще и тем, что для российского общества характерен дефицит доверия, и это явление носит «хронический» характер, где преобладает «априорное недоверие» [15].

Все это, безусловно, влияет на отношения среди граждан, поведение руководи-

телей предпринимательских организаций и принятие ими решений. Таким образом, уровни доверительности могут быть распространены и на мезоуровневые взаимодействия (внутри- и межрегиональные, внутри- и межотраслевые и т. п.). Кроме того, недоверие и вовсе может являться тем, что передается от поколения к поколению. Классификация пяти факторов, влияющих на уровень доверия населения к предпринимательству, представлена на рисунке 1.5 [1, с. 75]. Они привносят в данную проблему доверия новые элементы, которые позволяют определить пути преодоления порога недоверия в ближайшем будущем. Да, разумеется, это потребует напряженной социально-психологической работы с населением, разработки методики консолидации микро- и мезоуровня.

Все шесть направлений решения проблемы доверия требуют оперативного решения. Это и учет особенности исторического развития экономики и предпринимательства в России, и ментальность россиян, и уровень благосостояния населения, и характер отношений между государством и бизнесом, и устойчивость институциональной среды, и неблагоприятный информационный фон. Комплекс данных факторов-направлений одновременно имеет и глобальный, и индивидуально-личностный характер. Доверие – это и устойчивость, и эластичная гибкость всех трех экономических систем в период многосторонних агрессивных воздействий как внутреннего, так и внешнего характера.

Однако доверие не безгранично: оно накапливается в течение длительного периода, а уходит в кратчайшие сроки. Это означает, что непродуманные экономические реформы и безответственные шаги руководителей государственных структур, региональных и отраслевых комплексов неизбежно ведут к снижению показателей общественного доверия. Доверие между населением и бизнесом должно стать

фундаментом для формирования экономических моделей развития предпринимательства в условиях санкционных ограничений, а также для строительства стабильных отношений внутри российского общества.

Заключение

Обращение к мезоэкономике в современной России вполне закономерно. Современный период российского экономического развития – это в определенной степени соединение прошлого и будущего нашей экономики. Стратегическая задача мезоэкономике – интегрировать микро- и макроэкономические уровни страны в социально-экономическую мегасистему, которая должна обеспечивать в результате процессов производства все остальные процессы: распределение, обмен и потребление между членами общества. По сути, мезоэкономика – это «сердце» всей экономики, постоянно снабжающее общество всем необходимым. Очевидно, что мезоэкономика представляет собой системный процесс, обеспечивающий эффективное и сбалансированное соединение государственного стратегического планирования и предпринимательской инициативы всех

сфер экономики страны. Именно поэтому изучение мезоэкономике как научного объекта и как структурного подразделения национальной экономики должно носить постоянный и системный характер. Реализация системно-ориентированного моделирования реального сектора российской мезоэкономике отражает сущность отраслевого и регионального регулирования мезоэкономического уровня, определяет методы эффективного функционирования и взаимодействия микро- и мезоэкономических систем.

К сожалению, размер данной статьи ограничен, поэтому мы вынуждены завершать исследование этой исключительно актуальной монографии. Заявленные в монографии проблемы решаются теоретически выверенно и практически обоснованно. Все подчинено одновременно жесткой логике и образно-художественному мышлению, что весьма редко встречается в монографиях, посвященных столь необъятной и жестко практической тематике. Явно прослеживается мысль и рука выдающегося экономиста современности Георгия Борисовича Клейнера. Пожелаем ему доброго здоровья, долголетия и творчества, такого же искрометного и образного.

Список литературы

1. Системно-ориентированное моделирование реального сектора российской экономики: монография / под ред. чл.-корр. РАН Г. Б. Клейнера. – М.: Издательский дом «Научная библиотека», 2023. – 356 с.
2. Клейнер Г. Б. Устойчивость российской экономики в зеркале системной экономической теории (Часть 1) // Вопросы экономики. 2015. № 12. С. 107–123. DOI: 10.32609/0042-8736-2015-12-107-123.
3. Клейнер Г. Б. Экономика. Моделирование. Математика. Избранные труды. – М.: ЦЭМИ РАН, 2016б. – 856 с.
4. Радаев В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Экономическая социология. 2002. Т. 3. № 4. С. 20–32.
5. Федотова М. А., Дресвянников В. А., Лосева О. В., Цыгалов Ю. М. Интеллектуальный капитал организации: управление и оценка: монография. – М.: Финансовый университет при Правительстве РФ, 2014. – 252 с.
6. Голубев В. С. К модели духовного капитала [Электронный ресурс] // Академия тринитаризма. 2017. URL: <http://www.trinitas.ru/rus/doc/0016/001f/00163384.htm> (дата обращения: 26.10.2023).

7. *Большаков Н. В.* Измерение культурного капитала: от теории к практике // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2013. № 6 (118). С. 3–12.
8. *Сидоров Л. Г.* Управление смыслами как основа социальной синергетики // Манускрипт. 2018. № 11 (97). С. 110–114. DOI: 10.30853/manuscript.2018-11-1.23.
9. *Клейнер Г. Б.* Новая теория экономических систем и ее приложения // Вестник РАН. 2011. Т. 81. № 9. С. 794–811.
10. *Клейнер Г. Б.* От «экономики физических лиц» к системной экономике // Вопросы экономики. 2017. № 8. С. 56–74. DOI: 10.32609/0042-8736-2017-8-56-74.
11. *Аганбегян А. Г.* О необходимости планирования в новой России // Планирование в рыночной экономике: воспоминания о будущем. – СПб.: ИНИР им. С. Ю. Витте: Центркatalog, 2021. С. 19–39.
12. *Клейнер Г. Б.* Системная экономика как платформа развития современной экономической теории // Вопросы экономики. 2013. № 6. С. 4–28. DOI: 10.32609/0042-8736-2013-6-4-28.
13. *Egorova N. E., Smulov A. M., Koroleva E. A.* Mutual trust as a booster of credit and investment activities of banks and development of small industrial firms // The Journal of Social Sciences Research. 2018. No. 3. P. 1–7. DOI: 10.32861/jssr.spi3.1.7.
14. *Мильнер Б. З.* Фактор доверия при проведении экономических реформ // Вопросы экономики. 1997. № 11. С. 27–38.
15. *Шохин А. Н., Проскурин А. В.* Факторы взаимного доверия института бизнеса и института власти в современной России // Бизнес. Общество. Власть. 2019. № 2 (32). С. 64–73.

Сведения об авторах

Кулапов Михаил Николаевич, ORCID 0000-0003-3388-8643, докт. экон. наук, профессор, руководитель научной школы «Теория и технологии управления», профессор кафедры теории менеджмента и бизнес-технологий, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Россия, Kulapov.MN@rea.ru

Журавлев Павел Викторович, ORCID 0000-0002-0592-1445, докт. экон. наук, профессор, профессор кафедры теории менеджмента и бизнес-технологий, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Россия, ZHuravlev.PV@rea.ru

Статья поступила 13.05.2024, рассмотрена 27.05.2024, принята 11.06.2024

References

1. *Sistemno-orientirovannoe modelirovanie real'nogo sektora rossiiskoi ekonomiki: monografiya* [System-Oriented Modeling of the Real Sector of the Russian Economy: Monograph]. Ed. by Corresponding Member of the Russian Economy G. B. Kleiner. Moscow, *Izdatel'skii dom «Nauchnaya biblioteka»* Publ., 2023, 356 p.
2. Kleiner G. B. Sustainability of Russian economy in the mirror of the system economic theory (Part 1). *Voprosy Ekonomiki*, 2015, no.12, pp.107-123 (in Russian). DOI: 10.32609/0042-8736-2015-12-107-123.
3. Kleiner G. B. *Ekonomika. Modelirovanie. Matematika. Izbrannye trudy* [Ekonomika. Simulation. Mathematics. Selected works]. Moscow, *TsEMI RAN* Publ., 2016b, 856 p.
4. Radaev V. V. Term of Capital, Forms of Capitals and Their Conversion. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*=Journal of Economic Sociology, 2002, vol.3, no.4, pp.20-32 (in Russian).
5. Fedotova M. A., Dresvyannikov V. A., Loseva O. V., Tsygalov Y. M. *Intellektual'nyi kapital organizatsii: upravlenie i otsenka: monografiya* [Intellectual Capital of the Organization: Management and Evaluation: Monograph]. Moscow, Financial University under the Government of the Russian Federation, 2014, 252 p.

6. Golubev V. S. *K modeli dukhovnogo kapitala* [Towards a Model of Spiritual Capital]. *Akademiya trinitarizma*, 2017. Available at: <http://www.trinitas.ru/rus/doc/0016/001f/00163384.htm> (accessed 26.10.2023).
7. Bolshakov N. V. Measuring cultural capital: from theory to practice. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny*=Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes, 2013, no.6(118), pp.3-12 (in Russian).
8. Sidorov L. G. Management of meanings as the basis of social synergetics. *Manuskript*=Manuscript, 2018, no.11(97), pp.110-114 (in Russian). DOI: 10.30853/manuskript.2018-11-1.23.
9. Kleiner G. B. A New Theory of Economic Systems and Its Applications. *Vestnik RAN*, 2011, vol.81, no.9, pp.794-811 (in Russian).
10. Kleiner G. B. From the economy of individuals to systemic economy. *Voprosy Ekonomiki*, 2017, no.8, pp.56-74 (in Russian). DOI: 10.32609/0042-8736-2017-8-56-74.
11. Aganbegyan A. G. On the need for planning in new Russia. *Planirovanie v rynochnoi ekonomike: vospominaniya o budushchem*. St. Petersburg, INIR im. S. Yu. Vitte Publ., Tsentrkatalo Publ., 2021, pp.19-39 (in Russian).
12. Kleiner G. B. System economics as a platform for development of modern economic theory. *Voprosy Ekonomiki*, 2013, no.6, pp.4-28 (in Russian). DOI: 10.32609/0042-8736-2013-6-4-28.
13. Egorova N. E., Smulov A. M., Koroleva E. A. Mutual trust as a booster of credit and investment activities of banks and development of small industrial firms. *The Journal of Social Sciences Research*, 2018, no.3, pp.1-7. DOI: 10.32861/jssr.spi3.1.7.
14. Milner B. Z. *Faktor doveriya pri provedenii ekonomicheskikh reform* [The trust factor in conducting economic reforms]. *Voprosy Ekonomiki*, 1997, no.11, pp.27-38.
15. Shokhin A. N., Proskurin A. V. Factors of mutual trust of the institutes of business and authorities in modern Russia. *Biznes. Obshchestvo. Vlast'*, 2019, no.2(32), pp.64-73 (in Russian).

About the authors

Michael N. Kulapov, ORCID 0000-0003-3388-8643, Dr. Sci. (Econ.), Professor, Head of Scientific School "Theory and Technology of Management", Professor at Theory of Management and Business Technology Department, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia, Kulapov.MN@rea.ru

Pavel V. Zhuravlev, ORCID 0000-0002-0592-1445, Dr. Sci. (Econ.), Professor at Theory of Management and Business Technology Department, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia, ZHuravlev.PV@rea.ru

Received 13.05.2024, reviewed 27.05.2024, accepted 11.06.2024

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-109-125

Концепция воспитательного протекционизма: перспективы и риски применения в условиях разрушения торговых связей XXI века

А. В. Макаров^{1,2*}, В. В. Остроумов²

¹ Институт прикладных экономических исследований РАНХиГС, Москва, Россия

² Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

* andreymakarovh@mail.ru

Аннотация. Среди фундаментальных проблем как экономической теории, так и экономической политики остается вопрос о выборе между защитой принципа свободы торговли и защитой отечественного производства протекционистскими мерами. В этой сфере большой вклад в экономическую теорию внесла альтернативная (как классическому либерализму, так и меркантилизму) концепция воспитательного протекционизма Фридриха Листа. В рамках данной статьи предлагается рассмотреть возможность реализации основных идей Листа в социально-экономических реалиях XX и XXI веков, в том числе с учетом перспектив универсальной ассоциации, проблемы перманентности ограничительных мер, сложностей регулирования в аграрном секторе и др. Показано, что в XX веке спор классических либералов и меркантилистов в некотором смысле повторился в виде столкновения теорий сторонников либерального «конца истории» (Ф. Фукуяма) и периферийного капитализма (Р. Пребиш, И. Валлерстайн). Ключевые надежды на преодоление протекционистских барьеров долгое время были связаны с ВТО, но показано, что пока эти надежды не оправдались, проанализирован процесс присоединения к этой организации России. Идеи протекционизма стали особенно актуальны в последние годы в связи с международной тенденцией по расширению торговых ограничений, интенсификацией торговых войн, в том числе с Китаем, кризисом ВТО. Фактическая невозможность разрешить споры в рамках ВТО все чаще усиливала региональные торговые объединения. Таким образом, сложившиеся тенденции приводили не только к ослаблению надежд на выгоды свободной торговли, но иногда даже к более радикальным формам протекционизма, чем было предложено в концепции Ф. Листа.

Ключевые слова: воспитательный протекционизм, Фридрих Лист, фритредерство, немецкая историческая школа, периферийный капитализм, ВТО, Фрэнсис Фукуяма, Рауль Пребиш, Иммануил Валлерстайн

Для цитирования: Макаров А. В., Остроумов В. В. Концепция воспитательного протекционизма: перспективы и риски применения в условиях разрушения торговых связей XXI века // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 3. С. 109–125. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-109-125

The Concept of Educational Protectionism: Prospects and Risks of Adoption in the Context of the Destruction of Trade Relations in the 21st Century

A. Makarov^{1,2*}, V. Ostroumov²

¹ Institute of Applied Economic Research, RANEPA, Moscow, Russia

² Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

* andreymakarovh@mail.ru

Abstract. Among the fundamental problems of both economic policy and economic theory, remains the question of the choice between protecting the principle of free trade and protecting domestic production through protectionist measures. Friedrich List's alternative (both for classical liberalism and mercantilism) concept of educational protectionism made a major contribution to economic theory. Within the framework of this article, it is proposed to consider the possibility of implementing List's main ideas (prospects of universal association, problems of permanent restrictive measures, difficulties of regulation in the agricultural sector) in the socio-economic realities of the 20th and 21st centuries. It was shown that in the 20th century the dispute between classical liberals and mercantilists was in some way repeated in the form of the dispute between the liberal "end of history" theory (F. Fukuyama) and the peripheral capitalism theory (R. Prebisch, I. Wallerstein). It can be concluded that at the present time hopes for the possibility of overcoming protectionist barriers within the WTO have not been justified; the process of Russia's accession to this organization was analyzed. The ideas of protectionism have become especially relevant in recent years due to the international trend of expanding trade restrictions, the intensification of trade wars, including with China, and the WTO crisis. The impossibility of resolving conflicts within the WTO is leading to the strengthening of regional trade associations. Thus, the prevailing trends led not only to weakening hopes for the benefits of free trade, but sometimes even to more radical forms of protectionism than was proposed in the F. List concept.

Keywords: educational protectionism, Friedrich List, free trade, German Historical School, peripheral capitalism, WTO, Francis Fukuyama, Raul Prebisch, Immanuel Wallerstein

For citation: Makarov A., Ostroumov V. The Concept of Educational Protectionism: Prospects and Risks of Adoption in the Context of the Destruction of Trade Relations in the 21st Century. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.3, pp.109-125 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-109-125

Введение

В рамках данной статьи предлагается в новом контексте рассмотреть концепцию воспитательного протекционизма, предложенную немецкой экономической мыслью, в первую очередь Фридрихом Листом в его работе «Национальная система политической экономии» (1841) [1].

В предыдущей публикации авторов в журнале № 2 «Современная конкуренция» за 2024 год (Макаров А. В., Остроумов В. В. Концепция воспитательного протекционизма – историческое значение и вклад в экономическую теорию) концепция Ф. Листа была рассмотрена в историческом контексте, с точки зрения реалий XIX века; было показано, что Ф. Лист предложил некий тре-

тий путь в регулировании внешней торговли, желая избежать как рисков либеральной свободы торговли, так и рисков классического меркантилистского протекционизма. В данной статье предлагается обратиться к идеям Ф. Листа и возможностям их применения в экономической политике (с точки зрения регулирования внешней торговли) уже в более современных социально-экономических реалиях, с учетом усиления протекционистских тенденций XXI века.

В первой части статьи анализируется, в какой мере основные идеи Листа нашли свое отражение в практике внешнеторговой политики XX века, а также в дальнейшем развитии экономической теории. Показано, что спор Листа с либеральными экономистами («школой» в его терминологии) фактически повторился в XX веке в дискуссии о либеральном «конце истории» и проблемах периферийного капитализма, теории периферийного капитализма во многом продолжили аргументацию Листа, хотя и во многом даже в более радикальном варианте.

Во второй части статьи показано, что за последние десятилетия сложились новые тенденции, вновь укрепляющие идеи протекционизма и заставляющие вновь обращаться к рекомендациям теоретиков-протекционистов, в том числе и Ф. Листа. Если еще не так давно существенные надежды могли возлагаться на ВТО, которая могла стать как раз символом универсальной ассоциации и торжества свободной торговли, то современный кризис ВТО и обострение торговых войн вновь заставили вспомнить про протекционистские решения, причем иногда еще более радикальные, чем были предложены Ф. Листом.

Основные тезисы концепции Ф. Листа в контексте дальнейшего развития экономической теории и практики экономической (внешнеторговой) политики

Универсальная ассоциация. Во-первых, стоит напомнить, что Фридрих Лист не от-

вергал принцип свободы торговли в теории, он отвергал его именно в среднесрочной практической реализации, пока интеграция возможна только на уровне национальных государств. В долгосрочном же периоде (хотя возможно и в крайней степени долгосрочном, с точки зрения Листа) он скорее поддерживал идею универсальной ассоциации, отмечая, что логика философии ведет нас к единому человеческому правовому пространству, где совершенно естественно должен установиться и принцип свободы торговли для такого вот единого человечества. В этом смысле Лист отмечал, что классические рецепты фритредерства справедливы, но только для этой пока утопичной универсальной ассоциации.

Еще относительно недавно могло укрепляться мнение о постепенном наступлении «конца истории» в духе работы Ф. Фукуямы «Конец истории и последний человек» [2], который будет приводить как раз к формированию универсальной ассоциации на либеральных принципах, в рамках такой ассоциации как раз можно было бы и ожидать триумфа свободной торговли. Такого рода мнение подкреплялось интенсивными интеграционными процессами (расширение ВТО, активное расширение Европейского союза, развитие иных международных ассоциаций) – эти процессы усиливали наднациональные единые рынки и правовые основы их регулирования, что могло означать дальнейшую маргинализацию теории протекционизма.

Ф. Фукуяма, в свою очередь, оговаривал, что «конец истории» не означает завершение любых событий и изменений, но означает фундаментальное завершение выбора магистрального пути для человечества. Он утверждал, что у либеральной демократии нет больше конкурентов (такие альтернативы, как монархия, аристократия, теократия, фашизм или коммунизм потерпели крах), а развитие всех стран станет определяться общими трендами, среди которых наравне с урбанизацией и технологическим

развитием он выделял и свободный рынок. Свобода торговли находила достаточное место в теории «конца истории» Фукуямы. Так, он отмечал, например, что успех Южной Кореи объясняется именно отказом от импортозамещения и протекционизма после 1961 года, а трудности Латинской Америки определялись не только избыточным госсектором (например, в Бразилии государство было активным участником многих рынков, в том числе металлургии, нефтяного сектора, банковского), но во многом меркантилистскими традициями (то есть протекционистскими традициями), унаследованными еще от феодальных институтов Испании и Португалии после периода колонизации. Так, например, протекционизм приводил к тому, что стоимость производства автомобиля в Бразилии, Аргентине, Мексике была на 60–150% выше, чем в США, что делало невозможным повышение экономической эффективности и достижение конкурентоспособности. Фукуяма презрительно относился к теории зависимости в широком смысле, то есть к теории, которая утверждает, что проблемы и кризисы в развивающихся странах возникают из-за их попыток интеграции в мировую экономику и из-за продолжающейся эксплуатации со стороны стран развитых. Он сравнивал эту теорию с меркантилизмом, даже называл в своей знаменитой книге протекционистский опыт Латинской Америки «меркантилистским уродством».

Хотя стоит отметить, что и в книге Фукуямы идея о завершении истории в виде торжества либеральной демократии не постулируется бесспорно. Он указывает, что нет демократии без демократов, без человека демократического, желающего демократии и формирующего ее, при этом и сам такой человек формируется ей. Демократия по Фукуяме означает триумф новой психологии – когда человек требует не признания выше других, а признания наравне с другими (то, что Ницше назвал бы «последним человеком»). Но что, если люди не согласят-

ся быть признанными наравне и это порождает новые кровавые битвы за престиж? Фукуяма вспоминает знаменитого философа Т. Гоббса, который предупреждал, что часто люди «сражаются за ерунду» (из-за соперничества, недоверия, жажды славы), и если такие стимулы возобладают в людях, то это может поставить крест на «конце истории» и на универсальной ассоциации на основе либеральной демократии. Кроме того, Фукуяма разделял либерализм (права человека и рынок) и демократию (механизм выборов), на примере Ирана показывая, что демократия может утверждаться вне либеральных принципов. Хотя о «конце истории» по Фукуяме может свидетельствовать даже не торжество демократии в мире, но тот факт, что все страны вынуждены хотя бы имитировать демократические процедуры, признавая тем самым магистральное направление. Таким образом, концепция Фукуямы, оговаривая возникающие сложности, все же постулировала (пусть и не мгновенное) торжество универсальной ассоциации, неотъемлемой частью которой является и свобода торговли.

Но дальнейшие события, такие как выход Великобритании из Европейского союза в ходе Brexit, разворот США при Д. Трампе в сторону протекционизма, повышение таможенных пошлин и торговые войны, поставили под вопрос дальнейшую интеграцию, а значит, добавили дополнительные аргументы к проведению национальной протекционистской политики. Например, президент Франции Э. Макрон отметил, что необходима стратегическая автономия для ЕС, независимость по так называемым чувствительным поставкам, что предусматривает опять же прямые или косвенные протекционистские меры. Отдельная дискуссия может быть связана с тем, что принцип свободы торговли приводит к негативным аспектам зависимости от иностранных кризисов, таким образом, опора на свободу торговли требует уверенности в бескризисном развитии контрагентов. Например, отмечается,

что Веймарская республика во многом опиралась на свободу торговли и поставки в США промышленных товаров, но Великая депрессия в США подорвала эту модель, в итоге это усугубило немецкий кризис, что привело к трагическим последствиям [3].

Видимо, можно согласиться, что в настоящее время в мире наступает этап глобального протекционизма. Всемирный экономический форум в Давосе 2023 года выделил среди ключевых проблем риски фрагментации мировой экономики из-за усиления протекционистских тенденций.

Другой вопрос заключается в том, можем ли мы ожидать, что этап протекционизма снова сменится эпохой доминирования свободы торговли, как это было уже многократно в истории. Например, до кризиса 2008 года прирост международного товарооборота превышал прирост мирового продукта иногда в 2 раза [4]. Но мировой финансовый кризис смог подорвать прежнюю модель: как отмечала в своей работе Т. В. Колесникова [4], в 2009–2022 годах число протекционистских решений в 4,5 раза превышало число решений по либерализации, хотя такие решения во многом и носили характер субсидирования, а не прямых запретов.

Также стоит отметить, что в отличие от времен Фридриха Листа, когда наиболее экономические развитые страны (в первую очередь Англия) считались главными идеологами свободной торговли и боролись с протекционизмом менее процветающих стран, в XXI веке именно условно наиболее развитые страны (США, ЕС) стали драйверами нового протекционизма. При этом глава Китая Си Цзинпинь, напротив, назвал протекционизм причиной замедления мировой экономики [5].

Идеологические основания протекционизма. Начиная как минимум с Навигационного акта (1651)¹, протекционистские ба-

рьеры могли оправдываться не их экономической эффективностью, но идеологическими и иными соображениями, при этом Ф. Лист подчеркивал, что в таких спорах грань между экономикой и идеологией провести очень сложно. И в настоящее время возникает проблема таких граней. Самый очевидный пример – протекционистские барьеры под предлогом безопасности продукции, ее соответствия техническим регламентам и т. д. Очевидно, что такого рода аргументы легко могут быть использованы в лоббистских усилиях, хотя и нельзя отрицать возможность искреннего беспокойства о безопасности потребителей. В последние десятилетия осложнилась и ситуация с экологическими требованиями: звучат голоса, что забота о так называемом зеленом производстве, о снижении вредных выбросов есть не только и не столько искренняя забота об экологии, но есть способ возведения протекционистских барьеров для развивающихся стран, которые не могут позволить себе сочетание массового производства и соблюдение жестких экологических нормативов стран первого мира, что консервирует разрыв в благосостоянии.

Особую озабоченность в развитых странах традиционно вызывала дешевая продукция Китая, иногда почти 50% протекционистских мер в мире было направлено против него [6]. Сложилась даже специфическая поговорка, что консерватор – это либерал, которого обманула реальность, а неопротекционист – это участник торговых переговоров, которому приходилось иметь дело с Китаем [4]. Политика ряда стран по сдерживанию Китая и его продукции может быть понятна с точки зрения геополитических реалий, однако нельзя не признать, что такая политика вступает в ощутимое противоречие с принципом свободы торговли. Следует отметить, что к протекционизму прибегает и Китай: среди важных протекционистских инструментов в политике Китая выделяют и занижение курса юаня, что

¹ Он предоставил английским кораблям исключительное право ввозить в Англию товары неевропейских стран и производить каботажное плавание.

может быть более эффективной мерой, чем прямое регулирование пошлин.

Гражданские свободы и свобода внешней торговли. Интересен также тезис Листа о том, что свобода внешней торговли не имеет отношения к гражданским свободам общества вообще, более того, в этих свободах имеет место даже противопоставление. Здесь все же не так просто согласиться с Листом. С одной стороны, если мы говорим про простые однородные товары (стандартное продовольствие, сырье и т.д.), то действительно едва ли можно увязывать ограничения внешних поставок и уровень гражданских свобод. С другой стороны, если мы говорим про дифференцированные товары, товары-символы и бренды, то здесь протекционистские ограничения становятся опасными: еще шотландский просветитель Дэвид Юм (1711–1776) отмечал, что разнообразие товаров в рамках свободы торговли крайне важно, потому что приводит в том числе к утончению вкусов. Особенно опасны протекционистские барьеры в сфере культуры, массовой информации, цифровых сервисов, где протекционизм становится прямой угрозой для свобод: ярким негативным примером здесь является цензура интернета или иностранных фильмов в Китае.

В то же время логика Листа об отсутствии связи между свободой «вообще» и свободой внешней торговли парадоксально подтверждается примером гражданской войны в США. Свободолюбивые северные штаты как раз отличались протекционистской политикой, в отличие от практики свободы торговли в рабовладельческих южных штатах, которые специализировались на торговле хлопком. Например, в 1828 году был принят так называемый таможенный «тариф ужасов» или «тариф мерзостей» (пошлины до 45%), но президент Э. Джексон снизил под давлением юга пошлины до 20%. После победы свободолюбивых северных штатов тарифы резко выросли, в сред-

нем с 15 до 37,5%, а переход к свободной торговле произошел только в XX веке [3].

Путь протекционизма – процесс перманентный. Ключевая идея Листа заключалась в том, что воспитательный протекционизм должен быть именно временной политикой, направленной на повышение конкурентоспособности отечественной промышленности, что означает отказ от внешних барьеров при достижении определенного уровня, кроме того, концепция Листа предусматривала свободу торговли внутри страны и упразднение внутренних барьеров. Однако возникает фундаментальная проблема, связанная с тем, что даже временный протекционизм порождает влиятельные группы интересов, которые совершенно не намерены потом терять свое льготное положение и используют его для монополизации рынков, о чем писали еще Р. Гильфердинг [7] и Й. Шумпетер [8]. Показательным примером является и практика ВТО. В рамках ВТО был заложен специальный дифференцированный режим (SDT), предусматривающий льготы для развивающихся стран, однако за прошедшие десятки лет некоторые бывшие развивающиеся страны уже фактически достигли статуса стран развитых, но никто не отказался от своего льготного режима во имя принципа свободной и равной торговли [9].

Особенности аграрного вопроса. Фридрих Лист изначально предусматривал протекционистские ограничения только для промышленной сферы, подчеркивая верность фритредерству для сферы сельхозпроизводства. Но в современном мире для сельского хозяйства как раз протекционистские барьеры становятся выше, чем для другой продукции, особенно с учетом нетарифных ограничений [6]. При этом протекционизм в сфере сельского хозяйства получает все большую общественную поддержку общественного мнения, в частности с точки зрения логики продовольственной безопасности [4], например в Турции

и Южной Кореи пошлины на продукты сельского хозяйства могли достигать 50%. Для молочного рынка в США пошлины могли достигать 126%, в ЕС – 180% [10].

Проблемы сельского хозяйства играли очень существенную роль и в рамках дискуссий членов ВТО. В 2001 году начались переговоры (Доха Раунд или Раунд развития ВТО) о том, как улучшить положение развивающихся стран, которые не могли на равных конкурировать в сфере сельского хозяйства из-за огромных субсидий в развитых странах в этой сфере, и только спустя много лет некоторые меры были приняты [9].

Например, в Китае при вступлении в ВТО проблемы сельского хозяйства становились предметом тщательного анализа. Так, Китаю пришлось снизить пошлины на продукцию сельского хозяйства с 31 до 14%, отменить государственную монополию на импорт продукции. В результате Китай организовал перевод крестьян в легкую промышленность, чтобы не допустить роста безработицы, а также сохранились квоты, например, на кукурузу, хлопок, рис, пшеницу [10].

Таким образом, рекомендации Листа об исключении протекционистской защиты для сельского хозяйства не получают подтверждения в современной практике.

Перспективы периферийного протекционизма. Фридрих Лист подчеркивал, что свободная торговля (в его эпоху) фактически будет означать торжество английской промышленности и консервацию отставания в других странах Европы. В XX веке проблема усугубления неравенства стран получила значительное развитие в дискуссиях, все большую роль начинали играть различные теории периферийного капитализма, среди авторов которых можно выделить таких исследователей, как Рауль Пребиш, Иммануил Валлерстайн, Селсу Фуртаду и др.

В каком-то смысле теории периферийного капитализма выглядят даже более радикально, чем теория воспитательного про-

текционизма. Если воспитательный протекционизм Листа предполагает, что страна может решить проблему отсталости временными защитными методами и стать развитой промышленной державой, то теории периферийного капитализма полагали, что свободная торговля жестко фиксирует неравенство ядра и периферии, извлечение ренты из периферии становится основой благополучия ядра, а значит, периферийная страна в рамках такой системы изначально предназначена для вечного отставания. Важным механизмом становятся ножницы цен – периферийные страны вынуждены продавать сырье и простые изделия по дешевым ценам, а закупать более сложную продукцию из ядра по растущим ценам, при этом страна не может отказаться от дорогого импорта в том числе и потому, что в правящей элите периферийной страны жестко закрепляется мода на товары из ядра, в том числе на определенные товары роскоши (*общество тривиального и показного потребления* по Пребишу).

Здесь уместно вспомнить рассуждения Т. Веблена о том, как средний класс попадает в тотальную зависимость от «праздного» класса, пытаясь подражать его стандартам потребления; примерно такой же процесс происходит с элитами периферийных стран в рамках данной теории, что не позволит таким странам преодолеть отсталость. И в рамках данного подхода развитые страны (ядра) обвиняются в жестком навязывании свободы торговли, которая приводит к порабощению стран периферии. Можно привести пример того, как коммандор Метью Перри навязал Японии силой открытость и свободную торговлю [3].

Рауль Пребиш [11] отмечал, что центр скорее согласится на завоз мигрантов, чем на либерализацию импорта из периферии, приводя в пример Раунд Кеннеди и Токио – Раунд ГАТТ, в рамках которых либерализация происходила только для такого экспорта, где периферия не была развита (несмотря

на формальную приверженность защите свободной торговли). Он подчеркивал, что классическая экономическая теория страдает излишней претензией на универсальность, признавая, что был очарован ей в молодости. Она не учитывает практику отстающих в экономическом развитии стран, так называемых стран периферийного капитализма. Главными проблемами таких стран он называет утечку мозгов, устаревшие технологии (которые в том числе приносят в них ТНК), вывод прибыли и процента иностранными инвесторами, крайне низкие заработанные платы рабочих, загрязнение окружающей среды и истощение природных ресурсов, гигантскую концентрацию населения в городах. К сожалению, мы нередко можем наблюдать последствия периферийного капитализма, перечисленные Пребишем. При этом страны периферии оказываются еще более уязвимы для циклов и спадов. Транснациональные компании, согласно Пребишу, могут быть использованы для наращивания экспорта на периферии, но их влияние может быть и негативным: они усиливают ущерб от подчинения центру.

Пребиш не выступает против рынка и свободной торговли вообще, но подчеркивает, что в условиях периферийного капитализма все намного сложнее: *рынок функционирует хорошо или плохо в зависимости от социальной структуры, в которую он встроен*. Свободный рынок приносит выгоды только обеспеченным привилегированным слоям периферии, усугубляя положение рабочих. Выгоды могут получить только некоторые рабочие, тесно связанные с плодами технического прогресса, например работающие в тех же ТНК. Рабочие и привилегированные слои населения вступают в перманентный конфликт: попытки рабочих сгладить социальное неравенство (с помощью профсоюзов, партий), как правило, приводят к падению демократии, которая противоречит характеру накопления и распределения, создается авторитарный режим. Для

стран периферии складывается чрезмерная экономическая концентрация (ресурсов и богатства, собственности), что не может не приводить к чрезмерной политической концентрации. На периферии складывается имитационный капитализм, имитационная демократизация, не обеспеченная степенью накопления капитала (здесь Пребиш фактически оговаривает, что демократия является следствием развития капитализма и возможна лишь на определенном уровне его развития).

Пребиш дает следующие советы для избавления стран периферии от разрушительной зависимости от свободной торговли со странами центра. Во-первых, его надежда возлагается на общий рынок развивающихся стран (например, Латинской Америки) для повышения эффективности и усиления конкурентоспособности перед странами центра. Это, конечно, очень напоминает советы Фридриха Листа, который выступал даже за отмену пошлин для союза Франции, Австрии, Германии, России [12] против английской продукции. Во-вторых, Пребиш выступает за активное импортозамещение, дополняемое стимулированием экспорта обрабатывающей промышленности. Чтобы снижать зависимость от импорта, возможен путь не протекционизма, а девальвации валюты, но это требует отсутствия роста заработной платы, что будет обострять социальные конфликты. Он выступает против полного обособления от центра, но оговаривает что госпредприятия должны выполнять функцию противодействия прихода иностранных компаний в сферы, где решающее слово должно оставаться за нацией. Пребиш заключает, что либерализм играет огромную роль, но политический и экономический либерализм несовместимы, особенно на периферии и в периоды кризиса, для защиты свободной торговли необходимым условием становится авторитарность государства. Здесь тоже можно увидеть некоторое сходство с позицией Листа о противо-

речиях между свободой торговли и свободами гражданского общества в целом.

Вероятно, еще более радикальную позицию занимал Иммануил Валлерстайн [13, 14], один из основателей мир-системной теории, которую также можно рассматривать как развитие и продолжение идей Листа, хотя Валлерстайн и не ссылаясь прямо на его работы [15]. Он подчеркивает, что существование ядра принципиально невозможно без периферии, ядро существует за счет неравного обмена с периферией. При этом особую роль играют страны полупериферии (Южная Корея, Бразилия, Индия), которые по отношению к другим государствам играют двоякую роль, совмещая и функции ядра, и функции периферии, главная их задача – не провалиться полностью в состояние периферии, именно такие государства наиболее активно применяют протекционистскую политику. Мир-системная теория Валлерстайна приводит к радикальным печальным выводам. Во-первых, звучит идея о том, что мир ядра и периферии в целом может обеспечить экономический рост только для 10–20% жителей планеты, остальной мир вынужден проигрывать в ситуации сложившейся и усиливающейся эксплуатации в рамках свободной торговли. Капитализм называется не торжеством рынка, но постоянной борьбой за монополию, свободная торговля объявляется фундаментальной основой гегемонии. Фактически полемизируя с Фукуямой, Валлерстайн провозглашает невозможность «конца истории», но объявляет о «начале истории» – под натиском усугубляющихся противоречий современный капитализм власти ядра должен рухнуть с учетом возрастающей роли ущемленной периферии.

С другой стороны, такого рода жесткая критика периферийного капитализма не дает ответа на вопрос о возможной альтернативе – преодоление зависимости от ядра может оказаться не менее печальным,

чем сама зависимость. Даже Р. Пребиш потом признал проблемы импортозамещения и чрезмерного протекционизма [15].

Можно выделить и в некотором смысле более умеренных экономистов, которые не настаивали на катастрофичности противопоставления ядра и периферии, но также продолжили дело Листа с точки зрения обозначения негативных эффектов свободной торговли для бедных стран. Так, Эрик Райнерт, автор популярной книги «Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными» [16], как когда-то Лист, подверг критике теорию свободной торговли Рикардо, постулируя, что богатство современных развитых стран основано не на истории свободы торговли, но на истории государственного регулирования, протекционизма, стратегического планирования. Как отметил Г. Гловели, благодаря Э. Райнерту произошла переоценка меркантилизма в контексте противоречий современной глобализации [17].

К схожим идеям пришел и Джозеф Стиглиц [18], показывая, что победа глобализации совсем не привела к победе над бедностью в развивающихся странах, торжество свободы торговли приводило к диктату для развивающихся стран с точки зрения открытия рынков, отказа от государственной поддержки сельского хозяйства (ключевая конкурентоспособная сфера), при этом развитые страны продолжали сохранять свои квоты, субсидии фермерам, что, конечно, подрывало надежды на взаимовыгодную кооперацию.

Альтернативной концепцией для модели ядра и периферии стала, например, так называемая модель «гусиного клина», когда страна-последователь постепенно перенимает высокотехнологические методы производства у страны-лидера, получает лицензии и иные возможности, преодолевая отсталость. В принципе так и развивались успешные азиатские страны: в рамках «гусиного клина» технологические производства на

основе западных технологий сначала появились в Японии, потом в Южной Корее, а затем в иных азиатских странах.

Кризис ВТО: от надежд универсальной ассоциации к возрождению протекционистской идеологии и практики

Отдельно предлагается рассмотреть проблему роли Всемирной торговой организации, которая стала одновременно и символом идеи свободной торговли, и символом невозможности решения проблемы протекционистских барьеров.

В истории современной России одна из самых ярких дискуссий о соотношении протекционизма и свободе торговли имела место также при обсуждении проблемы вступления в ВТО. Интересно упомянуть, что в России XXI века как раз в связи с переговорами о вступлении в ВТО вновь зазвучала фамилия Фридриха Листа: в 2005 году глава журнала «Эксперт» Валерий Фадеев инициировал переиздание трудов Листа и поддерживал его протекционистские позиции применительно к развитию экономики России.

Всемирная торговая организация возникла в качестве преемника Генерального соглашения о тарифах и торговле (ГАТТ, 1947), хотя, конечно, соглашение не играло столь фундаментальной роли в устранении протекционистских барьеров. С одной стороны, Всемирная торговая организация действительно стала символом торжества свободной торговли и международной ассоциации: так, если, например, в 1995 году в ВТО состояло 112 стран, то в 2022 году – уже 164 (Россия стала 156-й страной после 18 лет переговоров), фактически все рыночные крупные экономики входят в данную структуру, а значит, (формально) можно говорить о закреплении принципа свободной торговли на международном уровне.

Данную ситуацию, когда почти все значимые страны стали членами ВТО, можно рас-

ценивать двояко. С одной стороны, это можно воспринимать как движение к той самой универсальной ассоциации, о которой писал Лист, но, с другой стороны, такой охват крайне затрудняет переговоры и достижение новых компромиссных решений. Принцип консенсуса, когда в некотором смысле у каждой страны есть право вето, может оказывать губительное воздействие на возможность принять консолидированное решение: вспомним и практику парламента Речи Посполитой, и постоянные проблемы при согласовании решений в рамках ЕС.

С другой стороны, что справедливо практически для любого символа, реальность ВТО может далеко не соответствовать декларируемой цели, в данном случае – цели условного упразднения протекционистских барьеров. Во-первых, хотя общая логика ВТО, безусловно, предусматривает снижение таможенных, протекционистских ограничений, но разные страны вступали в ВТО на разных условиях, в ходе переговоров добиваясь для себя уступок. Кроме того, снижение прямых пошлин нередко оборачивалось усилением нетарифных ограничений [6]. Для более корректного анализа рекомендуется рассматривать не только непосредственно сами пошлины, но, например, Общий индекс ограничений доступа на рынки (Market Access Overall Trade Restrictiveness Index – MA-OTR). Более того, ВТО не способно запретить странам действовать из соображений национальной безопасности, и здесь возникает очень большой соблазн объяснять именно так протекционистские меры, например, когда речь идет о той же продукции Китая.

В рамках ВТО возможны и иные исключения. Например, США могут признать экономику страны нерыночной (как это было с Китаем, Россией, Вьетнамом) и с учетом этого отходить от принципа свободной торговли. Аналогично в ЕС есть практика присвоения статуса страны с существенными искажениями, что также становится

основанием для усиления протекционизма, борьбы с демпингом и т. д.

Вступление России в ВТО сопровождалось существенной критикой как в рамках парламентской дискуссии (вступление поддержали только 238 депутатов из 450, при возражении партий КПРФ, ЛДПР, «Справедливая Россия»), так и с точки зрения позиции бизнеса. Аргументы против вступления в ВТО были традиционными протекционистскими, отмечалось, что снижение таможенных пошлин подорвет перспективы не слишком конкурентной отечественной продукции, в том числе отмечались риски для легкой, пищевой промышленности, лекарств и медицинского оборудования, электроники [10]. Критики отмечали, что вступление России в ВТО объяснялось лоббированием интересов экспортеров, которые на период вступления играли колоссальную роль в экономике страны: так, металлургия, нефтегазовая и горнодобывающая отрасли обеспечивали примерно 80% экспорта, 40% ВВП, 80% бюджета [10]. В этом смысле можно было понять желание еще больше улучшить положение ключевых отраслей; другой вопрос, насколько это могло зафиксировать такую чрезмерную специализацию экономики.

На самом деле условия вступления России в ВТО можно было и не называть радикальным снижением протекционистских барьеров, в том числе с учетом ранее сложившейся либерализации. Так, Россия согласилась в среднем снизить пошлины на сельскохозяйственную продукцию с 13,2 до 10,8%, а на промышленные товары – с 9,5 до 7,3% [19]. Всемирный банк оценивал, что Россия снизит тарифы с 13 до 5,8%, если брать взвешенный средний тариф (для сравнения: в Китае при вступлении в ВТО пошлины на промышленную продукцию должны были упасть с 27 до 7%) [10]. Россия сохранила, например, запрет на работу филиалов иностранных банков, существенные сложности для работы иностран-

ных страховых организаций и т. д. В этом смысле иногда отмечается, что вступление в ВТО во многом можно расценивать как политическое, а не экономическое решение, как символ рыночных реформ и интеграции России в глобальное пространство.

Другое дело, что интеграционный потенциал ВТО в последние годы все чаще вызывает сомнения. США при Д. Трампе объявили торговую войну практически всему миру: ЕС, Китаю, Турции, даже совсем близкой Канаде, увеличив существенно пошлины, в том числе на сталь и алюминий. Эта история во многом продемонстрировала «эффективность» разрешения споров в рамках ВТО. Так, только в декабре 2022 года ВТО признала нарушение со стороны США по протекционистским мерам в отношении китайской продукции, обозначив, что аргумент о защите национальной безопасности не правомерен, так как у страны формально нет серьезного конфликта с Китаем. ВТО признала и незаконность ответных китайских пошлин. Однако представители США заявили, что ВТО не может судить о безопасности страны и подали апелляцию на решение. Принципиальная проблема была связана с тем, что апелляционный орган ВТО в принципе оказался не способен решать любые вопросы с 2019 года. В апелляции осталось число арбитров, которое меньше нижнего порога для принятия решений, США заблокировали десятки попыток начать процедуру отбора. Америка указала на важные проблемы в механизмах разрешения споров (очень долгие сроки рассмотрения, высокая зарплата арбитров) [20], однако вместо решения проблем сложилась ситуация паралича механизма, когда любое решение может быть обжаловано в апелляции, но поскольку апелляции нет, то фактически в рамках ВТО никакое итоговое решение не могло быть принято.

Д. Трамп решительно разорвал и прежние интеграционные процессы. Это коснулось, во-первых, Транстихоокеанского

торгового партнерства. Изначально это было объединение 12 стран во главе с США, которое могло включить государства с долями в 40% в мировом ВВП и 30% в мировой торговле [9]. Соглашение подразумевало отмену пошлин на 18 тыс. товаров, по некоторым оценкам, основные выгоды могли бы получить США и Япония, но в 2017 году Трамп в рамках одного из первых указов вышел из договора, 11 стран-членов в нем остались. Аналогично Дональд Трамп прекратил переговоры с ЕС, которые продолжались с 2013 года о создании Транстихоокеанского торгового и инвестиционного партнерства.

Также Д. Трамп не полностью отменил, но сильно изменил и соглашение США, Канады и Мексики, вместо соглашения НАФТА было заключено новое соглашение USMCA. Соглашение НАФТА было основано в том числе на более ранних соглашениях, официально вступило в силу в 1991 году, предусматривая свободную торговлю, либерализацию инвестиций и иные меры сотрудничества. Фактически соглашение носило во многом мягкий характер интеграции, не было предусмотрено наднациональных органов с реальными полномочиями (хотя и была создана Комиссия по свободной торговле), решения принимались консенсусом трех государств, арбитражные панели для разрешения споров могли выносить рекомендательные решения. Но в рамках общего изоляционистского курса Д. Трамп все равно назвал НАФТА ужасной сделкой и предложил ужесточение принципов интеграции. Ключевые изменения произошли в автомобильной отрасли: во-первых, возросла доля запчастей, которые должны были быть произведены в странах (до 75%); во-вторых, были оговорены требования о минимальной заработной плате рабочих в размере не менее чем 16 долларов в час, что должно было защитить США от дешевой рабочей силы из Мексики [21]. Новые параметры соглашения можно было интерпретировать и как продолжение борьбы

с Китаем, поскольку в новом соглашении не рекомендовалось иметь тесные контакты со странами с нерыночной экономикой.

Другой интересный пример усиления протекционистских тенденций – Индия в рамках ВТО в 2014 году отказывалась ратифицировать Соглашение об упрощении процедур торговли, которое, по некоторым оценкам, могло принести общие выгоды в виде 1 трлн долларов и создать 21 млн рабочих мест [22]. Однако особая позиция одного государства сорвала прежние договоренности, потому что по правилам ВТО требуется ратификация всеми участниками.

Слабость ВТО с точки зрения формирования действительно общей ассоциации свободной торговли привела к формированию многочисленных региональных ассоциаций [23], которые попытались предложить более тесное сотрудничество с более эффективными механизмами достижения компромиссов и разрешения споров (НАФТА (сейчас – USMCA), МЕРКОСУР, Совет сотрудничества Арабских государств Персидского залива, АСЕАН, Южноафриканский таможенный союз и т.д.). Ярким примером намного более тесного сотрудничества стало соглашение CETA между Канадой и ЕС, заключенное в 2017 году.

Примером региональной интеграции стал и Таможенный союз, созданный в 2010 году (изначально Россией, Казахстаном, Белоруссией, позже присоединились Армения и Киргизия), союз предусматривал унификацию правил и существенное снижение протекционистских барьеров внутри союза. С 2012 года начала действовать Зона свободной торговли СНГ, в которой даже предусмотрен был механизм разрешения споров через Экономический суд СНГ (или через комиссию экспертов). В 2014 году было объявлено о создании Евразийского экономического союза.

Возникает даже такой термин – регионализация как разновидность глобализационных процессов [23]. Хотя уместно говорить

и о том, что в нестабильном мире регионализация становится не видом, а угрожающей альтернативой глобализации.

Региональные торговые интеграционные процессы также проходят непросто. Во-первых, возможны в том числе и риски противоречий при параллельном использовании разных наднациональных механизмов разрешения споров, например имели место случаи сложностей совмещения принципов НАФТА (USMCA) и ВТО, МЕРКОСУР и ВТО и т. д. Во-вторых, необходимо различать взаимовыгодные зоны свободной торговли и ситуации, когда крупное государство за счет таможенных ассоциаций фактически подчиняет себе экономики небольших соседей. Кроме того, нужно учитывать, что экономическая ассоциация если не предшествует фундаментальной политической ассоциации, то в любом случае подразумевает некоторый базовый политический союз. Так, теоретик рыночной институциональной интеграции Б. Балашша выделял 5 этапов интеграции, и финальным этапом был именно политический союз. Или представитель неофункционализма Эрнст Бернхард Хаас отмечал, что в экономической интеграции ключевой вопрос – это именно формирование особого политического сообщества, где возникает доверие к наднациональным институтам.

Таким образом, не только ВТО, но и региональные ассоциации свободной торговли фактически не могут успешно развиваться без решения проблемы усиления геополитических конфронтаций и отсутствия политического доверия к контрагентам.

Заключение

Вопрос о балансе свободы торговли и протекционистских мер действительно является одним из вечных вопросов экономической теории и практики. Как любой вечный вопрос, он не ожидает скорого и простого ответа, вместе с тем невозможно

и преуменьшать значимость попыток этот вопрос разрешить. В рамках экономической теории важнейшую роль сыграла теория воспитательного протекционизма Ф. Листа, которая остается и сейчас предметом дискуссии для возможности ее практической реализации. В XX веке идеи Листа были продолжены как теоретиками периферийного капитализма (Р. Пребиш, И. Валлерстайн и др.), так и более мягкими критиками глобализации на основе принципа свободной торговли (Э. Райнерт, Дж. Стиглиц и др.).

Фридрих Лист указывал на утопичность идей классиков свободной торговли и на недопустимость признания универсальности их рецептов, в какой-то мере утопией оказалась и концепция воспитательного протекционизма, по крайней мере если воспринимать ее в чистом виде. Так, например, современный опыт показал, что фактически ни одна страна не готова руководствоваться рецептом Листа о свободе торговли в сельском хозяйстве, напротив, продовольственная безопасность становится оправданием даже для более жестких протекционистских мер, отдельный комплекс проблем мы видим в системе квотирования и субсидирования в рамках Европейского союза. Слишком оптимистичной оказалась и теория воспитания Листа, предполагающая отказ от протекционизма после достижения отраслью успехов. Практика показала, что протекционистские меры намного легче начать, чем закончить, успешная отрасль порождает мощные лоббистские группы, нацеленные на бесконечную пролонгацию мер поддержки, что может приводить к монополизации и картелизации экономики. Аналогично и в рамках международных переговоров, в рамках ВТО, страны совсем не намерены отказываться от полученных ранее льгот и уступок, несмотря на достигнутые успешные результаты. Спорным оказывается и тезис Листа об отсутствии связи свободы внешней торговли

и иных свобод, в отдельных случаях доступ к иностранным товарам остается важным способом защиты для граждан от давления национальной бюрократии. Можно также отметить, что в теории Листа отстающие страны должны были использовать протекционистскую защиту против навязывания свободной торговли со стороны наиболее развитых стран, в последнее же время мы, напротив, наблюдали протекционистские войны со стороны США, ЕС. Вполне уместна даже дискуссия о том, что отказ наиболее экономически развитых стран от идеологии свободной торговли связан может быть отчасти связан и с ослаблением идеологии гражданских свобод в целом.

Интересно отметить, что если «первые» социалистические экономисты (К. Маркс, Р. Гильфердинг) во многом критически относились к концепции Фридриха Листа, то социалистическая мысль второй половины XX века отчасти повторила рекомендации Листа, только не в контексте воспитательного протекционизма, но в рамках концепции периферийного капитализма. Сторонники концепции периферийного капитализма в каком-то смысле идут по более радикальному пути. Если Фридрих Лист мог бы сказать, что временный воспитательный протекционизм может приблизить периферию к уровню развития ядра для дальнейшей экономической либерализации, то Р. Пребиш или И. Валлерстайн фактически говорят о невозможности сближения, настаивая, что свободная торговля становится просто инструментом для ядра и связанной с ним элиты по бесконечной и непреодолимой эксплуатации периферии. Но даже признавая условную несправедливость такого распределения богатства, сохраняется фундаментальный вопрос, не станет ли разрыв с ядром еще большим бедствием для условной периферии. Если даже мы соглашаемся с Р. Пребишем, что включение в международную торговлю приносит периферии имитационный капи-

тализм, имитационную демократию и только элитарное благополучие, то остаются надежды на постепенное эволюционное оживление имитационных институтов и повышение равенства в распределении поступлений от международной кооперации, а на что может опираться разрыв с ядром? Некоторые надежды периферии при этом могут быть связаны не с протекционизмом и не с разрывом связей с ядром, но с развитием экспортоориентированных высокотехнологических производств, в том числе на основе технологической кооперации с иностранными компаниями.

Отчасти парадоксальная ситуация складывается с тенденциями развития ВТО. Формально ВТО как раз соответствует мечте классиков (и в каком-то смысле Листа) об универсальной ассоциации: в ВТО вступили практически все значимые экономики мира, что вроде должно было привести к уничтожению барьеров на пути свободной торговли. Однако последние годы мы видим явный кризис ВТО, связанный как с невозможностью достичь компромисса при таком количестве равноправных участников, так и с политикой лидеров ряда стран, в первую очередь Д. Трампа, по возвращению к практике торговых войн. Вероятно, в ближайшее время не следует ждать возрождения ВТО как арбитра и защитника свободной торговли, велики риски дальнейшей фрагментации и регионализации международной торговли и международной политики с учетом интенсификации вызова со стороны глобального юга, о котором (правда, с надеждой) предупреждал И. Валлерстайн.

Таким образом, универсальная ассоциация в «конце истории», которую предполагали классики или Ф. Фукуяма, обозначал как далекую цель Фридрих Лист, становится все более несбыточной мечтой. И в результате можно ожидать, что практика протекционизма будет все больше вытеснять теорию выгод свободной торговли.

Список литературы

1. Лист Ф. Национальная система политической экономии. – М.: Социум, 2020. – 722 с.
2. Фукуяма Ф. Конец истории и последний человек. – М.: АСТ, 2015. – 576 с.
3. Попов Г. Г. Национальное экономическое развитие в условиях глобализации: Фридрих Лист vs классическая школа // Пространство экономики. 2007. Т. 5. № 4. С. 71–85.
4. Колесникова Т. В. Механизмы реализации инструментов протекционизма в государственной экономической политике: дис. ... докт. экон. наук: 5.2.6. – М., 2023. – 426 с.
5. Си Цзиньпин назвал протекционизм причиной замедления роста мировой экономики [Электронный ресурс] // ТАСС. URL: <https://tass.ru/ekonomika/7113979> (дата обращения: 11.01.2024).
6. Кадочников П. А. Протекционизм и либерализация внешней торговли в России и ведущих странах мира // Российский внешнеэкономический вестник. 2015. № 3. С. 3–13.
7. Гильфердинг Р. Финансовый капитал: Новейшая фаза в развитии капитализма. – М.: Государственное издательство, 1922. – 460 с.
8. Шумпетер Й. История экономического анализа: в 3 т. – СПб.: Экономическая школа, 2004. – 1670 с.
9. Портанский А. П. Императив реформирования ВТО в эпоху роста протекционизма и торговых войн // Вестник международных организаций. 2019. Т. 14. № 2. С. 304–318. DOI: 10.17323/1996-7845-2019-02-12.
10. Логинова А. С. Анализ социально-экономических последствий вступления России в ВТО: монография. – СПб.: Троицкий мост, 2014. – 156 с.
11. Пребиш Р. Периферийный капитализм. Есть ли ему альтернатива. – М.: ИЛА РАН, 1992. – 338 с.
12. Цедилин Л. И. Промышленная политика по Фридриху Листу // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2014. № 6. С. 102–110.
13. Валлерстайн И. Миросистемный анализ: введение. – М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. – 248 с.
14. Валлерстайн И. Исторический капитализм. Капиталистическая цивилизация. – М.: Товарищество научных изданий КМК, 2008. – 176 с.
15. Гловели Г. Д., Спадерова А. А. Перипетии «воспитательного протекционизма» // ВТЭ. 2019. № 2. С. 62–81. DOI: 10.24411/2587-7666-2019-10205.
16. Райнерт Э. Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными. – М.: Издательский дом Государственного университета – Высшей школы экономики, 2011. – 384 с.
17. Гловели Г. Д. Меркантилизм, мир-системная гегемония и протоанализ национальной конкурентоспособности // Журнал Новой экономической ассоциации. 2021. № 3 (51). С. 163–194. DOI: 10.31737/2221-2264-2021-51-3-8.
18. Стиглиц Дж. Глобализация: тревожные тенденции. – М.: Национальный общественно-научный фонд, 2003. – 304 с.
19. История отношений России и Всемирной торговой организации [Электронный ресурс] // ТАСС. URL: <https://tass.ru/info/15528799> (дата обращения: 11.01.2024).
20. Зубков И. США лишили ВТО возможности разбирать торговые споры [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2019/12/10/ssha-lishili-vto-vozmozhnosti-razbirat-torgovye-spory.html> (дата обращения: 11.01.2024).
21. Васильева М. Не тормозит: Мексика продолжит автомобильное сотрудничество с РФ [Электронный ресурс] // Известия. URL: <https://iz.ru/1033825/mariia-vasileva/ne-tormozit-meksika-prodolzhit-avtomobilnoe-sotrudnichestvo-s-rf> (дата обращения: 11.01.2024).
22. Индия заблокировала принятие соглашения по упрощению процедур торговли [Электронный ресурс] // ТАСС. URL: <https://tass.ru/ekonomika/1342653> (дата обращения: 11.01.2024).
23. Бельская Е. И. Международно-правовое регулирование зон свободной торговли и механизмов разрешения договорных споров: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.10. – М., 2018. – 180 с.

Сведения об авторах

Макаров Андрей Владимирович, ORCID 0000-0003-2268-0011, канд. экон. наук, старший научный сотрудник, Институт прикладных экономических исследований Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ИПЭИ РАНХиГС); старший преподаватель, кафедра экономической теории, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия, andreymakarovh@mail.ru

Остроумов Владимир Владиславович, ORCID 0000-0003-2333-3636, канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия, vvostroumov@fa.ru

Поддержка исследований

Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы государственного задания РАНХиГС.

Статья поступила 01.04.2024, рассмотрена 15.04.2024, принята 30.04.2024

References

1. List F. *Natsional'naya sistema politicheskoi ekonomii* [National system of political economy]. Moscow, Sotsium Publ., 2020, 722 p.
2. Fukuyama F. *Konets istorii i poslednii chelovek* [The end of history and the last man]. Moscow, AST Publ., 2015, 576 p.
3. Popov G. G. National economic development in globalization environment: Friedrich List vs classical school. *Ekonomicheskii vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2007, vol.5, no.4, pp.71-85 (in Russian).
4. Kolesnikova T. V. *Mekhanizmy realizatsii instrumentov protektsionizma v gosudarstvennoi ekonomicheskoi politike. Dis. dokt. ekon. nauk: 5.2.6.* [Mechanisms for implementing protectionism instruments in state economic policy. Dr. econ. sci. dis.: 5.2.6.]. Moscow, 2023, 426 p.
5. *Si Tszin'pin nazval protektsionizm prichinoi zamedleniya rosta mirovoi ekonomiki* [Xi Jinping called protectionism the reason for the slowdown in global economic growth]. TASS. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/7113979> (accessed 11.01.2024).
6. Kadochnikov P. A. Trade liberalization and protectionism in Russia and the world's leading countries. *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik*=Russian Foreign Economic Journal, 2015, no.3, pp.3-13 (in Russian).
7. Gilferding R. *Finansovyi kapital: Noveishaya faza v razvitii kapitalizma* [Financial capital: The newest phase in the development of capitalism]. Moscow, Gosudarstvennoe izdatel'stvo Publ., 1922, 460 p.
8. Shumpeter I. *Istoriya ekonomicheskogo analiza: v 3 t.* [History of economic analysis: in 3 vol.]. St. Petersburg, Ekonomicheskaya shkola Publ., 2004, 1670 p.
9. Portansky A. The imperative of WTO reform in an era of rising protectionism and trade wars. *Vestnik mezhdunarodnykh organizatsij*=International Organisations Research Journal, 2019, vol.14, no.2, pp.304-318 (in Russian). DOI: 10.17323/1996-7845-2019-02-12.
10. Loginova A. S. *Analiz sotsial'no-ekonomicheskikh posledstviiv vstupleniya Rossii v VTO: monografiya* [Analysis of socio-economic effects of Russia's WTO accession: monograph]. St. Petersburg, Troitskii most Publ., 2014, 156 p.
11. Prebisch R. *Periferiinyi kapitalizm. Est' li emu al'ternativa* [Peripheral capitalism. Is there an alternative to it?]. Moscow, ILA RAN Publ., 1992, 338 p.
12. Tsedilin L. I. The industrial policy according to Friedrich List. *Vestnik Instituta ekonomiki Rossiiskoi akademii nauk*=The Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences, 2014, no.6, pp.102-110 (in Russian).

13. Vallerstain I. *Mirosistemnyi analiz: vvedenie* [World-system analysis: introduction]. Moscow, *Territoriya budushchego* Publ., 2006, 248 p.
14. Vallerstain I. *Istoricheskii kapitalizm. Kapitalisticheskaya tsivilizatsiya* [Historical capitalism. Capitalist civilization]. Moscow, *Tovarishchestvo nauchnykh izdaniy KMK* Publ., 2008, 176 p.
15. Gloveli G. D., Spadero A. A. Peripetics of "Tutelary Protectionism". *VTE=Issues of Economic Theory*, 2019, no.2, pp.62-81 (in Russian). DOI: 10.24411/2587-7666-2019-10205.
16. Reinert E. *Kak bogatye strany stali bogatymi, i pochemu bednye strany ostayutsya bednymi* [How Rich Countries Got Rich and Why Poor Countries Stay Poor]. Moscow, *Izdatel'skii dom Gosudarstvennogo universiteta – Vysshei shkoly ekonomiki* Publ., 2011, 384 p.
17. Gloveli G. D. Mercantilism, world-system hegemony and protoanalysis of national competitiveness. *Zhurnal Novoi ekonomicheskoi assotsiatsii=The Journal of the New Economic Association*, 2021, no.3(51), pp.163-194 (in Russian). DOI: 10.31737/2221-2264-2021-51-3-8.
18. Stiglitz J. *Globalizatsiya: trevozhnye tendentsii* [Globalization and its discontents]. Moscow, *Natsional'nyi obshchestvenno-nauchnyi fond* Publ., 2003, 304 p.
19. *Istoriya otnoshenii Rossii i Vsemirnoi torgovoi organizatsii* [History of relations between Russia and the World Trade Organization]. TASS. Available at: <https://tass.ru/info/15528799> (accessed 11.01.2024).
20. Zubkov I. *SShA lishili VTO vozmozhnosti razbirat' torgovye spory* [The United States deprived the WTO of the ability to resolve trade disputes]. *RG*. Available at: <https://rg.ru/2019/12/10/ssha-lishili-vto-vozmozhnosti-razbirat-torgovye-spory.html> (accessed 11.01.2024).
21. Vasilyeva M. *Ne tormozit: Meksika prodolzhit avtomobil'noe sotrudnichestvo s RF* [Not slowing down: Mexico will continue automotive cooperation with the Russian Federation]. *Izvestiya*. Available at: <https://iz.ru/1033825/mariia-vasileva/ne-tormozit-meksika-prodolzhit-avtomobilnoe-sotrudnichestvo-s-rf> (accessed 11.01.2024).
22. *Indiya zablokirovala prinyatie soglasheniya po uproshcheniyu protsedur torgovli* [India blocked the adoption of an agreement on trade facilitation]. TASS. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/1342653> (accessed 11.01.2024).
23. Belskaya E. I. *Mezhdunarodno-pravovoe regulirovanie zon svobodnoi torgovli i mekhanizmov razresheniya dogovornykh sporov. Dis. ... kand. yurid. nauk: 12.00.10* [International legal regulation of free trade zones and mechanisms for resolving contractual disputes. Cand. legal sci. dis.: 12.00.10.]. Moscow, 2018, 180 p.

About the authors

Andrey V. Makarov, ORCID 0000-0003-2268-0011, Cand. Sci. (Econ.), Senior Researcher, Institute of Applied Economic Research (IPEI), Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA); Senior Lecturer, Economic Theory Department, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, andreymakarovh@mail.ru

Vladimir V. Ostroumov, ORCID 0000-0003-2333-3636, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor at Economic Theory Department, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, vvostroumov@fa.ru

Research Support

The article was written on the basis of the RANEPA state assignment research programme.

Received 01.04.2024, reviewed 15.04.2024, accepted 30.04.2024

Редакционная коллегия журнала «Современная конкуренция» вводит новую рубрику «**Научная публицистика**». В ней планируется опубликование материалов в формате научной публикации, которые содержат полезные для читателей и актуальные размышления о перспективах развития профессионального предпринимательства в современной конкурентной среде. Открываем новую рубрику статьей известного российского ученого, видного предпринимателя, широко известного деятеля системы российского высшего образования, руководителя Рабочей группы по молодежному предпринимательству Министерства науки и высшего образования РФ Э. З. Омарова на тему «От малого до крупного».

Редакция журнала

DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-126-135

От малого до крупного

Э.З. Омаров^{1,2,3*}

¹ Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия

² Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ», Москва, Россия

³ Рабочая группа по развитию молодежного предпринимательства Министерства науки и высшего образования РФ, Москва, Россия

* *om-t72@inbox.ru*

Аннотация. В статье раскрываются психологические особенности предпринимательства в зависимости от размера бизнеса, а также подчеркивается важность исследования психологических аспектов предпринимательской деятельности. Автор подчеркивает, что формальную разницу между малым, средним и крупным бизнесом часто неправильно интерпретируют, в том числе при разработке программ и мер поддержки и развития предпринимательства. Автор доказывает, что формально понимаемая разница между малым, средним и крупным бизнесом сильно отличается от понимания разницы малого, среднего и крупного бизнеса с точки зрения психологии предпринимательства и мотивации предпринимателей к развитию бизнеса. В статье обосновывается важность разностороннего понимания различий между малым и средним бизнесом. Доказано, что информация о размере бизнеса играет важную роль в понимании психологии предпринимателя и мотивов роста бизнеса. Раскрываются новые доказательства важности предпринимателя для России. Автор раскрывает факторы, влияющие на резервы развития предпринимательства в Российской Федерации. В работе раскрывается концептуальное понимание «измерения» предпринимательства, а также рассматриваются разные подходы к «измерению» предпринимательства.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, психология предпринимательства, мотивация развития бизнеса, экономический суверенитет, рыночная конкуренция

Для цитирования: Омаров Э. З. От малого до крупного // Современная конкуренция. 2024. Т. 18. № 3. С. 126–135. DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-126-135

From Small to Large Business

E. Omarov^{1,2,3*}

¹ Tyumen State University, Tyumen, Russia

² Russian Non-governmental Association of Small and Medium Business “OPORA RUSSIA”, Moscow, Russia

³ Working Group on the Youth Entrepreneurship Development of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, Moscow, Russia

* om-t72@inbox.ru

Abstract. The article reveals the psychological characteristics of entrepreneurship depending on the size of the business, and emphasizes the importance of studying the psychological aspects of entrepreneurial activity. The author emphasizes that the formal difference between small, medium and large businesses is often misinterpreted, including when developing programs and measures to support and develop entrepreneurship. The author proves that the formally understood difference between small, medium and large businesses is very different from the understanding of the difference between small, medium and large businesses from the point of view of the psychology of entrepreneurship and the motivation of entrepreneurs to develop a business. The article substantiates the importance of a comprehensive understanding of the differences between small and medium businesses. The paper substantiates that information about the size of the business plays an important role in understanding the psychology of the entrepreneur and the motives for business growth. The paper reveals new evidence of the importance of the entrepreneur for Russia. The author reveals the factors influencing the reserves for the development of entrepreneurship in the Russian Federation. The article reveals a conceptual understanding of the “measurement” of entrepreneurship, and also considers different approaches to the “measurement” of entrepreneurship.

Keywords: small and medium business, psychology of entrepreneurship, motivation for business development, economic sovereignty, market competition

For citation: Omarov E. From Small to Large Business. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2024, vol.18, no.3, pp.126-135 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2024-18-3-126-135

Наверняка многие читатели часто слышат словосочетания «малый и средний бизнес» (МСБ). Но, к сожалению, немногие представляют, в чем первостепенная разница между этими понятиями, а главное, почему они такие. Между тем информация о величине бизнеса – это важный фактор для понимания психологии предпринимателя и стимулов его развития.

Правительства всех стран мира понимают значимость предпринимателей для экономики страны, так как от их эффективности зависит экономический суверенитет государства, уровень жизни населения и пополнение бюджета. Предприниматели – основные производители страны. Чем боль-

ше в стране предпринимателей, тем больше производится в стране товаров и услуг и тем выше конкуренция.

Высокая конкуренция ведет к повышению качества продукции, снижению его стоимости для потребителей и обеспечивает доступность для большинства населения. Удовлетворенное собственным социальным положением и заботой государства население поддерживает правительство, выражая ему доверие на выборах, не думает об эмиграции, а живет и развивается в своей стране.

Одним из ключевых факторов, обеспечивающих такую идиллию, является «самочувствие» бизнес-сообщества. Для этого в каждой стране разрабатываются различные

меры государственной поддержки и программы развития. Чтобы такие меры были эффективны, необходимо выполнить большой объем работ по исследованию бизнес-сообщества, сегментации предпринимателей по отраслям, размеру и т. д. Важно, чтобы эта работа проводилась системно и с использованием научного подхода.

Упорядочивание многообразия бизнес-среды – дело необходимое также для экономической теории и практики. Теоретикам от экономики и психологии – для систематизации и поисков закономерностей причин роста и торможения по объективным и субъективным причинам в различных сегментах. Практикам – для принятия конструктивных мер для обеспечения эффективности каждого предпринимателя и предприятия. Экономисты и маркетологи, как правило, ведут поиск внешних причин, влияющих на развитие отдельного предприятия и экономики в целом. Руководители службы персонала ищут причины, проблемы и точки роста внутри предприятия, опираясь на компетенции сотрудников. А государству необходимо, опираясь на эти выводы, предпринять необходимые меры, обеспечивающие поступательное развитие всей экономики страны.

Мне же как психологу важно найти личностные факторы или качества личности предпринимателя, влияющие на развитие бизнеса или его деградацию. В этом направлении уже сделаны значительные открытия, но многое предстоит исследовать заново и с учетом современных тенденций переосмыслить и использовать для поступательного развития предпринимательства в целом. Но обо всем по порядку.

Начнем с государственного подхода. Одним из важных факторов при определении программ развития предпринимательства для государства является точное знание размеров предприятий. Такая информация помогает узнать, как развиваются отдельные сегменты, и способствует более эффективной реализации программ государственной

поддержки. Для этого во всем мире принято ранжировать бизнес на малые, средние и крупные предприятия исходя из объема выручки и численности сотрудников.

В развивающихся странах особое внимание уделяется крупным предприятиям, в особенности градообразующим и госкорпорациям. Малый бизнес в таких странах, как правило, на втором месте или вовсе остается без внимания и выживает как может. Возможно, в силу этого они никак не могут догнать экономически развитые страны.

В развитых странах важное место среди предприятий занимает малый бизнес. Углубленные в тему предпринимательства экономисты считают, что чем выше вклад в экономику страны малого бизнеса, тем стабильнее развивается все государство. Объясняется это тем, что малый бизнес – самый мобильный сегмент и может очень быстро перестроиться в эпоху турбулентности мировой экономики, которая все чаще и чаще настигает разные страны.

Кроме этого, малый бизнес формирует костяк так называемого среднего класса, который, в свою очередь, обеспечивает снижение социальной напряженности, вызываемой большой разницей в доходах между богатыми и бедными.

По разным оценкам, доля малого и среднего бизнеса в ведущих экономиках мира достигает 40–60%, тогда как в Российской Федерации много лет держится в районе 20%. Ситуация объясняется тем, что на протяжении многих лет в общем количестве предпринимателей очень высока доля даже не малого, а микробизнеса с численностью сотрудников до 15 человек. В 2023 году их доля составила 97%. Такое положение дел во многом связано с тем, что малый бизнес страны получает намного меньше внимания, чем того требуется. В этом эксперты видят одну из главных причин низких темпов роста ВВП страны в последние годы.

Подробная информация о структуре бизнесов важна как для государства в це-

лом, так и для каждого региона и муниципалитета. Чем подробнее мы знаем размеры, направленность, возраст предприятий, самих предпринимателей и даже гендерные отличия владельцев бизнеса, тем лучше можем влиять на их развитие. С применением грамотных критериев возможно оценить вклад предприятия во внутренний валовой продукт и потенциал роста. Точнее, определить формы и размеры поддержки субъектов предпринимательства, разных по потребностям и возможностям. Эта информация важна для банкиров, создающих кредитные программы для малого, среднего и крупного бизнеса. Им необходимо видеть потенциального клиента и точно оценить свои риски. Это важно и для ответа на мой вопрос: что же в человеке определяет успешность предпринимательской деятельности?

На протяжении многих лет зарубежные и отечественные авторы многократно пытались определить критерии, позволяющие четко структурировать бизнес-среду. К сожалению, этот вопрос так и остался открытым, так как ранжирование только по численности работников и объему выручки не предполагает глубинной аналитики и не дает серьезных возможностей для влияния на развитие предпринимательства.

Так происходит во многом по одной причине: статистические данные никак не учитывают психологические аспекты личности предпринимателя и особенности ведения предпринимательской деятельности по отраслям.

Между тем именно там и скрыты огромные резервы развития каждого предпринимателя и предпринимательства в целом. Мы вернемся к этому чуть ниже. До сих пор при «измерении» предпринимательства чаще всего используется комбинированный подход, в основе которого лежат количественные показатели, при необходимости дополняемые качественными оценками. В числе дополнительных критериев называются от-

раслевые особенности предприятия (трудоемкость и капиталоемкость производства), влияние на общество и даже активность в сфере маркетинговых коммуникаций.

Однако основными критериями все же остаются численность сотрудников (ведущий показатель в российской и зарубежной статистике – см. табл. 1), годовой оборот и стоимость основных средств предприятия. К моменту первого издания моей книги «Кустари и Рокфеллеры»¹ в 2014 году в России были установлены предельные значения выручки от реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг):

- для микропредприятий – 60 млн рублей;
- для малых предприятий – 400 млн рублей;
- для средних предприятий – 1000 млн рублей.

Таблица 1. Деление предприятий по количеству сотрудников

Table 1. Division of enterprises by number of employees

В странах ЕС <i>In the EU countries</i>	В России <i>In the Russian Federation</i>
Микропредприятие – до 9 сотрудников	Микропредприятие – до 15 сотрудников
Малое – от 10 до 99 сотрудников	Малое – 16–100 сотрудников
Среднее – от 100 до 499 сотрудников	Среднее – 101–250 сотрудников
Крупное – более 500 сотрудников	Крупное – 251 и более сотрудников

К выходу третьего издания моей книги «Кустари и Рокфеллеры» в 2024 году цифры для измерения состава Российского предпринимательства существенно увеличились, но ситуация с развитием, за исключением одного факта, существенно не менялась.

¹ Омаров Э. З. Кустари и Рокфеллеры. URL: <https://www.litres.ru/book/eduard-omarov-32164007/kustari-i-rokfellery-9987660/chitat-onlayn/>

В Российском предпринимательстве образовался новый класс предпринимателей, не имеющих наемных сотрудников. Вернее, он всегда был, но никак не был оформлен в правовом поле. Теперь они узаконены и гордо носят название «самозанятые». Для этой категории тоже разработаны отдельные нормы, по которым их можно идентифицировать и оказывать меры государственной поддержки.

Мое же исследование психологических особенностей «людей дела» помогло выделить еще одну группу особенно отличающихся от других предпринимателей. Эта группа названа мной «нанопредприниматели» или «нанобизнес». В правовом поле они еще не оформлены, хотя и составляют большинство микробизнеса.

К слову про психологию. Как отмечалось выше, к сожалению, со стороны государства мало кто при изучении факторов, влияющих на эффективность предпринимательской деятельности, рассматривает психологические особенности предпринимателя, полагая что успех предпринимателя связан лишь с государственной и иной поддержкой. Вместе с тем, как было выяснено в ходе научной деятельности, ведущую роль все же играют личностные качества предпринимателя и, самое главное, профессиональная среда.

Возможности предпринимательских сообществ в вопросе развития потенциала предпринимателя – тоже далеко не изученное направление со стороны психологии и экономики и требует отдельного внимания. К этому мы еще вернемся, а пока продолжим изучать количественные показатели отличия предпринимательских категорий.

Как мы уже говорили выше, с вовлечением в правовое поле огромного слоя населения работающих самостоятельно, без наемного труда в России сформировался еще один слой деловых людей – самозанятые. Строго говоря, их нельзя называть предпринимателями по объективным причинам, но

государству удобнее их так называть для учета. И теперь у нас пять категории предпринимателей:

- самозанятые;
- микропредприятия;
- малый бизнес;
- средний бизнес;
- крупный бизнес.

Все эти группы более-менее описаны. И вот что говорит нам статистика. Если посмотреть повнимательнее на численный состав предпринимательства РФ, то мы увидим, что 97% из общего числа составляют микропредприятия с численностью до 25 человек, около 3% – малые предприятия с численностью до 100 человек, менее 0,3% – средние предприятия с численностью до 250 человек, крупные предприятия с численностью более 250 человек – менее 0,1%.

Теперь хочу поделиться интересными наблюдениями. Для большинства людей и специалистов, отвечающих за развитие предпринимательства, все 6,5 млн МСП оцениваются примерно одинаково и ничем друг от друга не отличаются. Считается, что все они одинаково хорошо зарабатывают.

Давайте посмотрим на цифры: 97% – микропредприятия. Среди них самая большая доля закрывающихся в первые 5 лет своего существования. Так происходит в силу того, что подавляющее большинство из них «вынужденные предприниматели» либо экспериментаторы, решившие попробовать свои силы на вольных хлебах без всякого на то основания. Как потом выясняется, что они не имели предрасположенности к самостоятельной предпринимательской деятельности и необходимых знаний для старта и развития своего дела.

В этом сегменте подавляющее большинство предпринимателей имеют в штате до 5 сотрудников и годовой доход до 10 миллионов. Доход не равно прибыль. При плановой рентабельности 20% эти предприниматели в чистом виде зарабатывают до 2 миллионов в год. В месяц – до 166 000 рублей.

В среднем получается всего 83 000 рублей в месяц. Во многих компаниях начальники отделов зарабатывают больше. Трудно называть таких предпринимателей успешными. И таких от общего числа микропредприятий 97%. Скорее их можно называть не предпринимателями, а самозанятыми. Несмотря на невысокую доходность, это особая и перспективная категория предпринимателей. Вчерашние самозанятые, которые смогли организовать себя и создать несколько рабочих мест, – незаслуженно незамеченная, самая масштабная по численности категория предпринимателей, у которых самый большой потенциал роста.

Спросите, откуда такая информация? Все просто. Она лежала на поверхности, и после ее всестороннего изучения предлагаю называть данную категорию предпринимателей нанопредпринимателями (нанобизнесом). Такой термин в литературе и науке вводится впервые, хотя мной он используется уже довольно давно.

Нанопредприниматели скоро станут очень популярными, так как к ним будет приковано внимание и государства, и предпринимателей, оказывающих услуги в области масштабирования бизнеса. От такого внимания их численность будет очень быстро расти, как это происходит с самозанятыми, для которых за короткий период разработано очень много программ развития. Благодаря этому их численность за последние три года возросла до более чем десяти миллионов и превысила общее число МСП.

При таком же внимании сегмент предпринимательской деятельности, где впервые появляется наемный труд и численность сотрудников может достигать 5 человек, имеет шанс быстро масштабироваться и существенно увеличить количество микробизнеса и малого бизнеса.

Уважаемый читатель, мы с вами очень подробно рассмотрели и расширили сегментацию МСП по численности не только для фиксирования подходов и статистики. Нам

важно понять, как мы можем влиять на количественное и, самое главное, на качественное развитие субъектов предпринимательской деятельности. И конечно, прежде чем предлагать программы, нужно точно понимать, с чем и кем мы имеем дело. В нашем случае статистика дала импульс к новому подходу в изучении секретов успешности предпринимателей и неожиданный результат.

Более детальное изучение каждой категории показал, что большинство из них достигали своего потолка интенсивного развития в первые 3–5 лет, а далее развивались экстенсивно либо совсем не росли.

В чем причина?

Этот вопрос стал одним из направлений моего исследования психологических особенностей предпринимательской деятельности.

Как выяснилось в ходе детальной работы, существует как минимум еще один важный критерий, не описанный исследователями предпринимательской активности, по которому малый бизнес отличается от среднего, а тот, в свою очередь, от крупного. Этот фактор назван мной «глубина менеджмента» (не надо путать с понятием «качество менеджмента»!).

Обычно, говоря о качестве управления, мы имеем в виду организационную структуру предприятия, которая определяет состав, взаимодействие и подчиненность элементов бизнеса, регулирует распределение задач по подразделениям и общее взаимодействие элементов структуры. По факту, это систематизированное разделение труда, когда-то ставшее причиной экономического прорыва Европы. Это идеальная система, результат функционирования которой не зависит не только от настроения и состояния сотрудника или руководителя, но часто даже от его присутствия.

Если сценарий каждой операции определен и четко прописан, предприниматель может быстро и относительно безболезненно менять местами сотрудников на тех или

иных позициях. Далее сотрудники, скооперированные по отделам в соответствии со своими профессиональными компетенциями и интеллектуальным уровнем, способны быть максимально эффективными; и это та самая ситуация, когда на модернизацию предприятия и производительность позитивно влияет каждый участник процесса.

В результате такого подхода получается успешное предприятие, выполняющее большие объемы работы с наименьшими затратами. Владелец получает возможность поиска новых путей развития и при лучшем сценарии с учетом еще одного качества – умения развивать «глубину менеджмента», может перерасти из микропредприятия в малое и среднее, а затем, возможно, и в крупное.

Понятие «глубина менеджмента» впервые вводится в показатели эффективности предприятия и требует подробного разьянения.

Показатель «глубина менеджмента» – это количество уровней перехода распоряжения от первого руководителя до последнего исполнителя. Это особое качество предпринимателя до сих пор изучено слабо. Мои наблюдения показывают, что это качество можно отнести к врожденным способностям наряду с умением рисовать, петь, сочинять музыку и т. д. Отмечу, что врожденные качества в моем понимании – это еще не гарантия высокого результата. Их можно существенно развить при соответствующих условиях и усердии. В таком случае результаты будут выдающимися и очевидными для многих. Но если затраток нет, то результаты даже при титаническом труде будут существенно уступать тем, кого природа наградила теми или иными способностями.

Зависимость успешности предпринимательской деятельности от умения выстраивать многоуровневый менеджмент и считать такое качество врожденной способностью можно рассматривать как научные гипотезы.

Мои наблюдения полностью это подтверждают, а коллеги-психологи могут взять за основу диссертационных работ и еще раз доказать методом научного подхода.

Продолжу излагать свою точку зрения.

Как возникают простейшие уровни менеджмента? Давайте об этом порассуждаем в такой плоскости. Вот, например, ремесленник, гончар. Сначала он делает все сам: добывает глину, лепит горшки, обжигает их и сам же продает. Такого труженика в современной терминологии мы называем самозанятым. Если его дела идут хорошо, он нанимает подмастерьев, дает каждому конкретную задачу и лично осуществляет контроль. Так с появлением первых сотрудников создается первый уровень менеджмента, и он становится самозанятым+. Таким образом и начинается путь от кустика к Рокфеллеру, владельцу предприятия.

Наем подмастерьев приносит свои плоды: у нашего гончара увеличиваются объемы производства, и тогда он нанимает еще больше людей – и его подмастерья работают небольшими группами, в каждой из которых есть старший. Теперь гончар общается непосредственно с руководителями подразделений, отдает указания им, а те, в свою очередь, рядовым подмастерьям. Так формируется второй уровень менеджмента, который характеризует мастерскую как микропредприятие.

Следующий этап, предполагающий наращивание уровней менеджмента, – это расширение производства и группировка его процессов, когда формируются новые отделы, например производство и сбыт. Следовательно, в штате появляются специалисты, отвечающие за производство и сбыт, руководители групп процессов и ответственные за направления.

Таким образом, увеличивается количество уровней менеджмента. Хочу отметить, что увеличение уровней менеджмента не является самоцелью. Задача – сократить количество переключений и дублирований

на всех уровнях и увеличить концентрацию внимания сотрудников на выполняемых процессах. Такой подход обеспечивает высокую скорость выполнения поставленных задач, а достичь этого можно, если строить глубоко эшелонированный менеджмент.

Этот пример иллюстрирует простую истину: чем четче разделение труда и больше уровней менеджмента, тем выше производительность труда на предприятии. Такой вывод был сделан мной после критичного изучения организационной структуры собственного предприятия и детального изучения структуры 250 предприятий, владельцы которых были в группе предпринимателей в ходе научного исследования.

Теперь самое время перейти к систематизации уровней менеджмента. Напомню, что в нашем контексте уровни менеджмента – это количество переходов распоряжений от первого руководителя до рядового сотрудника – конечного исполнителя.

Самозанятые – нулевой уровень. Сам себе распорядитель и исполнитель.

Нанобизнес – 1-й уровень. Как правило, до 5 сотрудников. Руководитель дает распоряжения напрямую каждому сотруднику – конечному исполнителю.

Микропредприятие – 1-й и 2-й уровни менеджмента. Количество сотрудников 5–15. Руководитель имеет заместителя или помощника, через которого дает распоряжения конечным исполнителям.

Малый бизнес – 3-й и 4-й уровни. Численность сотрудников 15–100. На предприятии у руководителя есть заместитель, руководители департаментов продаж и производства, отделы и, наконец, исполнители.

Средний бизнес – 4-й и 5-й уровни менеджмента. Численность сотрудников 100–250. Отделы могут быть крупные, и у начальников отделов есть не формальные, а полноценные заместители.

Крупный бизнес – 5-й уровней и выше. Численность сотрудников 250 и выше. На крупных предприятиях редко использу-

ют линейную организационную структуру управления, широко используемую в малых и средних компаниях.

Предприятия с большой численностью сотрудников, как правило, применяют матричную или дивизиональную организационную структуру управления. В таких предприятиях переходов распоряжения от первого руководителя до конечного исполнителя может быть до 10.

В некоторых государствах, в том числе в РФ, основной интерес сконцентрирован вокруг крупного и среднего бизнеса, и большинство мер государственной поддержки направлены именно на эти сегменты, хотя они всегда говорят о малом и среднем бизнесе. Это вполне понятно, потому что это уже известные предприятия, которые дают львиную долю внутреннего валового продукта. Они уже состоялись, больше представляют интерес для государства и меньше нуждаются в нашем внимании. Поэтому мы сконцентрируем свое внимание на самом многочисленном слое предпринимателей, имеющем большой потенциал роста – на самозанятых и нанопредпринимателях.

Самозанятые. Самый большой слой населения любой страны. К ним относятся не только те, кто организовал для себя бизнес, но и часть тех, кто участвует в наемном труде. Спросите, зачем рассматривать их вместе? Все просто. Они очень схожи с психологической точки зрения и по объему дохода.

Существенные отличия в том, что одному поручают выполнить определенную работу, которую он далее выполняет самостоятельно. Другой же сам себе ищет фронт работ, но также все делает сам.

Отличия самозанятых от предпринимателей – в поведении, используемом тезаурусе, направленности личности и еще во многом. В быту их можно обнаружить по стремлению все делать самому и нежеланию кому-либо делегировать.

Причин много, но одной из наиболее глубинных является низкая способность, а отсюда и потребность делегировать и, соответственно, разделять ответственность. Самозанятые в большинстве своем самодостаточны и не видят других горизонтов, а потому показывают слабое стремление к развитию себя и бизнеса. В силу этого многие из них на протяжении всей жизни не меняют подходов в деятельности. Любимая фраза: «Лучше я сам сделаю».

Наиболее перспективными с точки зрения предпринимательской деятельности, на мой взгляд, являются *нанопредприниматели*. Построение первого уровня менеджмента говорит о задатках и определенном опыте делегирования.

Делегирование – основа менеджмента. При условии создания эффективной программы обучения и развития из этого класса в скором будущем может выйти намного больше успешных, быстро растущих предприятий, чем мы имеем сегодня.

Новые «деловые люди», увеличивая численность предпринимателей на душу населения, могут усилить здоровую конкуренцию и дать новый, очень нужный импульс к развитию предпринимательской инициативы и экономики всей страны.

Почему одни предприниматели идут этим путем, наращивая уровни менеджмента и создавая новые варианты развития бизнеса, а другие не делают этого, оставаясь ремесленниками? Компетентность? Вовсе нет. Вопрос здесь не в компетентности, а в личностных качествах. Построение хотя бы нескольких уровней менеджмента требует от человека идеального сочетания интеллекта, характера и способности делегировать. Именно так. Известно много случаев, когда предприниматель, будучи умным, но не имея необходимых личных качеств, смог создать бизнес, но не удержать.

Также играет роль понимание своей задачи: чего я хочу в итоге? Делать все сам, реализовываться как профессионал или

развивать предприятие и увеличивать прибыль? Не поверите, но часто первое, как правило, неосознанное, перевешивает второе. Люди, создающие организационные структуры, обладают большой внутренней свободой. Они не боятся делегировать. Передают свои функции другим людям, учитывая их профессиональные компетенции, хорошо работают в команде и не боятся ответственности. А ведь чем сложнее процесс управления, чем большее количество людей трудится в организации; чем более востребован обществом производимый продукт, тем больше ответственности возлагается на предпринимателя.

Начальники, которые делают все сами, как правило, избегают лишних коммуникаций, так как боятся показать свою некомпетентность. Не факт, что такой начальник действительно некомпетентен. Важно, что он считает себя таковым, и это уже повод поговорить о его самооценке. Такие руководители менее гибки психологически, зависят от мнения окружающих, стараются избегать конфликтов вместо того, чтобы учиться решать их. Они не хотят обходить существующие стандарты, изобретая новые, потому что боятся этого процесса. В общем, «Лучше я сделаю все сам!» – это уровень либо начинающих предпринимателей, либо людей, не обладающих качествами характера, необходимыми для ведения предпринимательской деятельности, в котором способность делегировать является одной из ключевых качеств личности.

В любом случае попытка развивать способность делегировать может существенно помочь нанопредпринимателям. Многим это поможет стать эффективнее даже на уровне нанобизнеса, а некоторым точно поможет вырасти в микро- и малый бизнес. Главное – знать, как учить и развивать. Подробно технологию делегирования и инструменты замера способности делегировать мы рассмотрим в других материалах. Здесь же обращаю ваше внимание на важ-

ное качество, без которого развивать бизнес практически невозможно. И если у вас что-то не получается с масштабированием своего дела, попробуйте развивать способность делегировать.

Немного выше речь шла о том, что способность делегировать – это врожденное качество. Рискую нарваться на спор с генетиками, но все же стою на своем. Философия моя проста. Каждый индивид рождается абсолютно совершенным, с полным набором способностей. Вместе с тем для каждого приготовлен набор способностей, которые при определенных условиях и усердии могут дать выдающиеся результаты, а остальные могут иметь лишь незначительное развитие. Это вовсе не означает, что эти особые качества обязательно будут реализованы. Повторяю, для этого нужны особые условия, усердие и, возможно, титанический труд, которые приведут к тому, что индивидуальные способности станут ярко выражены, эффективны и очевидны для многих.

В этом случае принято говорить о таланте или талантливости конкретного человека. Собственно говоря, мы друг друга и различаем по этим сильно выраженным и дефицитным качествам.

Отвечая на вызов, что любого человека можно научить чему угодно и любое качество можно довести до совершенства, могу напомнить пример про медведя в цирке, которого научили кататься на велосипеде. Да, это круто, медведь научился кататься на велосипеде. А как он катается? Как медведь. А мы говорим о качествах, которые могут дать выдающийся результат.

Настало время подвести итог. Уверен, короткий обзор по подходам в сегментации бизнеса показал, что в этом направлении еще очень много работы. Чем лучше мы будем знать предмет исследования, тем больше шансов повлиять на его развитие. Предпринимательство и предприниматель – все еще слабо изученные феномены и с точки зрения экономики, и, главное, с точки зрения прикладной психологии.

Мои открытия в психологии предпринимательства, сделанные в ходе научного исследования, показывают направление, в котором есть определенные успехи и в то же время необходимость углубления. Надеюсь, мои коллеги-ученые обязательно воспользуются моими наработками и сделают еще больше прикладных открытий в этом очень важном для страны направлении.

Сведения об авторе

Омаров Эдуар Закирович, ORCID 0000-0003-3425-380X, канд. психол. наук, профессор, директор Международной школы предпринимательства, Тюменский государственный университет, Тюмень; первый вице-президент, Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ»; руководитель Рабочей группы по развитию молодежного предпринимательства, Министерство науки и высшего образования РФ, Москва, Россия, om-t72@inbox.ru

Статья поступила 18.05.2024, рассмотрена 29.05.2024, принята 11.06.2024

About the author

Eduar Z. Omarov, ORCID 0000-0003-3425-380X, Cand. Sci. (Psych.), Professor, Director of International School of Entrepreneurship, Tyumen State University, Tyumen; First Vice-President, Russian Non-governmental Association of Small and Medium Business "OPORA RUSSIA"; Head of Working Group on the Youth Entrepreneurship Development, Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, Moscow, Russia, om-t72@inbox.ru

Received 18.05.2024, reviewed 29.05.2024, accepted 11.06.2024

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. *разделы V и VI настоящих Правил*).

9. Список литературы на латинице **References** должен быть оформлен в строгом соответствии с редакционными требованиями (см. *разделы VII и VIII 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. **Анализируются** подходы к изучению менеджерского 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, 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**

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.

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.

задачей. Актуальность еще более возрастает в условиях интенсивного развития ИКТ и особенно в условиях пандемии, когда образовательный процесс в значительном объеме переходит в онлайн... 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 цветовые 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. **Заимствованные 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.

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.

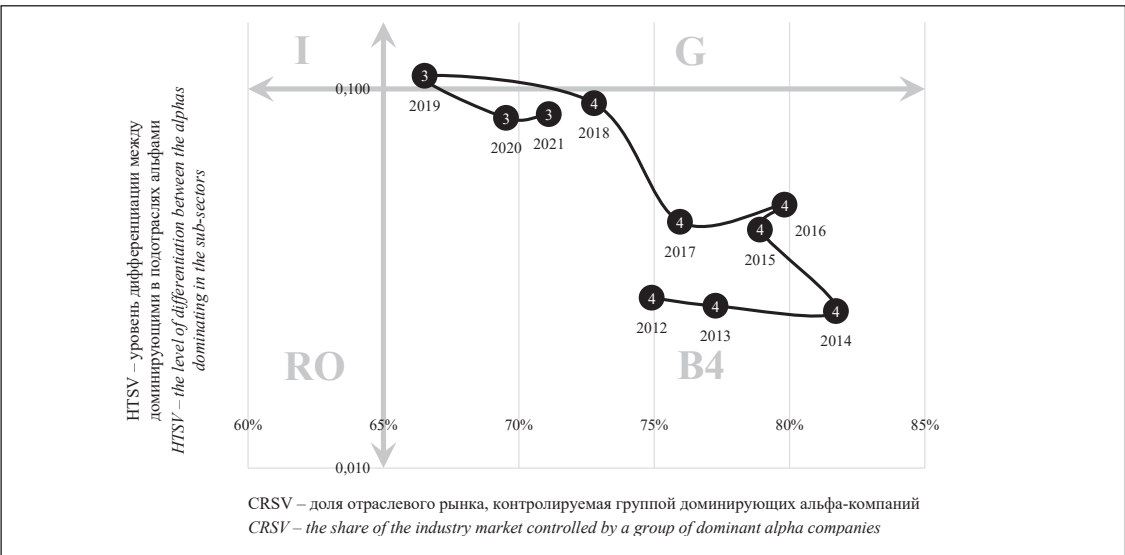


Рис. 1. Матрица SV. Сегмент «Напитки “Лучше для Вас”»
Fig. 1. Matrix SV. Segment “Better for You” beverages”

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

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 строко-

вым 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. Образцы описания источников

Книга

Рубин Ю. Б. Предпринимательское образование в России и за рубежом: история, содержание, стандарты, качество: монография / под общ. ред. Ю. Б. Рубина. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2015. – 416 с.

Переводная книга

Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / пер. с англ. – 3-е изд. – М.: Вильямс, 2007. – 672 с.

Зарубежная книга

Mares R. The Dynamics of Corporate Social Responsibilities. – Leiden, Boston: Martinus Nijhoff Publishers, 2008. – 384 p.

Статья в журнале или других СМИ

Осипенко О. В. Анализ «теневых» форм корпоративного контроля в контексте исследования методов недобросовестной конкуренции на российском рынке капитала // Современная конкуренция. 2012. Т. 6. № 6 (36). С. 46–56.

Статья в зарубежном журнале

Ballantyne D., Christopher M., Payne A. Relationship marketing: looking back, looking forward // Marketing Theory Articles. 2003. Vol. 3. No. 1. P. 159–166.

Сборник докладов конференции

Платонова Е. Д. Предпринимательская активность в системе категорий теории предпринимательства // Актуальные вопросы экономических наук: сборник материалов международной научно-практической конференции: в 2 ч. Ч. 1. – Новосибирск: Издательство НГТУ, 2011. С. 102–106.

Диссертация

Козлов В. А. Семейная политика в Российской Федерации: уровни ответственности, реализации и финансирования: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 2011. – 162 с.

Зеленцов А. Формирование и реализация кадровой политики в системе социально-трудовых отношений промышленных организаций: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – М., 2016. – 21 с.

Публикация с индексом DOI

Князева И. В. Сцилла и Харибда антимонопольного правоприменения в условиях социально-экономического кризиса, вызванного пандемией COVID-19 // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. № 2 (78). С. 5–25. DOI: 10.37791/1993-7598-2020-14-2-5-25.

Материал в интернете

Константинов Г. Н., Филонович С. Р. Что такое предпринимательский университет [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chtotakoe-predprinimatelskiy-universitet> (дата обращения: 22.11.2020).

Федеральный закон

Федеральный закон от 10.01.2003 № 18-ФЗ «Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации» (ред. от 02.08.2019) // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40444/ (дата обращения: 04.09.2020).

VII. 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 «слэш» 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.

VIII. Образцы описания источников в References

Статья из журнала

а) и у статьи, и у журнала нет официального опубликованного названия на английском языке:

Kudryashov S. A., Zhogina M. G. *Kak obespechit' nepreryvnost' biznesa v usloviyakh razvitiya pandemii* [How to ensure business continuity in a pandemic]. *Aktsionernoe obshchestvo: Voprosy korporativnogo upravleniya*, 2020, no.5, pp.7-11.

б) у статьи нет опубликованного названия на английском языке; у журнала есть официальное название на английском языке:

Lednev V. A. *Novye formaty krupnykh sorevnovanii: izmeneniya radi populyarizatsii sporta ili dopolnitel'noi pribyli?* [New formats of major sport events: changes for the promotion of sports or extra profit]. *Vestnik RMOU=RIOU Herald*, 2017, no.2(23), pp.42-49.

в) и у статьи, и у журнала есть официальное опубликованное название на английском языке:

Shastitko A. Competition on Aftermarkets: the Subject Matter and Policy Applications. *Zhurnal Novoi ekonomicheskoi assotsiatsii*=Journal of the New Economic Association, 2012, no.4, pp.104-126 (in Russian).

Статья из электронного журнала

Fedotova O. D. Conceptual foundations and testing of a methodology for studying the

effectiveness of practiceoriented education of university graduates. *World of science*, 2019, vol.7, no.5. Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/20PDMN519.pdf> (accessed 28.01.2019).

Материал в интернете

V chem raznitsa mezhdu potrebitel'skimi, kommercheskimi i promyshlennymi IoT? [What is the difference between consumer, commercial and industrial IoT?]. *Elenergi.ru*, 01.01.2017. Available at: <https://elenergi.ru.turbopages.org/elenergi.ru/s/v-chem-raznica-mezhdu-potrebitelskimi-kommercheskimi-i-promyshlennymi-iot.html> (accessed 20.12.2022).

Статья из сборника трудов

Zheleznikova E. V. *Etapy provedeniia konkurentnogo benchmarkinga* [Stages of competitive benchmarking]. *Problemy sovershenstvovaniia organizatsii proizvodstva i upravleniia promyshlennymi predpriiatiami: Mezhvuzovskii sbornik nauchnykh trudov* [Problems of improving the organization of production and management of industrial enterprises: interuniversity collection of scientific papers], 2013, no.2, pp.33-39.

Материалы конференции

а) и у статьи, и у конференции нет официального опубликованного английского названия:

Platonova E. D. *Predprinimatel'skaya aktivnost' v sisteme kategoriy teorii predprinimatel'stva* [Entrepreneurial activity in the system of categories of the theory of entrepreneurship]. *Aktual'nye voprosy ekonomicheskikh nauk: sbornik materialov mezhdunarodnoy nauchnoprakticheskoy konferentsii: v 2 ch. Ch. 1* [Actual issues of economic sciences: a collection of materials of an international scientific-practical conference: in 2 parts. Part 1]. Novosibirsk, NGTU Publ., 2011, pp.102-106.

б) и у статьи, и у конференции есть официальное опубликованное английское название:

Fedotova O. D., Latun V. V., Platonova E. D. E-Portfolio as An Alternative Educational Technology and Means of Self-Presentation in the Labor Market: Scientometric Discourse. Proceeding of the 9th International Conference on Education and New Learning Technologies (EDULEARN 17), Barcelona, Spain, 2017, pp.8886-8890.

Книга

Andreev V. K., Laptev V. A. *Korporativnoe pravo sovremennoi Rossii* [Corporate law of modern Russia]. Moscow, Prospekt Publ., 2017, 310 p.

Материал с указанием «под редакцией»

Goreiko N. A. et al. Economic analysis in the application of Antimonopoly legislation: empirical assessments and ways of development. Ed. by N. S. Pavlova; transl. from English by A. G. Tsyganova. Moscow, MAKS Press Publ., 2014, 216 p.

Диссертация

Zelentsov A. *Formirovanie i realizatsiya kadrovoy politiki v sisteme sotsial'no-trudovykh otnoshenii promyshlennykh organizatsii. Avtoreferat dis. kand. ekon. nauk: 08.00.05* [Development of scientific bases of architectural design of distributed data processing systems. Cand. econ. sci. dis.: 08.00.05]. Moscow, 2016, 21 p.

Федеральный закон

RF Federal Law "About joint stock societies" of December 26, 1995, no.208 (in Russian).

SPS «Konsul'tantPlyus». Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8743/ (accessed 21.12.2022).

IX. 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-2024

Журнал «Современная конкуренция / Journal of Modern Competition» выходит 6 раз в год:

Февраль Апрель Июнь Август Октябрь Декабрь

Стоимость подписки на 2024 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 30101810400000000225

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 27.06.2024

Тираж 100 экз.

Отпечатано в ООО «САМ ПОЛИГРАФИСТ»
129090, г. Москва, Протопоповский пер., д. 6