

Новые вызовы и форматы устойчивого экономического развития в период неопределенности: Российский и зарубежный опыт

Под редакцией
М. Ю. Шерешевой,
И. И. Савельева

СБОРНИК СТАТЕЙ



Экономический
факультет
МГУ
имени
М.В. Ломоносова



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М. В. Ломоносова

Экономический факультет

35 лет

лаборатории институционального анализа



Новые вызовы и форматы устойчивого экономического развития в период неопределенности: российский и зарубежный опыт

Сборник научных статей по результатам
III международной научно-практической конференции
«Построение систем управления устойчивым развитием территории»
(25-27 мая 2023 г.)

и

IX международной научно-практической конференции
«Владимирский тракт – дорога к новым технологиям в туризме»
(23-25 июня 2023 г.)

Под редакцией
д.э.н., профессора Шерешевой М. Ю.,
к.э.н., доцента Савельева И. И.

Москва
2024

УДК 332.1
ББК 65.9(2Рос)

Новые вызовы и форматы устойчивого экономического развития в период неопределенности: российский и зарубежный опыт: Сборник научных статей по результатам III международной научно-практической конференции «Построение систем управления устойчивым развитием территории» (25–27 мая 2023 г.) и IX международной научно-практической конференции «Владимирский тракт — дорога к новым технологиям в туризме» (23–25 июня 2023 г.) / Под редакцией д.э.н., профессора Шерешевой М. Ю., к.э.н., доцента Савельева И. И. — М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2024. — 264 с.

ISBN 978-5-907690-43-1

В сборнике представлены статьи участников III международной научно-практической конференции «Построение систем управления устойчивым развитием территории» и IX ежегодной научно-практической конференции «Владимирский тракт — дорога к новым технологиям в туризме». Цель конференций, традиционно проводимых экономическим факультетом МГУ имени М. В. Ломоносова во взаимодействии с российскими и зарубежными партнерами, — создать открытую профессиональную площадку для ежегодного обмена опытом с участием экспертов и практиков, нацеленных на поиск и развитие эффективных решений, технологий, форматов, на активное взаимодействие с целью достижения амбициозных целей по реализации экономического потенциала страны. Представленные в сборнике статьи российских и зарубежных авторов отражают реакцию на шоковые изменения и возникающие риски (в частности, на пандемию COVID-19 и санкции, введенные западными странами против России), а также на долгосрочные тренды, сложившиеся в первые десятилетия XXI в. Рассматривается широкий круг актуальных для современной России проблем сохранения устойчивого развития экономики в условиях неблагоприятной общественно-политической ситуации, сложившейся в мире.

Кроме того, данный сборник приурочен к 35-летию лаборатории институционального анализа экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, которая является ключевой платформой взаимодействия для многих авторов и экспертов, представивших свои материалы в издании.

Статьи подготовлены преподавателями, сотрудниками, студентами и аспирантами МГУ имени М. В. Ломоносова, РАНХиГС, МИСиС, Санкт-Петербургского филиала Финансового университета и других вузов.

Для студентов, преподавателей вузов, исследователей, а также широкого круга специалистов, интересующихся проблематикой устойчивого экономического развития стран и отраслей.

УДК 332.1
ББК 65.9(2Рос)

ISBN 978-5-907690-43-1

© Экономический факультет
МГУ имени М. В. Ломоносова, 2024

*Памяти
Александра Петровича Сысоева
посвящается*

Данный сборник издается в память нашего коллеги, ушедшего от нас 27 января 2021 г. после долгой продолжительной болезни. Его умение объединять вокруг себя людей, вовлекать в совместную научную деятельность позволило много лет подряд издавать межвузовские научные сборники, коллективные монографии, словари-справочники, привлекая к работе исследователей не только нашего факультета, но и других факультетов и вузов страны. Под его редакцией выпущено более 30 коллективных публикаций. Александр Петрович был талантливым, честным, искренним и мужественным человеком, до последнего продолжая научную деятельность. Память о нем навсегда останется в сердцах его многочисленных коллег и единомышленников.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Раздел 1. Развитие российской экономики в условиях санкций	7
<i>Вигушина Елена Павловна</i> Динамика уровня жизни населения в регионах России в условиях неблагоприятной общественно-политической ситуации в мире	8
<i>Иванова Светлана Анатольевна</i> О мерах государственной поддержки моногородов в условиях санкционного давления	30
<i>Жердева Таисия Павловна, Шерешева Марина Юрьевна</i> Собственные торговые марки российских розничных сетей в условиях импортозамещения	49
<i>Беляева Александра Андреевна, Казимиров Данил Дмитриевич, Савельев Игорь Игоревич</i> Проблемы анализа теоретико-игровых моделей санкций с помощью методов искусственного интеллекта	60
<i>Шуркалин Александр Константинович</i> О необходимых изменениях в экономической политике России в условиях санкционного давления	70
<i>Ходякова Мария Александровна, Савельев Игорь Игоревич</i> Механизмы обхода экономических санкций	84
Раздел 2. Проблемы устойчивости в экономике и управлении	95
<i>Каширин Валентин Васильевич, Черковец Олег Викторович</i> Инновационное развитие как условие устойчивости экономического роста	96
<i>Шмелева Надежда Васильевна, Супруненко Иван Геннадиевич</i> Цифровые экосистемы России, настоящее и «регулируемое» будущее	108

<i>Халиков Манир Саидович, Халикова Ания Манировна</i> Стратегия модернизации социально-экономического развития региона	115
<i>Макареня Татьяна Анатольевна, Калиниченко Алексей Игоревич, Маннаа Али Сажи, Петренко Светлана Владимировна</i> Анализ эффективности региональных программ как фактор устойчивого развития промышленного комплекса Южного федерального округа.....	126
<i>Щербак Наталия Валериевна</i> Исключительные авторские и смежные права как объекты управления в современном гражданском обороте	135
<i>Баранова Екатерина Андреевна, Шерешева Марина Юрьевна</i> Социальная ответственность бренда в восприятии современных российских потребителей.....	156
<i>Адилчаев Рустем Турсынбаевич, Сайфутдинов Шухратжон Султонович</i> Устойчивое развитие сферы туризма Узбекистана: ключевые факторы	166
Раздел 3. Современные тенденции в туризме и гостеприимстве: мировой и российский опыт.....	177
<i>Бузулукова Екатерина Валерьевна, Воронкова Сита Константиновна</i> Исследование тенденций и перспектив трансформационного туризма в России.....	178
<i>Коваленко Владимир Викторович, Коваленко Николай Владимирович, Давыдова Лидия Анатольевна</i> Развитие туризма в регионах России с уникальными природными ресурсами на современном этапе	193
<i>Маманазаров Абдухаким Бозорович</i> Экологический туризм в Узбекистане: роль образовательных программ в сохранении биоразнообразия	201
<i>Иванова Светлана Анатольевна</i> О развитии семейного туризма: проблемы и перспективы	211

<i>Алтухов Сергей Витальевич, Сдвижкова Алина</i>	
Предпосылки и перспективы развития моделей управления спортом в странах БРИКС	220
<i>Рожков Кирил Львович, Уткин Егор Станиславович, Николаева Александра Владимировна, Бунтури Сергей Андреевич</i>	
Новые культурно-познавательные туристические маршруты: как сделать их привлекательными	235
<i>Ли Тяньтянь</i>	
Стратегия создания ценностного предложения для сегмента серебряных потребителей в туризме: опыт и перспективы в КНР	244
<i>Домбровски Иза Яновна</i>	
Роль индивидуальных характеристик гостей отелей в формировании клиентского опыта	253

РАЗДЕЛ 1

РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

ДИНАМИКА УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В РЕГИОНАХ РОССИИ В УСЛОВИЯХ НЕБЛАГОПРИЯТНОЙ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В МИРЕ

*Вигушина Елена Павловна
научный сотрудник
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
9037759769@mail.ru*

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы повышения уровня жизни населения в регионах России как одно из приоритетных направлений государственного регулирования для снижения уровня бедности в стране. Обосновывается необходимость снижения диспропорций в социально-экономическом развитии субъектов РФ, поскольку они отражаются на качестве жизни проживающих там граждан. Анализируются меры государственной адресной поддержки социально незащищенных категорий населения, показаны основные факторы, сдерживающие данный процесс. Формулируются предложения, направленные на дальнейшее повышение уровня жизни населения.

Ключевые слова: уровень жизни, доходы населения, социальная защита, региональная дифференциация, уровень бедности.

DYNAMICS OF THE STANDARD OF LIVING OF THE POPULATION IN THE REGIONS OF RUSSIA IN THE CONDITIONS OF UNFAVORABLE SOCIO-POLITICAL SITUATION IN THE WORLD

*Vigushina Elena
Researcher
Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
9037759769@mail.ru*

Abstract. The article examines the issues of increasing the standard of living of the population in the Russian regions as one of the priority areas of government regulation

to reduce poverty. The need is substantiated to reduce imbalances in the socio-economic development of Russian regions, since these imbalances affect the locals' quality of life. Measures of state targeted support for socially vulnerable categories are analyzed, the main factors constraining this process are shown. Proposals are being formulated aimed at further improving the standard of living of the population.

Keywords: standard of living, population income, social protection, regional differentiation, poverty level.

Повышение уровня жизни населения является одним из важнейших приоритетов развития современного общества, которое невозможно осуществить без разработки и проведения в жизнь действенной социально-экономической политики государства, максимально учитывающей особенности развития как Российской Федерации в целом, так и условия жизнедеятельности ее отдельных регионов. Создание эффективной и универсальной системы социальной защиты населения в масштабах страны должно быть направлено на обеспечение устойчивого повышения уровня жизни граждан, способствовать постепенному снижению бедности населения и формированию предпосылок для реального улучшения качества жизни. Все это требует от государства целенаправленного институционального регулирования соответствующих сфер экономики, распространения наиболее эффективных способов ведения хозяйства, дальнейшего развития социальных отраслей производства. Таким образом, повышение уровня и качества жизни граждан становится важнейшим индикатором состояния экономики, результатом проводимых преобразований в стране.

Структура общества в России достаточно поляризована: при высокой доле бедных граждан, которая оценивается от 12,0 до 24,6% (в зависимости от методики), выделяется небольшое число граждан с очень высокими доходами (Клепач и др., 2022). Если же проанализировать структуру российского общества на основе поведенческих характеристик граждан, то в 2019–2021 гг. к категории бедного населения относилось в среднем за период свыше 60% населения, и к 2021 г., несмотря на осуществляемые во время пандемии меры поддержки, только выросла доля домохозяйств, имеющих два и три признака бедности (Клепач и др., 2023).

Вслед за пандемией коронавируса, усугубившей проблемы неравенства и поднявшей уровень бедности населения, осуществляемое в настоящее время громадное непрекращающееся санкционное давление в условиях неблагоприятной общественно-политической ситуации в мире, вызванной проведением специальной военной операции, оказывает существенное влияние на российскую экономику. Поэтому от эффективной работы государственной власти и оперативного принятия экстренных антикризисных мер, направленных на поддержание занятости и доходов населения,

зависит не только величина макроэкономических показателей, но и уровень жизни абсолютного большинства российских граждан.

В Указе Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474 были четко сформулированы задачи по повышению уровня жизни населения, снижению бедности и созданию комфортных условий проживания граждан (Указ Президента № 474, 2020).

На Заседании Совета по стратегическому развитию и национальным проектам Президент России В. В. Путин подчеркнул, что ключевой, объединяющей задачей всех дальнейших действий руководства является повышение качества жизни граждан (Заседание Совета..., 2020). Таким образом, был сделан акцент на том, что в центре всех принимаемых Правительством РФ решений должен находиться человек, что подтверждает актуальность и значимость рассматриваемых в статье проблем, связанных с повышением уровня жизни граждан.

Основным следствием пандемии для населения в экономическом плане стал удар по благосостоянию людей, который привел к сокращению их доходов и сбережений, что в значительной степени было связано с ростом безработицы. По мере снятия ограничений и возвращения в рабочий ритм большинства предприятий ситуация с рынком труда стала налаживаться.

Для оценки ситуации с безработицей в региональном разрезе в настоящее время воспользуемся данными рейтинга регионов РФ по уровню безработицы, построенного на основе данных Росстата за IV квартал 2022 г. в сравнении с аналогичным периодом 2021 г. (Рейтинг... по уровню безработицы, 2023). В соответствии с данным рейтингом уровень безработицы, рассчитанный по стандартам МОТ, в целом снизился с 4,3 до 3,7%, а число безработных сократилось на 440 тыс. человек, несмотря на процесс сворачивания бизнеса иностранными компаниями после начала СВО, который мог привести к существенному ухудшению ситуации на рынке труда.

Тем не менее уровень безработицы в регионах России значительно дифференцирован: от 1,6% в Ямало-Ненецком АО до 28,4% в Республике Ингушетия, т.е. более чем в 17 раз. При этом в 49 субъектах РФ уровень безработицы опустился ниже среднероссийского показателя — 3,7% (Рейтинг... по уровню безработицы..., 2023).

Самый низкий уровень безработицы, как отмечено выше, был зарегистрирован в Ямало-Ненецком АО, далее следуют Камчатский край (1,9%), Ханты-Мансийский АО — Югра (2,0%), Санкт-Петербург (2,1%), Республика Татарстан (2,2%) и Москва (2,2%). Аналогичные показатели у Чукотского автономного округа и Владимирской области (2,2%). Наибольшие цифры по уровню безработицы в высокодотационных субъектах РФ, занимающих последние места в рейтинге, — в Республике Алтай (10,4%), Чеченской Республике (11,0%), Республике Дагестан (11,6%), Республике Северная Осетия — Алания (11,9%) и Республике Ингушетия (28,4%)

(Рейтинг... по уровню безработицы, 2023). Как видим, наиболее сложная ситуация сложилась в Республике Ингушетия. По данным экспертов, кризис оказал существенное влияние на ситуацию на рынках труда в этих регионах, где и в обычное время было достаточно сложно найти работу.

Следует отметить, что рост безработицы был зафиксирован по данным рейтинга только в шести субъектах РФ: Санкт-Петербурге (0,6%) — самый высокий рост, Московской области (0,2%), Ленинградской области (0,1%), в Республиках Кабардино-Балкария (0,2%), Карачаево-Черкессия (0,1%) и Алтай (0,2%). Самое значительное снижение уровня безработицы было отмечено в Республиках Адыгея (−4,2%), Бурятия (−2,7%), Тыва (−2,6%) и в Сахалинской области (−2,1%) (Рейтинг... по уровню безработицы, 2023).

Необходимо подчеркнуть, что уровень доходов населения зависит прежде всего от региона проживания, поскольку Россия, обладающая обширной территорией с множеством субъектов РФ, имеет один из наиболее высоких уровней региональной дифференциации. Это во многом определяется природно-климатическими условиями, наличием или отсутствием ресурсов, социальной и транспортной инфраструктуры, проведением экономической политики в регионе, условиями ведения бизнеса и другими факторами, влияющими на специализацию регионов. Поэтому для снижения региональной дифференциации необходимы меры, направленные на снижение имеющихся диспропорций в социально-экономическом развитии регионов (Тюшняков, Ткаченко, 2020), так как это напрямую отражается на качестве жизни проживающих там граждан.

Для оценки социально-экономического развития субъектов РФ применяются интегральные рейтинги (см., например, (Кислицына и др., 2017; Трифонов и др., 2019; Тикунов и др., 2022; Шеховцева, Сафонова, 2022)) и системы региональных мониторингов, основанные на объективных данных официальной статистики на сайтах Федеральной службы государственной статистики (Росстата), Министерства финансов РФ и Федерального казначейства. Они позволяют делать экспертные оценки, на основании которых выстраиваются соответствующие рейтинги. В 2023 г. рейтинговым агентством «РИА Рейтинг» был составлен очередной ежегодный «Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ: итоги 2022 года» (Рейтинг социально-экономического положения..., 2023) на основе ключевых показателей регионального развития, который позволил составить экспертную оценку позиции того или иного субъекта РФ и определить величину его диспропорций в территориальном развитии.

Используя комплексный анализ социально-экономической ситуации в регионах РФ, рейтинговое агентство провело сравнительный анализ субъектов РФ по широкому кругу социально-экономических пока-

зателей¹, на основе которых был рассчитан агрегированный показатель, позволяющий определить позицию того или иного субъекта РФ среди остальных регионов России.

Методика составления данного рейтинга предусматривала на первом этапе расчет рейтингового балла субъекта РФ по каждому показателю, который варьировался в диапазоне от 1 до 100, где 100 — максимально возможное значение показателя. На втором этапе — определялся рейтинговый балл по каждой группе факторов, который рассчитывался как среднее арифметическое рейтинговых баллов всех входящих в группу показателей. На третьем этапе производился расчет интегрального рейтинга как среднее геометрическое рейтинговых баллов всех анализируемых групп факторов.

Анализируя данные рейтингов по итогам 2020–2022 гг. [Рейтинг социально-экономического положения..., 2023], следует отметить, что несмотря на огромное санкционное давление, оказываемое на Россию, среднее значение интегрального рейтинга всех субъектов РФ по итогам 2021–2022 гг. выросло почти на 12% по сравнению с итогами 2020 г. (38,9) и составило 43,5 балла, медианное значение субъектов РФ также в целом выросло по сравнению с 2020 г. (36,9), но в период с 2021 по 2022 г. произошло небольшое снижение данного показателя с 42,2 до 41,8 балла. По итогам 2022 г. увеличение интегрального рейтинга социально-экономического положения произошло в 48 субъектах РФ, а снижение наблюдалось только в 37 регионах, в то время как в 2020 г. снижение интегрального рейтинга было зафиксировано в 79 регионах и только в 6 субъектах РФ происходил рост. Таким образом, налицо положительная динамика, и можно предположить, что она во многом обусловлена началом специальной военной операции (СВО), которая запустила процессы перевооружения, индустриализации и импортозамещения.

По сравнению с 2020 г. произошло увеличение числа субъектов РФ, интегральный рейтинг которых превысил 50 баллов. Если по итогам 2020 г.

¹ Перечень анализируемых показателей условно разделен на четыре группы: *показатели масштаба экономики* (объем производства товаров и услуг, доходы консолидированного бюджета, численность занятых в экономике, оборот розничной торговли); *показатели эффективности экономики* (объем производства товаров и услуг на душу населения, инвестиции в основной капитал на душу населения, доля прибыльных предприятий, уровень собираемости налогов); *показатели бюджетной сферы* (доходы консолидированного бюджета на душу населения, доля налоговых и неналоговых доходов в суммарном объеме доходов консолидированного бюджета, отношение госдолга к налоговым и неналоговым доходам консолидированного бюджета, отношение налоговых и неналоговых доходов консолидированного бюджета к расходам консолидированного бюджета); *показатели социальной сферы* (отношение доходов населения к стоимости фиксированного набора потребительских товаров и услуг, уровень безработицы, ожидаемая продолжительность жизни при рождении, уровень младенческой смертности, смертность населения трудоспособного возраста, доля населения с доходами ниже границы бедности).

их было 20, то в 2021–2022 гг. стало 26. При этом число субъектов РФ с интегральным рейтингом ниже 25 баллов в 2020 г. был равен 16, а в 2021–2022 гг. снизился до 9.

Выборочное ранжирование субъектов РФ, занявших первые десять и последние десять мест в рейтингах по определению их позиции с точки зрения социально-экономического положения по итогам 2020 — 2022 гг. представлено в табл. 1.

Таблица 1

**Выборочное ранжирование субъектов РФ
по социально-экономическому положению в 2020–2022 гг.**

Величина интегрального показателя в 2020 г. (место)	Наименование субъектов РФ	Величина интегрального показателя в 2021 г. (место)	Величина интегрального показателя в 2022 г. (место)
83,929 (1)	Москва	89,948 (1)	89,671 (1)
80,347 (2)	Санкт-Петербург	86,064 (2)	86,077 (2)
74,782 (3)	Ханты-Мансийский авт. округ – Югра	76,468 (5)	75,929 (4)
71,350 (4)	Московская область	77,337 (4)	75,647 (5)
69,263 (5)	Республика Татарстан	77,617 (3)	80,123 (3)
65,340 (6)	Ямало-Ненецкий авт. округ	71,911 (6)	73,654 (6)
62,167 (7)	Свердловская область	69,225 (7)	68,506 (7)
60,557 (8)	Ленинградская область	64,220 (10)	64,978 (9)
58,379 (9)	Красноярский край	66,327 (9)	64,886 (10)
58,291 (10)	Краснодарский край	67,102 (8)	67,148 (8)
****	****	****	****
27,725 (64)	Магаданская область	28,714 (70)	26,297 (76)
23,547 (75)	Псковская область	27,156 (76)	27,098 (74)
21,798 (76)	Чукотский авт. округ	20,964 (78)	19,001 (79)
20,332 (77)	Кабардино-Балкарская Республика	21,988 (77)	23,503 (77)
20,043 (78)	Республика Хакасия	28,358 (73)	31,282 (65)
18,931 (79)	Республика Ингушетия	17,813 (81)	18,329 (81)
18,633 (80)	Республика Северная Осетия – Алания	18,182 (80)	20,417 (78)
16,160 (81)	Карачаево-Черкесская Республика	18,657 (79)	18,741 (80)
14,392 (82)	Республика Калмыкия	10,377 (85)	13,836 (84)
14,239 (83)	Республика Алтай	15,927 (82)	16,455 (82)
12,235 (84)	Республика Тыва	13,563 (83)	15,262 (83)
10,682 (85)	Еврейская авт. область	10,867 (84)	12,252 (85)

Источник: (Рейтинг социально-экономического положения..., 2023).

Анализ имеющихся данных наглядно показывает, что регионы, занявшие первые места, и регионы, оказавшиеся в конце рейтинга, в основном

сохраняют свои позиции в 2020 — 2022 гг. за исключением незначительных изменений. Первые десять мест в 2020 г. занимали Москва, Санкт-Петербург, Ханты-Мансийский автономный округ — Югра, Московская область, Республика Татарстан, Ямало-Ненецкий автономный округ, Свердловская и Ленинградская области, Краснодарский и Красноярский края. Эти же субъекты РФ с небольшими перестановками в пределах одного пункта входят в первую десятку регионов и в 2021–2022 гг., но значения интегральных рейтингов всех субъектов немного выросли по сравнению с 2020 г. Интегральный рейтинг первых двух субъектов РФ, составлявший более 80 баллов по итогам 2020 г., теперь составляет более 85 баллов. Следует также отметить, что стабильность результатов регионов — лидеров, особенно первых пяти субъектов РФ данного рейтинга, обеспечивающих порядка 40% суммарного ВРП, позволяет утверждать, что эти регионы могут сохранить свое положение и в среднесрочной перспективе.

Последние места, как и по итогам 2020 г., занимают высокодотационные регионы, экономика которых характеризуется преобладанием сельскохозяйственного сектора и низкой степенью индустриализации производства. Среди них в 5 субъектах РФ интегральный показатель в 2021–2022 гг. незначительно вырос. Наибольший рост произошел в Республике Хакасия, которой удалось подняться с 78-го места в 2020 г. на 5 ступеней до 73-го места в 2021 г. и покинуть последнюю десятку регионов, и еще на 8 пунктов в 2022 г., заняв 65-ю позицию в рейтинге. У остальных субъектов РФ рост интегрального показателя составил не более 1–2 пунктов.

Необходимо подчеркнуть, что, данные рейтинги, составленные по итогам 2020–2022 гг., показали незначительное снижение разрыва в уровне социально-экономического развития между регионами — лидерами и регионами — аутсайдерами (с 7,8 в 2020 г. до 7,3 в 2022 г.), при этом в 2021 г. произошло небольшое увеличение данного показателя до 8,6. Следует отметить, что тенденция снижения является в целом позитивным результатом, хотя величина разрыва и остается еще на достаточно высоком уровне, что подтверждает высокую региональную дифференциацию субъектов РФ.

Следует отметить, что события, связанные с пандемией коронавируса и ее последствиями, огромное продолжающееся санкционное давление в условиях неблагоприятной общественно-политической ситуации в мире оказали сильное влияние на настроения российских граждан, их образ жизни и планы на будущее.

Так, Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в июне 2023 г. были представлены результаты мониторингового опроса о социальном самочувствии российских граждан (ВЦИОМ, 2023), которое является важнейшим индикатором реакции населения на изменения, происходящие в обществе, и показывает, насколько успешно ему удается справляться с ними.

Итоги мониторингового исследования, проведенные ВЦИОМ в июне 2023 г., показали, что удовлетворенность граждан своей жизнью и ситуацией в стране в целом стабилизировались (табл. 2).

Таблица 2

Социальное самочувствие российских граждан в 2020–2023 гг. (%)

	2020	2021	2022	2023
Удовлетворены жизнью	46	47	53	60
Жизнь отчасти устраивает, отчасти — нет	25	25	28	22
Не удовлетворены жизнью	26	26	16	16
Удовлетворены ситуацией в стране	41	47	64	63
Не удовлетворены ситуацией в стране	53	48	42	28
Дела в стране идут в правильном направлении	32	34	52	50
Отчасти согласен, отчасти — нет	36	45	41	28
Не согласны	28	36	26	17

Источник: Составлено автором по результатам опросов граждан, проведенных ВЦИОМ в 2020–2023 гг. URL: <https://www.eg-online.ru/news/470580/>

Следует отметить, что показатели социального самочувствия населения, как показали исследования ВЦИОМ, куда вошли такие вопросы, как удовлетворенность жизнью, удовлетворенность ситуацией в стране, а также в правильном ли направлении идут дела в стране, не только стабилизировались, как было отмечено выше, но и выросли по сравнению с результатами 2020–2021 гг., когда в основном преобладали негативные оценки социального самочувствия граждан.

Необходимо подчеркнуть, что одним из наиболее проблемных вопросов по-прежнему остается **динамика доходов населения**. Анализируя данные, представленные в табл. 3, мы видим, что основным источником дохода для населения по-прежнему является оплата труда, на долю которой приходится около 60% всех денежных доходов граждан. Однако в 2022 г. ее доля (56,7%) незначительно сократилась по сравнению с двумя предыдущими годами (57,2%). Социальные выплаты (пенсии, пособия, социальная помощь и др.) являются вторым по значимости источником доходов населения, особенно в связи с усилением социальной поддержки населения в последнее время. Вклад социальных выплат в структуре доходов населения в 2020–2022 гг. с небольшими колебаниями остается на достаточно высоком уровне, порядка 21%.

Одновременно в 2022 г. произошло увеличение доходов от предпринимательской деятельности с 5,2% в 2020 г. до 6,2%, а также снижение доли доходов от собственности с 5,8 до 5,3% в 2022 г.

Таблица 3

Структура доходов населения в 2020–2022 гг. (%)

Структура доходов населения	2020	2021	2022
Оплата труда работников	57,2	57,2	56,7
Социальные выплаты	21,4	20,6	21,0
Доходы от предпринимательской деятельности	5,2	5,7	6,2
Доходы от собственности	5,8	5,7	5,3
Прочие денежные поступления	10,4	10,8	10,8

Источник: Объем и структура денежных доходов населения Российской Федерации по источникам поступления. Росстат: URL: <https://rosstat.gov.ru/foldei/13397>.

Следует обратить внимание, что в субъектах РФ имеются значительные межрегиональные различия по показателю уровня абсолютной бедности, т.е. численности населения, имеющего доходы ниже величины прожиточного минимума. Рейтинговым агентством «РИА Рейтинг» в 2023 г. был составлен очередной «Рейтинг регионов по доходам населения» по итогам 2022 г. (Рейтинг регионов по доходам населения, 2023). Выборочные данные 10 первых и 10 последних субъектов РФ по уровню доходов населения, особенно подчеркивающих величину разрыва между регионами, представлены в табл. 4.

Данные рейтинга по итогам 2022 г. показывают, что отношение медианных доходов населения к стоимости фиксированного набора товаров и услуг между субъектами РФ имеет значительную дифференциацию: от 3,24 — до 1,00, т.е. между первым и последним субъектами РФ в рейтинге существует значительный межрегиональный разрыв в 3,24 раза. Следует отметить, что данный разрыв между регионами по сравнению с рейтингом по итогам 2020 г. (3,3) и рейтингом по итогам 2021 г. (3,35) незначительно снизился. Наибольшее соотношение медианных доходов и стоимости фиксированного набора товаров и услуг по итогам 2022 г. по-прежнему в Ямало-Ненецком автономном округе, занимающем 1-е место в рейтинге, где доходы населения в 3,24 раза превышают стоимость фиксированного набора товаров и услуг. Таким образом, в среднем в данном субъекте РФ население может рассчитывать на достаточно приемлемый уровень материального благополучия по сравнению с регионами, находящимися среди аутсайдеров данного рейтинга.

Таблица 4

**Выборочный рейтинг российских регионов по доходам населения
по итогам 2022 г.**

Место 2022	Наименование субъекта РФ	Отношение медианных доходов к стоимости фиксир. набора товаров и услуг	Доля населения, живущая за чертой бедности, %	Место 2021	Место 2020
1	Ямало-Ненецкий автономный округ	3,24	4,5	1(3,12)	1(3,13)
2	Ненецкий авт. округ	2,97	9,0	2	2
3	Москва	2,63	5,0	3	3
4	Магаданская область	2,59	7,4	5	5
5	Чукотский автономный округ	2,52	6,7	4	4
6	Санкт-Петербург	2,31	4,5	7	8
7	Сахалинская область	2,28	7,0	6	6
8	Ханты-Мансийский авт. округ — Югра	2,21	7,3	8	7
9	Московская область	2,18	5,5	9	9
10	Мурманская область	2,12	8,0	10	10
	*****	****	****	****	****
76	Республика Хакассия	1,26	18,1	74	71
77	Курганская область	1,25	17,0	79	80
78	Республика Мордовия	1,25	15,0	76	77
79	Ставропольский край	1,23	11,7	78	78
80	Республика Марий Эл	1,21	16,3	80	79
81	Республика Калмыкия	1,09	21,0	82	81
82	Республика Алтай	1,05	20,4	83	84
83	Карачаево-Черкесская Республика	1,04	22,0	81	82
84	Республика Тыва	1,01	28,8	85 (0,93)	85 (0,95)
85	Республика Ингушетия	1,00	30,5	84	83

Источник: составлено автором по материалам рейтингов регионов по доходам населения по итогам 2020–2022 гг. URL: <https://ria.ru/2023>

Уже не первый год Ямало-Ненецкий и Ненецкий автономные округа, а также Москва занимают первые места в рейтинге российских регионов по доходам населения. Последние места по итогам 2022 г. заняли Республики Тыва и Ингушетия. Экономические условия в России в 2022 г. оказались очень непростыми, но для рынка труда год оказался не самым

плохим, так как безработица снизилась до минимальных значений. Минимально низкой оказалась и доля населения, живущая за чертой бедности, хотя реальные доходы граждан немного уменьшились.

На 2-м месте в рейтинге находится Ненецкий автономный округ — еще один из перспективных регионов по добыче и запасам нефти и газа, у которого отношение доходов к стоимости фиксированного набора товаров и услуг составляет 2,97, для сравнения в 2020 г. данный показатель был несколько ниже — 2,88. Следует отметить, что два данных региона занимают первые места в рейтингах последних лет с достаточно большим отрывом от остальных субъектов РФ. Следом за ними идет Москва (2,63), которая отстает от Ямало-Ненецкого автономного округа по показателю отношения медианных расходов к стоимости фиксированного набора товаров и услуг на 23%. Таким образом, даже в числе лидирующих субъектов РФ по доходам населения имеется значительная дифференциация. 4-е и 5-е места в рейтинге занимают Магаданская область и Чукотский автономный округ. Кроме названных выше регионов в число первых десяти субъектов РФ также входят: Санкт-Петербург, Сахалинская область, Ханты-Мансийский автономный округ — Югра, Московская и Мурманская области.

Последние пять мест в рейтинге регионов по доходам населения занимают высокодотационные субъекты РФ, у которых отношение медианных доходов населения к стоимости фиксированного набора товаров и услуг находится на очень низком уровне, близким к единице. У Республики Ингушетия, которая занимает в рейтинге последнее место, данный показатель равен — 1,00. В рейтингах по итогам 2020 и 2021 гг. данный показатель был ниже единицы. Республика Тыва, занимавшая 85-е место, имела 0,95 в 2020 г. и 0,93 — в 2021 г. Следовательно, медианные доходы населения в этих субъектах РФ были фактически приближены к стоимости фиксированного набора товаров и услуг, что на современном этапе развития является крайне негативным фактором, поскольку не позволяют гарантировать приемлемый уровень жизни проживающим там гражданам.

Необходимо отметить, что данные рейтинга показывают, что в 6 субъектах РФ доля малоимущего населения, живущего за чертой бедности, превышает 20%, а в Республике Ингушетии этот показатель равен 30,5%, что является максимальной величиной среди всех субъектов РФ. По сравнению с предыдущими рейтингами по итогам 2020 и 2021 гг. количество субъектов РФ, где более 20% населения живет за чертой бедности, несколько уменьшилось.

Поэтому исследование динамики денежных доходов населения является одной из наиболее важных проблем, позволяющих оценить реальный уровень жизни граждан. Для разработки эффективных мер защиты граждан от бедности и стратегий развития необходимо внимательно проанализировать данные по разным группам населения с точки зрения получе-

ния доходов, чтобы определить и зафиксировать изменения в обществе, в жизни людей, в работе государства и бизнеса под влиянием сложной общественно-политической ситуации, вызванной усилением санкционного давления на нашу страну.

Следует отметить, что адекватные ситуации и своевременно принятые государством меры в области налоговой и социальной политики, могут частично компенсировать негативное влияние кризиса и его разрушительных последствий, вызванного беспрецедентным санкционным давлением на нашу страну после начала СВО, на динамику доходов населения. Распределение населения РФ по среднедушевым доходам в 2020–2022 гг. представлены в табл. 5.

Таблица 5

Распределение населения по среднедушевым доходам в 2020–2022 гг. (%)

	2020	2021	2022
Все население	100	100	100
в т.ч. со среднедушевыми доходами в месяц, руб.:			
до 7 000,0	3,5	2,7	1,4
7 000,1 -10 000,0	5,6	4,5	3,0
10 000,1-14 000,0	9,6	8,3	6,2
14 000,1-19 000,0	12,8	11,5	9,7
19 000,1-27 000,0	17,9	17,1	16,1
27 000,1-45 000,0	25,3	25,9	27,4
45 000,1-60 000,0	10,6	11,7	13,5
свыше 60 000,0	14,7	18,3	22,7
60 000,1-75 000,0	5,8	6,8	8,1
75 000,1-100 000,0	4,7	5,8	7,2
свыше 100 000,0	4,2	5,7	7,4

Источник: данные Росстата. URL: <http://www.gks.ru/>

Анализируя данные, представленные в табл. 5, мы видим, что за период с 2020 по 2022 г. происходит постепенное снижение в процентном отношении численности населения пяти наименее обеспеченных групп граждан, что в первую очередь связано с колоссальной целевой адресной поддержкой правительства социально-уязвимых групп населения. В то же время остальные группы граждан с доходами свыше 27 000 руб. показывают небольшую тенденцию к росту.

По данным Росстата в период с 2020 по 2023 г. наблюдается рост среднедушевых доходов населения по сравнению с соответствующими периодами прошлых лет в среднем на 10–12% (табл. 6), за исключением 2020 г., когда рост среднедушевых доходов составил лишь чуть более 2%, что было связано с пандемией и сокращением экономической активности.

Таблица 6

Среднедушевые и реальные доходы населения Российской Федерации

Период	Среднедушевые доходы рублей в месяц	В % к соответствующему периоду прошлого года	Отношение среднедушевых доходов к прожиточному минимуму (%)	Реальные доходы в %
2020	36240	102,1	–	98,0
2021	40304	111,2	345,9	103,3
2022	44937	112,6	322,8	99,0
2023(1-3 кв.)	46416	110,6	311,3*	104,9

Источник: Росстат: [сайт]. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13397>

* – данные за 1 и 2 кварталы 2023 г.

Рост среднедушевых доходов населения в настоящее время — безусловно позитивная тенденция, но темпы их роста являются непостоянными. Динамика реальных доходов населения сформировалась крайне неустойчивой, начиная еще с 2014 г. За все эти годы позитивные тенденции фиксировались лишь 4 раза, в том числе в 2021 г. (103,3%) и в 2023 г., в остальные годы реальные доходы населения снижались, несмотря на рост среднедушевых доходов населения. По итогам трех кварталов 2023 г. рост реальных доходов составил 104,9%. Анализируя отношение среднедушевых доходов к прожиточному минимуму, можно определить какое количество наборов прожиточного минимума в среднем на душу населения приходится на данный размер доходов — это чуть более трех социальных нормативов.

В соответствии с новой методикой определения границы бедности в РФ прожиточный минимум (ПМ) устанавливается на календарный год и определяется в размере 44,2% от медианы среднедушевого дохода (Федеральный закон..., 2020). По итогам 2021 г. доля российских граждан, имеющих доходы ниже границы бедности, несколько снизилась по сравнению с 2020 г. — с 12,1 до 11%, они составили 16,0 млн человек (табл. 7).

Таблица 7

Численность населения с доходами ниже границы бедности в Российской Федерации

Российская Федерация	Млн. человек	В % от общей численности населения
2020	17,7	12,1
2021	16,0	11,0
2022	14,3	9,8

Источник: Данные Федеральной службы государственной статистики. 2023. URL: <http://www.gks.ru/>

По данным Росстата, снижение численности малообеспеченных граждан РФ, живущих за границей бедности, было связано со значительным ростом социальных выплат различным категориям граждан, а также с восстановлением экономической активности, приведшей к росту занятости и увеличению оплаты труда. Объем социальных выплат только за 2021 г. превысил 14,5 трлн руб., что являлось государственной поддержкой населения в период пандемии, когда основные выплаты от государства получили пенсионеры (Указ Президента РФ № 486, 2021) и семьи с детьми (Указ Президента РФ № 396, 2021).

Благодаря мерам социальной помощи и поддержки со стороны государства семьям с детьми и социально незащищенным гражданам в IV квартале 2022 г. были осуществлены социальные выплаты на общую сумму 4,7 трлн руб., что на 542,0 млрд руб. (13,1%) выше по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. (Концепция..., 2021).

Согласно данным Росстата, одним из основных факторов снижения уровня бедности является увеличение объема социальных выплат малоимущим гражданам — целевая адресная поддержка различных групп социально незащищенных граждан. Так, ежемесячными денежными выплатами были охвачены более 3 млн семей с детьми от 3 до 7 лет (Указ Президента РФ № 199, 2020) и 3,7 млн семей (Данные Росстата, 2023) с детьми от 8 до 17 лет (Указ Президента РФ № 175, 2022). Как известно, данная группа граждан является менее социально защищенной, обладает более высоким уровнем нуждаемости, чем по другим сегментам в целом по населению, поэтому расширение целевого охвата граждан и увеличение размера адресных пособий на детей позволит снизить общий уровень бедности населения. В результате принятых мер численность населения, находящегося за границей бедности, была сокращена с 17,7 млн человек в 2020 г. до 14,3 млн человек в 2022 г., что составило 9,8% населения страны.

Новый социальный параметр «граница бедности» позволяет обеспечивать его сопоставимость на всем протяжении времени. Следует отметить, что введенная Министерством труда и социальной защиты РФ методика для учета числа бедных в России, позволяет, опираясь на стоимость потребительской корзины, решить вопрос о сопоставимости данных до 2021 г. и после этой даты и оценивать показатель в динамике. Кроме того, данный показатель исключает возможность роста уровня бедности при росте экономики и медианного дохода.

Базовые значения границ бедности были установлены на уровне величины ПМ за IV квартал 2020 г. (Постановление Правительства РФ..., 2021), так как это последний прожиточный минимум, посчитанный по старой методике, и он индексируется на уровень инфляции (табл. 8).

Снижению уровня бедности также способствовал рост оплаты труда и рост средней заработной платы. В то же время уровень заработной платы

наемных работников продолжает оставаться на более низком уровне. По итогам 2020 г. он был равен 42 366 руб., 2021 г. — 45 936 руб., 2022 г. — 50 702 руб., что на 10,4% выше уровня 2021 г. (Данные Росстата, 2023).

Таблица 8

Границы бедности в Российской Федерации (руб. в месяц)

	Все население	В том числе			Нормативно-правовой акт
		трудоспособное население	пенсионеры	дети	
4 квартал 2020 г.					
Величина базовой границы бедности	11329	12273	9348	11140	Постановление Правительства РФ от 26.11.2021 № 2049
2021	11653	12702	10022	11303	Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2406
С 01.01.2022	12654	13793	10882	12274	Федеральный закон от 06.12.2021 № 390-ФЗ
С 01.06.2022	13919	15172	11970	13501	Постановление Правительства РФ от 28.05.2022 № 973
2023	14375	15669	12363	13944	Федеральный закон от 05.12.2022 № 466-ФЗ

Источник: Данные Федеральной службы государственной статистики. 2023. URL: <http://www.gks.ru/>

По данным Росстата (Росстат, 2023), средний размер пенсий в 2022 г. составил 17 825 руб., увеличившись по сравнению с 2021 г. на 7,1%. В январе 2023 г. средний размер пенсий составил 19 322 руб., что на 14,4% выше уровня 2022 г. Несмотря на довольно высокую индексацию пенсий, их величина остается достаточно низкой.

Следует отметить, что для РФ характерно наличие бедности среди работающего населения (Овчарова, 2009). Согласно данным Росстата за апрель 2021 г., среди работников организаций 9,8% граждан имели заработную плату ниже прожиточного минимума (12,7 тыс. руб. для трудоспособного населения в 2021 г.) (Данные Росстата, 2023). Тем самым к категории «бедные» относятся около 4,3 млн работающих граждан при отсутствии у них другого источника дохода (при общем числе работников организаций порядка 44 млн человек). При этом еще у 32,5% работников уровень зара-

ботной платы находился вблизи границы бедности и составлял от одного до двух прожиточных минимумов (т.е. находился в интервале от 12,7 тыс. до 25,4 тыс. руб. в месяц) (Эксперт, 2021).

В условиях кризиса рост бедности не позволяет решить проблему социального неравенства, высокие показатели которого ограничивают развитие потребительского рынка в стране и сдерживают спрос населения. Исследование показало, что серьезные материальные трудности испытывает значительно большее число людей, чем те, что официально находятся за границей бедности. Для достижения видимого результата по сокращению бедности населения в стране необходимо добиваться не только полного охвата малообеспеченных семей системой адресных социальных выплат и пособий, но и увеличения темпов экономического роста, который позволит создавать рабочие места с достойным уровнем оплаты.

Исследование международной аудиторско-консалтинговой сети FinExpertiza, проведенное в 2021 г., показало, что разрыв между доходами самых богатых и самых бедных российских граждан в 2020 г. в отдельных регионах составил 8–10 раз (Рамблер, 2021). Субъектом РФ, в котором наблюдался в 2020 г. самый большой разрыв между доходами населения (10,2), стал Ямало-Ненецкий автономный округ, что объясняется значительной дифференциацией уровня заработной платы в различных отраслях (рис. 1). Так, в сфере добычи нефти и газа, в которой трудится треть жителей Ямало-Ненецкого АО, заработная плата в среднем составляла 159 тыс. руб., в то время как граждане, занятые в сельском хозяйстве и отраслях общественного питания, получали от 42 до 52 тыс. руб.

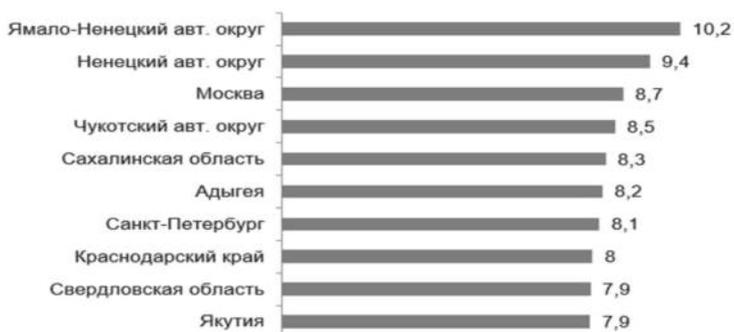


Рис. 1. Регионы с наибольшей разницей доходов богатой и бедной групп населения, раз
Источник: Исследование международной аудиторско-консалтинговой сети (Рамблер, 2021).

На 2-м месте оказался Ненецкий автономный округ с разрывом 9,4 раза. 3-е место в данном рейтинге занимает Москва, где этот разрыв составляет 8,7 раза, Санкт-Петербург занимает 7-е место с показателем 8,1 раза.

В списке субъектов РФ с самыми большими разрывами в уровне доходов населения также оказались Чукотский АО (8,5 раза), Сахалинская область (8,3 раза), Республика Адыгея (8,2 раза), Краснодарский край (8 раз), Свердловская область (7,9 раза), Республика Саха (Якутия) — 7,9 раза.

По мнению экспертов, неравенство доходов ниже в тех субъектах РФ, где преобладают традиционные жизненные уклады населения. В регионах с ярко выраженной добывающей направленностью экономики фиксируется более значительная дифференциация заработной платы граждан, высокая концентрация населения с высоким уровнем оплаты, что связано с наличием межрегиональной миграции квалифицированного персонала, с высоким спросом на товары и услуги, а также с работой «вахтовым методом», актуальным для северных территорий, с предусмотренными компенсациями.

Необходимо подчеркнуть, что в 2021 г. также произошло изменение методики расчета минимального размера оплаты труда (МРОТ), который теперь рассчитывается исходя из величины медианной заработной платы за предыдущий год (Федеральный закон № 473-ФЗ, 2020). В соответствии с поправками в Федеральный закон № 82-ФЗ [Федеральный закон № 82-ФЗ, в ред. 2021] данное отношение в 2021 г. составляет 42%, при этом МРОТ не должен быть ниже величины ПМ трудоспособного населения в РФ. С 1 января 2021 г. МРОТ составил 12 792 руб. в месяц, с 1 января 2022 г. — в размере 13 890 руб., а с 1 июня 2022 г. был еще раз проиндексирован и составил 15 279 руб.; с 1 января 2023 г. МРОТ установлен в размер 16 242 руб.

Несмотря на более значительные индексации МРОТ в последние годы, причиной снижения уровня жизни граждан является инфляция и рост цен, которые съедают доходы населения. В частности, опережающий рост цен на продовольственные товары, в большей степени затрагивает ту часть населения, которая имеет низкий уровень доходов. Чем больше денежных средств граждан тратится на покупку продуктов питания в структуре потребительских расходов, тем ниже уровень жизни населения в стране и наоборот. По статистике, в странах с благополучной экономической ситуацией и высоким уровнем доходов населения, расходы на питание невелики и составляют не более 15% от общих семейных расходов (Рейтинг стран Европы..., 2022). Незначительная доля средств, потраченных на продукты питания, позволяет оставшуюся, более весомую ее часть тратить на образование, путешествия, развлечения, посещение кафе и ресторанов, покупку товаров для дома, техники и другие товары и услуги.

Поэтому доля расходов семей на продукты питания в общей структуре потребительских расходов является одним из существенных социально-экономических показателей, характеризующих качество жизни граждан в стране. По данным Росстата, в РФ на протяжении ряда лет доля про-

дуктов питания в структуре потребительских расходов домашних хозяйств составляет порядка 30%, а в условиях пандемии данный показатель существенно увеличился, чему способствовало введение режима самоизоляции, рост безработицы, ограничение платежеспособного спроса населения и др. В рейтинге стран Европы по доле расходов семей на продукты питания — 2022, составленном рейтинговым агентством РИА Рейтинг, наша страна занимает 31-е место с показателем 32,2% (Рейтинг стран Европы..., 2022). Такой высокий показатель доли расходов на продукты питания существенно снижает покупательную способность граждан с низким уровнем доходов.

Следует отметить, что наряду с мерами налоговой и социальной политики, поддержкой занятости населения и др., направленными на повышение уровня жизни граждан, действенным механизмом стала программа **социального контракта** в регионах. Социальный контракт, заключаемый между малоимущей семьей и органом социальной защиты, призван оказывать помощь гражданам, оказавшимся в трудной жизненной ситуации. Начиная с 2021 г. реализация данной программы предусматривает заключение контракта на определенные цели: открытие бизнеса, покупка сельскохозяйственной техники, домашнего скота и др. сроком от 3 месяцев до года, что является хорошим подспорьем для социально незащищенных граждан.

Другим действенным механизмом поддержки населения является **материнский капитал**, который с 2020 г. стал назначаться уже при рождении первого ребенка. В 2023 г. на первого ребенка семья получает почти 586,9 тыс. руб., на второго ребенка — почти 775,6 тыс. руб., т.е. выплаты по материнскому капиталу в 2023 г. были проиндексированы на 11,9% (Данные Минтруда, 2023). На третьего ребенка семья получает еще и региональную выплату, а также может погасить 450 тыс. руб. ипотечного кредита. Таким образом, получается довольно внушительная сумма для решения жилищной проблемы, что является достаточно ощутимым фактором для многих субъектов РФ.

Следует обратить внимание, что часть изменений в стране, возникших под влиянием пандемии, носит системный характер, и определяет развитие страны на ближайшие десятилетия вперед. К числу наиболее значимых изменений относится цифровизация процессов в экономике и государственном управлении. Вопрос о необходимости цифровизации в стране назрел давно, но именно пандемия оказалась катализатором цифрового развития, без которого невозможно разрабатывать стратегию преодоления кризиса и развития страны в долгосрочной перспективе.

Еще одним механизмом социальной поддержки является **«социальное казначейство»** — сервис, представляющий собой общенациональную информационную платформу. «Социальное казначейство» выступает проек-

том, предусмотренным Концепцией цифровой и функциональной трансформации социальной сферы, утвержденной Правительством РФ в феврале 2021 г. (Концепция, 2021). В 2022 г. продолжилось развитие данного межведомственного проекта, в результате чего в единую цифровую платформу были включены все виды социальной поддержки населения. Российские граждане получили возможность оформлять причитающуюся им социальную помощь по заявлению, поданному в «социальное казначейство» в электронном виде, что позволило повысить эффективность и адресность принятых мер как на федеральном, так и на местном уровнях.

Развитие «социального казначейства» позволило ускорить предоставление помощи при отказе от сбора справок. Это особенно ощутимо для региональных мер поддержки, так как в разных субъектах РФ срок предоставления помощи и количество необходимых документов для получения одинаковых мер поддержки различаются.

Подводя итоги, следует отметить, что значительное падение реальных доходов населения потребовало от государства признать проблемы повышения уровня жизни населения первоочередными, а рост доходов населения объявить ключевой задачей Правительства РФ. Тем не менее в настоящее время в России до сих пор не решена проблема низких доходов и бедности населения.

В условиях кризиса рост бедности не позволяет решить проблему социального неравенства, высокие показатели которого ограничивают развитие потребительского рынка в стране и сдерживают спрос населения. Структура потребительских расходов домашних хозяйств по-прежнему свидетельствует о наличии высокой доли расходов на продукты питания, что также говорит о достаточно низком уровне жизни граждан, как в субъектах РФ, так и в стране в целом. Исследование показало, что серьезные материальные трудности испытывает значительно большее число людей, чем те, что официально находятся за чертой бедности. Однако незначительное снижение межрегионального неравенства населения по доходам возможно, поскольку высокостатусные регионы, больше выигрывают от мер социальной помощи и поддержки, чем более обеспеченные субъекты РФ. В результате комплекса принятых мер уровень бедности снижается в наиболее отстающих регионах и увеличивается в более состоятельных (Эксперт, 2021).

Следует подчеркнуть, что в настоящий момент сформирована система социальной защиты граждан, осуществляются социальные выплаты и ежемесячные социальные пособия наиболее уязвимым социальным группам населения, которые все более приближаются к полному охвату нуждающихся благодаря единым информационным платформам. Однако большинство мер социальной поддержки носит временный характер: выплаты зависят от возраста детей или периода действия социального контракта,

отменяются при превышении установленной границы доходов семьи и пр. Сам размер пособий сопоставим с уровнем МРОТ, что не позволяет значительно снизить уровень бедности и качественно улучшить жизнь малоимущих граждан. Тем не менее данные меры способствуют компенсации негативного влияния кризиса и его разрушительных последствий, вызванного беспрецедентным санкционным давлением на нашу страну после начала СВО.

Поэтому от эффективной работы органов власти и оперативного принятия экстренных антикризисных мер в области налоговой и социальной политики, а также мер, направленных на поддержание занятости и увеличение доходов населения, на снижение межрегиональной дифференциации, зависит уровень жизни абсолютного большинства российских граждан.

При этом важнейшей задачей для повышения уровня жизни граждан остается ускорение темпов роста экономики. Для достижения данной цели необходимократно увеличивать инвестиции в развитие экономики, инфраструктурных проектов, развитие человеческого капитала. Только решение этих задач будет способствовать созданию новых рабочих мест с достойным уровнем оплаты труда, что позволит увеличить реальные доходы граждан и таким образом преодолеть бедность работающего населения.

Список литературы

1. ВЦИОМ (2023). Социальное самочувствие: мониторинг. Материалы сайта [www.wciom.ru](http://wciom.ru). 2020, 2021, 2022, 2023 г. Дата обращения 25.11.2023, <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnoe-samochuvstvie-monitoring-19062023>
2. Гулалиева, М. (2021). Минтруд хочет изменить подход для учета числа бедных в России. *Парламентская газета*. 26.11. <https://www.pnp.ru/economics/smi-mintrud-khochet-izmenit-podkhod-dlya-uchyota-chisla-bednykh-v-rossii.html>
3. Данные Минтруда (2023). Министерство труда и социальной защиты РФ. Официальный сайт. mintrud.gov.ru
4. Данные Росстата (2023). Федеральная служба государственной статистики РФ. Официальный сайт. 2021–2023. <http://www.gks.ru/>
5. Заседание Совета по стратегическому развитию и национальным проектам 13 июля 2020 г. Дата обращения 20.11.2023, <http://www.kremlin.ru/events/president/news/63635>
6. Кислицына, В. В., Чеглакова, Л. С., Караулов, В. М., & Чикишева, А. Н. (2017). Формирование комплексного подхода к оценке социально-экономического развития регионов. *Экономика региона*, 13(2), 369–380.
7. Клепач А. Н., Лукьяненко Р. Ф., & Николаенко С. А. (2022). Преодоление бедности и обеспечение устойчивого роста среднего класса: критерии рас-

- пределения и меры политики. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, (6), 3–20.
8. Клепач, А. Н., Лукьяненко, Р. Ф., & Николаенко, С. А. (2023). Преодоление бедности и обеспечение устойчивого роста среднего класса: критерии распределения и меры политики (Часть 2). *Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика*, (3), 3–24.
 9. Концепция цифровой и функциональной трансформации социальной сферы, относящейся к сфере деятельности Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, на период до 2025 года. Утверждена Распоряжением Правительства РФ от 20 февраля 2021 г. № 431-р.
 10. Овчарова, Л. Н. (2009). Теоретические и практические подходы к оценке уровня, профиля и факторов бедности: российский и международный опыт / Учреждение Российской акад. наук Ин-т соц.-эконом. проблем народонаселения РАН. М., М-Студио.
 11. Постановление Правительства РФ от 26 ноября 2021 г. № 2049 «Об утверждении Правил определения границ бедности в целом по Российской Федерации и по субъектам Российской Федерации, используемых в оценках показателя “Уровень бедности” в целом по Российской Федерации и по субъектам Российской Федерации, и о внесении изменений в Федеральный план статистических работ».
 12. Постановление Правительства РФ от 28 мая 2022 № 973 (ред. от 24.11.2022) «Об особенностях исчисления и установления в 2022 году минимального размера оплаты труда, величины прожиточного минимума, социальной доплаты к пенсии, а также об утверждении коэффициента индексации (дополнительного увеличения) размера фиксированной выплаты к страховой пенсии, коэффициента дополнительного увеличения стоимости одного пенсионного коэффициента и коэффициента дополнительного индексации пенсий, предусмотренных абзацами четвертым — шестым пункта 1 статьи 25 Федерального закона “О государственном пенсионном обеспечении в Российской Федерации”».
 13. Рамблер (2021). Исследование международной аудиторско-консалтинговой сети *FinExpertiza*. *Рамблер/финансы*. 11.06. Дата обращения 25.10.2023, https://finance.rambler.ru/money/46604191/?utm_content=finance_medium=read_more&utm_source=copylink
 14. Рейтинг регионов по доходам населения (2023). *РИА Новости (расчеты РИА Рейтинг по данным Росстата)*. 19.06. Дата обращения 25.11.2023, <https://ria.ru/2023>
 15. Рейтинг российских регионов по уровню безработицы (2023). *РИА Новости*. 27.02. Дата обращения 25.11.2023, <https://ria.ru/20230227/bezrabotitsa-1853624257.html>
 16. Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ. Итоги 2020, 2021, 2022 гг. Дата обращения 25.11.2023, <http://www.giarating.ru/>; https://ria.ru/20230515/polozhenie_regiony-1870956129.html
 17. Рейтинг стран Европы по доле расходов семей на продукты питания (2022). *РИА Рейтинг*. 12.12. Дата обращения 25.11.2023, <https://riaring.ru>
 18. Тикунов, В. С., Бабурин, В. Л., & Белоусов, С. К. (2022). Интегральная оценка экономического развития регионов Российской Федерации. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, (2), 189–202.

19. Трифонов, Ю. В., Ширяева, Ю. С., & Громницкий, В. С. (2019). Анализ и интегральная оценка состояния и стратегий развития экономических систем. *Креативная экономика*, 13(6), 1063–1074.
20. Тюшняков В. Н., & Ткаченко Ю. Г. (2020). Изучение проблем повышения уровня и качества жизни населения в условиях межмуниципальной дифференциации. *Фундаментальные исследования*, (12), 222–227.
21. Указ Президента РФ от 20.03.2020 № 199 «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей».
22. Указ Президента РФ от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».
23. Указ Президента РФ от 24.08.2021 № 486 «О единовременной денежной выплате гражданам, получающим пенсию».
24. Указ Президента РФ от 31.03.2022 № 175 «О ежемесячной денежной выплате семьям, имеющим детей».
25. Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».
26. Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 396 «О единовременной выплате семьям, имеющим детей».
27. Федеральный закон от 19.06.2000 № 82-ФЗ «О минимальном размере оплаты труда» (в ред. от 06.12.2021).
28. Федеральный закон от 29.12.2020 № 473-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
29. Шеховцева, Л. С., & Сафонова, И. Ю. (2022). Динамика интегральных оценок развития регионов в контексте обоснования региональной политики. *Креативная экономика*, 16(5), 1721–1740.
30. Эксперт. (2021). ИКСИ: к 2024 году доходы населения лишь вернуться на уровень 2013 года. *Эксперт Online*, 02.11. Дата обращения 20.11.2023, <https://expert.ru/2021/11/2/o-dinamike-dokhodov-naseleniya/> expert.ru

О МЕРАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МОНОГОРОДОВ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

Иванова Светлана Анатольевна
инженер
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
sve274580@yandex.ru

Аннотация. Поиск новых направлений и инструментов государственной поддержки моногородов по-прежнему остается одной из актуальных задач, особенно в условиях санкционного давления и внешнеполитических вызовов. Целью работы является проведение анализа основных направлений государственных мер поддержки. В результате проведенного исследования определены основные риски и факторы, тормозящие процесс развития моногородов, сделаны выводы о степени соответствия принимаемых мер и выбираемых инструментов поддержки с точки зрения их целесообразности и эффективности. На основе результатов исследования сформулированы предложения о необходимости реформатирования подходов, усиления адресного дифференцированного подхода, исходя из потенциала каждого отдельно взятого муниципального образования и основных тенденций регионального развития, что откроет более широкие возможности и позволит снизить риски распыления финансовых средств и их нецелевого использования.

Ключевые слова: моногород, регион, государственные меры поддержки, занятость, адресный подход.

ON MEASURES OF STATE SUPPORT FOR SINGLE-INDUSTRY TOWNS IN THE CONDITIONS OF SANCTIONS PRESSURE

Ivanova Svetlana
engineer
Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
sve274580@yandex.ru

Abstract. The study of new directions and instruments of government support does not lose its relevance, especially in the context of sanctions pressure and foreign policy challenges.

The purpose of the article is to analyse the main directions of government support measures. Based on the study, the main risks and factors hindering the development of single-industry towns were identified. The study made it possible to draw conclusions about the degree of compliance of the measures and the selected support tools in terms of their feasibility and effectiveness. Based on the results of the study, proposals were formulated for reformatting approaches, strengthening a targeted differentiated approach, based on the potential of each individual municipality and the main trends in regional development, which will provide ample opportunities and reduce the risks of dissipation of financial resources and their misuse.

Keywords: single-industry town, region, state support measures, employment, targeted approach.

Социально-экономическое состояние моногородов, градообразующие предприятия которых оказались под санкционным давлением в отношении России, особенно усилившимся после начала СВО в феврале 2022 г., находится в зоне повышенного риска. Поиск новых направлений и инструментов, способных оказать эффективное влияние на вывод из монозависимости и развитие этих муниципальных образований по-прежнему является одной из актуальных задач. На повестке дня в большинстве моногородов (МГ) остаются такие проблемы, как ликвидация узости рынка труда, снижение уровня безработицы, формирование современной инфраструктуры, диверсификация и модернизация производства градообразующих предприятий, создание условий для повышения инвестиционной привлекательности — все эти задачи актуальны (Устюжанина и др., 2021; Симакова и др., 2023). Государственные меры, нацеленные на поддержку и развитие МГ, долгое время не давали ожидаемых результатов. В целом до сих пор отмечается отрицательная динамика и основные проблемы МГ сохраняются. Тем не менее есть примеры успешных МГ (Устойчивое развитие территорий..., 2018), а многие моногорода, имеющие предприятия, которые работают на заказы от Министерства обороны РФ, получили существенный импульс к развитию в текущем десятилетии.

Решению комплекса острых социально-экономических проблем МГ уделяется серьезное внимание, включая теоретическое осмысление, разработку качественно новых механизмов и инструментов, создание институтов поддержки и сопровождения.

Теоретические и практические проблемы формирования государственной поддержки, диверсификации российских монотерриторий, повышения их инвестиционной привлекательности и занятости рассматриваются в исследованиях российских экономистов Е. М. Бухвальда, А. Г. Гранберга, Н. В. Зубаревич, В. Я. Любовного, В. М. Полтеровича, А. Н. Ряховской, А. Е. Шаститко и ряда других авторов (см., например: (Тургель, Линьши, 2016; Оборин и др., 2018; Фомин и др., 2020)). Наряду с этим проблемы

моногородов на постсоветском пространстве отражены в работах зарубежных авторов, среди которых К. Кроуфорд, Т. Ронер, К. Стрендж, Р. Хейтер, М. Шмидт и др. (Hayter, 2017; Strange et al., 2020; Rohner, Schmidt, 2021).

В России в соответствии с действующими критериями (Постановление Правительства № 709, 2014), по данным на начало 2022 г. насчитывается 321 моногород на территориях 61 субъекта РФ, в них проживают 12,7 млн человек, это 8,7% населения страны, причем примерно треть населения проживает в населенных пунктах (99 проблемных моногородов) со сложным социально-экономическим положением¹.

Природные, климатические, географические, исторические и другие факторы оказали значительное влияние на неравномерный характер размещения производительных сил в стране, их привязанность к крупнейшим центрам добычи и переработки природных ресурсов. Это определило высокую степень дифференциации МГ по широкому спектру критериев, включая численность населения, сложность производства, отраслевую принадлежность и т.д. (Оборин и др., 2018). Это, на наш взгляд, является ключевым фактором, препятствующим эффективной реализации программ государственной поддержки этих муниципальных образований. Кроме того, негативное влияние оказывает ведомственная разобщенность на федеральном уровне, МГ находятся в зоне влияния нескольких федеральных органов власти, в частности, Минэкономразвития курирует рынок труда и ТОР, в ведении Минпромторга, Минсельхоза и Минтранса находятся градообразующие предприятия.

Для отнесения городов в категорию МГ в нормативных документах различных ведомств использовались как качественные, так и количественные критерии, которые за последние два десятилетия претерпели ряд изменений. Эти критерии весьма условны, значительно зависят от внешних параметров и носят необъективный характер (Бухвальд, Кольчугина, 2019), что, на наш взгляд, является еще одним из факторов, обусловивших неудачи реализации ряда программ поддержки моногородов.

Существенно различается численность МГ по регионам и федеральным округам, соответственно их роль и место, наибольший удельный вес приходится на Приволжский, Уральский и Сибирский федеральные округа, хотя он достаточно высок и в Центральном, и в Северо-Западном федеральных округах. Наибольшее их число находится в ЦФО, но если говорить о доле МГ по отношению к общему числу городов, то самый большой процент таковых в УФО (табл. 1). К регионам с наибольшей численно-

¹ Как известно, в зависимости от социально-экономического состояния малые города в РФ разделены на три категории: МГ с наиболее сложным социально-экономическим положением, МГ с имеющимися рисками ухудшения и МГ со стабильным социально-экономическим положением.

стью населения, проживающего в МГ, относятся традиционно промышленные (Свердловская, Пермская и Нижегородская области), сырьевые (Тюменская и Кемеровская области) и регионы смешанного типа (например, Республика Татарстан). Например, в Кемеровской области 24 МГ, в них проживает 60% населения региона, при этом 9 городов отнесены в «красную зону», т.е. являются городами со сложным социально-экономическим положением.

Таблица 1

Распределение моногородов по федеральным округам

	Население региона, в млн	Количество моногородов, ед	Население моногородов, в млн	Доля населения моногородов, % от общего населения
Центральный федеральный округ	40,2	64	1,2	3%
Северо-Западный федеральный округ	13,9	43	1,1	8%
Южный федеральный округ	16,6	7	0,3	2%
Северо-Кавказский федеральный округ	10,2	4	0,3	3%
Приволжский федеральный округ	28,7	78	4,0	14%
Уральский федеральный округ	12,3	37	2,3	19%
Сибирский федеральный округ	16,6	52	2,8	17%
Дальневосточный федеральный округ	7,9	36	0,6	8%

Источник: составлено по данным Росстата по состоянию на август 2023 г. (Росстат, 2023).

Санкции, введенные против нашей страны, оказали негативное влияние на градообразующие предприятия МГ, в результате прямого или косвенного влияния практически третья часть градообразующих предприятий оказалась в зоне повышенного риска. Градообразующие предприятия МГ — это крупнейшие предприятия, которые определяют структуру отечественной экономики и ее конкурентоспособность, в частности: машиностроения — 22,3%, добычи природных ресурсов — 21,8%, лесной и деревообрабатывающей промышленности — 38 предприятий (11,1%), металлургии — 6,2%, оборонной промышленности, химической промышленности — 8,9%, по ряду отраслей в МГ сосредоточенно до 70% мощностей. В последние годы в результате политики диверсификации зависимость городов от таких предприятий снижалась, хотя их воздействие на социально-экономическое положение все еще велико.

По данным на июнь 2022 г. из 336 градообразующих предприятий санкции затронули 134 предприятия, на которых занято около 551 тыс. человек. Однако значительное ухудшение ситуации проявилось только в 16 из них, на которых заняты 182 тыс. работников (4,7% от общей численности занятых в моногородах и 17,8% от занятых на градообразующих организациях моногородов) (ЦСР, 2022). Больше всех пострадали лесная

промышленность и деревообработка, металлургия, а также транспортное машиностроение (РБК, 2022).

В частности, серьезной проблемой для лесной промышленности стала ориентация большей части продукции на экспорт в недружественные страны, который стал невозможным вследствие прямого запрета Правительства РФ, а также импортных ограничений Евросоюза. В то же время предприятия отрасли столкнулись с приостановкой действия сертификатов качества продукции и уходом иностранных собственников. По оценке экспертов ЦСР, такие МГ, как, Новодвинск, Онега, Коряжма (Архангельская область), Красная Поляна (Кировская область), Пиндуши, Муезерский (Карелия), Парфино (Новгородская область), Мантурово (Костромская область), являются наиболее проблемными в отрасли. Всего в России 45 градообразующих организаций лесной промышленности, на них суммарно занято около 40 тыс. человек (ЦСР, 2022). Согласно оценке экспертов ЦСР, наиболее высокий риск у МГ Северо-Западного округа, особенно тех, где были реализованы проекты по производству топливных гранул и биотоплива, брикетов и CLT-панелей, или многослойных клееных деревянных панелей. Вместе с тем к концу 2023 г. наметилось сокращение отрицательной динамики, предприятия пытаются адаптироваться к новым вызовам и осваивать новые направления и формы сбыта.

После введения санкций осложнилась ситуация в черной металлургии, в наибольшей мере это коснулось ряда крупных МГ, таких как Магнитогорск, Челябинск, Новокузнецк, Каменск-Уральский (Чашин, 2023). Компании отрасли столкнулись с сокращением инвестиционной активности и соответственно внутреннего потребления, что привело к необходимости переориентации экспортных потоков в страны Азии и Ближнего Востока и ряду других проблем, которые привели к сокращению производства на ведущих предприятиях страны, расположенных в МГ. Вместе с тем благодаря введению государственных стабилизационных мер, по итогам 9 месяцев 2023 г. в металлургической промышленности отмечен уверенный рост. По объемам выплавки стали увеличение составляет более 3,5%, что на 2,5 млн т больше, чем в 2022 г. При этом загрузка мощностей предприятий на протяжении всего года стабильно держится выше 90%, в первую очередь, это осуществляется за счет роста потребления на внутреннем рынке, спрос на металлопрокат у отечественных потребителей увеличился более чем на 11%, на 3 млн т. Наряду с этим идет освоение новых направлений экспорта, кроме того, как отмечают специалисты, возможен переход от экспорта прямого сырья к экспорту продуктов более глубокой переработки.

Следует отметить, что от введенных ограничений среди наиболее пострадавших оказались современные предприятия, использующие импортные комплектующие и технологии, а также ориентированные на экспорт

продукции в недружественные страны, в частности, автомобилестроение, вагоностроение, деревообработка и целлюлозно-бумажная промышленность, а также производство строительных материалов. Наиболее устойчивыми оказались градообразующие организации, где темпы модернизации производства и внедрения современных технологий невысоки, а также те, которые работают на гособоронзаказ.

В связи с этим следует обратить внимание, что инновационная составляющая имеет существенное значение для устойчивого развития моногородов, сохранение и развитие этого сегмента является задачей не только для руководителей и собственников градообразующих предприятий, но и регионального центра, поскольку только с его помощью через детально проработанную стратегию (или программу) муниципального инновационного развития возможна активизация инновационной деятельности муниципальных образований (Оборин и др., 2018).

Как отметил глава Центра стратегических разработок В. Онищенко, на градообразующих предприятиях, оказавшимися под самыми существенными рисками работает менее 5% всего трудоспособного населения МГ, что может свидетельствовать об их санкционной устойчивости в целом, но, безусловно, эти города требуют непрерывного особого внимания со стороны государства (РБК, 2022).

Проблема занятости является системной и наиболее болезненной практически для всех МГ, сокращение персонала происходит не только в случае закрытия градообразующего предприятия или сокращения производства, но и в результате модернизации производства и по ряду других причин. До весны 2022 г. наиболее сложная ситуация на рынке труда была в тех МГ, где градообразующее предприятие либо уже закрылось, либо сократило производственную деятельность. К таким моногородам относились: Бакал (Челябинская область), Пиндуши (Республика Карелия), посёлок Великооктябрьский (Тверская область), Туим (Республика Хакасия), Бытошь (Брянская область), Каспийск (Республика Дагестан), Ивот (Брянская область), Красавино (Вологодская область), Дагестанские Огни (Республика Дагестан), Песочное (Ярославская область), Любохна (Брянская область), посёлок Силикатный (Ульяновская область). По данным экспертного совета Госдумы по развитию моногородов, безработица выше общероссийского уровня наблюдается примерно в 100 таких населенных пунктах.

Логическим результатом проблемы занятости является стабильное сокращение численности населения МГ. За последние десять лет население сокращалось в 92% из них, эти города потеряли 734 тыс. человек. Общая численность населения монопрофильных городов, включая те, в которых население не падало или даже росло, сократилась на 624 тыс. (или на 5%). По словам вице-президента, руководителя направления «Пространствен-

ное развитие» фонда «Центр стратегических разработок» Т. Караваевой в 20 моногорода за последние шесть лет сокращение численности населения составило более 10% (Колотуп, 2023). Среди них депрессивные и слаборазвитые моногорода Центрального и Северо-Западного федеральных округов, а также малые добывающие центры Сибирского федерального округа.

Численность населения пяти МГ с самой быстрой убылью населения в последние десять лет не превышает 52 тыс. человек. Почти на треть за десятилетие сократилось население поселков городского типа Жарковский в Тверской области (деревообработка) и Угловка в Новгородской области (добыча известняка), почти на четверть — города Инта Республики Коми (добыча угля). В Лахденпохье население сократилось почти вдвое — с 10,8 до 5,9 тыс. человек. В поселке Бытошь (Брянская область) — население сократилось в примерно 2 раза и на сегодняшний день составляет около 4,5 тыс. человек, поселок включен в перечень МГ, в которых имеется риск ухудшения социально-экономического положения (в 2012 г. было закрыто крупнейшее предприятие населенного пункта — Бытошевский стекольный завод, выпускавший оконное стекло).

По данным Росстата¹, с 2020 по 2021 г. в МГ с наиболее сложным социально-экономическим положением населения (96 поселений) средняя динамика численности населения составила — 1,5%, при этом не было ни одного положительного результата. В МГ с рисками ухудшения социально-экономического положения такая же динамика: —1,2%, но в этой группе отмечены города с положительной динамикой (17 из 146, т.е. 11,6%) средний темп прироста в них составляет 0,8%. Наиболее благоприятная ситуация в МГ со стабильным положением, однако недостаточно положительная. Из крупных городов также уезжают. Самая большая убыль населения отмечается в Тольятти, крупнейшем МГ России, где находится «АвтоВАЗ». Убыль населения за 10 лет достигла 34 тыс. человек и в 2022 г. население Тольятти составило 686 тыс. человек.

Вместе с тем проблема безработицы в большинстве моногородов в 2022—2023 гг. стала менее острой. Уровень регистрируемой безработицы в моногородах составил, по данным Минтруда РФ по состоянию на 1 марта 2023 г., 0,86%. Так, например, уровень официально зарегистрированной безработицы в Свердловской области составляет 0,61%, за январь-сентябрь 2023 г., в МГ области было открыто 45,6 тыс. вакансий, что на 60% выше по сравнению с тем же периодом 2021 г. При этом из 17 МГ области большая часть предложений о работе приходится на Нижний Тагил, Каменск-Уральский и Первоуральск (УралБизнесКонсалтинг, 2023).

¹ Полные данные есть по 313 городам из 321 города.

Таблица 2

**Численность и уровень безработицы в 2020 и 2023 гг.
(период: июнь август) по федеральным округам РФ**

	2020	2020	2023	2023
Федеральные округа	Численность, тыс. чел.	Уровень, %	Численность, тыс. чел.	Уровень, %
РФ	7699,5	10,6	2295,2	3,0
ЦФО	1526,7	7,8	520,6	2,4
СЗФО	710,3	9,6	193,6	2,6
ЮФО	870,1	12,9	226,6	2,7
СКФО	668,3	20,4	442,5	9,2
ПФО	1542,6	9,8	335,6	2,3
УРФО	639,5	10,1	148,3	2,3
СФО	1124,0	12,4	278,3	3,4
ДФО	628,3	13,5	147,1	3,5

Источник: составлено автором по данным Росстата 2023 г. (июнь–август), по методологии МОТ (15–72 лет).

В связи с этим следует подчеркнуть, что ряд стабилизационных мер, включая, дотации из бюджета, отсрочки по платежам, налоговые каникулы, были направлены на сохранение рабочих мест на градообразующих предприятиях. Часть работников уехали в крупные города на заработки, часть ушла на контрактную службу. С другой стороны, крупнейшие оборонные предприятия нарастили свои мощности, набрали сотрудников из МГ. Кроме того, снижение уровня безработицы, скорее всего, связано с тем, что часть градообразующих предприятий производит товары, обеспечивающие госзаказ, спрос на определенную продукцию существенно вырос с начала года, тем самым у градообразующих предприятий появились возможность и стимул для расширения производства и ассортимента. По данным Института комплексных стратегических исследований, МГ с оборонной специализацией составляют небольшую долю от общего числа моногородов в стране 2,5%, но доля предприятий, имеющих косвенное отношение к оборонному комплексу (машиностроение, металлургия и т.д.), значительно больше и составляет около 60%.

Проблемы на градообразующих предприятиях и миграционный отток в более крупные экономические центры страны являются ключевыми факторами депопуляции, отток населения из МГ не прекращается. В этой ситуации меры, разработанные ранее и нацеленные именно на борьбу с безработицей на данный период, утратили свою актуальность. Эксперты отмечают, что проблема структурной безработицы в этих городах может

смениться проблемой острого кадрового дефицита. И в этом контексте следует обратить внимание на новую тенденцию, связанную с кадровым дефицитом, который уже сейчас отмечается не только в МГ, но и в стране в целом. Поскольку в перспективе потребность в рабочей силе будет нарастать, решением этой проблемы необходимо заниматься уже сегодня. Задача формирования и подготовки кадрового резерва, поиска мотивационных стимулов для привлечения в профессию и закрепления молодежи в регионах и муниципальных образованиях должна быть приоритетной не только для руководителей градообразующих предприятий, но в первую очередь для руководства регионов.

В условиях новых политических и экономических вызовов отечественные МГ оказались наиболее уязвимыми и без государственной поддержки большинство из них не справится. Активная государственная поддержка МГ, как известно, началась в 2009 г., необходимость особого внимания и поддержки МГ на федеральном уровне, обусловили последствия кризиса 2008–2010 гг. В 2010 г. 20 млрд руб. из федерального бюджета были направлены на поддержку моногородов: 10 млрд руб. — в качестве бюджетных кредитов, 5 млрд руб. — на сферу ЖКХ, 10 млрд руб. — на инвестиционные проекты. Анализ практики реализации различных мер по поддержке МГ в период с 2010–2014 гг. показал неэффективность применяемых мер, прежде всего, речь идет о хаотичных финансовых вливаниях, которые временно снимали остроту проблемы, но не решали ее.

Создание в 2014 г. Фонда развития моногородов (ФРМ), учредителем которого выступил Внешэкономбанк, и принятие в 2016 г. «Программы комплексного развития моногородов», рассчитанной до декабря 2025 г., явилось началом перехода на системную, организационно и методологически оформленную работу, в которую были включены федеральные и региональные министерства и ведомства. Однако неудовлетворительные результаты и серьезные замечания со стороны Счетной палаты РФ, в заключении которой отмечалось, что Программа реализовывалась практически без учета стратегических национальных приоритетов РФ (Бюллетень Счетной палаты, 2019), в целом не отвечает целям Долгосрочной государственной экономической политики, что меры, «принимаемые Правительством Российской Федерации по поддержке монопрофильных территорий, не дали ощутимых и устойчивых положительных результатов» явились основанием для ее досрочного закрытия в январе 2019 г.» (Методические указания ..., 2018). Был сделан вывод о «необходимости пересмотра целей и задач государственной поддержки МГ, выбора эффективных инструментов, обеспечивающих их стабильное развитие, и выработки новых управленческих подходов с учетом стратегических национальных приоритетов РФ» (Методические указания..., 2018). В то же время и работа ФРМ оценивалась неудовлетворительно, так как он не

смог справиться с поставленными задачами. Основной целью Фонда являлось формирование инфраструктуры для запуска новых инвестиционных проектов, обеспечивающих уход городов от монопрофильности, оказание помощи в подготовке инвестпроектов, альтернативных градообразующему предприятию, организацию их финансирования и адресные инвестиции в проекты, реализуемые на территории моногородов и использующие их инфраструктуру, создаваемую при участии Фонда. Так, например, в результате реализации программы «Комплексное развитие моногородов» Фонд планировал обеспечить потребности МГ в теплоснабжении, водоснабжении/водоотведении, электроснабжении, газоснабжении и транспортной инфраструктуре. Согласно результатам обсуждения круглого стола, на тему «Проблемы развития инфраструктуры в моногородах», проведенного в Совете Федерации РФ 20 февраля 2018 г., по состоянию на 1 февраля 2018 г. было введено в эксплуатацию всего 30 объектов инфраструктуры в 13 моногородах (4% всех моногородов) (Фомин, 2022). Кроме того, по данным базы Rusprofile, объем расходов Фонда на целевые мероприятия и затрат на содержание организации в 2021 г. был практически одинаковым — 285 млн и 282 млн руб. соответственно. Значительные средства были потрачены на обучение «команд, управляющих проектами развития моногородов», в Сколково, где стоимость обучения одного слушателя составила 846,2 тыс. руб., что в 11 раз превышало цену обучения по аналогичным программам, предлагаемым ведущими образовательными организациями, при этом средняя зарплата сотрудников Фонда составляла 279,6 тыс. руб. За все время работы ФРМ почти половина всех выделенных на поддержку МГ средств было нерационально потрачено на поддержку всего 10 городов (Вятчанин, 2021). За три года Фонд создал в МГ лишь 1506 рабочих мест, потратив на это 35 млрд руб., т.е. создание одного рабочего места обходилось в 23 млн руб. В результате в рамках реформы институтов развития ФРМ был упразднен, а его функции распределены между ВЭБ.РФ и другими ведомствами.

Вместе с тем за это время в основном было сформировано институциональное поле, обеспечивающее нормативно-правовое сопровождение, организационную, финансовую поддержку и развитие МГ. В частности, в соответствии с Единым перечнем мер поддержки монопрофильных муниципальных образований РФ (Единый перечень мер поддержки, 2016) моногородам доступны более 120 различных мер поддержки. Кроме того, МГ доступны общесистемные меры поддержки, включая механизмы инфраструктурных бюджетных кредитов, новых инвестиционных проектов, меры поддержки малого и среднего бизнеса и иные меры в рамках отраслевых государственных программ и национальных проектов.

Накопленный опыт и ошибки, допущенные в процессе помощи монопрофильным муниципальным образованиям, обозначили необходимость

трансформации основных направлений государственной поддержки. Минэкономки РФ разработало проект постановления правительства по реформатированию мер государственной поддержки, в основе которого лежит концентрация средств по поддержке проектов способных усиливать экономический потенциал МГ, предлагается точно пересмотреть подходы к поддержке МГ федеральным центром. На 2023 г. Минэкономразвития выделило МГ субсидию в размере более 2 млрд руб., что в 10–15 раз меньше сумм, предоставленных МГ по разным линиям в 2010-х гг. При этом больше решений по их расходованию стало приниматься на местах. По словам замглавы Минэкономки, «в текущих условиях господдержка МГ должна быть сосредоточена на экономических проектах, обеспечивающих создание новых рабочих мест в моногородах с наиболее сложной социально-экономической ситуацией». В частности, из набора инструментов поддержки исключено софинансирование строительства и реконструкции социальной инфраструктуры. Речь идет о безвозвратном выделении ВЭБ.РФ средств на такие объекты — до 750 млн руб. и до 50% стоимости проекта (Крючкова, Сапожков, 2023).

Следует подчеркнуть, что объекты социальной инфраструктуры не влияют на экономические показатели МГ, в то же время они формируют долгосрочные бюджетные обязательства регионов и муниципалитетов. Нормы социальной обеспеченности населения вынуждают сохранять социальные объекты и бюджетную занятость, что только консервирует депрессивное состояние таких населенных пунктов.

В дальнейшем решение об этом будут принимать регионы в зависимости от состояния бюджетов и ожидаемого эффекта, но без безвозмездного софинансирования ВЭБом, т.е. о полном отказе от госфинансирования новых соцобъектов в МГ речи не идет. Наиболее востребованной мерой, как отмечают в Минэкономки, является выдача небольших льготных кредитов, до 250 млн руб. под банковскую гарантию или гарантию Корпорации МСП, их выдачу за счет упрощения процедур согласования планируется сделать более оперативной. По данным ВЭБ.РФ, в 2021–2022 гг. группой было заключено 26 соглашений о выдаче таких займов на сумму до 250 млн руб., в 2023 г. — еще два (Крючкова, Сапожков, 2023).

Меры поддержки были реформатированы в 2022 г.: беспроцентные кредиты были заменены на льготные по ставке 1% (для небольших проектов от 5 млн до 1 млрд руб.) или под 5% (от 250 млн до 1 млрд руб.). Беспроцентные кредиты (табл. 3) остались только для МГ, в которых введен режим ЧС федерального характера: от 5 млн до 50 млн руб. на текущую деятельность и на срок до четырех лет, а также от 250 млн руб. и на срок до 15 лет на капитальные вложения. Наряду с этим, среди иных мер поддержки безвозвратное софинансирование объектов инфраструктуры (см. табл. 3), необходимой для реализации инвестпроектов, прежде

всего инженерная и транспортная инфраструктура (водо-, тепло-, электро- и газоснабжение, канализации, включая очистку промышленных, бытовых и ливневых стоков, объекты связи, автодороги, ж/д пути) на сумму до 750 млн руб. и в пределах 95% стоимости проекта. На начало 2023 г. общий портфель проектов ВЭБ.РФ в моногородах составлял 26,3 млрд руб.: из них 14,6 млрд руб. — это займы, 11,71 млрд руб. — софинансирование строительства инфраструктуры. Начиная с 2021 г. ВЭБ.РФ поддержал 63 инвестиционных проекта, 38 из которых запущены. Кроме того, был введен в эксплуатацию 91 объект инфраструктуры в 39 моногородах, профинансирована инфраструктура десяти индустриальных и промышленных парков.

На текущий момент ВЭБ.РФ фактически является основным инструментом прямой финансовой поддержки реализации проектов и софинансирования развития инфраструктуры.

Таблица 3

Основные направления финансовой поддержки моногородов

Направление	Назначение	Сумма, млн руб	Предельный % стоимости	% ставка, годовых	Срок, лет	Гарантия
Возвратное финансирование	Капитальные затраты	5-1000 млн	80%	1%	15 лет	Под гарантию корпорации "МСП" или банковскую гарантию
		250-1000 млн		5%		Под залог или иное обеспечение в соответствии с требованиями ВЭБ
	Капитальные затраты - для моногородов с режимом ЧС федерального характера	5-250 млн	80%	0%	15 лет	Под гарантию корпорации "МСП" или банковскую гарантию
	Затраты на текущую деятельность - для моногородов с режимом ЧС федерального характера	5-50 млн	100%			
Безвозвратное финансирование	Капитальные затраты на инфраструктуру новых проектов	0-750 млн	95%	-	-	-
	Капитальные затраты на соц. инфраструктуру для моногородов численностью до 50 тыс. чел	0-750 млн	50%	-	-	-

Источник: составлено автором на основании нормативных документов.

Помимо финансовой поддержки через ВЭБ.РФ, другим направлением помощи МГ в качестве стратегического инструмента поддержки является создание территорий опережающего развития (ТОР) (Федеральный закон № 473-ФЗ, 2014), где действует особый правовой режим для бизнеса, обеспечивающий условия для ведения бизнеса в МГ. Процесс их формирования идет, начиная с 2016 г., причем не только в моногородах, но и в других проблемных регионах. Статус резидента ТОР может получить любая компания, если она зарегистрирована и воплощает инвестиционный проект исключительно на территории этого МГ.

Основное ограничение — предприятие не должно быть градообразующим, несоблюдение этих правил влечет исключение из реестра резидентов и всех положенных льгот. Минимальный объем инвестиций для резидента ТОСЭР должен составлять 2,5 млн руб. в течение первого года реализации проекта, при этом уже в течение первого года резидент должен создать не менее 10 постоянных рабочих мест.

Всего, по данным Минэкономразвития, на текущий момент в МГ создано 89 ТОР (из них 5 в МГ, являющимися ЗАТО), в них зарегистрировано 1200 резидентов, создано более 91 тыс. рабочих мест. Так, например, в Череповце резидентами создано 430 рабочих мест, в Надвоицах — 181, в Пикалево — 175, в Кировске — 120, в Костомукше — 93, в Боровичах — 89, в Кондопоге — 36. По сравнению с численностью населения данных городов этого недостаточно, в целом резиденты не могут удовлетворить потребности большинства МГ в сфере занятости.

Следует обратить внимание, что идея создания ТОР еще на старте не получила поддержки ни в бизнесе, ни в экспертном сообществе. Результаты опроса предпринимателей, проведенного экспертно-аналитическим центром РАНХиГС, показали, что «в процессе реализации проектов ТОР может оказаться, что выживут только те территории, где реализуются крупные промышленные и логистические проекты» (Фалыхов, 2017). Кроме того, торгово-промышленная палата Тольятти после проведения опроса среди 98 компаний пришла к заключению что «только представители крупных промышленных предприятий уже участвуют или планируют участие в ТО». Практика подтвердила правильность данного заключения. Лидерами по количеству резидентов ТОР стали крупные города, например, Тольятти, Новокузнецк и Набережные Челны. Почти 35% от общего числа резидентов ТОР в моногородах зарегистрированы на этих территориях.

В настоящее время для резидентов ТОР действует пакет налоговых льгот (табл. 4) и других преференций, в частности на отчисления в фонды 7,6% на 10 лет (ПФР — 6%, ФОСС — 1,5%, ФОМС — 0,1%).

Ключевой проблемой для большинства ТОР является привлечение инвесторов, при этом, как правило, проблемы с привлечением инвесторов связаны с малым количеством свободных площадей и земельных участков,

отсутствием необходимой инженерной инфраструктуры (дороги, объекты ЖКХ), отсутствием на более отдаленных территориях коммуникаций, проблемы с логистикой, человеческим фактором, а также затягиванием сроков согласования деятельности потенциальных инвесторов. У большинства МГ возможности эффективного развития ТОР весьма ограничены по целому ряду параметров. По экспертным оценкам, решению этой проблемы могло бы способствовать снижение минимального размера льготных кредитов на открытие производств в моногородах.

Таблица 4

Основные льготы для резидентов ТОР

Налог на прибыль	<ul style="list-style-type: none"> • Ставка 0% в течение первых 5 лет • Пониженная ставка 10% в течение следующих 5 лет
Налог на имущество организаций	<ul style="list-style-type: none"> • Ставка 0% в течение первых 5 лет
Земельный налог	<ul style="list-style-type: none"> • Ставка 0% в течение первых 3 лет
НДПИ	<ul style="list-style-type: none"> • Специальный понижающий коэффициент от 0 до 1, привязанный к добыче полезных ископаемых
НДС	<ul style="list-style-type: none"> • Упрощенный заявительный порядок возмещения

В то же время следует отметить, что эти льготы интересны для не всех, например, в Арктической зоне действуют более привлекательные льготы. Так в Мурманской области первая и пока единственная ТОР появилась в 2017 г. в городе Кировске, градообразующее предприятие которого занимается добычей апатит-нефелиновой руды, используемой как сырье для производства минеральных удобрений. По данным официального сайта органов местного самоуправления Кировска, в ТОР насчитывается лишь шесть резидентов, деятельность, пяти из которых напрямую связана с горнопромышленной отраслью. Сумма их вложений составляет 117,5 млн руб., в рамках их проектов создано 177 рабочих мест. Если учесть, что на начало 2023 г. в Кировске жило более 24 тыс. человек, влияние ТОР на экономику города вряд ли можно считать существенным. Кроме того, Кировск считается туристической столицей Заполярья — он расположен в Хибинских горах, очень популярных среди любителей

горных лыж и приключенческого туризма. Ежегодно Хибины и Кировск посещают сотни тысяч туристов. Однако в перечне резидентов ТОР числится лишь одна профильная компания с проектом открытия туристического комплекса.

В условиях новых вызовов идет постоянная работа по совершенствованию инструментов и преференций, действующих в ТОР. В частности, резидентам ТОР в МГ расширили границы хозяйственной деятельности в недавно подписанном постановлении правительства, в соответствии с которым разрешили заниматься любыми коммерческими проектами, кроме производства подакцизных товаров, финансовых услуг, аренды, лизинга, страхования, лесозаготовки, оптовой и розничной торговли, сухопутного, водного и воздушного транспорта (Минэкономразвития, 2023).

Эксперты отмечают, что новые возможности резидентов для реализации проектов в сфере сельского хозяйства, добычи полезных ископаемых, текстильной промышленности, полиграфии, фармацевтики и др. позволят активизировать развитие экономики территорий. Изменения дадут большую свободу предпринимателям МГ, которые ранее могли реализовывать свои проекты исключительно в рамках строго ограниченного списка разрешенных видов деятельности. Разнообразие стартапов, в свою очередь, привлечет больше инвестиций.

Практика показывает, что механизм работы ТОР необходимо совершенствовать и работу над инструментарием преференциальных режимов следует продолжать. Сегодня одним из главных его недостатков стало то, что предлагаемые бизнесу преференции действуют только первые несколько лет. Во-первых, преференции для инвесторов и нормы с коротким перечнем запрещенных видов деятельности должны действовать на протяжении всего существования территорий. Во-вторых, целесообразно срок действия проекта увеличить минимум на 15–20 лет. В-третьих, учитывая сложные экономические условия МГ, финансовый «порог входа» для их потенциальных резидентов необходимо снизить. Наверное, необходимо ввести ответственность за заявку на территорию ТОР, которая поддерживается, но потом не используется или используется не по заявленному назначению.

Минэкономки предложен проект документа, который разработан в целях создания равных конкурентных условий для территорий опережающего развития (ТОР), созданных в МГ (Минэкономразвития, 2023). Предлагается предоставить Правительству РФ полномочия продлевать срок, в течение которого резиденты могут получить право на налоговую льготу, причем срок Кабинет министров определит в подзаконном акте, однако в проекте закона указан предел: до 31 декабря 2024 г. (поправка была внесена по поручению Президента РФ, которое он дал в марте 2021 г.). Наряду с этим, Правительство предлагает уточнить, положение о том, что пред-

приятие не должно быть градообразующим именно на дату включения в реестр резидентов. В настоящее время, в соответствии с действующим законом, инвестор теряет право на налоговые льготы и льготы по отчислению во внебюджетный фонд, если число трудоустроенных на предприятии превышает 20% от всех занятых моногорода. Предлагается в закон дописать норму, что если на предприятии создадут рабочих мест больше, чем 20% от среднесписочной численности по всем предприятиям моногорода, то его все равно не приравнивают к градообразующей организации. Принятые решения снимают такие ограничения, что положительно скажется на привлечении инвесторов в монозависимые территории и ТОР.

Для развития и эффективного функционирования ТОР необходима корректировка целого ряда положений. В частности, существенно устарела норма, обязывающая действующие предприятия удваивать численность работников для получения статуса резидента, и ее следует отменить. Необходимо снять ограничения по сроку вхождения в состав ТОР применения пониженных тарифов страховых взносов в отношении резидентов. В ином случае, получая, по сути, один и тот же инструмент для развития, города находятся в неравных условиях и в разной степени привлекательны для инвесторов. Предлагается разрешить приоритетное подключение предприятий ТОР к объектам инфраструктуры, установить режим свободной зоны и увеличить срок существования ТОР в моногородах с 10 до 70 лет, а также сохранить льготы ТОР при исключении муниципального образования из перечня моногородов.

Результаты проведенного анализа показывают, что несмотря на усиленное внимание федерального центра к нынешним моногородам, множество концепций, развиваемых отечественными учеными, доступ к лучшему зарубежному опыту, проблема, к сожалению, до сих пор не становится предметом системной государственной структурно-инвестиционной политики.

Институциональное поле, обеспечивающее нормативно-правовое сопровождение, организационную, финансовую поддержку и развитие МГ в основном сформировано, но муниципальная и региональная бюрократия зачастую в силу инертности и недостаточного профессионализма не использует имеющиеся возможности.

Отсутствие дифференцированного, адресного подхода привело к негативным последствиям, реализуемые программы и меры поддержки, были разрознены, не ориентированы на исторические, культурные, экономические, социальные и другие особенности моногородов. Для устойчивого развития моногородов необходим анализ сильных и слабых сторон самого региона и муниципального образования. Решение этой задачи должно иметь адресную направленность, нацеленную на конкретную территорию и её специфику на основе активного использования широкого диапазона имеющихся мер поддержки.

Системное межведомственное взаимодействие, диалог государства в лице федерального центра, региональных, муниципальных органов управления и собственников градообразующих предприятий должно стать основным принципом работы, направленной на поддержку моногородов.

Список литературы

1. Бухвальд, Е. М., & Кольчугина, А. В. (2019). *Малые и моногорода в стратегии пространственного развития Российской Федерации: доклад*. Институт экономики.
2. Бюллетень Счетной палаты. (2019). № 7(256), 227. <https://ach.gov.ru/statements/byulleten-schetnoy-palaty>
3. Вятчанин, Н. (2021). Шувалов: в «красной зоне» находятся порядка 50 моногородов. *Парламентская газета*. 23.04. Дата обращения 29.11.2023, <https://www.pnp.ru/politics/shuvalov-v-krasnoy-zone-akhodyatsya-poryadka-50-monogorodov.html>
4. Глебова, А. Н., Зеленский, В. Н., & Лазарева, А. С. (2022). Проблемы моногородов: мировой опыт и российская практика. *Вестник Московского университета*, (11), 86–93.
5. Гранберг, А. Г. (2000). *Основы региональной экономики*. ГУ-ВШЭ.
6. Дмитриева, Е. О. (2017). Государственная поддержка моногородов РФ в условиях восстановления экономического роста. *Вестник евразийской науки*, 9(1(38)), 37.
7. Единый перечень мер поддержки монопрофильных муниципальных образований (моногородов) РФ. Распоряжение министра от 01.04.2016 № 9154-сн/Д14и. Дата обращения 25.11.2023, <http://www.minek.ru.gov.ru>
8. Зубаревич, Н. В. (2017). Трансформация рынков труда российских моногородов. *Вестник Московского университета. Серия 5. География*, (4), 38–44.
9. Крючкова, Е., & Сапожков, О. (2023). Моногородам кино со скидкой не будет. *Коммерсант*, 12.05. Дата обращения 19.11.2023, <https://www.kommersant.ru/doc/5979290?ysclid=lpd1x7o7r1486958451>
10. Любовный, В. Я. (2013). *Города России: альтернативы развития и управления*. Экон-Информ.
11. Мингазов, С. (2022). Пострадал каждый третий: эксперты оценили влияние санкций на моногорода России. *Forbes*, 01.08. Дата обращения 25.11.2023, <https://www.forbes.ru/biznes/473159-postradal-kazdyj-tretij-eksperty-ocenili-vlianie-sankcij-na-monogoroda-rossii>
12. Минэкономразвития (2023). Для резидентов ТОП расширился перечень видов экономической деятельности. Министерство экономического развития Российской Федерации. Официальный сайт. 09.08. Дата обращения 25.11.2023, https://www.economy.gov.ru/material/news/dlya_rezidentov_tor_rasshirilsya_perechen_vidov_ekonomicheskoy_deyatelnosti.html
13. Оборин, М. С., Шерешева, М. Ю., & Иванова, С. А. (2018). Анализ результатов государственной поддержки и тенденций развития моногородов РФ. *Государственное управление. Электронный вестник*, (68), 211–241.

14. Колотуп, А. (2023). ВПК готовится к кадровому кризису. *Octagon.media*. 13.02. Дата обращения 25.02.2023, https://octagon.media/ekonomika/vpk_gotovitsya_k_kadrovomu_krizisu.html
15. РБК (2022). Эксперты ЦСР оценили число пострадавших от санкций российских моногородов. *РБК*. 01.08. Дата обращения 15.11.2023, <https://www.rbc.ru/economics/01/08/2022/62e3af8f9a79472ca6499471>
16. Росстат (2023). Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. <http://www.gks.ru>
17. Полтерович, В. М. (2012). Региональные институты модернизации. *Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика, (1)*, 45–54.
18. Постановление Правительства РФ от 29.07.2014 № 709 «О критериях отнесения муниципальных образований к моногородам и о категориях моногородов в зависимости от рисков ухудшения их социально-экономического положения» // КонсультантПлюс [Справочная правовая система]. Дата обращения 25.10.2023, http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_166538/
19. Методические указания по мониторингу и внесению изменений в национальные проекты (программы) и федеральные проекты. Утверждены президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 03.12.2018 № 14). Дата обращения 14.10.2023, <https://rosavtdor.gov.ru/storage/app/media/uploaded-files/metodrekomentatsii-po-vneseniyu-izmeneniy.pdf>
20. Пятшева, Е. Н. (2019). Особенности функционирования моногородов России. *Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право», (2)*, 18–34.
21. Распоряжение Правительства РФ от 29.07.2014 № 1398-р (ред. от 13.05.2016) «Об утверждении перечня монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов)». *КонсультантПлюс [Справочная правовая система]*. Дата обращения 25.10.2023, http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_166540/
22. Росстат (2023). Федеральная служба государственной статистики РФ. Официальный сайт. <https://rosstat.gov.ru/>
23. Ряховская, А. Н., & Полякова, А. Г. (2016). Модернизация российских моногородов: стратегические ориентиры институционального реформирования. *Стратегические решения и риск-менеджмент, (4(97))*, 54–65.
24. Симакова, А. В., Волков, А. Д., & Тишков, С. В. (2023). Экологические и социальные аспекты деятельности градообразующего предприятия в арктическом моногороде (на примере Костомукши). *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика, (6)*, 149–169.
25. Тургель, И. Д., & Линьши, С. (2016). Государственная под держка развития моногородов России и Казахстана. *Финансы: теория и практика, (2(92))*, 22–32.
26. УралБизнесКонсалтинг (2023). Число вакансий в моногородах Среднего Урала за два года выросло на 60%. 17.10. Дата обращения 28.11.2023, <https://urbc.ru/1068123961-chislo-vakansiy-v-monogorodah-srednego-urala-za-dva-goda-vyroslo-na-60.html>
27. Устойчивое развитие территорий на основе сетевого взаимодействия малых городов (2018): коллективная монография / В. Л. Тамбовцев, М. Ю. Шерешева, С. М. Березка и др. Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова.

28. Устюжанина, Е. В., Евсюков, С. Г., Сигарев, А. В., & Устюжанин, В. Л. (2021). Трансформация рынка труда: влияние пандемии и прогнозы на будущее. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика, (1)*, 77–102.
29. Фаляхов, Р. (2017). Территории опережающего развития: пастбище для розовых пони. Почему не стоит ждать отдачи от территорий опережающего развития. *Газета.ру*. 12.08. Дата обращения 14.11.2023, <https://www.gazeta.ru/business/2017/08/11/10828634.shtml>
30. Федеральный закон от 29.12.2014 № 473 «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации». *КонсультантПлюс [Справочная правовая система]*. Дата обращения 25.11.2023, <http://www.consultant.ru/document/cons>
31. Фомин, М. В., Безвербный, В. А., Шушпанова, И. С., Микрюков, Н. Ю., Лукашенко, Е. А., & Мирязов, Т. Р. (2020). Моногорода Сибири и Дальнего Востока России: потенциал и перспективы развития. *Вопросы государственного и муниципального управления, (1)*, 137–165.
32. Фомин, М. В., Смирнов, О. О., & Мирязов, Т. Р. (2022). Моногорода Уральского Федерального округа: матрица рисков развития. *Вопросы государственного и муниципального управления, (3)*, 171–192.
33. ЦСР (2022). Доклад «Риски 2022: градообразующие организации и моногорода» / Т. И. Каравасева, М. С. Комкова, В. А. Чуженькова, Е. А. Черепанова, А. Р. Мизинова. Дата обращения 25.11.2023, <https://www.csr.ru/upload/iblock/14c/k88t2bqevutbs7f8bl3v06htho0s37jg.pdf>
34. Чашин, П. (2023). Отрицательная динамика сокращается. *Коммерсант*. 11.08. Дата обращения 15.11.2023, <https://www.kommersant.ru/doc/6147853>
35. Шаститко, А. Е., & Фатихова, А. Ф. (2015). Моногорода: новый взгляд на старую проблему. *Балтийский регион, (1)*, 7–35.
36. Hayter, R. (2017). *Single industry resource towns. A companion to economic geography*, 290–307.
37. Rohner, T., & Schmidt, M. (2021). The second life of the Monotown: Questioning narratives of failed Soviet urban modernity in contemporary Kazakhstan. *Geographica Augustana*, 64–74.
38. Strange, C., San Francisco, O. E., & Crawford, C. E. (2020). Monotown: urban dreams brutal imperatives. *Journal of Urban Design*, 26(1), 133–135.

СОБСТВЕННЫЕ ТОРГОВЫЕ МАРКИ РОССИЙСКИХ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Жердева Таисия Павловна
студент магистратуры
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
zhasey002@mail.ru

Шерешева Марина Юрьевна
д.э.н., профессор, зав. лабораторией
институционального анализа
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
m.sheresheva@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы, касающиеся развития собственных торговых марок (СТМ) розничных сетей в современных условиях. На основе обзора зарубежных исследований кратко охарактеризованы выгоды, которые получают ритейлеры от введения собственных торговых марок, и причины формирования новых тенденций в розничной торговле. Акцентировано внимание на том, что специфика российского рынка требует от ритейлеров новых решений не только в связи с изменениями, обусловленными пандемией COVID-19, но и необходимостью реагировать на санкции и уход с российского рынка целого ряда известных иностранных брендов. В связи с необходимостью импортозамещения при относительно невысокой покупательной способности произошла достаточно серьезная трансформация структуры российского розничного рынка и стратегий ритейлеров, пересмотревших роль и место СТМ в поддержании продаж и борьбе за локального потребителя.

Ключевые слова: собственные торговые марки, розничные сети, импортозамещение, российский рынок.

RUSSIAN RETAIL CHAINS' PRIVATE LABELS IN THE CONTEXT OF IMPORT SUBSTITUTION

Zherdeva Taisiya

student

Lomonosov Moscow State University

Moscow, Russia

tasyazherdeva@gmail.com

Sheresheva Marina

Lomonosov Moscow State University

Moscow, Russia

m.sheresheva@mail.ru

Abstract. The article examines issues related to the development of retail chains' private labels in contemporary conditions. Based on the results of foreign studies, we briefly describe the benefits that retailers receive from introducing their own brands and the reasons for the formation of new trends in retail trade. We focus attention on the fact that the specifics of the Russian market require new solutions from retailers not only in connection with changes caused by the COVID-19 pandemic, but also the need to respond to sanctions and the withdrawal of some well-known foreign brands from the Russian market. Due to the need for import substitution in face of relatively low purchasing power, there has been a serious transformation in the structure of the Russian retail market and the strategies of retailers, who have reconsidered the role and place of private labels in maintaining sales and fighting for loyal consumers.

Keywords: private labels, retail chains, import substitution, Russian market.

Современная экономическая и геополитическая ситуация привела к необходимости полностью переосмыслить большое количество привычных процессов. Покупательская способность остается на высоком уровне, при этом нестабильная экономическая ситуация подталкивает покупателей экономить на всех возможных сферах своей жизни, в том числе и на продуктах питания. Начиная с 2014 г. экономика Российской Федерации частично сконцентрирована на импортозамещении. Теперь основной идеей государственной системы является поддержание собственных производств. Стоит отметить, что это одновременно и вынужденная мера, и прерогатива самой государственной системы. С одной стороны, налицо потребность в замещении иностранных компаний и производств или инвесторов, которые полностью или временно ушли с отечественного рынка. С другой стороны, это желание развивать и «поднимать» собственную экономику путем создания и продвижения важных для общества отраслей.

Коронавирусная инфекция COVID-2019 и многочисленные санкции, введенные против Российской Федерации после «крымской весны», в 2014–2021 гг., и после начала специальной военной операции, в 2022–2023 гг., в значительной мере повлияли на состояние российского розничного рынка и на поведение российских потребителей (Berezka et al., 2021). В частности, серьезно меняется отношение россиян к продукции, продаваемой под собственными торговыми марками (СТМ) розничных сетей. Для многих потребителей приобретение товаров под собственными торговыми марками стало стратегией выживания в ситуации роста цен и отсутствия каких-либо соразмерных изменений в доходах (NielsenIQ, 2023). Согласно исследованию «СТМ и рынок: как меняется роль частных марок», проведенному NielsenIQ в апреле 2022 г., количество купленных товаров СТМ в российских торговых сетях возросло до 32% (NielsenIQ, 2022). Как известно, в этот период Россия получила очередной пакет санкций, который повлиял на количество иностранных компаний на рынке. Отчасти вследствие этого, отчасти в русле уже наметившегося интереса к СТМ российские покупатели продемонстрировали достаточно высокую активность, обращая повышенное внимание на товары собственной торговой марки различных торговых сетей.

Однако более примечательной тенденцией является заметный рост среднего и премиального ценовых сегментов продукции СТМ. В этих сегментах продукты приобретаются не с целью минимизировать траты за счет качества, скорее играет роль необходимость замещения исчезнувших вследствие санкций импортных товаров другими, не уступающими им по качеству.

В русле сложившихся тенденций растет внимание практиков бизнеса и исследователей к развитию собственных торговых марок (private labels). В настоящее время ведущие мировые ритейлеры считают внедрение и развитие СТМ одним из своих первостепенных приоритетов (Baltas, Argouslidis, 2007; Gielens et al., 2021), используют СТМ в формировании продуктовой корзины, рассматривая их как отличный инструмент маркетинга, который позволяет охватить покупателей с различным бюджетом (Sgroi, Salomone, 2022). Например, в Швейцарии согласно статистическим данным, на СТМ приходится практически 50% всех товаров на полках магазинов розничной торговли (Kurpayanidi, 2021). Кроме того, сегодня возрастает значимость осознанного потребления, необходимой экономии и рационализации собственных трат, что также во многом стимулирует интерес потребителей и игроков рынка к СТМ (Agyekum et al., 2015).

В российской научной литературе в последние годы растет число публикаций, посвященных СТМ розничных сетей (Николаева, Бас, 2021; Черенков и др., 2021; Липатов, 2022; Старов, 2022), однако они пока немногочисленны. В связи с этим представляет интерес дальнейшее изуче-

ние роли и места СТМ на российском рынке в условиях санкций и импортозамещения, а также выявление основных тенденций развития СТМ, ведущих к изменению структуры российского розничного рынка.

Собственная торговая марка как современный феномен

Собственные торговые марки, известные также как частные марки (private labels), или торговые марки розничных сетей, — это марки, которые получают наименование по выбору сети и полностью принадлежат, контролируются и продаются в данной сети (Kumar, Steenkamp, 2007).

В научной литературе последних десятилетий неоднократно подтверждено, что современные СТМ способны навязать полноценную конкуренцию традиционным брендам. Более того, привлекательные СТМ и ценовые акции на них могут расширить первичный спрос и даже увеличить продажи национальных брендов: поскольку чувствительность потребителей к ценам растет, это побуждает производителей инвестировать больше в свои бренды, даже в неактивных категориях товаров (Cheng et al., 2007; Huang et al., 2007).

Ритейлеры получают целый ряд выгод при включении в свой ассортимент линеек товаров под собственными торговыми марками. Формирование особого индивидуального предложения СТМ, реализующегося только в конкретной сети, индивидуальность и аутентичность СТМ в сочетании со стабильным качеством способствует совершению покупателем повторных покупок в данной сети, т.е. увеличивает дифференциацию между розничными сетями и способно влиять на поведенческую лояльность покупателей (Cotterill et al., 2000; Bontemps et al., 2005). Как правило, сети при построении ценовой модели выбирают ту, где СТМ дешевле относительно стоимости традиционных брендов, делая СТМ привлекательной для потребителей, чувствительных к ценам (González-Benito, Martos-Partal, 2014; Gielens et al., 2021]. Это особенно важно в ситуациях кризисов, в условиях падения покупательной способности населения.

Имея доступ к важной информации относительно результатов продаж тех или иных товаров, ритейлер может сэкономить на маркетинговых исследованиях: за бенчмарк берутся успешно проявившие себя товары под теми или иными традиционными брендами. Кроме того, СТМ дают возможность увеличить переговорную силу ритейлеров по отношению к поставщикам: ритейлер чувствует в себе силы заменить «неудобный» в части переговоров или повышения стоимости бренд на собственную торговую марку, самостоятельно выбрав производителя и производственную площадку для СТМ (Baltas et al., 1997).

Современные исследования показывают, что место и роль СТМ в стратегии ритейлеров постепенно изменяются. Формируются линейки СТМ раз-

ного уровня и качества для разных ценовых сегментов. Недорогие «бюджетные» СТМ относительно невысокого качества по-прежнему обеспечивают наибольший объем продаж, практически не растут в объеме, имеют более низкую абсолютную и процентную маржу и оказались менее эффективными в борьбе с «жесткими» дискаунтерами, на что первоначально были нацелены. Напротив, СТМ премиум-класса, которые не только характеризуются более высокой маржой, но и наиболее выгодны для имиджа ритейлера, в настоящее время демонстрируют серьезный рост (Keller et al., 2022).

Появление этой новой тенденции обусловлено изменениями в поведении потребителей, особенно новых поколений, имеющих новые установки, предпочтения, процесс выбора (Namin et al., 2020, а также растущей конкуренцией в ритейле, в том числе, в связи с расширением позиций онлайн-игроков и необходимостью предоставления цифровых сервисов современным покупателям (Roggeveen, Sethuraman, 2020). Это требует от ритейлеров все большей концентрации, дифференциации ассортиментных матриц, создания товаров, выходящих за рамки базового качества (Keller et al., 2020).

В рамках текущих российских реалий важно также отметить особую роль СТМ в обеспечении отсутствия «ситуации пустующей полки» вследствие ухода с рынка ряда зарубежных брендов.

СТМ в структуре российского потребительского рынка

Одним из наиболее активно развивающихся сегментов российского рынка СТМ является продуктовый российский рынок СТМ. Сегодня практически каждая крупная сеть продовольственных магазинов осуществляет ритейл товаров повседневного спроса (так называемых FMCG-товаров). Доля СТМ на отечественном FMCG-рынке в 2023 г. выросла, причем наибольший рост произошел в тех сегментах, которые с точки зрения ассортимента больше всего пострадали в результате ухода зарубежных брендов: непродовольственные товары и товары для детей. На рис. 1 представлена динамика роста СТМ на FMCG-рынке за последние три года (с 2021 по 2023 г.). При этом доля СТМ становится на полках офлайн-магазинов розничных сетей все более значимой.

Крупнейшими ритейлерами на российском рынке являются X5 Group (доля рынка 13,2%, рост выручки в 2022 г. в сравнении с 2021 г. составил 18%, в денежном выражении произошел прирост в 402 млрд руб., общая выручка достигла 2596 млрд руб.); ПАО «Магнит» (доля рынка 9,5%, рост выручки 26%, или 475 млрд руб. в денежном выражении, общая выручка 2281 млрд руб.); ООО «Лента» (доля рынка 2,2%, рост выручки на 11% и 73 млрд руб. соответственно, 530 млрд руб. — общая выручка);

«Ашан» (4% — динамика прироста, в денежном выражении 12 млрд руб., общая выручка 272 млрд руб.); Fix Price Group (прирост выручки в 21%, в денежном выражении 48 млрд руб., 267 млрд руб. — общая выручка) (GeneralInvest, 2023).



Рис. 1. Доля продаж СТМ на омниканальном рынке товаров повседневного спроса в денежном выражении, %

Источник: составлено автором на основе данных NielsenIQ.

На российском рынке есть успешные примеры сетей с исключительно высокой долей собственной торговой марки. Например, во «ВкусВилле» доля СТМ более 90%, при этом сеть показывает устойчивый рост за счет уникальности и позиционирования своих СТМ, основанного на натуральности продукции (ВкусВилл, 2023).

В 2023 г. ведущие российские розничные сети представили свои СТМ в различных номинациях международной премии Private Label Awards by SobMaExpo 2023. По итогам этой премии «Пятерочка» была признана победителем в номинации СТМ продовольственных товаров, лучшей СТМ непродовольственных товаров стала FixPrice. Лауреатом премии 2-й степени в продовольственном сегменте стал Globus, а 3-й степени — «Магнит». В непродовольственном сегменте лауреатами 2-й и 3-й степени стали «Пятёрочка» и «Лента» (SobMaExpo, 2023).

Онлайн-сегмент не отстает от офлайн-сегмента по развитию СТМ. В 2022 г. «Яндекс.Лавка» вывела на рынок более 200 наименований товаров под собственной торговой маркой. При этом общая доля продаж СТМ у «Яндекс.Лавки» составляет 16% (АгроИнвестор, 2023).

По данным исследования «Ромир» и Роскачества¹, 77% товаров под СТМ получили от покупателей рейтинг выше 4 баллов из 5, при этом

¹ Роскачество — национальная система качества России, учрежденная распоряжением Правительства РФ в 2015 г. и объединяющая вопросы и задачи в области создания и про-

рейтинг 5 баллов получили 23% таких товаров, и ни один не получил оценку ниже 4 баллов. При этом согласно результатам этого исследования 81% респондентов отмечают, что продукция СТМ рассматривается ими как наиболее доступная в своей категории, 71% опрошенных считают, что СТМ предлагает лучшее соотношение цены и качества продукции. При этом продукцию СТМ готовы приобретать 68% респондентов (Роскачество, 2023).

Отметим, что сумма среднего чека покупателей с присутствием в нем продукции СТМ выросла на 28,4%. Согласно исследованию NielsenIQ, изменение средней цены СТМ на некоторые товары даже выше изменения цены «обычных» брендов на эти же товары — например, в таких категориях как чипсы, вафли, готовые завтраки, вода и т.д. (рис. 2). Это обусловлено, в первую очередь, повышением узнаваемости СТМ в сегментах среднего и премиального класса и восприятием продуктов под собственными торговыми марками как достаточно качественных.



Рис. 2. Изменение средней цены СТМ и традиционных брендов в 2022 г., %
Источник: данные NielsenIQ.

Динамика продаж СТМ по ценовым сегментам говорит о росте среднего и премиального сегментов СТМ (рис. 3). В 8 из 14 самых больших продовольственных категорий СТМ начал расти премиум и средний ценовой сегмент (NielsenIQ, 2023). Крупнейшие категории по доле СТМ и обороту продаж согласно исследованию: мясо, пиво, яйца, молоко, вода, колбас-

движения идеологии и культуры качества, стандартизации, сертификации, оценки качества процессов и внедрения наиболее эффективных практик управления, проведения потребительских исследований качества товаров и услуг, просвещения потребителей.

ные изделия, макароны, сладкое печенье (7 категорий). Они составляют более 50% суммарной доля СТМ на продовольственном рынке.



Рис. 3. Динамика СТМ по ценовым сегментам, %
Источник: данные NielsenIQ (Retail.ru, 2023).

Если говорить о предпочтениях российских потребителей (рис. 4), то в 2023 г. наиболее активно покупались бакалея и хозяйственные товары под СТМ розничных сетей. С небольшим отрывом от них идет молочная продукция, фрукты, овощи. При этом максимальная доступная стоимость продукции СТМ сохраняется, а ассортимент постоянно расширяется (Retail.ru, 2023).



Рис. 4. Предпочтения потребителей СТМ на российском рынке
Источник: составлено автором.

Учитывая рост качества СТМ и появление новых линеек продукции, данные товары будут и дальше набирать популярность среди покупателей. По мнению экспертов, в скором будущем не останется категорий, в которых продукция СТМ не представлена, и российский потребитель сможет полностью обеспечить себя всеми необходимыми товарами под СТМ (АгроИнвестор, 2023).

В целом можно заключить, что ситуация, сложившаяся на российском рынке в 2020–2023 гг., открывает большие перспективы не только развитию отечественных брендов компаний-производителей, но и быстрому росту доли товаров под собственными торговыми марками розничных сетей. В условиях, когда многие известные бренды ушли с российского рынка, потребителя стремятся в первую очередь сохранить привычный уровень качества продуктов.

При этом критерии выбора СТМ потребителями в условиях санкций и импортозамещения постепенно меняются. Изначально определяющим фактором при выборе товара для большинства российских потребителей явилась цена, и этот фактор стал одним из ключевых и продолжит влиять на выбор потребителей. Приобретение таких товаров стало для многих привлекательной альтернативой в условиях повышения цен и отсутствия соразмерных изменений в доходах.

Однако все чаще решающее значение при выборе продукции СТМ уже играет не цена, а качество товара. Главным критерием выбора СТМ потребителями становится соответствие товаров СТМ по качеству товарам брендов, ушедших с российского рынка. Характерно, что еще в конце предыдущего десятилетия российские розничные сети («Вкус Вилл», «Глобус», «Лента», «Магнит» и ряд других) начали позиционировать некоторые СТМ как «зеленые», отвечая на запрос целых сегментов рынка на бренды, соответствующие стремлению к здоровому образу жизни и ответственному потреблению.

В связи с этим можно выдвинуть предположение, что тенденция к росту числа и доли СТМ на российском рынке может рассматриваться как положительный результат политики импортозамещения, а не как негативное следствие ухода иностранных компаний с российского рынка. Наличие большого спектра продуктов под собственной торговой маркой выступает, скорее, как показатель развитости российской экономики, чем способ «восполнить» недостаток каких-либо товаров в магазинах и торговых точках.

Чтобы проверить данное предположение и более детально ответить на ряд связанных с ним вопросов, необходимы дополнительные исследования, позволяющие оценить восприятие российскими потребителями собственных торговых марок. Это позволит не только проследить динамику восприятия, но и прогнозировать возможное развитие феномена СТМ в сложных условиях современной российской экономики.

Список литературы

1. АгроИнвестор (2023). Доля торговых марок сетей в розничных продажах продовольствия превысила 10%. Дата обращения 03.12.2023, <https://www.agroinvestor.ru/markets/news/39723-dolya-torgovykh-marok-setey-v-rozничnykh-prodazhakh-prodovolstviya-prevysila-10/>
2. ВкусВилл (2023). Официальный сайт. Дата обращения 12.11.2023, <https://vkusvill.ru/about/>
3. Липатов, Н. С. (2022). Отраслевые особенности развития собственных торговых марок: на примере федеральных торговых сетей. *Экономика*, 12(6-1), 160–166.
4. Николаева, М. А., & Бас, Д. Д. (2021). Создание, продвижение и классификация собственных торговых марок. *Товаровед продовольственных товаров*, (5), 337–345.
5. Роскачество (2023). Роскачество и «Ромир»: товары СТМ увеличивают средние чеки. *Российская система качества*. 29.05. Дата обращения 13.12.2023, <https://roskachestvo.gov.ru/news/roskachestvo-i-romir-tovary-stm-uvlechivayut-srednie-cheki/>
6. Старов, С. (2022). *Управление собственными торговыми марками розничных сетей*. Litres.
7. Черенков, В. И., Старов, С. А., Гладких, И. В., Кирюков, С. И., & Назаренко, Е. А. (2021). Превращение собственной торговой марки продавца экопродуктов в бренд устойчивости — путь к ответственному потреблению. *Маркетинг и маркетинговые исследования*, (3), 194–207.
8. Agyekum, C. K., Haifeng, H., Agyeiwaa, A., Agyekum, C. K., Haifeng, H., & Agyeiwaa, A. (2015). Consumer perception of product quality. *Microeconomics and Macroeconomics*, 3(2), 25–29.
9. Baltas, G., & Argouslidis, P. C. (2007). Consumer characteristics and demand for store brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(5), 328–341.
10. Baltas, G., Doyle, P. & Dyson, P. (1997). A model of consumer choice for national vs. private label brands. *Journal of the Operational Research Society*, 48(10), 988–995.
11. Berezka, S., Rebiagina, V., & Muravskaia, S. (2021). Changes in consumer behavior in the BRICS countries during the COVID-19 pandemic: The role of trust and anxiety. *BRICS Journal of Economics*, 2(1), 53–73.
12. Bontemps, C., Orozco, V., Requillart, V., & Trevisiol, A. (2005). Price effects of private label development. *Journal of Agricultural and Food Industrial Organization*, 3(1), 1–16.
13. Cheng, J. M., Chen, L. S., Lin, J. Y., & Wang, E. S. (2007). Do consumers perceive differences among national brands, international private labels and local private labels? The case of Taiwan. *Journal of Product and Brand Management*, 16(6), 368–376.
14. Cotterill, R. W., Putsis Jr, W. P., & Dhar, R. (2000). Assessing the competitive interaction between private labels and national brands. *Journal of Business*, 73(1), 109–137.
15. GeneralInvest (2023). Обзор рынка продуктового ритейла в России в 2023 году. Дата обращения 23.12.2023, <https://generalinvest.ru/analytics/obzor-rinka-produktovogo-riteila-v-rossii-2023.html> (дата обращения 23.12.2023).

16. Gielens, K., Ma, Y., Namin, A., Sethuraman, R., Smith, R. J., Bachtel, R. C., & Jervis, S. (2021). The future of private labels: towards a smart private label strategy. *Journal of Retailing*, 97(1), 99–115.
17. González-Benito, Ó., & Martos-Partal, M. (2014). Price sensitivity versus perceived quality: moderating effects of retailer positioning on private label consumption. *Journal of Business Economics and Management*, 15(5), 935–950.
18. Huang, M., Jones, E., & Hahn, D. E. (2007). Determinants of price elasticities for private labels and national brands of cheese. *Applied Economics*, 39(5), 553–563.
19. Keller, K. O., Dekimpe, M. G., & Geyskens, I. (2022). Adding budget and premium private labels to standard private labels: Established empirical generalizations, emerging empirical insights, and future research. *Journal of Retailing*, 98(1), 5–23.
20. Keller, K. O., Geyskens, I., & Dekimpe, M. G. (2020). Opening the umbrella: the effects of rebranding multiple category-specific private-label brands to one umbrella brand. *Journal of Marketing Research*, 57(4), 677–694.
21. Kumar, N., & Steenkamp, J. B. E. M. (2007). *Private label strategy: How to meet the store brand challenge*. Boston: Harvard Business School Press.
22. Kurpayanidi, K. I. (2021). Analysis of scientific and theoretical ideas about entrepreneurship. *Nazariy va amaliy tadqiqotlar xalqaro jurnali*, 1(1), 50–59.
23. Namin, A., Ratchford, B. T., Saint Clair, J. K., Bui, M. M., & Hamilton, M. L. (2020). Dine-in or take-out: Modeling millennials' cooking motivation and choice. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101981.
24. NielsenIQ (2022). СТМ и рынок: как меняется роль частных марок. Дата обращения 09.03.2023, <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2022/stm-i-rynok-kak-menyaetsya-rol-chastnyh-marok/>
25. NielsenIQ (2023). Четыре тренда FMCG ритейла в 2023 году. Дата обращения 23.12.2023, <https://nielseniq.com/global/ru/insights/commentary/2023/chetyre-trenda-fmcg-riteyla-v-2023>
26. Retail.ru (2023). NielsenIQ: в РФ отмечен новый тренд на рост премиум- и среднего ценового сегмента СТМ. 28.07. Дата обращения 23.12.2023, <https://www.retail.ru/news/nielseniq-v-rf-otmechen-novyy-trend-na-rost-premium-i-srednego-tsenovogo-segment-28-iyulya-2023-231112/>
27. Roggeveen, A. L., & Sethuraman, R. (2020). Customer-interfacing retail technologies in 2020 & beyond: An integrative framework and research directions. *Journal of Retailing*, 96(3), 299–309.
28. Sgroi, F., & Salamone, P. A. (2022). Private label food products: consumer perception and distribution strategies. *Journal of Agriculture and Food Research*, 8, 100287.
29. SobМаExpo (2023). Итоги VIII Международной премии по контрактному производству и СТМ Private Label Awards by SobМаExpo 2023. Дата обращения 03.12.2023, <https://sobmaexpo.ru/news/tpost/chu3s835v1-itogi-viii-mezhdunarodnoi-premiya-po-kon>

ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА ТЕОРЕТИКО-ИГРОВЫХ МОДЕЛЕЙ САНКЦИЙ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДОВ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

*Беляева Александра Андреевна
студент
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
belyaeva.alex1@yandex.ru*

*Казимиров Данил Дмитриевич
студент
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
mr.iDanil2001@gmail.com*

*Научный руководитель
Савельев Игорь Игоревич
к.э.н., доцент
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
sii-33@mail.ru*

Аннотация. В статье освещен подход к изучению экономических санкций при помощи моделей теории игр и методов искусственного интеллекта. Рассмотрен аспект применения передовых нейросетевых методов к задачам поиска выигрышных стратегий игроков в матричных играх, моделирующих санкционную политику, и оценки эффективности санкций. Отмечены существующие проблемы анализа результатов, полученных при использовании методов искусственного интеллекта в рамках моделей теории игр.

Ключевые слова: теоретико-игровое моделирование, санкции, матричные игры, эффективность санкций, искусственный интеллект.

PROBLEMS OF ANALYSIS OF GAME-THEORETIC MODELS OF SANCTIONS USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE METHODS

Beliaeva Aleksandra
student

Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
belyaeva.alex1@yandex.ru

Kazimirov Danil
student

Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
mr.i.Danil2001@gmail.com

Scientific supervisor –
Saveliev Igor

Candidate of Economics, Associate Professor
Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
sii-33@mail.ru

Abstract. The article is concerned with the approach to the study of economic sanctions using game theory models and artificial intelligence methods. The aspect of the state-of-the-art neural network methods application to the problems of profitable strategies search in sanctions matrix games and qualitative assessment of the sanctions effectiveness is considered. The existing problems of analysis of the results obtained with artificial intelligence-based methods within the framework of game theory models are noted.

Keywords: game-theoretic modeling, sanctions, matrix games, effectiveness of sanctions, artificial intelligence.

Разработка стратегий поддержки национальной экономики в условиях санкционной политики и анализ эффективности вводимых санкций как инструментов для разрешения конфликтов международных интересов — современные приоритетные направления научно-исследовательской деятельности. Практический опыт, накопленный за время применения санкций теми или иными странами, уже не только позволяет производить количественные оценки эффективности санкций (Hufbauer et al., 1991; Pape, 1997; Hufbauer et al., 2009), но и предоставляет возможность прогнозирования дальнейшего развития национальных экономик

в условиях санкций. Бурное развитие компьютерных технологий и методов машинного и глубокого обучения, которым ознаменовался рубеж XX и XXI вв., сделало возможным использование применительно к исследованию санкционного влияния вычислительно сложных математических моделей, каковыми являются многие модели теории игр. В данной работе изложены основные теоретико-игровые подходы к моделированию санкций и анализу их эффективности, в особенности, изложен подход к моделированию санкционной политики посредством матричных игр. Рассмотрен аспект применения развивающихся нейросетевых методов к задаче поиска оптимальных стратегий игроков в матричной санкционной игре. Последнее особенно актуально, поскольку решением матрично-игровых задач методами глубокого обучения является потенциальная стратегия противостояния национальных экономик вызовам санкций.

Теория игр — раздел математики, изучающий решение конфликтных ситуаций между рационально действующими игроками, или игр, в которых участвуют рациональные игроки (акторы), и оптимальность их стратегий в ходе конфликта или участия в игре. Примером игры является санкция (санкционная игра): одна или несколько стран-игроков вводят санкции против определенной группы стран-игроков, каждая из стран, находясь под гнетом санкций, придерживается той или иной стратегии. Цель стран — избрать оптимальную стратегию поведения в условиях введенных санкций, т.е. такую стратегию, которая подразумевает наименьшие возможные потери национальной экономики.

Теоретический фундамент математической теории игр заложил Джон Нэш. Равновесие Нэша — набор стратегий в игре, при котором ни один игрок не может увеличить свой выигрыш, изменяя свою стратегию, если другие игроки не меняют свою стратегию. Эти равновесия существуют во всех конечных играх с любым числом игроков. Однако для поиска равновесной игровой стратегии до сих пор нет быстрого алгоритма, и часто используется полный перебор пространства возможных стратегий, требующий большого объема памяти. В связи с этим развитие методов машинного и глубокого обучения, включая методы машинного обучения с подкреплением, является актуальной задачей для решения теоретико-игровых проблем.

Известные на данный момент теоретико-игровые подходы к описанию санкционного процесса структурированы в табл. 1: приведены различные типы игр, удобные для исследования определенных проблем санкционной политики.

Таблица 1

Типы игр, используемых для моделирования санкционного процесса

Тип	Разновидность	Цель
Классические одноходовые игры	Классические одноходовые матричные игры	Анализ поведения сторон в торговых спорах Анализ ситуации с двусторонними и многосторонними санкциями Оценка эффективности санкций как вклада санкций в изменение политики «страны-мишени»
	Классические многоходовые игры	Изучение и прогноз взаимодействия сторон, в том числе при моделировании военного конфликта Моделирование условий изменения поведения «страны-мишени»
Классические многоходовые игры	Некооперативные игры и игры с торгом	Моделирование стратегического взаимодействия между правительством страны-инициатора и национальными институтами
	Игры с неполной информацией	Анализ поведения гражданского населения стран-инициаторов и «стран-мишеней»
	Игры с несколькими участниками	Моделирование угрозы и непосредственного использования экономических санкций
	Сигнальные игры (динамические игры с неполной информацией)	Оценка эффективности санкций Определение момента окончания санкций
Комбинации методов регрессионного анализа и теории игр	Многоходовые игры	Изучение и анализ сотрудничества стран-инициаторов
	Многоходовые игры с неполной информацией	Анализ ситуации с двусторонними и многосторонними санкциями Оценка эффективности санкций

Источники: (Белозёров, Соколовская, 2022), скорректировано авторами на основе обзора литературы.

Дж. Конибер впервые аргументировал применение теории игр для анализа поведения сторон в торговых спорах, используя такие классические модели теории игр, как «охота на оленя» и «дилемма заключенного» (Conybeare, 1985, p. 147–172). Большой вклад в создание и развитие игровых моделей экономических и политических процессов внес Дж. Цебелис, который одним из первых применил аппарат теории игр к оценке эффективности санкций (Tsebelis, 1990). Он отклонился от наиболее распространенного определения Г. Хафбауэра (Hufbauer et al., 1991), которое связывает успешность санкций с их влиянием на политику и экономику целевой страны (санкции считаются эффективными, если цели введения санкций странами-инициаторами были достигнуты).

Выводы Дж. Цебелиса о невысокой эффективности санкций в трактовке Хафбауэра основаны на следующих аргументах:

- «страна-мишень» может не полностью подчиниться требованиям иницилирующей страны;
- последующее ужесточение санкций не оказывает негативного воздействия на целевую страну;
- обе страны применяют стратегии игры, которые включают элементы смешанной тактики.

Эффективность санкций в зависимости от типа модельной игры оценивается по следующим критериям: потери «страны-мишени» и издержки страны-инициатора, кооперация стран в рамках многосторонних санкций, переговорный процесс и договоры, а также внутренняя ситуация в стране-инициаторе и «стране-мишени». Асимметрия между издержками страны-инициатора и «страны-мишени» — определяющий фактор эффективности в анализе санкционных издержек при использовании повторяющихся игр и модели торгова в условиях неполной информации.

На эффективность санкций также влияет сотрудничество между странами-инициаторами. Для анализа эффективности в рамках проблематики коллективного взаимодействия предлагается использовать следующие игры: матричные игры, комбинации методов регрессионного анализа и повторяющихся игр, многоходовые игры с неполной информацией.

В контексте идейной составляющей части подходов к моделированию санкций эффективность вводимых принудительных мер подменяется их интенсивностью. Такое смещение фокуса дает основание предположить, что применение санкций рассматривается как результат политической игры в международных отношениях, при которой страны-игроки отказываются от достижения оптимальных результатов по Парето (Kaempfer, Lowenberg, 1988).

Другой немаловажный фактор при оценке эффективности применения санкций в рамках теоретико-игрового подхода — отношение гражданского населения (поддержка или воспрепятствование) страны-ини-

циатора и «страны-мишени» к санкциям. Для учета гражданского отношения к факту применения санкций используются модель бесконечной повторяющейся игры и модель торга.

Использование приведенных в табл. 1 типов моделей санкционной игры в теоретических исследованиях мотивировано и тем, что их изучение позволило получить согласованные с практическими наблюдениями результаты. Приведем несколько результатов, полученных путем анализа теоретико-игровых моделей санкционной политики и подтверждающих ранее отмеченные специалистами эмпирические закономерности.

Анализируя динамику цены ущерба для «страны-мишени» от санкций периода 1921–1994 гг., данные о которых представлены в табл. 2, становится заметен эффект постепенно снижающейся эффективности экономических санкций по нанесению ущерба по экономике «страны-мишени».

Главная причина этого явления — экономическая глобализация. Если на политической сцене появляются новые влиятельные участники, то страна, против которой были введены санкции, не может быть полностью изолирована от мирового сообщества и имеет возможность быстро переходить на доступные альтернативные рынки финансов, сбыта и закупок (Братерский, 2009). Таким образом, данный факт снижения эффективности санкций является статистически доказанным.

Таблица 2

Примеры успешности санкций в 1921–1994 гг.

Год	Страна (организация), применявшая санкцию	Целевая страна	Продолжительность санкций	Тип санкций	Цена ущерба от санкций, % ВВП
1921	Лига Наций	Югославия	Менее 1 года	Тактические	–
1925	Лига Наций	Греция	Менее 1 года	Тактические	–
1948	США	Нидерланды	1 год	Тактические	1,1
1958	Советский Союз	Финляндия	5 мес.	Тактические	1,1
1961	США	Цейлон	4 года	Тактические	0,6
1965	США	Индия	2 года	Тактические	0,08
1975	США	Южная Корея	1 год	Тактические	–
1976	США	Тайвань	1 год	Тактические	0,1
1982	ЮАР	Лесото	4 года	Тактические	0,1
1987	США	Сальвадор	1 год	Тактические	–
1992	США	Малави	1 год	Стратегические	–
1993	США	Гватемала	Менее 1 года	Стратегические	1,3
1994	Греция	Албания	1 год	Тактические	2,9

Источник: (Заернюк, Алавифар, 2015).

Тренд снижения эффективности санкций прослеживается и при изучении теоретической модели матричной санкционной игры. В теории игр под матричными играми понимается игры двух лиц с нулевой суммой, имеющих конечное число стратегий. Выигрыш определяется матрицей

игры (матрицей платежей). Использование модели матричной игры обосновано необходимостью учета проблемы коллективного взаимодействия стран. Согласно проведенным исследованиям Л. Мартин, можно утверждать, что применение многосторонних санкций оказывает более эффективное воздействие по сравнению с односторонними санкциями, особенно в случае задействования международных институтов (Martin, 1994, p. 1056–1057) и многостороннего воздействия на торговый статус целевой страны (Martin, 1993, p. 406–432). К аналогичным выводам приходит и Д. Уолентек в рамках подхода с использованием модели повторяющихся игр, примененных к базе данных Моргана (Morgan et al., 2014). Следовательно, результаты теоретико-игрового моделирования не только полностью соответствуют статистике, но также позволяют обобщить полученные данные.

Другим примером, подтверждающим предсказательную способность моделей теории игр, может служить теоретико-игровой вывод части результатов В. М. Заернюка и С. Алавифара. В их исследовании была выявлена статистическая взаимосвязь таких количественных характеристик санкций, как продолжительность санкций и показатель успешности санкций (Заернюк, Алавифар, 2015). Применением статистического критерия Пирсона к данным, отображенным в табл. 2, было подтверждено, что существует обратная связь между продолжительностью экономических санкций и их эффективностью. К тем же выводам, используя аналогичные данные (Hufbauer et al., 1991, p. 298), пришли и исследователи Г. Доруссен и Дж. Мо (Dorussen, Мо, 2001) в рамках теоретико-игровой модели торга. Кроме того, они показали, что использование стратегий обязательств (commitment strategies) позволяет государствам улучшить свои позиции в переговорах и усложняет процесс разрешения конфликта, что в свою очередь влияет на продолжительность санкций.

Таким образом, на сегодняшний день разработан довольно универсальный экономико-математический аппарат теории игр, результаты применения которого коррелируют с полученными ранее теоретическими и эмпирическими данными.

Сегодня должна произойти переоценка значимости теоретико-игровых подходов: это связано с развитием вычислительных мощностей компьютеров, успехами в области искусственного интеллекта (ИИ). Использование графических карт и других передовых устройств хранения, передачи и обработки информации — современный путь, актуализирующий практическое применение моделей теории игр к задачам оценки эффективности санкций и поиска стратегий регулирования национальных экономик в условиях санкций. Развитие методов машинного обучения с подкреплением и создание генеративно-сопоставительных сетей позволяют преобразовать санкции в «игры» для нейронных сетей (моделей нейронных сетей).

Например, в настоящее время становится возможным автоматический поиск выигрышных стратегий поведения стран-игроков (поиск седловых и равновесных точек) в санкционной игре на основе применения новых сверточных нейросетей, моделирующих матричные игры (MG-CNN — Matrix Game-Conventional Neural Network) (Wu, Lisser, 2022a, 2022b). Санкционные матричные игры со статическими и динамическими платежными матрицами (Tsebelis, 1990; Shadiqi, Pradiptyo, 2011) становятся играми, в которые может «играть» ИИ. Новейшие методы машинного обучения с подкреплением дают возможность отбирать потенциальные выигрышные стратегии поведения стран-игроков и анализировать эффективность отобранных методами ИИ стратегий. Использование исследователем методов машинного обучения уменьшает время анализа теоретико-игровых моделей и существенно ограничивает поле целевых стратегий игроков для последующего перебора исследователем.

Нейросетевой теоретико-игровой подход является крайне актуальным подходом исследования санкционных игр. Ввиду необходимости использования мощных вычислительных машин и быстрых оптимизационных методов такой подход стал доступен исследователям относительно недавно и требует дальнейшего детального изучения и анализа. Преимущество использования нейросетевого подхода заключается в его автоматизированном характере.

Вместе с тем уже поднят ряд проблем и вопросов применения методов ИИ к задачам оценки эффективности и поиска равновесной стратегии в санкционной игре. Принимая во внимание реальный опыт санкций, в нейросетевых моделях должен быть учтен тот факт, что на ситуацию в игре так или иначе влияет каждый игрок, возможно, опосредованно через напрямую не задействованных экономических агентов. Для каждого агента требуется обучение отдельной глубокой нейронной сети, однако обучение уже нескольких нейронных сетей вычислительно неэффективно.

К тому же весомой проблемой применения ИИ является отсутствие общих теоретических свойств для задач теории игр с взаимодействием множества агентов, т.е. задач в рамках многоагентных систем. Каждый агент «учится» оптимально реагировать на вызовы окружающей среды. В случае санкционной политики среда включает других самостоятельных агентов, которые также исполняют алгоритм обучения. Таким образом, актер-нейросеть должен учитывать эффект своего действия, прежде чем он начнет полномасштабную игру.

Значимым и сложным для объяснения является и вопрос о скорости и степени влияния обучения актера-нейросети на следующее его действие в игре. Например, нейросетевая модель может «применять» игру «дилемма заключенного» каждый раз, когда она хочет принять какое-либо решение. Означает ли это, что агент ничего не узнал и не изменился в ходе обуче-

ния? Так, немаловажными оказываются оценка и контроль эффекта, который обучение оказывает на поведение агента.

Несмотря на перечисленные проблемы применения ИИ к задачам оценки эффективности санкций и поиска выигрышной стратегии регулирования национальных экономик в условиях санкций в рамках теоретико-игровых моделей, в заключение стоит напомнить, что нейросетевой подход является относительно новым и до конца не изученным в теории игр. Исследование моделей теории игр с помощью методов машинного и глубокого обучения остается актуальным и перспективным: не единичны теоретико-игровые модели, для которых единственный существующий вычислительно эффективный способ анализа базируется на теории машинного и глубокого обучения. Вполне возможно, на пути использования исследователем потенциала искусственного интеллекта в скором будущем будут созданы более исчерпывающие нейросетевые теоретико-игровые модели санкций, а также алгоритмически эффективные методы их всестороннего анализа.

Список литературы

1. Белозёров, С. А., & Соколовская, Е. В. (2022). Теоретико-игровой подход к моделированию конфликта интересов: экономические санкции. *Terra Economicus*, 20(1), 65–80.
2. Братерский, М. В. (2009). Торгово-экономические санкции: эффективность, цена, проблемы использования. *Безопасность Евразии*, 2, 335–347.
3. Заернюк, В. М., & Алавифар, С. (2015). Оценка эффективности введения санкций: мировой опыт. *Финансовая аналитика: проблемы и решения*, 42, 27–37.
4. *Экономические санкции против России и российские антисанкции: издержки и выгоды конфронтации* (2020): монография; коллектив авторов; под ред. Р. М. Нуреева. КНОРУС.
5. Conybeare, J. (1985). Trade wars: a comparative study of Anglo-Hanse, Franco-Italian, and Hawley-Smoot conflicts. *World Politics*, 38(1), 147–172. <https://doi.org/10.2307/2010354>
6. Dorussen, H., & Mo, J. (2001). Ending economic sanctions: Audience costs and rent-seeking as commitment strategies. *Journal of Conflict Resolution*, 45(4), 395–426.
7. Hufbauer, G., Schott, J., & Elliott, K. (1991). *Economic Sanctions Reconsidered*. 2nd ed. Washington, DC, Peterson Institute for International Economics.
8. Hufbauer, G., Schott, J., Elliott, K., & Oegg, B. (2009). *Economic Sanctions Reconsidered*. 3rd ed. Washington, DC, Peterson Institute for International Economics.
9. Kaempfer, W. & Lowenberg, A. (1988). The theory of international economic sanctions: a public choice approach. *American Economic Review*, 78(4), 786–793.
10. Martin, L. L. (1993). Credibility, costs, and institutions: Cooperation on economic sanctions. *World Politics*, 45(3), 406–432.

11. Martin, L. L. (1994). *Coercive cooperation: Explaining multilateral economic sanctions*. Princeton University Press.
12. Morgan, T. C., Bapat, N., & Kobayashi, Y. (2014). Threat and imposition of economic sanctions 1945–2005: Updating the TIES dataset. *Conflict Management and Peace Science*, 31(5), 541–558.
13. Pape, R. A. (1997). Why economic sanctions do not work. *International security*, 22(2), 90–136.
14. Shadiqi, K., & Pradiptyo, R. (2011). *A game theoretical analysis of economic sanction*. Munich Personal RePEc Archive.
15. Tsebelis, G. (1990). Are sanctions effective? A game-theoretic analysis. *Journal of Conflict Resolution*, 34(1), 3–28.
16. Wu, D., & Lisser, A. (2022a). MG-CNN: A deep CNN to predict saddle points of matrix games. *Neural Networks*, 156, 49–57.
17. Wu, D., & Lisser, A. (2022b). Using CNN for solving two-player zero-sum games. *Expert Systems with Applications*, 204, 117545.

О НЕОБХОДИМЫХ ИЗМЕНЕНИЯХ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

Шуркалин Александр Константинович
д.э.н., профессор
МГТУ имени Н. Э. Баумана
Москва, Россия
iraschurkalina@yandex.ru

Аннотация. В статье раскрыты причины и факторы изменений в экономической политике России, которые обусловлены жесткими условиями санкций. Важной предпосылкой изменений является отказ от либеральных постулатов в экономической политике. Необходимо сделать упор на развитие национального производства. Здесь главным средством выступает импортозамещение. России следует отказаться от открытой внешнеэкономической политики. Рост благосостояния населения остается главной целью экономической политики. Государство должно всемерно поддерживать рост жизненного уровня населения России.

Ключевые слова: экономическая политика, санкции, импортозамещение, экономический рост, либеральная теория, доходы населения, национальное производство, экономический спад.

THE EXACT NECESSARY CHANGES IN RUSSIA'S ECONOMIC POLICY UNDER THE CONDITIONS OF SANCTIONS PRESSURE

Shurkalin Alexander
Doctor of Economic Sciences, professor
BMSTU
Moscow, Russia
iraschurkalina@yandex.ru

Abstract. The article reveals the causes and factors of changes in Russia's economic policy, which are caused by the harsh conditions of sanctions. An important prerequisite or changes is the rejection of liberal postulates in economic policy. It is necessary to focus on the development of national production. Import substitution is the main means here. Russia should a band on an open foreign economic policy. The growth of the welf are of

the population remains the main goal of economic policy. The state must fully support the growth of the living standards of the Russian population.

Keywords: economic policy, sanctions, import substitution, economic growth, liberal theory, income of the population, national production, economic downturn.

Необходимость серьезных рациональных изменений в экономической политике России назрела давно. Она диктовалась теми результатами, которые характеризовали качество нашего социально-экономического развития. Здесь выделим падение темпов экономического роста в период 2010–2022 гг., отставание по качественным показателям от развитых стран мира.

Важным «стимулом» к переменам в экономической политике стали санкции стран Запада против России. Первые санкции были применены еще в 2014 г. в связи с переходом Крыма в состав Российской Федерации. Начиная с февраля 2022 г., когда Россия развернула специальную военную операцию на территории Украины, санкции получили самый широкий размах, угрожая российской экономике полной изоляцией.

Санкции поставили перед Россией жесткую дилемму: развиваться исключительно на основе собственных ресурсов и возможностей или все же продолжать более-менее открытую экономическую политику, предполагающую интеграцию в мировое хозяйство. Пока четкой позиции по этому вопросу у Правительства РФ нет. Санкционное давление западных «партнеров» вынуждает быстро отвечать на вызовы Запада, укрепляя и развивая внутренние возможности российской экономики. Большинство ученых и специалистов склоняются к тому, что экономика России должна теперь будет развиваться на основе использования главным образом внутренних факторов (Ершов, 2022).

Если указанная постановка обретает всеобщее признание, то из этого вытекают действия, направленные на укрепление материальной базы развития российской экономики и отказ от ряда либеральных установок в экономической политике. Такие действия должны быть направлены на увеличение в обращении денежной массы, расширение доступных кредитных ресурсов по низким ставкам, значительную активизацию внутреннего спроса, обеспечение более устойчивого курса рубля. По этим направлениям Правительством РФ было сделано немало. Но необходимы все же более крутые и серьезные перемены в экономической политике. Адаптационные меры, предпринятые Правительством РФ в 2022–2023 гг., не позволили разрушить социально-экономическое развитие в стране, на что уповали авторы санкций. В частности, были предприняты меры по увеличению доходов населения, в первую очередь ее самой уязвимой части (бюджетники, пенсионеры), были повышены пенсии за 2022 г. на 6–7%, социальные пенсии — на 13%. Экономический рост, конечно, замедлился,

но не обвалился. Падение ВВП в 2022 г. составило $-2,3\%$. Удержалась финансовая система, и курс рубля остался под полным контролем ЦБ РФ. Все эти меры оказались важными и дали ощутимый результат. Но это только на первое время. Нужно признать, что санкционное давление Запада усиливается в ближайшие один—два года. Важно уяснить, что в действующей экономической политике необходимо прежде всего изменить.

По мнению автора, обновленная экономическая политика должна строиться на отрицании либеральных постулатов. Эти постулаты, как гвозди, были вбиты в основание нашей экономической политики в 90-е гг. XX в. Первый важный постулат: рынок и рыночные отношения — основа экономической системы новой России. Рынок — путь к благосостоянию и богатству. Рынок сам отрегулирует все необходимые пропорции.

Второй постулат: рыночная конкуренция — двигатель социально-экономического прогресса, включая конкуренцию внешнего рынка. Третий постулат: в системе экономического управления роль государства сведена к минимуму. Четвертый постулат: для рыночной экономики критерием эффективного хозяйствования должен быть финансовый результат (максимум прибыли, дохода). Количественные показатели роста, натуральные характеристики развития производства не могут выступать критериями эффективности.

Важно напомнить, что либеральный (монетаристский) курс экономической политики России способствовал серьезному ослаблению экономической безопасности страны. Данное положение сформировало угрожающую зависимость нашего народного хозяйства от импорта. Монетаристский критерий эффективности способствовал отказу от развития многих отраслей промышленности, которые не отвечали критерию прибыльности. Поэтому в 1990-е гг. и в начале XXI в. в России были закрыты десятки тысяч промышленных предприятий разной отраслевой принадлежности. Прежде всего, это коснулось предприятий, производящих средства производства: станки, инструменты, различное оборудование. С точки зрения рыночных критериев эффективности все закрываемые предприятия были не очень рентабельными. В их число попали предприятия военно-промышленного комплекса, авиационно-космической отрасли и многие другие.

Напомню также, что совсем недавно Россия была очень зависимой в части продовольственного обеспечения. В 2000—2008 гг. более 48% потребляемого продовольствия имело импортное происхождение.

Наши руководители быстро оценили реальную угрозу продовольственной безопасности и предприняли серьезные меры по развитию нашего аграрно-промышленного комплекса. Теперь Россия обеспечивает свой внутренний рынок продовольственными товарами почти на 95%. Более того, Россия является крупнейшим в мире экспортером зерна на мировой рынок.

Если от продовольственной зависимости нам удалось избавиться довольно быстро, то воссоздать в полной мере утраченные позиции в металлообработке, станкостроении, транспортном машиностроении, электротехнике, в производстве синтетических материалов, фармацевтике и других отраслях, было крайне сложно. Дело не только в том, что многое было разрушено и утрачено безвозвратно. Господствующие рыночные критерии не давали возможности воссоздать утраченную индустриальную базу. Индустриальная база в советской экономике была источником развития трудоемких отраслей промышленности, которые обеспечивали в той или иной степени научно-технический прогресс. Сейчас в России индустриальная база практически отсутствует. Поэтому у нас имеет место серьезное отставание в развитии передовых технологий. Создание производств, обеспечивающих выпуск инновационной продукции, опирается на импорт большого числа деталей, узлов, материалов. В нынешних условиях возможности получать необходимые элементы производства по импорту практически равны нулю. Западные компании отключили российские компании от участия в глобальных технологических цепочках производства и реализации.

На этот счет есть множество предложений, смысл которых сводится к скорому ответу на санкции стран Запада. Но сегодня нужно понять, что санкционное давление — это надолго и всерьез. Нам нужны не отдельные меры по исправлению действующей экономической политики, а ее кардинальное и системное перестроение. Главное здесь — полный отказ от монетаристских подходов и усиление регулирующей роли государства. Еще семь лет тому назад заместитель председателя Совета безопасности Д. А. Медведев характеризовал экономическую ситуацию в стране как сложную, вынуждающую многие решения правительства менять коренным образом (Медведев, 2016). Государство обязано брать на себя быстрое решение сложных вопросов, не дожидаясь порой согласований и обсуждений с бизнесом. Если три—четыре года назад ситуация позволяла на равных взаимодействовать бизнесу и государству, учитывая интересы бизнеса, создавая для него благоприятные условия. В нынешней ситуации бизнес не всегда находит общие интересы с государством. Поэтому вполне допустимы приглушение действия рыночных механизмов государством и принятие жестких централизованных решений, которые могут не отвечать интересом бизнеса. Ярким примером подобной ситуации является отношение крупного бизнеса в лице РСПП к просьбе Правительства РФ о выделении части полученных доходов для финансирования специальной военной операции. Хотя в нашей стране не объявлено военное положение, ситуация в целом непростая. Поэтому, на наш взгляд, государство должно жестко потребовать, а не просить у бизнеса. В нынешних обстоятельствах экономические решения должны быть под-

чинены тому лозунгу, который существовал в годы Великой Отечественной войны: «Все для фронта, все для победы!».

Итоги хозяйственного развития страны за 2022 г. показали, что мы во всеоружии встречаем санкционное давление. Оно было мощным и дерзким. На Западе посчитали, что санкции нанесут непоправимый урон российской экономике. Падение ВВП за год оказалось не таким внушительным, как полагали наши оппоненты, — всего на 2,3%. Инфляция была высокой — в среднегодовом исчислении 12,4%. Это, естественно, негативно сказалось на уровне жизни населения. Но глубокого падения жизненного уровня населения не было. Государство сумело многими быстрыми решениями поддержать доходы населения. Государство сумело серьезно повысить уровень зарплат, пенсий и пособий. В 2024 г. Правительством РФ и Президентом РФ будут реализованы меры, направленные на сохранение экономического роста и поддержание жизненного уровня населения. Мы должны быстрее определить программную установку для нашей экономической политики, которая полностью отвечала бы современным требованиям. Обновленная экономическая политика должна полностью избавиться от либеральных посылов. Во главу угла экономического процесса должны быть поставлены отрасли материального производства. Народнохозяйственные пропорции развития должны направляться государством с использованием элементов централизованного планирования. Экономические результаты развития должны базироваться на результатах прежде всего внутреннего производства, четко ориентированного на удовлетворение внутреннего спроса. Наша экономика не собирается отказываться от преимуществ международного разделения труда. Но сегодня возможности включения в мировое хозяйство зависят во многом от того, позволят ли нам это осуществить санкционные ограничения.

Такую экономическую политику можно назвать изоляционизмом. Но этот изоляционизм не должен полностью отгораживать нашу экономику от мирового хозяйства. Профессор С. Д. Бодрунов также выступает за разумный изоляционизм. По его мнению, надо полнее использовать резервы мощностей, которые у нас имеются, максимально занять работой жителей России при самых высоких требованиях к качеству и цене выпускаемой продукции (Бодрунов, 2015).

Далеко не все ученые и специалисты в нашей стране адекватно оценивают меры по изменению экономической политики государства. Некоторые ученые, например, из Высшей школы экономики, предлагают рекомендации по оживлению экономической политики, построенные на либеральных теоретических установках. Здесь мы видим все те же требования по сокращению объема денежной массы в обращении, предложения, направленные на поддержание низкого курса рубля, и др. (Россия под санкциями..., 2013).

В последнее время в научной среде активно обсуждаются предложения о воссоздании в нашей стране системы централизованного планирования. Считаю необходимым высказать свою точку зрения по этому важному вопросу. Конечно, речь не может идти о воссоздании советской системы централизованного планирования. Советская плановая система была призвана обслуживать экономику, основанную на государственной собственности. Она не допускала самой малой возможности существования частной собственности. Современная российская экономика функционирует на иных принципах. Частная собственность — важнейший, основополагающий элемент российского хозяйствования. Сегодня многие специалисты считают российскую экономику не вполне рыночной, капиталистической. Отмечается высокая доля государственной собственности (до 40–45%) в ее структуре. Предприятия, находящиеся в собственности государства, действуют в хозяйственном процессе как субъекты рынка. Не нужно забывать, что большинство предприятий государственного сектора — акционерные общества. Здесь доли государственной собственности перемешиваются с долями частного капитала, который активно соучаствует в управлении данной компанией. Поэтому предприятия со значительной долей государственного участия не могут быть субъектами, полностью подчиненными государственному плану. У таких крупных компаний, как «Газпром», «Роснефть», «Ростех» и др., имеются собственные цели и интересы хозяйствования. Здесь плановое управление применимо не как обязательная директива, а как индикативное решение. Государственный плановый орган должен заинтересовать участников хозяйственного процесса в выполнении планового решения. Иными словами, должны быть созданы экономические стимулы, пробуждающие интерес в реализации планового решения. Речь может идти о выгодных условиях кредитования, налоговых льготах, выгодных условиях сбыта и т.д.

На наш взгляд, система государственного планирования необходима в нашей экономике в качестве эффективного элемента управления. Планирование будет полезным всегда, если оно не будет сведено к простой директивной установке. Директивная плановая установка государства должна всегда содержать привлекательные стимулирующие мотивы.

Важным инструментом экономической политики государства стала политика импортозамещения. Ее начало восходит к 2014 г., когда страны Запада обложили Россию санкциями из-за присоединения Крыма. Цель такой политики — быстро наладить выпуск отдельных видов товаров, которые российская экономика недополучает из-за санкционных ограничений. Однако многие ученые рассматривали импортозамещение шире. Например, президент Вольного экономического общества России, член-корр. РАН С. Д. Бодрунов считает импортозамещение мощным стимулом развития национального производства, которое формирует собственные

возможности развития научно-технического прогресса (Бодрунов, 2015). Импортозамещение — это попытка обеспечить надежную экономическую безопасность российской экономике.

Экономические системы, построенные на монетаристских принципах, широко используют возможности внешнего рынка для усиления конкуренции на внутреннем рынке. Однако условия свободного импорта товаров могут вести к вытеснению национального производства импортом (Готовский, 2021). До определенного предела такие условия играют положительную роль, когда подстегивают развитие внутреннего производства. Но когда такого рода мера препятствует развитию внутреннего производства, то макроэкономический эффект становится отрицательным, внутреннее производство вытесняется импортом, экономика страны попадает в зависимость от импортных товаров и материалов. Здесь необходимы жесткое государственное регулирование и контроль за поддержанием определенного соотношения внутреннего производства и импорта.

Экономика России в связи с этим не должна терять свою рыночную сущность. Активное государственное регулирование должно обеспечить четкие пропорции взаимодействия рыночного начала и государственного регулирования. В условиях санкционного давления российской экономике придется более настойчиво бороться за независимое и самостоятельное развитие. В данном случае государственное воздействие на пропорции экономики обеспечивают меры импортозамещения.

Следует разделить политику импортозамещения, которая осуществлялась с 2014 г. и которую необходимо проводить в данный период после февраля 2022 г. В 2014 г. Правительство РФ приняло программу ускоренного развития экономики России с использованием мер импортозамещения. Данная программа рассчитана на 2015–2020 гг. При этом указанная программа рассматривала импортозамещение как элемент антикризисной политики. Некоторые экономисты считали политику импортозамещения важным стимулом ускорения экономического роста в России (Шуркалин, 2018а). Проекты импортозамещения были направлены на замещение собственным производством не менее 15% импортной номенклатуры. Таких конкретных проектов было реализовано не менее 1500. На их реализацию из различных источников было направленно около 3 трлн руб. В соответствии с поставленными задачами государство внесло ряд изменений в порядок финансирования проектов импортозамещения. Предприятия получали банковские кредиты на импортозамещение по сниженным ставкам (8,6 и 4%). Субсидирование кредитов покрывалось ЦБ РФ. Кроме того, было налажено прямое финансирование из госбюджета. Министерство промышленности и торговли РФ создало особый сервис для осуществления более четкой процедуры импортозамещения. Это, например, Биржа импортозамещения. Указанный институт инициирован государством и на-

правлен на усиление организованности и порядка в процессе осуществления импортозамещения. Данная биржа — не торговая точка. Здесь не покупают и не продают. На ней представлены сервисы запросов на нужные для производственного процесса товары и материалы. Биржа ускоряет поиск нужных товаров, сообщая адреса потенциальных клиентов.

С 2022 г. в политике импортозамещения произошли серьезные изменения. Санкции, объявленные после февраля 2022 г. в связи с началом специальной военной операции, оказались куда более мощными и адресными, чем прежде. Россия столкнулась с политикой прямого эмбарго на поставку в Россию значительного числа товаров и материалов. Принятые санкции больно ударили по многим отраслям российской экономики, производства которых во многом зависело от поставок из-за рубежа. В этих условиях импортозамещение рассматривается не просто как стимул ускорения экономического развития, а как важнейшая мера обеспечения экономической безопасности. Если санкции 2014–2015 гг. потенциально нанесли ущерб экономике России примерно в 14 млрд долл., то санкции 2022–2023 гг. потенциально нанесли ущерб в сумме 300 млрд долл.

Далеко не все отрасли российской экономики были готовы как можно быстрее устранить критическую зависимость от зарубежных технологий и товаропоставок. Темпы импортозамещения до 2022 г. были невысокими (Сычева, 2022). У многих российских компаний была надежда на то, что импорт в известной мере будет восстановлен. Только сельское хозяйство и пищевая промышленность обеспечили полное импортозамещение по большинству продовольственных товаров. Уровень импортной зависимости к 2022 г. по сравнению с 2014 г. в целом был снижен с 60 до 43%. Похвастать низкими показателями потребления импортных товаров могут пока немногие отрасли. Большинство перерабатывающих отраслей промышленности находятся в большой зависимости от импорта. Об этом свидетельствуют следующие цифры доли импорта в объеме потребления: в станкостроении — 76%, в швейной промышленности — 63%, в производстве детских товаров — 69%, в производстве лекарств — 65%. Отдельные важные отрасли находятся под особой опекой государства, которое выделяет огромные суммы, субсидируя их развитие. Например, перед авиационной промышленностью поставлена грандиозная задача — обеспечить на 80% авиатранспорт отечественными машинами к 2025 г.

Действующая экономическая политика страны существенно меняет систему управления внешнеэкономической деятельностью. Здесь санкции, введенные западными странами, непосредственно сказались на величинах объема экспортно-импортных операций. После февраля 2022 г. российские компании недополучили значительные объемы товаров, которые должны быть поставлены на основе внешнеторговых договоров с западными компаниями. Для России в значительной мере были закрыты

для экспорта рынки развитых стран. Российские компании столкнулись с нежеланием западных партнеров поддерживать нормальные внешнеэкономические связи.

В течение первой половины 2022 г. Запад ввел более 2000 санкций и ограничений, касающихся внешнеэкономической деятельности. По предварительным данным ФТС РФ, экспорт за первое полугодие 2023 г. сократился на 12% по сравнению с февралем 2022 г., импорт — на 37%. Еще в 2021 г. страны Евросоюза были крупнейшими торговыми партнерами России (на них приходилось почти 40% объема товарооборота). В 2022–2023 гг. положение резко изменилось: США, Великобритания, Япония, Австралия, Южная Корея и страны ЕС превратились в недружественные страны и резко сократили внешнеэкономические контакты с Россией. Но Россия не оказалась в полной изоляции. Активно развивались связи с Китаем, Индией, Турцией, Ираном и странами Ближнего и Среднего Востока, а также со странами Латинской Америки и Африки.

Возникшие перемены в сфере внешнеэкономической деятельности неблагоприятно отразились на макроэкономических показателях развития России.

Во-первых, национальная экономика России недополучила определенные объемы экспортных доходов. Во-вторых, госбюджет 2022 г. был сведен немалым дефицитом в 2,3 трлн руб. Ведь известно, что бюджетные доходы страны более чем на 40% формируются за счет экспортных доходов. В-третьих, сократились возможности финансирования экономического роста и важных социальных проектов.

С целью минимизации потерь от внешнеэкономической деятельности в условиях санкций органами управления были внесены многочисленные изменения в процедуры осуществления внешнеэкономических операций. Прежде всего Минэкономразвития РФ ввело целый ряд мер поддержки предприятий-экспортеров. Многие такие предприятия получили льготы по погашению задолженностей, по кредитованию, которые покрывались субсидиями уполномоченных банков.

Серьезным подспорьем в развитии внешнеэкономических связей в условиях тяжелого санкционного давления были правительственные решения по допущению «параллельного» импорта, покупки товаров через страны-посредники. Решением ФТС РФ были упрощены процедуры таможенного оформления импортируемых товаров. ФТС РФ также разрешило оформлять импортные товары без маркировки правообладателя. Правительством РФ был рекомендован переход в международных расчетах на использование национальных валют. В соответствии с этим был сокращен объем операции в долларах США и евро соответственно на 40 и 52%.

Отмечая перспективы внешнеэкономических связей России до 2030 г., отметим последовательную ориентацию на расширение связей с друже-

ственными странами, на которые к 2030 г. будет приходиться более 80% внешнеторгового оборота страны. Особый акцент будет сделан на развитие отношений со странами, входящими в дружественные международные организации: БРИКС, ШОС, ЕАЭС и др.

Санкционные ограничения серьезно изменили не только объемы, содержание и управление внешнеэкономической деятельности России. Изменения во внешних связях отразились на макроэкономических характеристиках развития. Совсем недавно внешние связи рассматривались как очень важный фактор социально-экономического развития страны. В 2020 г. экспортная квота составила свыше 36% (объем экспорта к объему ВВП). Доходы от экспорта составляли более 42% доходной части госбюджета. Всем хорошо известно, что основными статьями российского экспорта были сырая нефть, природный газ, руды и металлы, лес и лесоматериалы. Такая узкая экспортная специализация поставила нашу экономику в жесткую зависимость от конъюнктуры мировых цен. Это особенно больно ударило по нам в период мирового экономического кризиса 2007–2009 гг. Мировые цены на нефть рухнули в 3,5–4 раза для России кризис принял особенно тяжелую форму. В течение 2008–2015 гг. экономика России попала в длительную полосу рецессионного спада (Шуркалин, 2018b).

Неблагоприятная структура российской экономики, где определяющую роль играли топливно-сырьевые отрасли, поставила в зависимость наше экономическое развитие от импорта многих товаров, главным образом технически передовых. Экономика России либеральным экономическим блоком Правительства РФ была посажена на «нефтяную иглу». Благодаря тому, что мировые цены на энергию в начале XXI в. неуклонно росли, внешнеэкономические факторы держали российскую экономику на плаву. После кризиса 2007–2009 гг. российская экономика не смогла выйти на необходимые показатели экономического роста. В период 2015–2022 гг. годовые приросты ВВП в среднем не превышали 2%.

Невысокие темпы экономического роста не давали возможности накапливать необходимые средства для роста научного-технического прогресса, внедрения передовых производственных и управленческих технологий, решения задач повышения жизненного уровня населения.

Автор высказал свои взгляды на проблему влияния внешнеэкономических связей на российскую экономику. Они были изложены в статье, опубликованной в 2018 г. (Шуркалин, 2018b). Жизнь подтвердила верность выводов, которые сделал автор. Он акцентировал внимание на то, что российская экономика недопустимо глубоко включена в мировое хозяйство. Для такой огромной территории, с большим населением, значительными природными ресурсами такая степень включенности в международное разделение труда является абсолютно излишней (экспортная квота в РФ в 2022 г. составила 36%). Россия может в принципе обеспечить эффек-

тивное развитие не только через добычу полезных ископаемых, но и путем организации производства широкой номенклатуры машино-технических товаров. Это позволит коренным образом изменить структуру нашей экономики, освободиться от импортной зависимости от западных стран. Главная цель в этом отношении — выйти на рубежи устойчивого развития, в основе которого лежит научно-технический прогресс.

Санкционное давление на российскую экономику заставило руководство страны пересмотреть некоторые догмы монетаристской концепции и выйти на линию самостоятельного развития. После 2022 г. внешнеэкономическая изоляция России от западных стран стала почти полной. Получилось по известному принципу: «Нет худа без добра». Наиболее остро сегодня стоит вопрос о том, чем возместить привычные для нас нефтегазовые экспортные доходы. Такой готовой замены у нас пока нет. Нужны время и немалые ресурсы для развития отраслей, генерирующих передовые технологии. Впоследствии, как представляется, мы можем получить необходимые объемы доходов, которые покроют утраченные экспортные доходы от топлива и сырья. Нынешнее положение России вынуждает нашу страну реализовывать сдержанную внешнеэкономическую политику с минимальной долей открытости, с упором на собственные ресурсы и возможности. Только такая политика обеспечит экономическую независимость страны и ее устойчивый экономический рост.

Главной целью экономической политики было и остается повышение жизненного уровня населения страны. Реализация задач по повышению жизненного уровня постоянно сталкивалась с серьезными препятствиями. Во-первых, это падение темпов экономического роста. Причем падение темпов было связано не только с санкциями, но и с общим ухудшением внутриэкономического положения начиная с 2015 г. За 2022 г. стоимостной объем ВВП России сократился на 2,3%. Снизились реальные доходы населения. В первой половине 2022 г. инфляция в стране в среднегодовом исчислении составила 17%. Реальные располагаемые доходы с 2022 г. сократились во всех группах населения, но особенно остро это падение сказалось для работников бюджетной сферы (сокращение составило 13–17%), для пенсионеров (на 18–21%). В течение 2022–2023 гг. Правительством РФ были реализованы меры, направленные на повышение зарплаты бюджетникам (повышение составило 4,0–4,5%), а также осуществлены меры по повышению пенсий большинству категорий пенсионеров (на 8,5–11,0%). Президент РФ отметил особую важность мер по увеличению доходов граждан, прежде всего малоимущих категорий. Подобные меры будут осуществляться и далее с прицелом на то, что душевые располагаемые доходы за 2023 г. вырастут на 6–7%.

Решение указанного вопроса тесно связано с возможностями наполнения доходной части госбюджета. Бюджет 2022 г. недополучил бо-

лее 1,3 трлн руб. из-за падения нефтегазовых доходов. В целом годовой бюджет 2022 г. был сведен с дефицитом в 23,4 трлн руб. Это составляет 17% годового ВВП. Цифра весьма неплохая, если иметь в виду, что госдолг США составил более 120%, Германии — 68%, Китая — 77%, Франции — 113%, Японии — 261% (IMF, 2023).

Понятно, что наш госбюджет в его нынешнем состоянии вряд ли сможет обеспечить более заметное повышение доходов наших граждан. Нужно помнить о том, что уровень жизни российского населения в недалеком прошлом и сегодня является довольно низким. Впрочем, он был низким всегда. Международные сравнения показывают, что уровень средней заработной платы в России, в сопоставлении с европейскими странами находится в последних рядах европейской экономической иерархии. Данные за 2021 г. показывают, что Россия проигрывает абсолютному большинству европейских стран по величине среднемесячной заработной платы. Она исчисляется суммой в 44,5 тыс. руб., или 760 долл. Отмеченная величина находится на уровне соответствующих показателей по Болгарии и Румынии. Российская зарплата выше только сербской и косовской (IMF, 2023).

В «жирные» годы начала XXI в. (2000–2010 гг.) зарплаты повышались весьма неплохо. Уровень располагаемых душевых доходов за этот период вырос более чем в 2 раза. Все это было обеспечено ростом экспортных доходов от реализации нефтегазовой и другой сырьевой продукции. Сегодня такой возможности у нас нет. Но надо понять, где искать сегодня источники роста доходов нашего населения. Они должны быть связаны непосредственно с работой наших предприятий, производящих продукцию для внутреннего рынка. Пока больших источников дохода мы не имеем. Поэтому госбюджет должен помочь осуществить мероприятия по повышению жизненного уровня населения. Это означает, что бездефицитного бюджета у нас нет. Но это хорошо. Опыт развитых стран показал, что допустимая норма бюджетного дефицита (30–40% ВВП) будет способствовать поддержанию экономического роста и жизненного уровня населения. Наши 17% дефицита за 2022 г. — это совсем немного.

Мало достичь определенно высокого уровня производства и высоких доходов. Все эти доходы нужно еще правильно распределить. Распределение может осуществляться на основе либерально-рыночного подхода, когда успешные компании получают огромные доходы, природа которых связана с благоприятной ценовой конъюнктурой. Основной принцип поведения российских компаний крупного бизнеса — корпоративный эгоизм. Социологи считают, что в наших условиях должен действовать другой принцип, в основе которого лежит корпоративная социальная ответственность (Куликова, 2018). Как можно ввести крупный частный капитал в сферу общественных интересов? Ответ на это дает практика экономики

тех государств, которые хотят добиться необходимого социального выравнивания в обществе. В российском обществе существуют огромные разрывы в уровнях доходов и благосостояния отдельных членов общества и социальных групп. Коэффициент Джини, сопоставляющий доходы 10% самых богатых и 10% самых бедных групп населения, показал, что указанный разрыв составляет у нас 1600% (Гришина, 2021).

Для того чтобы эффективно регулировать процессы распределения, существует налоговая система. Налоги, регулирующие доходы от производства, в целом работают неплохо. Но механизм действия налога на доходы физических лиц не работает над проблемой выравнивания распределения. В отличие от многих зарубежных стран у нас пока сохраняется плоская шкала налогообложения.

Экономические рычаги эффективного стимулирования известны. Для государственных органов важно понять последствия действия указанных стимулов, четко и последовательно направлять финансовые ресурсы в самые важные отрасли хозяйства. Но еще более важным представляются прямые, централизованные решения госорганов, которые должны регулировать решения, обусловленные стихией рынка. Централизованные действия государства должны «закрывать» провалы рынка, делать прежде всего то, что выгодно обществу, отдельным потребителям. Антимонопольные органы должны смело одергивать зарвавшихся «лидеров рынка», работающих только на свой карман. Нынешняя ситуация, сложившаяся в нашей стране, требует более жесткого контроля за действиями частного капитала. Поэтому мнения отдельных членов правительства о необходимости осуществления мер приватизации государственной собственности представляются на сегодня явно неуместными. В условиях проведения специальной военной операции немалые средства идут на материально-техническое обеспечение нашей армии. Вполне понятно, что необходимые для этого средства превышают запланированные госбюджетом ассигнования на оборону. С учетом этого обстоятельства государство должно распределять финансовые ресурсы по всем необходимым направлениям. Частный бизнес должен откликнуться на поставленные задачи и «отщипнуть» от своих доходов известную долю. Лучше, если крупные компании решатся сделать это сами. Но если будут иметь место затруднения, то госорганы должны решительно указать крупному бизнесу, что в нынешних условиях необходимо «делиться».

Список литературы

1. Бодрунов, С. Д. (2015). *Теория и практика импортозамещения: уроки и проблемы*: монография. СПб.: ИНИР им. С. Ю. Витте.
2. Готовский, А. В. (2021). Вклад импортозамещения в экономический рост России. *Вопросы экономики*, (4), 58–78.

3. Гришина, Е. (2021). Можно ли победить бедность только пособиями? *Аргументы и факты*. 11.08. https://aif.ru/money/opinion/mozhno_li_pobedit_bednost_tolko_posobiyami
4. Ершов, М. В. (2022). Российская экономика в условиях новых санкционных вызовов. *Вопросы экономики*, (12), 5–23.
5. Куликова, Н. В. (2018). Социальные аспекты эффективности российской экономики. *Социально-экономические и правовые проблемы повышения эффективности российской экономики*. Межвузовский сборник научных статей. Вып. 5. Университетская книга.
6. Медведев, Д. А. (2016). Социально-экономическое развитие России: обретение новой динамики. *Вопросы экономики*, (10), 5–30.
7. Сычева, К. Г. (2022). Поддержка цифровизации импортозамещения России в санкционном контексте. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, (3), 142–159.
8. Шуркалин, А. К. (2018а). Импортозамещение как важная составляющая эффективной экономической политики России. *Социально-экономические и правовые проблемы повышения эффективности российской экономики*. Межвузовский сборник научных статей. Вып. 5. Университетская книга.
9. Шуркалин А. К. (2018б). К вопросу о роли внешнеэкономического фактора в социально-экономическом развитии России. *Экономика и управление: проблемы, решения*, 1(11), 32–37.
10. Россия под санкциями: от адаптации к устойчивому росту (2023). Доклад экспертов ВШЭ. НИУ ВШЭ.
11. IMF (2023). *World Economic Outlook*. Washington DC.

МЕХАНИЗМЫ ОБХОДА ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

Ходякова Мария Александровна
студент
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
khodyakova.mari@mail.ru

Научный руководитель
Савельев Игорь Игоревич
к.э.н., доцент
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
sii-33@mail.ru

Аннотация. В 2022 г. в отношении Российской Федерации был введен широкий спектр экономических санкций. Например, санкции были наложены со стороны Европейского союза, на который ранее приходилась существенная часть внешней торговли РФ, что могло поставить под удар российскую экономику. Данная работа посвящена итоговому анализу влияния данных санкций и механизмов, созданных российскими компаниями для обхода введенных ограничений. Были рассмотрены такие меры противодействия санкциям, как параллельный импорт, а также меры по реструктуризации экспорта нефти и переориентации финансовых потоков. В заключение был проанализирован итоговый совокупный эффект от санкций на экономику России, в частности на бюджетный баланс страны.

Ключевые слова: санкции, параллельный импорт, экспорт нефти.

HOW TO DODGE ECONOMIC SANCTIONS

Khodyakova Mariya
student

Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
khodyakova.mari@mail.ru

Scientific supervisor
Saveliev Igor

Candidate of Economics, Associate Professor
Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
sii-33@mail.ru

Abstract. In 2022, a wide range of economic sanctions were imposed on the Russian Federation. For example, sanctions were imposed by the European Union, which previously accounted for a significant part of Russia's foreign trade, which could jeopardize the Russian economy. This work is devoted to the final analysis of the impact of these sanctions and the mechanisms created by Russian companies to circumvent the restrictions imposed. Measures to counter sanctions, such as parallel import, as well as measures to restructure oil exports and reorient financial flows were considered. In conclusion, the final cumulative effect of sanctions on the Russian economy, in particular on the country's budget balance, was analyzed.

Keywords: sanctions, parallel import, oil export.

Как известно, в 2022 г. против России со стороны стран Запада были введены санкции, затрагивающие широкий спектр областей экономики РФ (Ходякова, 2023). В частности, были введены следующие санкции, влияющие в разной степени на российскую экономику:

1. Ограничения на импорт множества несырьевых товаров из ЕС и ряда других стран;
2. Эмбарго на морские поставки нефти в Европу;
3. Введение ценового потолка на нефть, что создает такие препятствия для поставок нефти в другие страны, как запрет страховать танкеры с российской нефтью, если ее цена выше данного потолка;
4. Усложнение международных финансовых транзакций для РФ, например, посредством отключения большинства российских банков от международной межбанковской системы совершения платежей SWIFT;
5. Запрет работы международных компаний с выделенными российскими юридическими лицами, что, например, повлекло за собой

удаление приложений попавших под санкции банков из магазинов приложений AppStore и Google Play.

В данной работе будут рассмотрены различные методы, созданные и применяемые российскими компаниями для обхода обозначенных санкций и эффекты от их использования на экономику России.

Параллельный импорт

Одним из ключевых способов обхода санкций стал такой инструмент, как параллельный импорт — ввоз в страну товаров без согласия правообладателя товарного знака, т.е. «параллельно» официальному импорту, проходящему через дилеров, уполномоченных правообладателем (рис. 1 и 2).



Рис. 1. Прямой импорт (только через официального дистрибьютора)

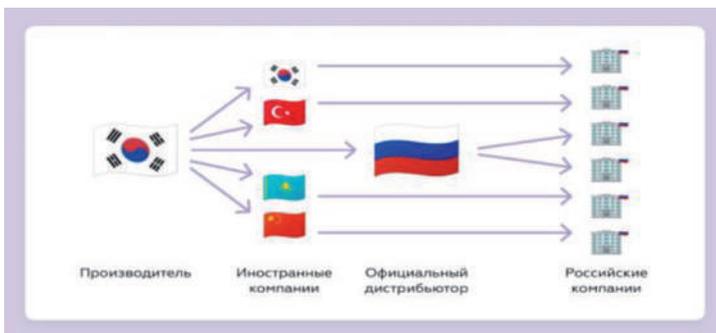


Рис. 2. Параллельный импорт (включает перепродажу иностранными компаниями)

Всего в мире существует три типа ограничений на перепродажу товаров (режимы исчерпания исключительного права):

1. Международный принцип — можно перепродавать товар после первой официальной продажи в любой стране мира (например, действует в США и начал недавно действовать в РФ);

2. Региональный принцип — можно перепродавать товар после первой продажи в какой-либо стране из выделенной группы (например, действует в ЕС);
3. Национальный принцип — можно перепродавать товар только после продажи в рассматриваемой стране (например, действовал в РФ ранее).

Ранее в Российской Федерации с 2002 г. параллельный импорт был запрещен, чтобы повысить инвестиционную привлекательность страны для международных компаний, т.е. для завоза бренда было необходимо согласие правообладателя и ввоз осуществлялся только через официального посредника-дистрибьютора.

Однако после ухода или приостановки работы многих зарубежных компаний в РФ в 2022 г. для нормализации экономической ситуации был принят Федеральный закон от 28.06.2022 № 213-ФЗ «О легализации параллельного импорта», касающийся, например, таких товаров, как оборудование для различных отраслей, автомобили, электроника.

По данным Федеральной таможенной службы (Коммерсантъ, 2022) совокупный объем параллельного импорта в 2022 г. достиг 20 млрд долл. за весь период с июня по декабрь, что составляет 7,7% от всего импорта в РФ за год (Федеральная служба таможенной статистики, 2023). Таким образом, это показывает, что при отсутствии параллельного импорта падение импорта в Россию могло бы достигнуть 18,5% по сравнению с 2021 г. вместо 11,7%.

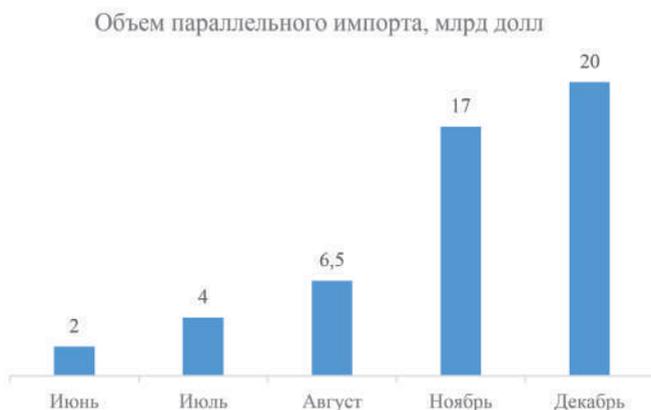


Рис. 3. Динамика объема параллельного импорта в РФ

Источник: (Коммерсантъ, 2022).

Другим свидетельством широких масштабов параллельного импорта является существенный рост поставок товаров из ЕС во множество со-

седних с РФ стран при падении импорта в Россию и Белоруссию почти вдвое, что отмечает в своем докладе Европейский банк реконструкции и развития (Chupilkin et al., 2022).

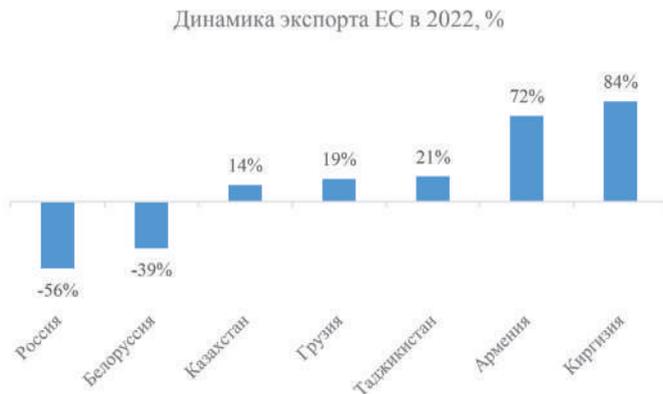


Рис. 4. Изменение экспорта из ЕС в 2022 г. по сравнению с 2017–2019 гг.

Источник: (Chupilkin et al., 2022).

Ярким примером запрещенных санкциями поставок в Россию является импорт микрочипов. Так, по данным информационного агентства Trade Data Monitor (Nardelli, 2023) через Казахстан в РФ в 2022 г. было ввезено высокотехнологичных микрочипов на сумму в 3,7 млн долл. Для сравнения, до санкций в отношении России, через эту страну поставлялось микрочипов на сумму меньшую 12 тыс. долл. Помимо этого, подобный аномальный рост объемов наблюдается и в ряде других стран, продолжающих торговлю с РФ.

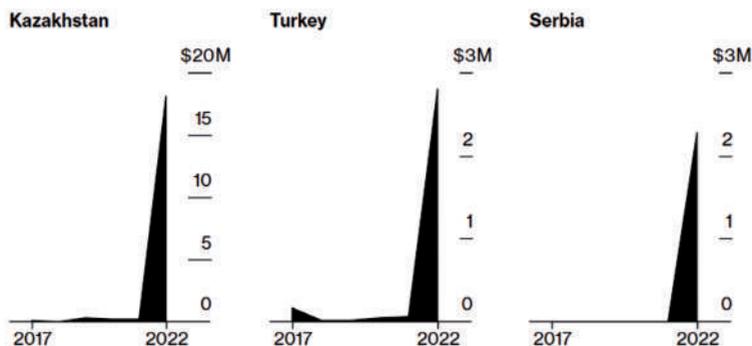


Рис. 5. Динамика объемов импорта микрочипов в РФ из выделенных стран

Источник: (Chupilkin et al., 2022).

Тем не менее стоит отметить, что параллельный импорт все же не является панацеей от санкций, и, например, общий объем поставок микрочипов в Россию в 2022 г. сократился почти в 3 раза со 163 млн до 60 млн долл. (Nardelli, 2023).

«Теневой флот» танкеров

Что касается российского экспорта энергоресурсов, в основном нефти, и наложенных на него санкций, то, как утверждается, защитным средством для РФ выступило создание и использование «теневого флота» танкеров для перевозки нефти. Такими танкерам называют старые и уже перепроданные их первыми владельцами корабли с отключенными передающими геолокацию приборами. Данные танкеры приобретаются в основном юридическими лицами с неустановленными владельцами и могут использоваться для поставок нефти, нарушающих санкционный режим.

По данным информационного агентства VesselValue (Zulfiqar, Longley, 2023) в 2022 г. около 100 танкеров различных категорий было продано неустановленным покупателям, что более чем в 2–3 раза превышает показатели прошлых лет.

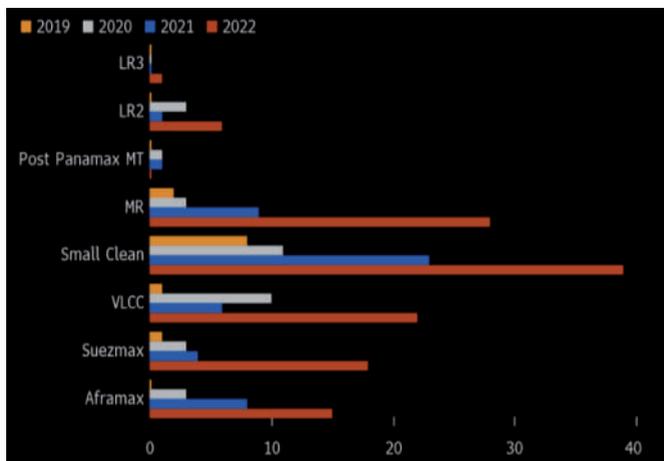


Рис. 6. Закупки «теневых танкеров» в 2022 г.

Источник: (Zulfiqar, Longley, 2023).

Кроме того, как сообщает журнал Financial Times (Cook, Sheppard, 2023), после вступления в силу ценового потолка на нефть и введения других ограничений на поставки нефти для перевозки российской нефти стали использоваться по меньшей мере 16 «теневых» танкеров, ранее доставлявших иранскую нефть, которая также была под санкциями.

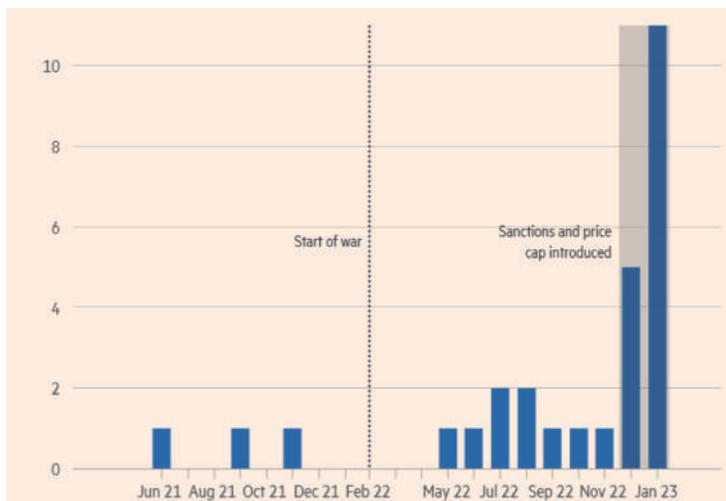


Рис. 7. Число иранских танкеров, начавших доставлять российскую нефть
 Источник: (Cook, Sheppard, 2023).

Другим инструментом для обхода санкций на поставки нефти, применяемым совместно с «теневыми» танкерами, стало использование перевалки нефти в море с одного танкера на другой (борт-в-борт). Это позволяет, например, изменять маршруты поставок или смешивать разные сорта нефти, чтобы она не попала под санкции, если доля российской нефти в итоговом варианте будет меньше 50%. По данным информационного агентства S&P Global объем нефти, перекачиваемый с танкера на танкер, в конце 2022 г. вырос примерно в 5 раз, а наиболее часто используемыми местами для этого стали воды около Греции и Южной Кореи.

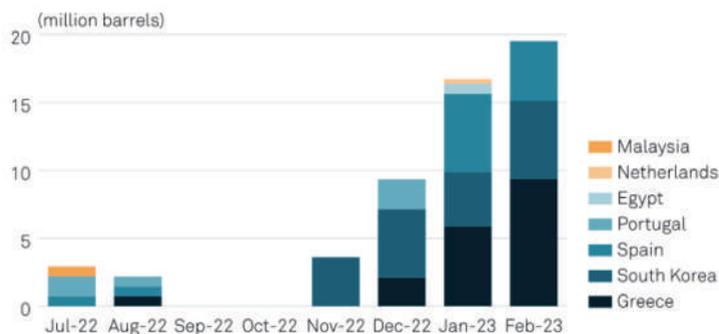


Рис. 8. Статистика перевалки нефти борт-в-борт в 2022–2023 гг.
 Источник: (Perkins, Jackson, 2023).



Рис. 9. Пример морской перевалки нефти у берегов Южной Кореи

Источник: (Cheong, 2022).

В дополнение к обходу санкций у такой перевалки нефти есть еще одно достоинство — оптимизация логистики с помощью использования больших танкеров для транспортировки нефти на длинные дистанции. Необходимость в этом возникла, так как география поставок нефти из-за санкций сменилась с Европы на Азию, и вследствие этого средняя длина пути одного барреля российской нефти увеличилась втрое с 3 до 9 тыс. миль (Zulfiqar, Longley, 2023).

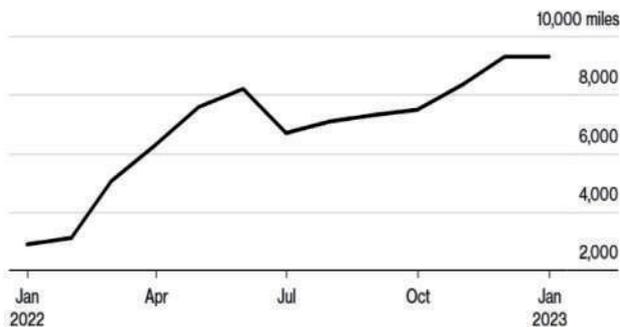


Рис. 10. Изменение среднего расстояния транспортировки российской нефти

Источник: (Zulfiqar, Longley, 2023).

Стоит отметить, что средства для обхода санкций включают не только изменения в логистике при поставках товаров, но и преобразования в других сферах экономической деятельности. Так, например, в ответ на санкции, ограничивающие международные финансовые транзакции для РФ, произошло изменение географии переводов денежных средств. В частности, существенно выросли объемы переводов из РФ в страны ближнего зарубежья исходя из данных центральных банков этих стран (Чернышева, 2023).

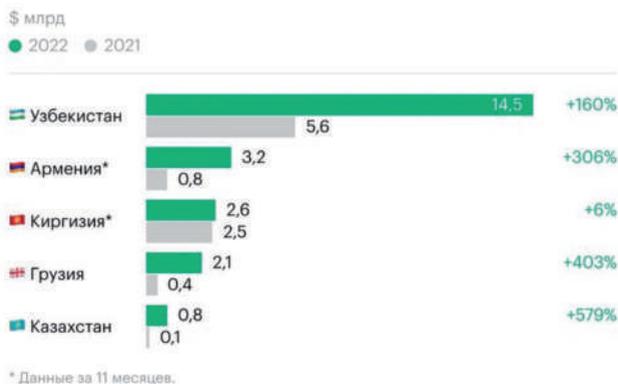


Рис. 11. Сравнение объемов денежных переводов из РФ в 2021 и 2022 гг.

Источник: (Чернышева, 2023).

Возможные причины для этого могут быть следующими:

- такие переводы могут являться оплатой параллельного импорта;
- они также могут использоваться как первое звено для переводов в страны, прямые транзакции с которыми невозможны из-за санкций;
- рост объемов переводов мог частично быть вызван легализацией переводов мигрантов из этих стран вследствие ужесточения контроля за капиталом со стороны РФ;
- помимо этого на объемы транзакций с выделенными странами могли оказать влияние увеличение туризма в эти страны из-за упрощения поездок по ряду других направлений, а также укрепление рубля в 2022 г. (в среднем на 15%).

Другим примером обхода санкций, не связанным с внешней торговлей, является выпуск попавшими под санкции банками замаскированных копий их приложений после удаления первоначальных вариантов приложений из AppStore и Google play. Так, банковское приложение Сбера стало приложением под названием «СБОЛ» от некой компании LLC Open IT-Solutions, а банковское приложение ВТБ стало приложением «Все просто», описывающим себя как ресторанный справочник.

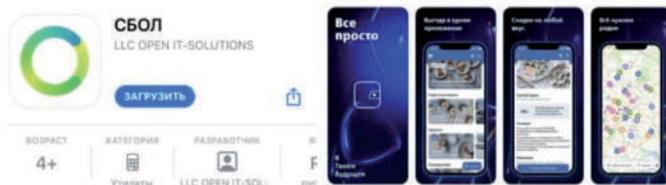


Рис. 12. Банковские приложения Сбера и ВТБ соответственно

Однако нельзя не признать, что подобное решение стало лишь кратковременной мерой противодействия санкциям, так как эти новые приложения были удалены из магазинов уже через несколько дней после их публикации и, вероятно, не все клиенты банков успели их установить на свои устройства.

Подводя итоги, мы можем заметить, что в качестве ответа на санкции были созданы разнообразные инструменты для их обхода, которые показали себя хоть и неидеальным, но довольно эффективным средством. Это привело к тому, что эффект от санкций оказался менее существенным, чем должен был быть по мнению их инициаторов, и они не оказали такого катастрофического влияния на экономику РФ, как предполагалось. Например, согласно данным информационного агентства Bloomberg морские поставки российской нефти к концу 2022 г. остались на том же уровне, что и раньше (Lee, 2023).

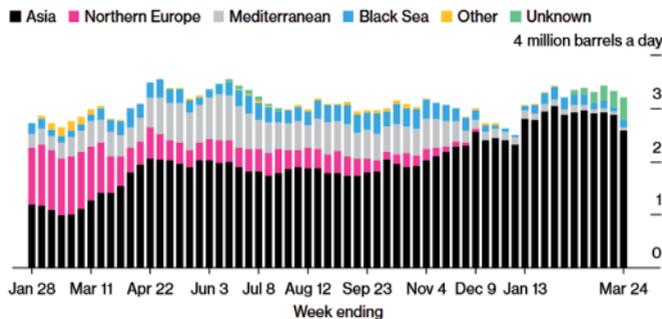


Рис. 13. Динамика объемов поставок российской нефти по морю
Источник: [Lee, 2023]

Тем не менее это, конечно, не значит, что санкции не принесли никакого вреда экономике РФ. Так, по оценке Министерства финансов (2023) нефтегазовые доходы бюджета в первом квартале 2023 г. снизились на 45% по сравнению с прошлым годом из-за падения цен на нефть, вызванного введенными санкциями. Это привело к сокращению общего объема доходов федерального бюджета на 21%.

Список литературы

1. Коммерсантъ. (2022, Декабрь). *Объем параллельного импорта*. <https://www.kommersant.ru/doc/5733787>
2. Министерство финансов (2023, Апрель). *Предварительная оценка исполнения федерального бюджета за январь-март 2023 года*. https://minfin.gov.ru/ru/press-center/?id_4=38443-predvaritelnaya_otsenka_ispolneniya_federalnogo_byudzheta_za_yanvar-mart_2023_goda
3. Федеральная служба таможенной статистики. (2023, Март). *Итоги внешней торговли со всеми странами (январь-декабрь 2022)*. <https://customs.gov.ru/statistic/vneshn-torg/vneshn-torg-countries>
4. Федеральный закон от 28.06.2022 № 213-ФЗ. <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202206280053?index=0&rangeSize=1>
5. Халиков М. С., & Халикова, А. М. (2000). *Формирование и развитие регионального рынка труда. Методология и методы исследования*: монография. МАКС Пресс.
6. Ходякова, М. (2023, Сентябрь). Влияние санкций 2014 и 2022 гг. на экономику России. *Санкционная экономика: сборник статей*. ISBN: 978-5-7986-0059-5
7. Чернышева, Е. (2023, Январь). Переводы из России в соседние страны выросли на сотни процентов. *РБК*. <https://www.rbc.ru/finances/28/01/2023/63d3c4b99a7947a38baccb5c>
8. Cheong, S. (2022, Май). Rare Ship-to-Ship Transfers Keep Oil Moving From Russia to China. *Bloomberg*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-05-26/rare-ship-to-ship-transfers-keep-oil-moving-from-russia-to-china>
9. Chupilkina, M., Javorcik, B., & Plekhanov, A. (2022, Февраль). The Eurasian roundabout: Trade flows into Russia through the Caucasus and Central Asia. *European Bank for Reconstruction and Development*. <https://www.ebrd.com/publications/working-papers/the-eurasian-roundabout>
10. Cook, C., & Sheppard, D. (2023, Февраль). Iran's 'ghost fleet' switches into Russian oil. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/955389bf-d01b-4acb-bd15-b764425a8a18>
11. Lee, J. (2023, Март). Russian Oil Flows Hold Fast Even as Kremlin Says Output Slashed. *Bloomberg*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-03-27/russian-oil-flows-hold-fast-even-as-kremlin-says-output-slashed>
12. Nardelli, A. (2023, Март). Russia Is Getting Around Sanctions to Secure Supply of Key Chips for War. *Bloomberg*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-03-04/putin-gets-military-tech-chips-semiconductors-despite-eu-and-g-7-sanctions>
13. Perkins, R., & Jackson, V. (2023, March). Tanker switching for Russian oil hits record high as sanctions kick in. *S&P Global*. <https://www.spglobal.com/commodityinsights/en/market-insights/latest-news/oil/030823-tanker-switching-for-russian-oil-hits-record-high-as-sanctions-kick-in>
14. Zulfikar, A. A., & Longley, A. (2023, Февраль). Russia's Shadow Oil Tanker Fleet Becomes Everyone Else's Problem. *Bloomberg*. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-02-18/russia-s-shadow-oil-tanker-fleet-becomes-everyone-else-s-problem>

РАЗДЕЛ 2

ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОСТИ В ЭКОНОМИКЕ И УПРАВЛЕНИИ

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАК УСЛОВИЕ УСТОЙЧИВОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Каширин Валентин Васильевич
д.э.н., профессор
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
kavava@mail.ru

Черковец Олег Викторович
д.э.н.
Москва, Россия
cherkovets58@mail.ru

Аннотация. Официальная статистика фиксирует определенный рост российского ВВП, последовавший после спада в 2022 г. Однако и сами скромные темпы этого роста, и общая ситуация в российской экономике позволяют сделать вывод, что рост пока носит восстановительный, неустойчивый характер и через некоторое время может смениться стагнацией и даже спадом. Поэтому со всей остротой встает вопрос о придании экономическому росту устойчивого характера, что позволит одновременно повысить его темпы. Преимущественно инновационное развитие экономики делает возможным решение этих задач.

Ключевые слова: восстановительный рост, устойчивый экономический рост, условия повышения темпов роста, стимулирование инновационной деятельности, новые направления экономической политики.

INNOVATION DEVELOPMENT AS A CONDITION FOR STABLE ECONOMIC GROWTH

Kashirin Valentin
Doctor of Economics, Professor
Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
kavava@mail.ru

Cherkovets Oleg
Doctor of Economics
Moscow, Russia
cherkovets58@mail.ru

Abstract. Official statistic data show some growth of Russian GDP after decline in 2022. But the both modest rates of this growth and the whole current situation in Russian economy

Let us draw a conclusion that this type of growth is recovering and unstable and sometime later it can be changed by stagnation or even decline. So, the question is how make this growth stable that at the same time could raise its rates. The innovation development of the economy makes the implementation of these tasks possible.

Keywords: recovering growth, stable economic growth, conditions for raising the growth rates, stimulating of innovation development, newly directions of economic policy.

Как показывают официальные статистические данные, по итогам первой половины 2023 г. в нашей стране достигнута положительная динамика экономического роста, и есть все основания ожидать, что окончательный результат по итогам всего текущего года превысит 2%. В связи с этим проблема, во-первых, сохранения положительной динамики, во-вторых, по возможности, увеличения темпов роста вновь становится предметом особого внимания и властных структур, и экспертного сообщества. В свою очередь, здесь возникает целый ряд вопросов, без ответа на которые невозможно обеспечить задел для устойчивого развития на будущее.

Начать с того, что многие эксперты оценивают сегодняшний экономический рост как исключительно восстановительный, т.е. фактически возвращающий экономику страны на ранее занимаемые позиции после падения в минувшем году, вызванного беспрецедентным санкционным давлением на Россию со стороны Запада. Тогда, в 2022 г., хотя сокращение ВВП и оказалось значительно меньшим, чем это ранее прогнозировалось, в том числе зарубежными аналитиками, — все же оно произошло и составило 2,1%.

В настоящее время пока нет оснований полагать, что в последующий период темпы роста российского ВВП увеличатся, более того, что они хотя бы даже сохранятся на нынешнем уровне. Например, Центральный банк РФ хотя и прогнозирует сохранение в целом положительной динамики развития, однако уточняет, что темпы роста могут замедлиться по сравнению с 2023 г. Так, по мнению заместителя председателя ЦБ РФ Алексея Заботкина, в течение 2024–2026 гг. как раз «закончится период восстановительного роста, который мы наблюдаем в 2023 г.» (Сергеев, 2023).

Таким образом, сегодняшняя общая ситуация в российской экономике не дает оснований рассчитывать на автоматическую трансформацию восстановительного роста в устойчивый, т.е. такой рост, темпы которого не подвержены возможным колебаниям в диапазоне от высоких значений — скажем, в восстановительный после предыдущего спада период, — до приближающихся к нулевой отметке. Тем более что в современной России подобная ситуация возникает не в первый раз. Есть совсем недавние примеры: так, в 2021 г. после ограничений, связанных с пандемией коронавируса, и падения экономики, имевших место в предыдущем, 2020 г., была в целом восстановлена хозяйственная активность: прирост ВВП со-

ставил 4,7%, а промышленное производство возросло на 5,3%. Однако, как видим, вследствие происшедших в 2022 г. событий придать этому росту сколько-нибудь долгосрочный и устойчивый характер не удалось,

Есть примеры более отдаленные. Один из наиболее ярких — вторая половина наиболее, как принято считать, благоприятных с точки зрения развития экономики «нулевых» годов нынешнего столетия. После дефолта 1998 г. российская экономика в течение целого ряда лет показывала динамичный рост, а по итогам 2007 г. рост ВВП продемонстрировал рекордные 8,1%. Однако уже в 2009 г. под воздействием докатившегося до нашей страны мирового финансово-экономического кризиса ВВП сократился сразу на 7,9% (Росстат, 2010), и впоследствии российская экономика уже не видела положительных темпов роста, подобных докризисным.

Безусловно, в условиях рыночной экономики полностью исключить колебания в темпах роста попросту невозможно. Кроме того, взаимозависимость в рамках всемирного хозяйства в последние десятилетия достигла такой степени, что избежать серьезного воздействия общемировых процессов — а сюда относится и негативное — не в состоянии ни одна даже самая сильная национальная экономика. Вполне естественно, что такое негативное воздействие не может не сказываться на темпах роста.

Вопрос, следовательно, подчеркнем еще раз, не в самих колебаниях роста, а в их частоте и диапазоне, поскольку именно этим, в конечном счете, и определяется устойчивость экономического развития и экономики в целом. Поэтому приведенные примеры с резкими колебаниями роста являются подтверждением того, что мы пока не можем говорить об устойчивости российской экономики.

Соответственно, именно с точки зрения устойчивого характера следует сегодня рассматривать и вопрос обеспечения достижения количественных показателей роста. С одной стороны, устойчивость роста предполагает, что его темпы не должны графически иметь вид синусоиды, т.е. кардинально меняться подчас даже год от года. Кроме того, сама по себе устойчивость роста совершенно не обязательно гарантируется достижением сверхвысоких темпов, что, собственно, и подтверждает пример российской экономики первого десятилетия нынешнего века. Об этом же свидетельствует и практика целого ряда других стран, экономика которых примерно в то же время в течение определенного периода формально демонстрировала исключительно высокие темпы роста, при этом фактически не развиваясь качественно (или, в лучшем случае, развиваясь в крайне малой степени) и не совершенствуясь структурно.

Это означает, что структура их экономик оставалась в значительной степени отсталой, конкретно — базирующейся в основном на добыче и экспорте минерального или сельскохозяйственного сырья при мини-

мальной степени переработки, при этом сами высокие темпы роста обеспечивались в основном за счет благоприятной ценовой конъюнктуры, складывавшейся на мировых рынках. Такая ситуация сама по себе является неустойчивой, и рассчитывать на длительное сохранение таких благоприятных внешних условий изначально не приходилось.

С другой стороны, возвращаясь к ситуации в России, следует подчеркнуть, что нынешний прогнозируемый среднегодовой рост нашей экономики на уровне порядка 2% даже в случае его непрерывного сохранения в течение последующих нескольких лет, вряд ли может считаться приемлемым с точки зрения достижения стратегических целей развития экономики и страны в целом. В связи с этим уместно вспомнить, как еще задолго до событий, связанных и с пандемией коронавируса, и со специальной военной операцией (СВО), декан экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова профессор Александр Аузан особо подчеркивал: для того чтобы люди ощутили улучшение жизни, нужен рост экономики на уровне 3–4% в год (Аузан, 2016).

Разумеется, речь идет об обеспечении такого роста не в отдельно взятые годы, а на стабильной основе. Поэтому объективно на повестку дня ставится цель совмещения обеспечения количественных показателей роста и его стабильного, устойчивого характера. Кроме того, в ходе реализации такой цели решается и важнейшая с точки зрения текущего момента задача минимизации возможных экономических и социальных потерь в результате уже введенных и продолжающих вводиться против России западных санкций.

При этом становится очевидным, что устойчивый рост не может быть достигнут с опорой на ранее действовавшие факторы, носившие преимущественно конъюнктурный и временный характер. Придание экономическому росту устойчивого, долгосрочного характера с одновременным повышением его темпов возможно обеспечить лишь на основе преимущественно инновационного развития, в основе которого лежат постоянно действующие факторы, не связанные с текущей благоприятной ценовой конъюнктурой на какой-либо отдельный товар или группу товаров на внешних рынках.

И, разумеется, инновационный рост несовместим с каким-либо энергосырьевым перекосом в структуре национальной экономики. В связи с этим член-корреспондент РАН Сергей Бодрунов подчеркивает, что сам процесс экономического роста и собственно его ускорение могут быть достигнуты прежде всего на путях инновационного развития, которые, в свою очередь, невозможны без реализации внедрения новых технологий (Бодрунов, 2016). Создание и производство новых технологий не зависят от конъюнктуры и в меньшей степени подвержены внешним колебаниям, что и создает основу для устойчивого роста.

Инновационный рост, во-первых, должен опираться на диверсифицированную структуру экономики, т.е. иметь под собой прочную базу в виде преимущественно несырьевых источников социально-экономического развития. В противном случае экономика грозит на долгое время оказаться «посаженной на сырьевую иглу», что и произошло в стране в 1990-е гг. и во многом предопределило те колебания роста, о которых упоминалось выше.

Во-вторых, инновационный рост, в свою очередь, сам предполагает дальнейшее углубление диверсификации экономики на основе совершенствования производительных сил за счет, прежде всего, пополнения все большего количества отраслей экономики новыми передовыми научно-техническими достижениями, технологическими разработками и организационно-управленческими новациями.

Здесь, по нашему мнению, следует обозначить один важный момент. Иногда под «инновационным развитием» подразумевают конкретные передовые изобретения или отдельные технико-технологические новшества; иногда в определениях идут чуть дальше, трактуя понятия «инновационность» и «инновационное развитие» исключительно как своего рода механизмы внедрения в производство и постановки на конвейер новых изобретений. Между тем, подобные трактовки представляются слишком узкими. Конечно, и перечисленные цели тоже имеются в виду, но инновационное развитие следует рассматривать значительно шире, поскольку оно предполагает целый образ поведения в рамках всего национального хозяйства. Вот как, например, трактуют понятия «инновационность» и «инновации» специалисты Российской академии наук.

«Инновации, — подчеркивают авторы коллективной монографии под редакцией Р. С. Гринберга и П. В. Савченко, — понятие довольно широкое. Это не только принципиально новые продукты, технологические процессы, организационные преобразования и т.д., но и изобретения, новые концепции, представления и взгляды. Это прогресс и даже революция в знаниях, находящихся свое воплощение в жизни общества» (Российская социально-экономическая Система..., 2014, с. 60).

Соответственно, главной задачей государственной экономической политики на нынешнем этапе является всяческое содействие активизации деятельности на этих направлениях.

Понятно, что обеспечение устойчивой траектории экономического роста непосредственно зависит от степени устойчивости, иными словами, степени подготовленности к инновациям самой социально-экономической системы. В современных условиях обеспечение такой устойчивости, например, во многом зависит от эффективности использования методов стратегического планирования и прогнозирования. Сегодня вряд ли кто-нибудь станет отрицать, что сам по себе рынок не сможет отрегулировать

главные пропорции научно-технического развития в постоянно усложняющейся социально-экономической жизни.

В то же время необходимо помнить, что, к примеру, во времена СССР плановая экономика была призвана учитывать потребности и динамику развития всего народнохозяйственного комплекса, включавшего экономики бывших союзных республик, ныне — суверенных государств. В настоящее время в условиях развития национальных экономик, в том числе российской, на рыночных принципах, встает вопрос об организации эффективной системы уже не директивного, но тем не менее государственного планирования основных направлений социально-экономической жизни, стимулирования развития инвестиционной деятельности (включая прямое распределение государственных и стимулирование частных инвестиций). Поэтому, как напоминает в связи с этим академик РАН Сергей Глазьев, в условиях сохраняющейся рыночной системы хозяйствования планирование макроэкономических показателей по таким направлениям, как научно-техническое, пространственное, энергетическое, транспортное, остается индикативным. Директивное планирование возможно только на предприятиях госсектора, причем по ограниченному кругу показателей (Макурин, 2023).

Важнейшим фактором обеспечения инновационного роста является эффективное использование накопленного Россией научно-технического потенциала. Представляется, что в целом возможности такого потенциала являются достаточными для необходимого ускорения развития новых технологий в соответствии с мировыми требованиями, т.е. на уровне самых передовых мировых тенденций и стандартов. В связи с этим важно определить обоснованный, исключающий распыление средств перечень наиболее передовых и перспективных направлений научно-технологического развития, в которых российская наука в сотрудничестве с национальным бизнесом способна обеспечить прогнозируемые результаты (Каширин, 2022, с. 156). И здесь важная роль принадлежит как индикативному, так и директивному планированию.

Научно-технические и опытно-конструкторские разработки всегда являются предметами реализации научно-образовательного потенциала и результатами использования знания с целью их практического применения. Особенность же инноваций в том, что они выступают не просто материализацией новых идей и знаний, открытий, изобретений и научно-технических разработок, но материализацией их в широких масштабах в процессе производства с целью их последующей коммерческой реализации. Таким образом, научно-технические инновации должны, во-первых, обладать новизной, во-вторых, соответствовать запросам рынка и приносить прибыль производителю.

Пока же характерной особенностью, отличавшей до недавнего времени ситуацию с новейшими технологиями в нашей стране, являлось использование примерно 95% производимых наноматериалов и наноприборов не в промышленности, а для продолжения собственно научных исследований. Получается, что наука по большей части работает на саму себя. Подобное положение лишний раз свидетельствует об отставании России в области промышленного внедрения даже имеющихся уникальных отечественных научных разработок, «застаивании» их на лабораторно-институтской стадии (Каширин, 2022, с. 102).

В этом смысле у нас в области широкого практического применения имеющихся передовых достижений в науке и технологиях и по сей день сохраняется ситуация, которую, прибегая к образным характеристикам, А. А. Аузан описывает такими словами: «Со времени Лескова мало что поменялось: блоху подковать можем, а вот наладить массовое стандартизированное производство чего-то сложного — увы...» (Аузан, 2023, с. 16).

Таким образом, простое количественное увеличение, например, применяемых разного рода так называемых «умных» устройств с такими функциями, которые могли бы показаться фантастикой еще недавно, но при этом не сопровождаемое их массовым внедрением в производство, само по себе не может гарантировать инновационного прорыва в масштабах всей экономики и, соответственно, устойчивого роста.

Поэтому становится очевидным, что необходимы скорейшее формирование и внедрение в нашу экономическую систему особого механизма, который бы гарантированно обеспечивал переток научно-технологических достижений и разработок, полученных в академических и университетских лабораториях, в промышленно-производственный сектора экономики, их применение в повседневной жизни российских граждан. С другой стороны, те общепризнанные научно-технические результаты, что достигнуты в системе оборонно-промышленного комплекса, тоже необходимо использовать в гражданских секторах промышленности.

Без налаживания такого механизма нам не добиться подлинного устойчивого роста на инновационной основе.

Отсутствие такого механизма, помимо прочего, означает и очевидное отсутствие качественного развития. Например, по оценке Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП), наблюдаемое в последнее время наращивание объемов выпуска предприятиями отечественной промышленности происходит без освоения принципиально новых видов продукции. Это, прежде всего, обусловлено отсутствием опережающего роста инвестиций в передовые разработки, что, в свою очередь, ведет к воспроизведению уже имеющихся наработок, только в увеличенных объемах. Количественный рост в таком случае не отменяет проблемы отсутствия инновационного развития (Комраков, 2023).

С другой стороны, необходимо учитывать, что сама отечественная наука по-прежнему нуждается в поддержке. Для нашей страны это является ключевым вопросом развития. Возьмем лишь один пример. Так, по оценке академика РАН Абеда Аганбегяна, сегодня в России по-прежнему расходуется на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) в долевого отношении к ВВП втрое меньше средств (примерно 1% от ВВП), чем это было в СССР (Аганбегян, 2023). Конечно, эффективность научно-исследовательской деятельности в целом и достижение конечных качественных результатов определяются не только количеством выделяемых средств, однако необходимо признать, что без должного финансирования в дальнейшем едва ли вообще возможно рассчитывать на достижение достойного положения в системе современных международных экономических отношений.

Успешный переход отечественной экономики на рельсы преимущественно инновационного развития возможен посредством правильного определения точек инновационного роста и концентрации на этих направлениях средств и усилий экономической политики государства.

Такие перспективные точки прежде всего сосредоточены в отраслях реального сектора экономики. В связи с этим поддержка инновационной деятельности предпринимательских структур может включать:

- упрощение процедуры отбора перспективных инновационных проектов на федеральном и региональном уровнях и порядка предоставления государственных гарантий их реализации;
- содействие открытию новых предприятий, работающих на инновационных направлениях, и введение гибкой системы налоговых льгот;
- организация системы обеспечения доступа к дешевым инвестиционным ресурсам для осуществления инновационных проектов;
- расширение возможностей и стимулирование деятельности банков по кредитованию инновационного развития, в том числе малого и среднего бизнеса.

Последнее заслуживает отдельного внимания. В современной рыночной экономике небольшие (малые и средние) предприятия являются важным элементом существующей хозяйственной системы. Простота и мобильность их организации способствуют тому, что данный вид бизнеса играет ключевую роль в поддержании уровня занятости и открытии новых рабочих мест; так, в современных развитых странах в среднем два из трех новых рабочих мест создаются именно в сфере малого предпринимательства. В наши дни, когда мы говорим о ключевом значении задач инновационного развития, возрастают роль и место малого и среднего бизнеса во всей системе экономических отношений. Именно поэтому, например, решающим полем деятельности для малого бизнеса на Западе являются

не торговые павильоны и парикмахерские — при всей их безусловной важности, а научные и опытные лаборатории, работающие в теснейшей связи и по контракту с крупнейшими промышленными корпорациями. Как следствие этого, в последние десятилетия именно задачи инновационного развития национальной экономики во многих странах определяют важную роль и место малого и среднего бизнеса в системе экономических отношений. Та же мобильность в организации производственного процесса обуславливает особую роль этих предприятий в инновационном процессе — от проведения опытного производства продукта малыми сериями до оперативной его доработки и внесения последующих изменений в зависимости от конъюнктуры спроса.

По имеющимся экспертным оценкам, в настоящее время вклад малого и среднего предпринимательства в ВВП нашей страны составляет около 20% (Башкатова, 2023). В современных развитых странах на их долю приходится до 50–60% создаваемого ВВП, поэтому можно утверждать, что у структур малого и среднего бизнеса в России есть необходимый потенциал для дальнейшего роста, при наличии должной поддержки со стороны государства.

Зарубежный опыт показывает, что, например, в большинстве развитых стран, экономика которых была серьезно затронута мировым кризисом 2008–2009 гг., особое внимание уделялось активности малого и среднего бизнеса, способного создать большое число рабочих мест и при этом не требующего одновременно значительных прямых государственных финансовых вливаний. В целом такие предприятия с полным основанием рассматриваются как главный движущий фактор в процессе преодоления последствий кризиса, в частности, предотвращения массовой безработицы. Для них в национальных антикризисных программах почти всех стран в течение последних полутора десятилетий предусматривались значительные преференции в налогообложении, доступе к кредитным ресурсам и иной поддержке со стороны государства.

Преимущественно инновационное развитие, помимо прочего, ставит перед современным обществом задачу организации новых специальностей, основанных на самых передовых достижениях научно-технического прогресса, в том числе базирующимися на использовании искусственного интеллекта. В связи с этим российские экономисты прогнозируют, что в нашей стране при сохранении сегодняшних тенденций развития ИТ-технологий уже к 2035 г. исчезнет около 60 традиционных профессий; при этом одновременно, согласно этим же прогнозам, благодаря развитию цифровизации одновременно появятся 186 новых профессий (Садовая, 2018). Действительно, в новых условиях потребуются несравнимо большее количество операторов информационных и телекоммуникационных систем, специалистов в области логистики и т.п.

Примечательно выступление по этому вопросу в ноябре 2021 г. на конференции AIJourney 2021 помощника Президента РФ Максима Орешкина, который, в частности, сообщил, что, по разным оценкам, «в областях, связанных с искусственным интеллектом, до 2025 г. в мире будет создано 95 млн рабочих мест». В том числе, добавил М. Орешкин, «по нашим оценкам, на Россию придется около 3 миллионов рабочих мест» (Ваганов, 2021).

Со своей стороны, Институт статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» в недавнем аналитическом обзоре отмечает, что «в условиях трансформации экономики и решения задачи создания технологического суверенитета для промышленности необходимы не просто квалифицированные менеджеры и рабочие, умеющие хорошо создавать промышленное производство старого образца, а люди с новыми промышленно-ориентированными компетенциями, обладающие навыками совершенно другого типа, соответствующего уровню преобразований четвертой промышленной революции и цифровой эпохи» (ИСИЭЗ, 2023).

Подготовка и внедрение таких рабочих мест и новых специальностей в экономическую организацию общества являются одними из важнейших факторов инновационного развития и комплексной модернизации всего социального развития и национальной экономики в целом.

Специалистам нового профиля предстоит решать задачи, ранее никогда не стоявшие перед человеком, зачастую глобального характера. Уже сегодня даже сильнейшие экономики мира все чаще сталкиваются с постоянными всплесками климатических катаклизмов, в том числе последствиями глобального потепления, прямо влияющими на положение дел в хозяйстве и требующими значительного отвлечения материально-финансовых ресурсов. Вот лишь один показательный пример. В докладе главы корпорации «Роснефть» Игоря Сечина на XXVI Петербургском международном экономическом форуме (июнь 2023 г.), в частности, отмечалось, что в настоящее время около 10% всей производимой в мире электроэнергии расходуется на вентиляцию и системы кондиционирования (Роснефть, 2023).

Наконец, никакой по-настоящему инновационный рост на долгосрочной основе невозможен без коренного улучшения условий и качества жизни работающих и всего населения. Среди известных исследователей социальных вопросов последнего времени можно особо выделить лауреата Нобелевской премии по экономике Дж. Стиглица, занимающегося, в частности, проблемой использования качественных показателей роста благосостояния работающих и всего населения при оценке комплексных социально-экономических результатов, достигнутых в конкретной национальной экономике и обществе (Стиглиц, 2010). Приоритетный учет именно таких показателей при прогнозировании социально-экономиче-

ского развития на перспективу и разработке конкретных мер государственной политики должен быть положен в основу обеспечения инновационного развития.

Список литературы

1. Аганбегян, А. (2023). Денег нет, но их полно. Эксперт предложил решения для борьбы с бедностью. Интервью академика Абега Аганбегяна. *Аргументы и факты*. 26.06. Дата обращения 25.11.2023, https://aif.ru/money/economy/deneg_net_no_ih_polno_ekspert_predlozhil_resheniya_dlya_borby_s_bednostyu
2. Аузан, А. (2016). Александр Аузан: утечка мозгов из России — главный показатель их качества. Интервью Виктории Гудковой. *Аргументы и факты*. 01.12. Дата обращения 25.11.2023, https://aif.ru/money/economy/mozgi_-_nash_kapital_pochemu_v_rossii_buksuet_razvitie
3. Аузан, А. (2023). Пушки вместе с маслом. Что помогло России устоять под санкциями? Интервью Александра Аузана. *Аргументы и факты*. 10.03. Дата обращения 25.11.2023, https://aif.ru/money/economy/pushki_vmeste_s_maslom_chno_pomoglo_rossii_ustoyat_pod_sankciyami
4. Башкатова, А. (2023). Экономический рост становится вопросом национальной безопасности. *Независимая газета*. 25.07. Дата обращения 25.11.2023, https://www.ng.ru/economics/2023-07-25/2_8782_perspective.html
5. Бодрунов, С. Д. (2016). *Новое индустриальное общество: перезагрузка*. Культурная революция.
6. Ваганов, А. (2021). В России принят моральный кодекс строителей нейросетей. Гуманизированный искусственный интеллект. *Независимая газета. Наука*. 23.11. Дата обращения 25.11.2023, https://www.ng.ru/science/2021-11-23/9_8308_ai.html
7. ИСИЭЗ (2023). Кадры решают: для обеспечения технологического суверенитета нужны специалисты с новыми компетенциями. Дата обращения 25.11.2023, https://www.hse.ru/data/2023/04/18/2029425440/Industry_03.2023.pdf
8. Каширин, В. В. (2022). *Стратегия конвергенции наук и технологий в период цивилизационного слома: новая экономика третьего тысячелетия*: монография. РУСАЙНС.
9. Комраков, А. (2023). Инвестиции в технологическое ядро пробуксовывают. *Независимая газета*. 16.07. Дата обращения 25.11.2023, https://www.ng.ru/economics/2023-07-16/1_8774_investments.html
10. Макурин, А. (2023). План или пропал. Экономист Сергей Глазьев — о том, зачем России Госплан. *Аргументы и факты*. 13.01. Дата обращения 25.11.2023, https://aif.ru/money/economy/plan_ili_propal_ekonomist_sergey_glazev_o_tom_zachem_rossii_gosplan
11. Роснефть. (2023). Игорь Сечин представил ключевой доклад на Энергетической панели ПМЭФ-2023. 17.06. Дата обращения 25.11.2023, <https://www.rosneft.ru/press/news/item/214813/>
12. Российская социально-экономическая Система: реалии и векторы развития. (2014). Под ред. Р. С. Гринберга и П. В. Савченко. ИНФРА-М.

13. Росстат. (2010). Федеральная служба государственной статистики РФ. Официальный сайт. 16.09. <http://www.gks.ru>
14. Садовая, Е. С. (2018). Цифровая экономика и новая парадигма рынка труда. *Мировая экономика и международные отношения*, 62(12), 35–45.
15. Сергеев, М. (2023). Россию ждут три года трудной трансформации. *Независимая газета*. 13.08. Дата обращения 25.11.2023, https://www.ng.ru/economics/2023-08-13/1_4_8798_perestroyka.html
16. Стиглиц, Д. Е. (2010). Доклад Комиссии по оценке экономических результатов и социального прогресса. *Вопросы статистики*, (11), 3.

ЦИФРОВЫЕ ЭКОСИСТЕМЫ РОССИИ, НАСТОЯЩЕЕ И «РЕГУЛИРУЕМОЕ» БУДУЩЕЕ

Шмелева Надежда Васильевна

к.э.н.

НИТУ МИСИС

Москва, Россия

nshmeleva@misis.ru

Супруненко Иван Геннадиевич

аспирант

НИТУ МИСИС

Москва, Россия

Suprunenko123@mail.ru

Аннотация. Цифровые экосистемы являются молодой формой ведения бизнеса, именно поэтому процесс их регулирования требует доработок и усовершенствования. В данной статье изучен рынок цифровых экосистем России, проведен их анализ и выявлены основные лидеры. Рассмотрены существующие методы регулирования цифровых экосистем/платформ, выявлены преимущества и недостатки, а также рассмотрены позитивные примеры партнерства государства и экосистемы.

Ключевые слова: цифровая экосистема, государственное регулирование, цифровая экономика.

DIGITAL ECOSYSTEMS OF RUSSIA, PRESENT AND “REGULATABLE” FUTURE

Shmeleva Nadezhda

PhD in Economics

NUST MISIS

Moscow, Russia

nshmeleva@misis.ru

Suprunenko Ivan

graduate student

NUST MISIS

Moscow, Russia

Suprunenko123@mail.ru

Abstract. Digital ecosystems are a young form of doing business, which is why the process of their regulation requires modifications and improvements. This article examines

the market for digital ecosystems in Russia, analyzes them, and identifies the main leaders. Existing methods of regulating digital ecosystems/platforms are reviewed, advantages and disadvantages are identified, and positive examples of partnership between the state and the ecosystem are considered.

Keywords: digital ecosystem, government regulation, digital economy.

С самого первого момента появления во всем мире новой формы ведения бизнеса под названием «экосистема» лидирующие экономики мира столкнулись с проблемой регулирования данных экосистем. Россия не стала исключением, так как отечественный рынок экосистем развивается настолько быстро, что с каждым годом растет не только количество экосистем, но и открываются новые типы и виды, одним из которых является цифровая экосистема или цифровая платформа (Рязанова, 2021). В связи с этим проблема по регулированию цифровых экосистем является актуальной, так как активное развитие экосистем заставляет акцентировать внимание не только о конкуренции между собой, но и о конкуренции с государством, особенно в условиях активного развития цифровой экономики.

Министерство экономического развития Российской Федерации дает следующие определения данным терминам (Концепция общего регулирования деятельности..., 2021):

- цифровая экосистема — это клиентоцентричная бизнес-модель, которая объединяет две и более группы товаров, услуг и информации, для удовлетворения конечного потребителя;
- цифровая платформа — это бизнес-модель, которая позволяет поставщикам и потребителям взаимодействовать онлайн, для купли-продажи товаров, услуг и информации.

Для понимания актуального состояния рынка цифровых экосистем России мы рассмотрим ведущие экосистемы, проведем их анализ и выделим основных игроков на рынке цифровых экосистем (Алиев и др., 2021). В своем анализе мы будем опираться на следующие показатели:

- численность сервисов/компаний внутри экосистемы (от двух и более). Данный показатель демонстрирует масштаб экосистемы;
- количество сфер деятельности (banking, e-commerce, retail и др.). Данные позволят выявить основные сферы функционирования;
- численность пользователей экосистемы (количество активных пользователей единой подписки экосистемы). Результат покажет степень вовлеченности пользователей в экосистему;
- электронная составляющая и простота взаимодействия внутри экосистемы (единое приложение, единый ID и т.д., данный показатель является основополагающим в цифровой экосистеме).

Таким образом, были выделены основные критерии анализа, на которые мы будем опираться для достижения целей нашего исследования. Основной фокус будет направлен на исследование силы влияния экосистем и изучение существующих методов их регулирования.

С помощью вышеперечисленных критериев анализа мы изучили рынок экосистем России, выделили семь цифровых экосистем, среди которых выявили ключевых игроков и их основные направления:

- Banking — Сбер, ВТБ, Тинькофф;
- IT — VK и Яндекс;
- Telecom — МТС и Мегафон.

Из-за менее развитой экосистемой инфраструктуры в наш анализ не вошли следующие экосистемы: OZON, Avito и Wildberries.

Таблица 1

Основные параметры цифровых экосистем России

	Сервисы и компании	Сферы деятельности	Пользователи, млн чел.	Единый ID
Сбер	45	15	Около 6	Сбер ID
ВТБ	15	7	Нет данных	ВТБ ID
Тинькофф	11	9	Более 5	Tinkoff ID
VK	32	14	Более 5	VK ID
Яндекс	41	16	15,8	Яндекс ID
МТС	30	8	Более 8	Мобильный ID
Мегафон	13	5	Нет данных	Мобильный ID

Источник: составлено автором на основе собранных данных.

Данные по количеству пользователей, сервисов и сфер деятельности могут отличаться из-за двух факторов: во-первых, в течение 2022 г. и первого квартала 2023 г. происходили различные «перестановки» внутри экосистем, продажи, покупки и обмены компаний/сервисов экосистем. Во-вторых, при проведении анализа акцент ставился на цифровую направленность сервисов и компаний экосистем.

Тем не менее приведенные в табл. 1 данные не имеют существенных искажений и в полной мере выполняют возложенные на них цели, демонстрируя актуальное состояние на рынке цифровых экосистем России.

Для более наглядного представления структуры цифровых экосистем ниже приведены подробные примеры сфер деятельности экосистем и их сервисы/компании в данных сферах:

- Финансы: Сбер — сбербанк онлайн, ЮMoney и др.; ВТБ — ВТБ онлайн, ВТБ мои инвестиции и др.; Тинькофф — Долями, Тинькофф

инвестиции и др.; VK — VK Pay, Центр оплат Mail.ru и др.; Яндекс — Яндекс Pay, Сплит и др.

- Виртуальный ассистент: Сбер — «Салют»; ВТБ — Голосовой помощник; Тинькофф — «Олег»; VK — «Маруся»; Яндекс — «Алиса»; Мегафон — «Ева»;
- Медиа и развлечение: Сбер — «Афиша», Рамблер и др.; ВТБ — ВТБ Арена; Тинькофф — Журнал «Т-Ж»; VK — My Games, VK Музыка и др.; Яндекс — Яндекс Афиша, Яндекс Музыка, «КиноПоиск» и др.; МТС — KION, МТС Live и др.; Мегафон — онлайн-кинотеатр «Start», Мегафон Пресса и др.
- Единая подписка и программы лояльности: Сбер — СберПрайм, спасибо от Сбербанка; ВТБ — ВТБ Мультибонус; Тинькофф — Тинькофф PRO; VK — «Combo»; Яндекс — Яндекс Плюс; МТС — МТС Premium, МТС Cashback; Мегафон — Мегафон Плюс.

При подсчете пользователей учитывалось количество активных пользователей единой подписки, которая охватывает все сервисы экосистемы. Как видно из табл. 1, лидером по количеству пользователей является экосистема Яндекса, которая охватывает более 15 млн человек, второе место у МТС с более 8 млн человек, и третье место у экосистемы Сбер, с общим количеством более 6 млн пользователей. Данные по количеству пользователей экосистем ВТБ и Мегафон отсутствуют в открытом доступе. Стоит отметить, что мы не используем такие данные как количество посетителей сайтов или пользователи продуктов банка, мы намеренно опирались именно на экосистемную составляющую, а не на ее отдельные элементы.

Подводя итоги проведенного анализа, следует выделить основных игроков на рынке цифровых экосистем России, и, безусловно это экосистемы Яндекса, Сбера и VK. Общее состояние рынка цифровых экосистем России оценивается как развивающийся.

Как было отмечено ранее, 2022 г. был активным для цифровых экосистем. Произошло множество реструктуризаций как внутри, так и за пределами экосистем. Одной из таких перемен можно выделить продажу сервиса по доставке «Delivery Club» экосистеме Яндекс, или покупку экосистемой VK двух сервисов Яндекса: «Яндекс.Дзен» и «Яндекс.Новости».

Переходя к главному вопросу данного исследования, а именно к государственному регулированию цифровых экосистем, стоит напомнить, что цифровые экосистемы, зачастую идут совместно с цифровыми платформами, поскольку цифровая платформа является основной составляющей частью цифровой экосистемы.

В 2021 г., в рамках реализации национальной программы «Цифровая экономика» с применением механизмов государственно-частного партнерства, была разработана актуальная концепция общего регулирования деятельности групп компаний, развивающих различные цифровые

сервисы на базе одной «экосистемы» (Концепция общего регулирования деятельности групп компаний, развивающих различные цифровые сервисы на базе одной «Экосистемы», 2021). Основной целью данной концепции по регулированию цифровых экосистем и платформ является поддержание конкурентных условий на российском рынке. Развитие национальных платформ/экосистем в Российской Федерации в условиях конкуренции с иностранными платформами/экосистемами, защита интересов потребителей и поставщиков, способствующая экономическому росту, цифровизации и технологическому суверенитету России. Следовательно, основными направлениями регулирования цифровых экосистем и платформ, является конкурентная среда, национальная безопасность и технологический суверенитет страны (Курдин, 2021).

Задачи регулирования:

- разработка правовых основ по защите от внешних экосистем/платформ — гарантирование преференциального положения национальных экосистем/платформ на рынке России с учетом принятых международных обязательств;
- разработка правовых основ для поддержки конкуренции на российском рынке как среди лидирующих экосистемных моделей, так и с менее крупными платформами и малопопулярными поставщиками товаров и услуг;
- разработка правовых основ для развития государственных экосистем и платформ в будущем;
- соблюдение интересов поставщиков и потребителей экосистем и платформ.

Как мы видим, поставленные цели и задачи являются актуальными, но в основе своей несут макроэкономический характер, слегка затрагивая микроэкономический уровень в лице конечных пользователей. В свою очередь, государству, а именно Правительству РФ, стоит обратить внимание на существующие проблемы цифровых экосистем и цифровой экономики в целом, речь идет о росте случаев утечки личных данных пользователей.

Проблема больших данных (Big Data) заключается в обработке и хранении данных пользователя. За 2022 г. было зафиксировано порядка 150 крупных утечек персональных данных, что составляет более 70% от всех россиян. Из данных табл. 1 следует, что 5 крупнейших цифровых экосистем России обрабатывают как минимум 40 млн человек, чьи данные могут оказаться в опасности (TAdviser, 2023). Существующие законы, регулирующие защиту персональных данных граждан, устарели и не оказывают должного влияния на крупные компании, в том числе и экосистемы. Максимальное наказание по ст. 13.11 КоАП «Нарушение законодательства Российской Федерации в области персональных данных» составляет 100 000 руб. (КоАП РФ, Статья 13.11, 2001]. Данный штраф меньше затрат

необходимых для защиты персональных данных пользователей и существенно меньше получаемой прибыли экосистем.

Безусловно, существуют и положительные моменты в развитии цифровых экосистем и платформ. В последние годы в Российской Федерации ведется активная политика по созданию собственных цифровых платформ, основной целью которой будет являться обеспечение национальной безопасности и технологической независимости государства. Примерами таких платформ можно считать порталы «ГосУслуги» и «Mos.ru» (ИСТ.Moscow — открытая площадка о цифровых технологиях в Москве, 2023).

Однако государство пошло еще дальше, и в 2020 г. решили провести эксперимент по созданию государственной единой цифровой платформы (ЕЦП) — «ГосТех» (ГосТех) — единая цифровая платформа (ЕЦП), 2023). Целями данной ЕЦП являются перевод и развитие государственных информационных систем (ГИС) и их компонентов на ЕЦП. Исполнителем госзаказа по созданию ЕЦП стал единственный участник тендера — Сбербанк, стоимость разработки составляет 900 млн руб. 24 октября 2022 г. на базе ЕЦП «ГосТех» состоялся запуск первого ГИС сервиса «Федеральное имущество онлайн» от Росимущества. 14 марта 2023 г. Правительство РФ признало успешным эксперимент по созданию ЕЦП «ГосТех». В настоящее время происходит подготовка к переходу всех ГИС на ЕЦП «ГосТех» (TAdviser — ЕЦП «ГосТех», 2023).

Итак, как было отмечено ранее, существующие методы по регулированию цифровых экосистем охватывают макроуровень, обеспечивая жизнедеятельность самих экосистем, путем создания конкурентной среды. Однако существуют более важные проблемы, требующие доработки в сфере защиты персональных данных пользователей, так как экосистема по своей сути генерирует огромный поток данных, в нашем случае, это данные граждан Российской Федерации. Стоит также ужесточить штрафы за случившиеся утечки и усовершенствовать существующие законы, учитывая всевозможные способы обхода данных штрафов, путем фиктивного раздела компании, регистрации новых юридических лиц и т.д. Остается надеяться, что такие проекты, как ЕЦП «ГосТех», будут примером для дальнейшего сотрудничества государства и цифровых экосистем.

Список литературы

1. Алиев, М. М., Мамедов, М. А., Рзаева, В. В., & Сафарли, А. Х. (2021). Экосистема как новая модель развития финансовых организаций. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*, (8), 147–153.
2. «ГосТех» — единая цифровая платформа (ЕЦП). Дата обращения 22.03.2023, <https://platform.gov.ru>

3. КоАП РФ. Статья 13.11. Нарушение законодательства Российской Федерации в области персональных данных. Дата обращения 21.03.2023, <http://www.consultant.ru>
4. Курдин, А. А. (2021). Регулирование цифровых экосистем в рамках конкурентной политики: экономико-правовой подход. *Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал*, 13(4), 7–20.
5. Минэкономразвития (2023). Концепция общего регулирования деятельности групп компаний, развивающих различные цифровые сервисы на базе одной «Экосистемы». Дата обращения 23.03.2023, <https://www.economy.gov.ru>
6. *Рязанова, А. А.* (2020). Цифровые платформы: интегративный потенциал, основные понятия и свойства. *Вестник современных цифровых технологий*, (4), 26–36.
7. ICT.Moscow — открытая площадка о цифровых технологиях в Москве. Дата обращения 20.03.2023, <https://ict.moscow/>
8. TAdviser — Российский интернет-портал и аналитическое агентство. Дата обращения 21.03.2023, <https://www.tadviser.ru>
9. VC.RU (2022). Как российские компании развивают экосистемы — 2022. Дата обращения 20.03.2023, <https://vc.ru>

СТРАТЕГИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

*Халиков Манир Саидович
д.с.н., профессор
РАНХиГС
Москва, Россия
khalikov-ms@ranepa.ru*

*Халикова Ания Манировна
к. с. н., доцент
РАНХиГС
Москва, Россия
khalikova-am@ranepa.ru*

Аннотация. В статье проводится анализ социально-экономического развития депрессивных регионов Северного Кавказа. Пристальное внимание уделяется состоянию безработицы в Дагестане. Делается акцент на разработке стратегии социально-экономического развития региона, которая предполагает всесторонний учет всего комплекса вопросов, связанных с национальной культурой, социально-демографическим составом населения, проживающего на данной территории. Проводится социологическое моделирование социально-экономического развития Чеченской Республики как депрессивного региона. На основе полученных данных делается вывод, что реализацию стратегии модернизации социально-экономического развития депрессивного региона необходимо начинать с подъема сельского хозяйства и увеличения добычи нефти. Подчеркивается, что в целом Северо-Кавказский федеральный округ (СКФО) привлекателен для создания бизнеса, особенно связанного с туризмом.

Ключевые слова: стратегия, модернизация, регион, социально-экономическое развитие, Северный Кавказ, безработица, социальная сфера, уровень жизни, туризм, бизнес.

STRATEGY FOR MODERNIZING THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION

Khalikov Manir

Doctor of Sociological Sciences, Professor

PRANEPА

Moscow, Russia

khalikov-ms@ranepa.ru

Khalikova Ania

PhD in Sociological Sciences, assistant professor

RANEPА

Moscow, Russia

khalikova-am@ranepa.ru

Abstract. The article analyzes the socio-economic development of depressed regions of the North Caucasus. Close attention is paid to the state of unemployment in Dagestan. Emphasis is placed on developing a strategy for the socio-economic development of the region, which involves comprehensive consideration of the entire range of issues related to national culture, the socio-demographic composition of the population living in a given territory. A sociological modeling of the socio-economic development of the Chechen Republic as a depressed region is being carried out. Based on the data obtained, it is concluded that the implementation of a strategy for modernizing the socio-economic development of a depressed region must begin with the rise of agriculture and an increase in oil production. It is emphasized that in general the North Caucasus Federal District (NCFD) is attractive for creating a business, especially related to tourism.

Keywords: strategy, modernization, region, socio-economic development, North Caucasus, unemployment, social sphere, standard of living, tourism, business.

Курс на модернизацию экономики и всей общественной жизни России, провозглашенный в начале 2000-х гг., является стратегически важным направлением, и он напрямую зависит от того, насколько успешно будут реализовываться национальные проекты на уровне регионов — субъектов Российской Федерации. В настоящее время, как известно, наиболее острые социально-экономические проблемы характерны для регионов Юга России, особенно в связи с экономическими санкциями. Большинство южных регионов продолжают относиться к категории депрессивных. Напомним, что депрессивными регионами (или территориями) можно считать «пространственно локальные образования, в которых по экономическим, политическим, социальным, экологическим и иным причинам перестают действовать стимулы саморазвития, и. стало быть, нет оснований рассчитывать на саморазрешение кризисных ситуаций» (Орешин, 2021, с. 166).

Надо еще добавить к сказанному, что для депрессивных регионов характерны минимальное использование внутренних ресурсов региона, низкий уровень жизни населения, неэффективная экономика, они не стремятся к разделению полномочий, у них преобладают иждивенческие настроения и центристремительные силы (таковых примерно 17% от общего числа субъектов Федерации) (Халиков, 2019, с. 141). Иными словами, для преодоления состояния депрессивности на региональном уровне необходим комплекс мер общенационального характера. Особенно это касается национальных республик, входящих в состав Северо-Кавказского федерального округа (СКФО).

Успехи экономической модернизации в таких сложных условиях настоящего времени невозможны без определения *целевых установок* долгосрочного развития данной конкретной территории. Другими словами, речь идет о стратегии социально-экономического развития региона, которая, в свою очередь, требует всестороннего учета всего комплекса вопросов, связанных с национальной культурой, социально-демографическим составом населения, проживающего на его территории.

На современном этапе развития России крайне важно формировать действенный механизм по обеспечению социально-политической стабильности на территориях Северо-Кавказского федерального округа. Формирование такого механизма и действие его в постоянном режиме, по нашему мнению, являются, без преувеличения, необходимыми условиями для устойчивого экономического развития всего Юга России, в том числе и СКФО. Обеспечение военно-политической и экономической безопасности в прикаспийском регионе и на всем Северном Кавказе, сегодня является ключевым условием реализации, в том числе, и новых транспортных проектов на Каспии. Новые транзитные схемы на Каспии, в свою очередь, являются для России не только экономически выгодными проектами, но и эффективным способом защиты своих геополитических интересов на всем пространстве Каспийского и Черного морей.

Здесь важно понимать, что именно сочетание чисто военно-политических ресурсов с масштабной региональной социально-экономической политикой федерального центра в «проблемных» регионах Северо-Кавказского федерального округа поможет России удержаться в большом радиусе Каспийского и Черного морей. Без сочетания этих мер невозможно достичь социально-политической стабильности в ключевых регионах Северного Кавказа и реализовать масштабные транзитные проекты на их территориях.

Для успешного решения этих задач необходимо качественно модернизировать властные и общественные структуры в регионах округа с учетом предстоящих задач модернизации. В рамках этих мероприятий следует, прежде всего, реально повысить эффективность государственного

управления на территориях округа через максимально широкое и полное включение всех слоев общества в процессы формирования органов власти и контроля над их деятельностью. При решении этих задач очень важно учитывать специфику местного общества, поскольку состав его, обычаи, особенности исторического развития в Северо-Кавказском федеральном округе значительно отличаются от российского общества в целом. К примеру, здесь во многом сохранились традиционные институты, характерные для патриархального уклада жизни. Сегодня эти институты наряду с общественными организациями, отделениями политических партий и другими демократическими институтами могли бы при их правильном использовании и прозрачном характере деятельности стать одной из основ для формирования реального гражданского общества в округе.

Более того, СКФО отличается географическим, этническим, языковым, конфессиональным и культурным многообразием, что во многом определило образ жизни, историю и взаимоотношения его жителей. На Северном Кавказе проживают представители около 50 национальностей. На языке некоторых из них разговаривают лишь несколько сотен человек, а большие этнические группы насчитывают до миллиона и больше человек.

В этих условиях чрезвычайно важным представляется учет обычаев и общественной специфики населения многих регионов округа, особенно жителей небольших городов и сельской местности, где социально-экономические проблемы зачастую наиболее обострены. Поэтому ключевым пунктом начала мероприятий в рамках осуществления курса на модернизацию экономики представляется определение упомянутых выше целевых установок социально-экономического развития не только всего региона, но и конкретной территории (части) данного региона, на которой проживает конкретное население. Это население относится к той или иной этнокультурной группе и характеризуется определенными традициями и обычаями, а также столь же конкретными экономическими интересами. Таким образом, перед началом осуществления модернизационных мероприятий настоятельно необходимо становится определение таких целевых установок социально-экономического развития территорий, которые соответствовали бы объективным реалиям экономики и, вместе с тем, отражали бы наиболее насущные запросы населения данного региона.

В целях обеспечения объективного и, следовательно, более обоснованного подхода к определению таких целевых установок в контексте намеченных перспектив социально-экономического развития территорий, по нашему мнению, необходимо обязательное выявление отношения к таким вопросам со стороны наиболее авторитетных групп населения. Таковыми являются старейшины, представляющие наиболее авторитетную группу местного населения. Выявление общественного мнения этой социальной группы населения позволяет определить, во-первых, реальное

отношение населения к ключевым вопросам социально-экономического развития, среди которых основное место занимают пути достижения социально-политической стабилизации и направления развития производительных сил данной местности и всего региона, во-вторых, реальную степень поддержки со стороны авторитетных среди местного населения мероприятий, предлагаемых властными структурами. Без подобной поддержки в регионах Северного Кавказа практически невозможно осуществлять переход к модернизации экономики.

Весьма сложной проблемой для СКФО является безработица. От безработицы, как известно, страдает и экономическая, и социальная сфера. В социальной сфере последствиями безработицы становятся увеличение уровня преступности, алкоголизм, склонность к депрессивным состояниям и психическим расстройствам, высокий уровень социального напряжения.

Известно также, что безработица бывает нескольких видов. Одним из них является структурная безработица, которая возникает, когда в одном типе работников потребность исчезает, а в другом появляется. Тогда возникает дисбаланс, когда в одной области не хватает специалистов, а работники других сфер не могут трудоустроиться. Такая безработица не является аномальной. Она совершенно нормальна для развивающегося общества. Другой вид безработицы — циклическая. Она возникает в ситуации глубокого экономического кризиса, когда массово разоряются работодатели и ситуация в экономике нестабильна. С высокой долей вероятности именно с циклической безработицей мы имеем дело, говоря об особенностях СКФО.

Еще одной, не менее проблемной является сезонная безработица. Основной отличительной чертой работников на сезон выступает то, что они приостанавливают свою деятельность из-за того, что заканчивается сезон. А некоторые виды работ могут осуществляться лишь в конкретный период, в конкретное время года (сезон). В качестве примера можно привести труженников сельского хозяйства, которые трудятся только в сезон созревания агрокультур, что характерно для территорий СКФО. Однако сезонное трудоустройство не может являться основополагающим — работники должны иметь официальную занятость между рабочими сезонами.

Для экономики России принято считать характерной именно структурную «нормальную» безработицу, которая не считается негативным явлением. Но она дополняется безработицей циклической. Пропорция этих видов безработицы неодинакова для разных регионов РФ. «Согласно статистическим данным Российской Федерации, численность экономически активного населения в возрасте 15–72 лет (занятые и безработные) по итогам 2022 г. составила 74,9 млн человек, или 51% от общей численности населения страны. В численности экономически активного населения

на 01.01.2023 72,1 млн человек классифицировались как занятые экономической деятельностью и 3,0 млн человек — как безработные с применением критериев МОТ» (Официальный сайт Росстата).

Особую трудность представляет собой статистический учет неформальной занятости, потому что, во-первых, невозможно вести официальную статистику по такой занятости, а также составить сколько-нибудь полную картину этой сферы, во-вторых, неофициальное трудоустройство влечет за собой правовую уязвимость занятого таким образом населения.

С 2020 г. отмечается уверенное снижение показателя уровня безработицы, который по итогам 2022 г. по РФ составил 3,9%, что ниже на 1,9 п.п. в сравнении с 2020 г. Исходя из этого, можно сделать вывод, что политика властей РФ в отношении безработицы является эффективной, но она не может решить все проблемы, связанные с безработицей.

Подобные показатели не могут не обнадеживать, но нельзя забывать, что они относятся только к той категории лиц, которые имеют официальный статус безработных. То есть здесь не учитывается теневой сектор экономики, тогда как именно этот сектор оказывается весьма проблемным на Северном Кавказе.

Во многих научных публикациях отмечается, что в регионах Северного Кавказа довольно распространенным является проблема с трудоустройством, в особенности среди представителей молодого поколения. К примеру, в Республике Северная Осетия — Алания больше четверти официально оформленных нетрудоустроенных. Значительная часть этих людей, входящих в официальную статистику, являются трудоспособными гражданами, чей возраст не достигает и 40 лет, т.е. они официально относятся к молодежи.

Базу теневой экономики в данных регионах составляют разнообразные сферы, подобные нелегальной добыче, переработке, а также реализации нефтепродуктов на черном рынке, нелегальное изготовление, а также реализация контрафактной спиртной продукции, неправомерный улов осетровых рыб и промысел других морепродуктов с последующей нелегальной продажей.

Весьма остро проблема безработицы стоит в Дагестане. Безработными являются чаще всего молодые люди. Обычно им не больше 29 лет — самый трудоспособный возраст. Более того, многие из них не имеют вообще никакого опыта работы, а потому совершенно не способны конкурировать в столь агрессивной, как рынок труда, среде. Так же остро стоят проблемы с безработицей в соседних республиках, в Ингушетии и Чечне, которые по масштабам превосходят ситуацию в Дагестане. Так, в Чечне менее половины населения остаются безработными, несмотря на огромные дотации со стороны государства, а в Ингушетии безработными является около 30% от общей численности рабочей силы.

В Чечне руководство Республики констатировало, что уровень безработицы снижается (сокращение на 7,5 п.п. по итогам 2022 г. в сравнении с 2020 г.). Возможно, некоторая положительная динамика и присутствует. Однако радикально изменить положение дел до сих пор не удастся. Многие жители Чечни вынуждены покидать регион, уезжая в более благополучные уголки России. Однако по данным социологических исследований в регионе существуют ресурсы, которыми нужно умело распорядиться. Действительно Чеченская Республика по нашей типологии относится к депрессивным регионам, социально-экономическое развитие которых в основном зависит от дотаций из центра. Согласно имитационной модели, представленной экспертами, в настоящее время в Республике наблюдаются высокий уровень безработицы и довольно низкий уровень жизни населения региона (Халиков, Халикова, 2000, с. 98–99). Однако прогнозируемая ситуация на рынке труда может значительно улучшиться при условии благоприятной социально-политической ситуации. На основе данных экспертов можно предположить, что реализацию прогнозируемых «шагов» социально-экономической программы развития депрессивного региона важно начинать с подъема сельского хозяйства и увеличения добычи нефти. Это позволит обеспечить рабочими местами незанятое население и значительно укрепить экономику региона.

Необходимо также отметить существование проблем в социальной сфере, в частности, таких как коррупция, недостаток социальной защиты, сложности в образовательной сфере, высокий уровень безработицы, которые и приводят к оттоку молодежи на Северном Кавказе. Социологические исследования подтверждают, что экономические потрясения оказали негативное влияние на социально-экономическое положение населения и качество жизни в регионах, особенно на Юге России. Серьезной проблемой стала безработица среди молодежи, причем почти треть безработных — люди в возрасте до 30 лет. Молодые люди испытывают разочарование и часто ощущают себя чужими в рамках социума. Это может привести к конфликтам с социальными институтами и самим социумом, а также увеличить риски этнических столкновений на Северном Кавказе.

Для преодоления вышеназванных проблем необходимо проводить системные реформы в социально-экономической сфере и осуществлять модернизацию экономики в регионе. Республики Кавказа имеют значительный потенциал для повышения качества жизни своего населения. Одним из направлений, позволяющих достичь успеха, является согласование специализаций выпускаемых специалистов с требованиями рынка труда и конечно же увеличение инвестиций в образование. Это будет способствовать развитию человеческого капитала и улучшению положения молодежи в СКФО.

По данным Федеральной службы статистики за 2022 г., больше всего безработных (16,6% населения) проживают в Северо-Кавказском федеральном округе (488,7 тыс. человек).

Таблица 1

**Уровень безработицы населения в возрасте 15 лет и старше
по субъектам Российской Федерации
(по данным выборочных обследований рабочей силы), в %**

	2017	2018	2019	2020	2021	2022*
Российская Федерация	5,2	4,8	4,6	5,8	4,8	3,9
Центральный федеральный округ	3,2	2,9	2,9	3,9	3,5	3,0
Северо-Западный федеральный округ	4,2	3,9	3,6	5,0	3,9	3,2
Южный федеральный округ	6,0	5,6	5,3	6,1	5,1	4,1
Приволжский федеральный округ	4,7	4,4	4,2	5,2	4,1	3,3
Уральский федеральный округ	5,6	4,7	4,3	5,5	4,3	3,3
Сибирский федеральный округ	7,0	6,4	5,9	7,3	5,8	4,4
Дальневосточный федеральный округ	6,7	6,3	6,0	6,5	5,7	4,8
Северо-Кавказский федеральный округ	11,0	10,5	11,0	13,9	12,4	10,3
<i>Республика Дагестан</i>	12,0	11,6	13,0	15,7	15,1	12,1
<i>Республика Ингушетия</i>	26,4	26,3	26,4	29,8	30,9	28,5
<i>Кабардино-Балкарская Республика</i>	10,4	10,4	10,7	14,8	11,7	10,0
<i>Карачаево-Черкесская Республика</i>	13,5	12,0	11,7	14,7	12,3	9,8
<i>Республика Северная Осетия — Алания</i>	11,8	10,3	12,1	15,4	13,4	11,9
<i>Чеченская Республика</i>	14,0	13,7	13,5	18,5	14,5	11,0
<i>Ставропольский край</i>	5,2	5,0	4,8	6,2	5,3	4,3

* Без учета статистической информации по Донецкой Народной Республике (ДНР), Луганской Народной Республике (ЛНР), Запорожской и Херсонской областям.

Источник: по официальным данным Росстата.

Нестабильность на рынке труда на Северном Кавказе и высокий уровень безработицы позволяют судить о недостаточно продуманной социальной политике. Принимаемые ранее меры не решили всю сложность создавшейся ситуации. В то время как большинство регионов Российской Федерации смогли выйти из кризисной ситуации, в республиках Северного Кавказа не намечилось никакого радикального перелома. Мы по-прежнему имеем дело с высоким уровнем безработицы, клановостью и всеми вытекающими отсюда негативными последствиями. Поэтому необходимо отказываться от умеренной политики, которая в лучшем случае приводит к стагнации, а в худшем — углубляет пропасть проблем. Поэтому требу-

ются современные решительные меры, исходящие из требований сегодняшнего дня.

Регионы Северного Кавказа имеют ресурсы для модернизации экономики и создания условий для развития кадрового потенциала. Данные Федеральной службы государственной статистики показывают высокий уровень образования в республиках, особенно в таких как Республика Северная Осетия — Алания, Кабардино-Балкарская Республика, Республики Чечня, Дагестан и Ингушетия, по сравнению с показателями других субъектов РФ.

Подводя итог, стоит отметить, что Северо-Кавказский федеральный округ является отстающим от среднего уровня развития регионов в РФ по ряду причин, среди которых недостаточность инвестиций в экономику и развитие человеческого капитала. Несмотря на то, что с 1991 г. население Северного Кавказа существенно возросло, этому не сопутствовало значительное улучшение уровня жизни населения. Капиталовложения в социально-экономическое формирование регионов СКФО в расчете на отдельного человека находились на уровне куда более низком, нежели в самодостаточных субъектах Российской Федерации. Однако инвестиционная привлекательность региона в последние годы растет. Так, по мнению экспертов отрасли, на фоне роста турпотока и популяризации региона, а также на фоне позитивных тенденций развития экономики Дагестана, в 2022–2024 гг. в регионе будет иметь место интенсивный прирост инвестиционного капитала, прежде всего в объекты туристической инфраструктуры¹.

Природные условия, климат, исторический контекст делают многие регионы Северного Кавказа очень привлекательными для туристов, однако эта сфера до пор сих недостаточно хорошо развита. В последние годы именно Республика Дагестан привлекает все большее число туристов. Регион известен своими горными цепями, красивейшими природными ландшафтами и древними памятниками архитектуры. Город Дербент является историческим памятником на территории Российской Федерации.

Но, несмотря на все эти преимущества, туризм в республике развит довольно слабо — его потенциал значительно превосходит положение дел, которое мы имеем на сегодняшний день. Здесь снова встает вопрос о развитии социальной инфраструктуры, которая отсутствует почти повсеместно на Северном Кавказе. Чтобы справиться с этими трудностями, правительство Республики Дагестан должно активнее работать для привлечения в регион новых инвестиций, создавать в Дагестане перспективы для развития бизнеса, уделять больше времени рекламе и конструирова-

¹ Российская газета. Экономика Северного Кавказа. 2023. 6 июня. № 9067.

нию положительного медийного образа региона, который по-прежнему может отпугивать туристов из-за их предубеждений и предрассудков, которые совершенно не отражают реальную картину современного Дагестана. Самым важным следствием развития туризма в регионе, на наш взгляд, должна стать низкая безработица. Сфера туризма не только обеспечит новыми рабочими местами тех безработных, которые будут устроены на работу в рекреационную сферу, но оживит экономику региона в целом. А это в свою очередь простимулирует создание новых рабочих мест, позволит снизить текучесть кадров и привлечет туда новые стартапы.

Действительно, СКФО привлекателен для создания бизнеса, особенно связанного с туризмом. Однако на практике перспективы такой стратегии осложняются факторами риска. Предпринимателей заботят уровень безопасности, состояние инфраструктуры, уровень квалификации работников. Не вызывает сомнений, что Правительство РФ предпримет логичные шаги к решению этих проблем, так как это уже делалось ранее в рамках федеральных программ, проектов и инициатив.

По нашему представлению, для территорий Северо-Кавказского федерального округа, особенно нуждающихся в притоке инвестиций (в том числе иностранных) для выхода из нынешнего депрессивного состояния и обеспечения устойчивого социально-экономического развития, необходимы организация и постоянное отслеживание изменений ситуации и соответствующее информационное обеспечение. Это является важнейшим условием, способным изменить непростое социально-экономическое положение в регионе и привести к экономическому росту.

Список литературы

1. Ахмедуев, А. Ш. (2021). Государственная политика регионального развития и ее последствия в регионах северного Кавказа: неравенство, безработица, бедность. *Региональные проблемы преобразования экономики*, (5(127)), 5–16.
2. Джиоев, А. В. (2022). О феномене роста занятости населения регионов Северного Кавказа. *Теория и практика общественного развития*, (12(178)), 127–132.
3. Инвестиции в Кавказ — это реально. (2020). Материалы Санкт-Петербургского экономического форума. *Известия*. 17.06.
4. Магомадов, Э. М., Абдулазимов, С. М., & Муртазалиева, А. Х. (2020). Статистический анализ напряженности на рынке труда СКФО. *Вестник Академии знаний*, (5(40)), 250–254.
5. Мачехин, А. А., & Гевондян, А. В. (2020). К проблеме занятости и безработицы в регионах Северо-Кавказского федерального округа. *Тенденции развития науки и образования*, (59-2), 18–21.
6. Орешин, В. П. (2021). *Регулирование региональной экономики: специфика и альтернативы: лекции по спецкурсу*. МАКС Пресс.
7. Росстат. Официальный сайт. Дата обращения 18.02.2023, https://rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries

8. Халиков, М. С. (2019). *Социология распределительного процесса*: монография. РУСАЙНС.
9. Халиков, М. С. (2005). *Экономическая социология. Региональный аспект*. Академический проект.
10. Халиков, М. С., & Халикова, А. М. (2000). *Формирование и развитие регионального рынка труда. Методология и методы исследования*: монография. МАКС Пресс.
11. *Экономические, социальные и инновационные индикаторы развития регионов*. (2010). Доклад Независимого института социальной политики (НИСП) и Института экономической политики им. Е. Т. Гайдара. М.

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОГРАММ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА¹

Макареня Татьяна Анатольевна
д.э.н., заведующий кафедрой инженерной экономики
Южный Федеральный Университет
Ростов-на-Дону, Россия
tamakarenya@sfedu.ru

Калиниченко Алексей Игоревич
аспирант
Южный Федеральный Университет
Ростов-на-Дону, Россия
neteconmsu@gmail.com

Маннаа Али Сажи
аспирант
Южный Федеральный Университет
Ростов-на-Дону, Россия
neteconmsu@gmail.com

Петренко Светлана Владимировна
к.э.н., доцент
Южный Федеральный Университет
Ростов-на-Дону, Россия
neteconmsu@gmail.com

Аннотация. Данное исследование посвящено представлению некоторых результатов анализа эффективности региональных программ развития промышленности в части выполнения целевых индикаторов.

Ключевые слова: Программа развития промышленности, анализ эффективности показателей.

¹ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00537, <https://rscf.ru/project/23-28-00537/>

ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF REGIONAL PROGRAMS AS A FACTOR IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE INDUSTRIAL COMPLEX OF THE SOUTHERN FEDERAL DISTRICT

Makarenya Tatiana
Doctor of Economics, Head of the Department
of Engineering Economics
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russiatamakarenya@sfnedu.ru

Kalinichenko Alexei
graduate student
South Federal University
Rostov-on-Don, Russia
neteconmsu@gmail.com

Mannaa Ali
graduate student
South Federal University
Rostov-on-Don, Russia
neteconmsu@gmail.com

Petrenko Svetlana
PhD in Economics
South Federal University
Rostov-on-Don, Russia
neteconmsu@gmail.com

Abstract. This study is devoted to presenting some results of the analysis of the effectiveness of regional industrial development programs in terms of meeting target indicators.

Keywords: Industrial Development Program, performance analysis of indicators.

В настоящее время для обеспечения суверенитета России необходимо возрождение и развитие промышленного комплекса страны. Промышленность страны развивалась исходя из особенностей территории, ее обеспечения необходимыми природными ресурсами для определенной отрасли промышленности, наличия соответствующих квалификационных кадров и государственных задач, которые ставило руководство страны. Промышленный комплекс Южного федерального округа представлен большим количеством предприятий и организаций, ведущих свою деятельность

в различных отраслях промышленности, основной целью которых неизменно является повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции на рынке Российской Федерации.

Доля ЮФО в обрабатывающем производстве составляет 6%, это достаточно высокая доля среди федеральных округов (рис. 1).



Рис. 1. Обрабатывающая промышленность в разрезе федеральных округов

Источник: составлено авторами с использованием:

(Социально-экономические показатели..., 2022).

Деятельность предприятий базируется не только на конкретных миссиях, целях и задачах, которые ставит перед собой любая организация, но и на нормативных документах, представленных в основном через государственные программы развития промышленности. Основным законом является Федеральный закон от 31.12.2014 № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации» (с посл. изм. от 01.05.2022 № 130-ФЗ) (Федеральный закон, 2014), на основе которого в каждом субъекте ЮФО разработаны и утверждены собственные программы развития, направленные на те отрасли промышленности, которые представлены на территории конкретного субъекта.

Основной проблемой, которую сформировали авторы данной работы, является определение методики для анализа эффективности региональных программ развития промышленности, действующих на территории Южного федерального округа. Для этого проведен анализ текущего состояния развития промышленности в округе. Так, согласно официальным данным, выпуск промышленной продукции ЮФО в 2022 г. увеличился на 2,5%, а в секторе обрабатывающего производства - на 5,7% по отношению к 2021 г., хотя в целом по стране данные показатели снизились (Статистические сведения, 2023, с. 7). Особенность промышленности ЮФО в отличие от других округов представлена высокими показателями

в обрабатывающей промышленности, в том числе пищевой и составляет 74,9% (по России 64,6%) (Социально-экономическое положение..., 2022, с. 12). Наибольший вклад в общий прирост промышленного производства оказали Ростовская область, Волгоградская область и Краснодарский край в таких ключевых видах деятельности, как производство транспортных средств и оборудования, компьютеров, электронных и оптических изделий, выпуск готовых металлических изделий, металлургия, пищевые продукты, производство одежды и текстильных изделий (Социально-экономическое положение..., 2022, с. 18). ЮФО имеет весомую долю в общероссийском производстве в части увеличения объемов по приоритетным видам деятельности в 2022 г. по сравнению с предыдущим годом.

В ходе исследования были проанализированы данные о реализации региональных программ, направленных на развитие промышленности в Южном федеральном округе. Следует отметить, что единой программы для федерального округа нет. Были выявлены основные направления программ, а также их результативность.

Одним из наиболее успешных направлений является поддержка малого и среднего бизнеса. Предприниматели получают возможность развивать свои бизнесы и создавать новые рабочие места благодаря региональным программам, предоставляющим финансовые и консультационные услуги. Важным направлением является модернизация производственных мощностей. Региональные программы предоставляют льготы и субсидии на модернизацию оборудования, благодаря чему предприятия могут увеличивать эффективность производства и повышать конкурентоспособность на рынке.

Однако, несмотря на успехи в реализации региональных программ, остается ряд проблем, мешающих полноценному развитию промышленного комплекса. В частности, это недостаток квалифицированной рабочей силы в регионе и недостаточная инфраструктура. Проведенный анализ программ субъектов ЮФО также показал некоторую разрозненность в определении целевых показателей (индикаторов) достижения заявленных результатов.

Программа Волгоградской области. Программа «Развитие промышленности Волгоградской области и повышение ее конкурентоспособности». На текущий момент программа включает три подпрограммы по развитию промышленности и особенностью программы Волгоградской области является количественное представление целевых показателей.

Промышленность Волгоградской области является важной составляющей реального сектора экономики региона и представлена практически всеми видами экономической деятельности. Волгоградская область имеет выгодное географическое положение и занимает важные стратегические позиции в социально-экономическом развитии юга России.

Программа Волгоградской области направлена на обеспечение достижения конкретных показателей и индикаторов социально-экономического развития промышленности области на основе программно-целевого метода путем реализации конкретных мероприятий государственной программы.

Программа «Развитие промышленности и транспортной системы Астраханской области». Программа претерпела значительные изменения и переориентацию. Были изменены не только показатели и ожидаемые результаты, но даже цели и задачи развития промышленности Астраханской области.

Астраханская область обладает богатыми природными ресурсами, определяющими потенциал развития отдельных отраслей промышленности. Сырьевую базу нефтегазовой отрасли региона составляют запасы нефти, газа и конденсата, разведанные на территории Астраханской области и на континентальном шельфе российского сектора Каспийского моря.

Программа направлена на рост эффективности проектов недропользования, добычи, переработки, рациональному использованию минерально-сырьевой базы региона, формированию условий для социально-экономического развития на долгосрочную перспективу.

Государственная программа Республики Крым «Развитие промышленного комплекса». В данном округе программа развития промышленности реализуется только с 2022 г. Ее окончание запланировано в 2025 г., однако целевые показатели и результаты реализации программы весьма обширны.

Программа направлена на разрешение следующих основных проблем:

- недостаточной конкурентоспособности промышленной продукции;
- развития технологического потенциала промышленного комплекса республики;
- повышения уровня инновационной активности промышленных предприятий.

Программа направлена на создание условий для модернизации существующих индустриальных производств (в том числе по линии импортозамещения) и повышение конкурентоспособности промышленной продукции, так как промышленный комплекс является ведущим сектором экономики Республики Крым, на долю которого приходится 16,8% — крупнейшая доля в валовом региональном продукте.

Государственная программа Республики Адыгея «Развитие экономики». Лишь в декабре 2022 г. в ней появилась подпрограмма «Развитие промышленности». Представленные цель, задачи и ожидаемые результаты соответствуют основной программе, тогда как для введенной подпрограммы в паспорте добавлена лишь одна задача и один дополнительный результат (это индекс промышленного производства).

Подпрограмма «Развитие промышленности» включает одно основное мероприятие: «Поддержка проектов развития промышленности, развитие инфраструктуры и поддержка инвестиционных проектов», и реализуется путем предоставления субсидий автономному учреждению Республики Адыгея «Фонд развития промышленности Республики Адыгея» на займы субъектам промышленности и гранты на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитным договорам.

Приоритетные и перспективные экономические специализации включают довольно обширный перечень отраслей, например, производство бумаги и бумажных изделий; готовых металлических изделий, машин и оборудования, мебели; напитков; одежды; пищевых продуктов и др.

Проблемы развития промышленности Республики Адыгея в программе не зафиксированы.

Государственная программа «Экономическое развитие и улучшение инвестиционного климата в Республике Калмыкия». Программа включает три подпрограммы, нацеленных на экономическое развитие республики и улучшение инвестиционного климата, в том числе для отраслей промышленности.

Республика располагает значительными ресурсами полезных ископаемых: нефть, газ, поваренная соль, разнообразные строительные материалы. Калмыкия относится к регионам с доказанной промышленной нефтегазоносностью и является высокоперспективной территорией для поисков месторождений нефти и газа, как на суше, так и на прилегающей акватории Каспийского моря.

К числу неблагоприятных факторов следует отнести сложившееся отставание объемов прироста разведанных запасов углеводородов, дефицит инвестиционных ресурсов, отсталую технологическую базу, высокую степень физического и морального износа основных производственных фондов, низкий уровень загрузки производственных мощностей.

Программа нацелена на устранение этих неблагоприятных факторов.

Государственная программа «Развитие промышленности Краснодарского края и повышение ее конкурентоспособности» не имеет подпрограмм. Цели и задачи прописаны в программе, однако ожидаемые результаты от реализации не указаны. Связать результаты программы можно через стратегическую цель под № 11, которая поставлена в Стратегии социально-экономического развития Краснодарского края, так как большая часть текста программы исключена различными постановлениями губернатора и сейчас она представляет собой только таблицы с перечнями мероприятий, задач, финансирования и т.п.

Стратегическая цель определена как «регион умной экологически чистой промышленности, ориентированной на потребности социума, имеющий высокую конвергенцию с ключевыми экономическими ком-

плексами Южного полюса роста» и развернута в четыре цели второго уровня в проекции четырех базовых отраслей промышленности: продукция химической промышленности; производство мебели и других изделий деревопереработки; металлообработка, а также производство тяжелого, сельскохозяйственного и пищевого оборудования; и легкая промышленность.

Проблемы развития промышленности Краснодарского края в программе не зафиксированы.

Государственная программа «Развитие промышленности города Севастополя». Стоит отметить, что, как и в Республике Крым, программа начала свою реализацию с 2022 г., а количество целевых индикаторов достижения результатов можно сравнить лишь показателями Волгоградской области.

В Севастополе ведут свою деятельность большое количество субъектов деятельности в сфере промышленности (на 01.01.2021 составило 542) в добывающей отрасли (добычу металлургического известняка, производство щебеночного и песчаного материала; производство стеновых блоков из известняка, плит облицовочных пиленых из известняка, муки и щебня известнякового) и предприятия машиностроительной отрасли (производство теплообменных аппаратов различного назначения; производство центробежных электронасосных агрегатов для питьевой, шахтной и морской воды, агрессивных сред, оборудования для канализационных очистных сооружений (щитовые затворы), судовых систем и другого оборудования для городского, промышленного и сельскохозяйственного водо- и теплоснабжения; полный цикл услуг по механообработке, литью пластика, а также прессованию резины, термообработке, гальваническому, лакокрасочному и порошковому покрытию).

При этом следует подчеркнуть, что ставка на возрождение и опережающее развитие только тех секторов экономики, которые будут в основном обслуживать базирование в г. Севастополе Черноморского флота и частей Минобороны России, не обеспечит должной занятости населения в растущем городе. Однобокое развитие города замедлило бы и темп преобразований в его экономике и повышение ее эффективности.

Город Севастополь стремится стать территорией высокого технологического развития и производства продукции с высокой добавленной стоимостью в сфере промышленности в таких отраслях, как:

- 1) морская деятельность (в первую очередь судоремонт и специализированное судостроение), а также иные сервисы по обслуживанию флота;
- 2) высокотехнологичное машиностроение (в первую очередь приборостроение и электроэнергетика (производство электротехники)).

Программа Ростовской области «Энергоэффективность и развитие промышленности и энергетики» отличается количеством подпрограмм от дру-

гих субъектов и включает целых 6 позиций. Цель, задачи, целевые показатели и ожидаемый результат представлены общими словами, однако стоит отметить, что каждая их шести подпрограмм дополнена своими собственными целя, задачами и ожидаемыми результатами, которые представлены более подробно.

Основными приоритетами в сфере промышленности Ростовской области являются создание и развитие импортозамещающей продукции. Приоритетными отраслевыми направлениями являются химическое производство (в том числе мало- и среднетоннажная химическая продукция); энергетическое машиностроение; сельскохозяйственное машиностроение; транспортное машиностроение; авиастроение.

Какой-либо информации о текущем состоянии промышленности Ростовской области в программе не имеется, только бесконечные таблицы с показателями, мероприятиями, а также методики расчета предоставления субсидий и трансферов из бюджетов.

Проблемы развития промышленности и пути их решения в программе Ростовской области не зафиксированы.

На основании проведенного анализа программ регионов Южного федерального округа сформированы несколько проблем реализации государственных программ развития промышленности:

1. Недостаточное финансирование государственных программ развития промышленности в регионах ЮФО.
2. Низкая эффективность использования выделенных средств.
3. Отсутствие комплексного подхода к реализации программ, что приводит к разрозненности мероприятий и неэффективности достижения целей.
4. Низкая конкурентоспособность промышленных предприятий в регионах ЮФО на фоне мировой экономической конкуренции.
5. Недостаточное внимание к развитию инновационного сектора промышленности.
6. Недостаточная государственная поддержка малого и среднего бизнеса в промышленности.
7. Низкий уровень квалификации кадров в отраслях промышленности в регионах ЮФО.

Для успешной реализации государственных программ развития промышленности в регионах Южного федерального округа необходимо решение данных проблем.

Авторами предлагается методика оценки эффективности региональных программ, учитывающая степень соответствия установленных и достигнутых целевых показателей (индикаторов) развития. Такая оценка отражает ход реализации программы за каждый год и одновременно является наиболее информативной для принятия управленческих решений.

Таким образом, региональные программы являются важным фактором устойчивого развития промышленного комплекса Южного федерального округа. Несмотря на некоторые проблемы, их эффективность подтверждается успехами в поддержке малого и среднего бизнеса и модернизации производственных мощностей.

Список литературы

1. Официальный Интернет-портал администрации муниципального образования город Краснодар и городской Думы. https://advis.ru/php/view_news_ajax.php?id=65B7A1CB-9BC3-F742-84BC-13481CDAFCFF
2. Официальный портал Правительства Ростовской области. Дата обращения 15.03.2023, <https://www.donland.ru/activity/1446/>
3. Официальный сайт Комитета промышленной политики, торговли и топливно-энергетического комплекса Волгоградской области. Ежегодный отчет комитета промышленной политики, торговли и топливно-энергетического комплекса Волгоградской области перед жителями Волгоградской области. Дата обращения 20.03.2023, <https://promtorg.volgograd.ru/current-activity/reports/>
4. Официальный сайт Министерства экономического развития Республики Крым. Дата обращения 27.03.2023, <https://minek.rk.gov.ru/ru/structure/648>
5. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Ростовской области. (2022). Ростовская область в цифрах (2021): крат. стат. сб./ Ростовстат. Ростов-н/Д. <https://61.rosstat.gov.ru/folder/30195>
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. <https://rosstat.gov.ru/folder/11109>
7. Официальный сайт Фонда развития промышленности. Дата обращения 10.03.2023, <https://www.russia-led-ssl.ru/wp-content/uploads/2021/01/Проект-ГИСП.pdf>
8. Социально-экономические показатели Южного федерального округа в январе-сентябре 2022 г. (2022). Ростов-на-Дону. Дата обращения 01.03.2023, <https://rostov.gks.ru/>
9. Социально-экономическое положение Южного федерального округа в январе-декабре 2022 года. (2023). Ростов-на-Дону. Дата обращения 13.03.2023, <https://rostov.gks.ru/folder/30195>
10. Федеральный закон от 31.12.2014 № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации». Дата обращения 10.03.2023, http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173119/

ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ АВТОРСКИЕ И СМЕЖНЫЕ ПРАВА КАК ОБЪЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ГРАЖДАНСКОМ ОБОРОТЕ

*Щербак Наталия Валериевна
д. юрид. н., доцент*

*МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия*

профессор кафедры интеллектуальных прав Университета им. О. Е. Кутафина

МГЮА

neteconmsu@gmail.com

Аннотация. За последние 30 лет в гражданском обороте появился целый ряд объектов гражданского права, не существовавших или существовавших в неразвитом виде на момент принятия Гражданского кодекса РФ. К таким объектам можно отнести интеллектуальные права и, прежде всего, исключительные права, полноценный оборот которых появился лишь в новой российской рыночной экономике. Экономика советского периода не только не знала развитой системы договоров в области интеллектуальных авторских и смежных прав, что повлияло на современное российское гражданское право, но и не нуждалась в них. Напротив, современный имущественный оборот не может обойтись без объединения активов. В статье автор предлагает рассмотреть возможные способы управления исключительными правами в современном гражданском праве.

Ключевые слова: авторские права, смежные права, исключительные права, интеллектуальная собственность.

EXCLUSIVE COPYRIGHT AND RELATED RIGHTS AS OBJECTS OF MANAGEMENT IN MODERN CIVIL CIRCULATION

Shcherbak Natalia

*Doctor of Law, Associate Professor
Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia*

Professor of the Department of Intellectual Rights at the University. O. E. Kutafina

neteconmsu@gmail.com

Abstract. Over the past thirty years, a number of objects of civil law have appeared in civil circulation that did not exist or existed in an undeveloped form at the time of the adoption

of the Civil Code of the Russian Federation. Such objects include intellectual property rights and, above all, exclusive rights, the full-fledged turnover of which appeared only in the new Russian market economy. The economy of the Soviet period not only did not know a developed system of contracts in the field of intellectual copyright and related rights, which influenced modern Russian civil law, but also did not need them. On the contrary, modern property turnover cannot do without pooling assets. In the article, the author suggests considering possible ways of managing exclusive rights in modern civil law.

Keywords: copyright rights, related rights, exclusive rights, intellectual property.

Исключительное право — это полноценный имущественный актив, который неизбежно требует управления. И. И. Зикун отмечает, что управление капиталом требует наличия у управляющего профессиональных знаний, навыков и умений в таких областях, как юриспруденция, экономика, менеджмент, антикризисное управление, бухгалтерский учет и многих других (Зикун, 2021). Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) выделяет два вида управления исключительными правами: коллективное управление авторскими и смежными правами (ст. 1242–1244 ГК РФ) и доверительное управление (гл. 53 ГК РФ)¹. Особенная актуальность затрагиваемой проблематики обусловлена еще и тем, что управление исключительным правом как имущественным, оборотоспособным активом осуществляется в целях улучшения качества жизни, условий ведения предпринимательской деятельности и использования при этом информационных технологий².

Объяснение существования института коллективного управления обусловлено невозможностью и затруднительностью осуществления прав в индивидуальном порядке, а причина такой невозможности в свою очередь обусловлена характером объекта и способом его использования. В прежнем законодательстве регламентации данного института были посвящены всего несколько статей Закона РФ от 09.07.1993 № 5351-1 «Об авторском праве и смежных правах». Анализ положений этих статей не позволял выяснить сущность и особенности института коллективного управления. Не секрет, что некоторые авторские общества создавались исключительно в целях обогащения своих учредителей, которые и не предполагали выплачивать вознаграждение авторам. Возможность таких действий во многом связана с тем, что Закон РФ «Об авторском праве и смежных

¹ Часть четвертая Гражданского кодекса Российской Федерации от 18.12.2006 № 230-ФЗ, введ. в действие с 1 января 2008 г. Федеральным законом от 18.12.2006 № 231-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 25 декабря 2006 г. № 52 (Ч. I). Ст. 5496.

² В 2017 г. Правительственная комиссия разработала план мероприятий программы «Цифровая экономика Российской Федерации», в рамках которой была утверждена Концепция Федерального закона «О внесении изменений в часть четвертую ГК РФ». URL: <https://sk.ru/documents>

правах» разрешал любым ОКУП заключать договоры в отношении произведений любых авторов, даже тех, которые не заключили с этим обществом договор. Часть четвертая ГК РФ предоставляет возможность заключения договоров от имени любых авторов, но только официальным аккредитованным обществам по коллективному управлению авторскими правами (система расширенного коллективного управления).

Российская Федерация 16 декабря 2011 г. подписала Протокол о присоединении к Марракешскому соглашению об учреждении ВТО¹. В соответствии с данным актом Россия, присоединяясь к Соглашению ВТО, становится членом ВТО. Среди обязательств, принятых на себя Россией при вступлении в ВТО, имеется обязанность по истечении пяти лет после вступления в силу части четвертой ГК РФ отменить недоговорное управление правами (срок истек 1 января 2013 г.). Однако срок отмены системы расширенного коллективного управления — вопрос спорный. Так, для переноса сроков отмены бездоговорного управления решили использовать двойственность соглашений по присоединению к ВТО: Россия обязана выполнить данное обязательство в течение пяти лет после принятия части четвертой ГК РФ (2008 г.) или после ратификации Протокола о присоединении к ВТО (2012 г.). Вопрос о необходимости отмены расширенного коллективного управления стал главным предметом рассмотрения на заседании Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам, которое состоялось 28 ноября 2014 г. (подробнее см.: (Бездоговорная защита... 2014)). Несмотря на давление со стороны представителей ВТО, система расширенного представительства существует в России и по настоящий момент, хотя именно в отношении этой системы больше всего нареканий и у правообладателей, и у пользователей (Щербак, 2022b).

Каким образом работает институт коллективного управления? В рассматриваемом случае авторы, исполнители, изготовители фонограмм (видеозаписей) и иные обладатели авторских и смежных прав в случаях, когда осуществление их прав в индивидуальном порядке затруднено² либо когда

¹ Вступление России в ВТО состоялось 22 августа 2012 г. См.: Протокол о присоединении Российской Федерации к Марракешскому соглашению об учреждении Всемирной торговой организации от 15 апреля 1994 г. (Женева, 16 декабря 2011 г.) // Собрание законодательства РФ. 10 сентября 2012 г. № 37. Ст. 4986.

² Указанный перечень не является исчерпывающим, вместе с тем представляется, что в любом случае надо исходить из интересов самих правообладателей. Вопрос о том, является ли затруднительным осуществление имущественных прав, должен решать сам правообладатель. Например, администрация ночного заведения, в котором музыкальные произведения используются лишь одним способом — путем публичного исполнения, должна обратиться в одно авторско-правовое общество, действующее на данной территории и управляющее правами абсолютно всех авторов, и заключить с ним соответствующее соглашение, предметом которого является репертуар определенного автора.

действующее законодательство допускает использование объектов авторских и смежных прав без их согласия, но с выплатой им вознаграждения, могут создавать некоммерческие организации, на которые в соответствии с полномочиями, предоставленными им правообладателями, возлагается управление соответствующими правами на коллективной основе (организации по управлению правами на коллективной основе). Коллективное управление правами осуществляется организацией, которая должна быть юридическим лицом, данное юридическое лицо может быть только некоммерческой организацией, организация может совершать как юридические, так и фактические действия в интересах своих правообладателей. Следует отметить, что создание таких организаций не препятствует осуществлению представительства обладателей авторских и смежных прав другими юридическими лицами и гражданами.

Организации по управлению правами на коллективной основе могут создаваться для управления правами, относящимися к одному или нескольким видам объектов авторских и смежных прав, для управления одним или несколькими видами таких прав в отношении определенных способов использования соответствующих объектов либо для управления любыми авторскими и смежными правами. Иными словами, в каждой из сфер деятельности, указанных в ГК РФ, будет действовать лишь одна такая аккредитованная организация. Совсем отказываться от возможности хотя бы для каких-то организаций заключать договоры от имени любых авторов было бы неверно. Для компаний, активно использующих произведения, необходимость поиска представителей правообладателя в отношении каждого объекта (особенно в условиях, когда ОКУП очень много) может серьезно затруднить их деятельность или же сделать ее невозможной. Допустим, создается аудиовизуальное произведение и для того, чтобы усилить впечатление от игры актеров, режиссер-постановщик хочет использовать песню, написанную в 1941 г. В отсутствие регистрационной системы в отношении объектов авторского права и смежных прав продюсеру картины необходимо установить правообладателей в отношении музыкального произведения, чтобы заключить с ними лицензионное соглашение, но ни авторы, ни их наследники никак не проявляются, хотя срок действия авторского права еще не истек. В этом случае можно обратиться в ОКУП, которая аккредитована уполномоченным государственным органом и может без договора с правообладателями выдавать разрешение, собирать вознаграждение и распределять его, в условиях коммерциализации прав на результаты интеллектуальной деятельности, это выход в сложившихся обстоятельствах.

По нашему мнению, все остальные организации по управлению правами на коллективной основе могут представлять лишь тех авторов, с которыми они заключили соответствующие договоры только в отношении своих членов (концепция общества коллективного управления «агентского

типа»). Основанием полномочий ОКУП является только договор о передаче полномочий по управлению правами, заключаемый такой организацией с правообладателями в письменной форме. Указанный договор может быть заключен с правообладателями, как являющимися членами этой организации, так и не являющимися ее членами. Основанием полномочий организации по управлению правами на коллективной основе может быть также договор с другой организацией, в том числе иностранной, управляющей правами на коллективной основе. Такие договоры являются не лицензионными, но публичными договорами (ст. 426 ГК РФ). Данная концепция предполагает наличие множества функционирующих на территории одного государства авторско-правовых обществ, каждое из которых представляет интересы строго ограниченного числа правообладателей, передавших ему соответствующие полномочия по договору (Шербак, 2022а).

Каким образом можно интерпретировать содержание коллективного управления? В рассматриваемой схеме организация по управлению правами на коллективной основе заключает с пользователями договоры о предоставлении прав, переданных ей в управление правообладателями, на соответствующие способы использования объектов авторских и смежных прав, являющиеся лицензионными договорами, и собирает с пользователей средства на выплату вознаграждения за использование этих объектов. В случаях, когда объекты авторских и смежных прав в соответствии с ГК РФ могут быть использованы без согласия правообладателя, но с выплатой ему вознаграждения, ОКУП заключает с пользователями договоры о выплате вознаграждения и собирает средства на эти цели. Указанная организация не вправе отказать пользователю в заключении договора без достаточных оснований.

Если лицензионный договор с пользователем заключает непосредственно правообладатель, ОКУП может собирать средства на выплату вознаграждения за использование объектов авторских и смежных прав только при условии, что это прямо предусмотрено указанным договором. Пользователи обязаны по требованию ОКУП представлять ей отчеты об использовании объектов авторских и смежных прав, а также иные сведения и документы, необходимые для сбора и распределения средств на выплату вознаграждения, перечень и сроки представления которых определяются в договоре.

Далее, организация по управлению правами на коллективной основе производит распределение средств, собранных на выплату вознаграждения за использование объектов авторских и смежных прав, между правообладателями, а также осуществляет выплату им указанного вознаграждения. При этом организация вправе удерживать из собранных на выплату вознаграждения средств суммы на покрытие необходимых расходов по сбору, распределению и выплате такого вознаграждения, а также суммы, кото-

рые направляются в специальные фонды, создаваемые этой организацией с согласия и в интересах представляемых ею правообладателей в размерах и порядке, предусмотренных уставом организации.

Распределение средств, собранных на выплату вознаграждения, и выплата вознаграждения должны производиться регулярно, в сроки, предусмотренные уставом организации, и пропорционально фактическому использованию соответствующих объектов авторских и смежных прав, определяемому на основе сведений и документов, получаемых от пользователей, а также других данных об использовании объектов авторских и смежных прав, в том числе сведений статистического характера. Одновременно с выплатой вознаграждения организация обязана представить правообладателю отчет, содержащий сведения об использовании его прав, в том числе о размере средств, собранных на выплату вознаграждения, и удержанных из этих средств сумм.

Таким образом, в целях осуществления права на использование организация, осуществляющая управление, выдает пользователям разрешение на использование прав. Выдача разрешения, в свою очередь, порождает обязательственное правоотношение, содержание которого составляет обязанность пользователя выплатить либо у всех правообладателей, которые являются членами общества (а в странах, где предусмотрена возможность расширенного коллективного управления, и у тех правообладателей, которые не являются членами общества), или у общества в зависимости от отношений между обществами и членами (общество является представителем авторов или получает у них права и само становится правообладателем). Соответственно, возникает необходимость собрать вознаграждение и распределить его между правообладателями. При этом вознаграждение распределяется только тем правообладателям, чьи права использовались. Следовательно, вознаграждение выплачивается не за получение или разрешение, а за использование прав¹ (Щербак, 2022а).

Принцип публичности, хорошо известный гражданскому праву, проявляется в том, что ОКУП формирует реестры, содержащие сведения о правообладателях, правах, переданных ей в управление, а также об объектах авторских и смежных прав. Сведения, содержащиеся в таких реестрах, предоставляются всем заинтересованным лицам в порядке, установленном ор-

¹ Удивительно, но данные правила легко нарушаются аккредитованными ОКУП, достаточно вспомнить нашумевшее дело в конце 2016 г. с экс-руководителем Российского авторского общества Сергеем Федотовым, когда до авторов не дошло более 10 млрд руб. (сборы с концертов, теле- и радиоэфиров, трансляций в ресторанах, караоке-клубов и т.д.). Претензии к обществу высказывались давно, интересно, что даже представители Авторского совета РАО не обладали информацией о том, как распределяются роялти, сколько уходит до авторов, а сколько не доходит. См. более подробно: Коммерсантъ Деньги. 2017. № 1. 14.01.

ганизацией, за исключением сведений, которые в соответствии с законом не могут разглашаться без согласия правообладателя. Более того, ОКУП размещают в общедоступном информационном ресурсе информацию о правах, переданных им в управление, включая наименование объекта авторских или смежных прав, имя автора или иного правообладателя.

Попытаемся реконструировать логику законодателя. В первой сфере аккредитацию получило Российское авторское общество (РАО), которое оказывает посреднические услуги в отношении депонирования и регистрации произведений. Как следует из Положения о порядке учета правообладателей, регистрации произведений и прав на них¹, автор должен представить в общество оригинал и копию произведения, а также подать заявление. В заявлении автор подтверждает, что он извещен о том, что данное депонирование и регистрация не являются основанием для РАО на отслеживание исполнения произведения и выплату гонорара. Прием материалов и документов проводится по явочной системе, поэтому заявитель несет полную ответственность за предоставленный материал и достоверность сведений, о чем автор также указывает в заявлении. После формальной проверки представленных документов и при наличии их полного комплекта, а также при отсутствии оснований для отказа в депонировании произведений автор (представитель) получает извещение-счет для оплаты услуги по депонированию в соответствии с тарифами, утвержденными Генеральным директором РАО. Выдача охранного документа (свидетельства) осуществляется в течение 20 рабочих дней с даты оплаты, указанной в извещении-счете. После представления оплаченного извещения-счета делается запись в журнале депонирования с указанием регистрационного номера свидетельства и даты поступления материалов в РАО для депонирования. Данные об авторе, о результатах интеллектуальной деятельности заносятся в базу данных и реестр РАО. Зарегистрированный оригинал возвращается автору вместе с охранным документом (свидетельством) о депонировании и регистрации произведения, а копии произведения и свидетельства хранятся в архиве РАО². Несмотря на соблюдение указанных формальностей:

- регистрация произведения в РАО не обеспечивает презумпцию авторства;

¹ Утверждено приказом Генерального директора РАО от 26.12.2012 № 26 // Российское авторское общество: [офф. сайт]. www.rao.ru/documents/polozhenie-o-porydke-ucheta-pravoobladatelej/

² В июне 2018 г. РАО передало полномочия по предоставлению услуги депонирования необнародованных произведений своим официальным партнерам — сервисам, специализирующимся на онлайн-регистрации авторского права. Для депонирования необнародованных произведений РАО рекомендует обращаться в следующие организации, АО «Национальный реестр интеллектуальной собственности (n`RIS) или ООО «Айрег» (Интеллектуальный регистратор авторских прав IREG). В дальнейшем РАО будет обновлять список рекомендуемых организаций.

- свидетельство о регистрации не является прямым доказательством авторства заявителя (так как проводится только формальная экспертиза, при всех возможностях регистрирующей организации она не способна провести поиск среди всех существующих произведений и выявить аналогичные);
- регистрация лишь подтверждает дату обращения в РАО для регистрации и сведения о лице, представившем произведение и назвавшем себя в качестве автора, а также сам юридический факт создания произведения и его характеристики при депонировании оригинала. Более того, некоммерческие организации не несут юридической ответственности за внесение недостоверной или заведомо ложной информации в свои реестры — данное положение является совершенно неприемлемым и должно быть учтено судом (Щербак, 2022b).

Наличие аккредитованной организации также не препятствует созданию других организаций по управлению правами на коллективной основе, в том числе в аналогичных сферах коллективного управления, указанных в гражданском законодательстве. Такие организации вправе заключать договоры с пользователями только в интересах правообладателей, предоставивших им полномочия по управлению их правами. Если правообладатель не пожелал заключить с аккредитованной организацией договор о передаче полномочий по управлению правами, то он вправе в любой момент полностью или частично отказаться от ее услуг по управлению правами. В этом случае правообладатель должен в письменной форме уведомить о своем решении аккредитованную организацию. В случае если правообладатель намеревается отказаться от услуг аккредитованной организации только в отношении части авторских или смежных прав либо объектов этих прав, он должен представить ей перечень таких исключаемых прав или объектов.

Соответственно, организация по управлению правами на коллективной основе может осуществлять деятельность в следующих сферах коллективного управления:

- управление авторскими правами на обнародованные музыкальные произведения (с текстом или без текста) и отрывки музыкально-драматических произведений в отношении их публичного исполнения, сообщения в эфир или по кабелю посредством передачи по радио или телевидению (сообщение в эфир или по кабелю), в том числе путем ретрансляции (подп. 6–8 п. 2 ст. 1270 ГК РФ);
- управление авторскими правами на обнародованные отрывки из драматических произведений, а также на малообъемные литературные и драматические произведения (конференции, скетчи, репризы, фельетоны и т. д.) в отношении их публичного исполнения, со-

общения в эфир или по кабелю, в том числе путем ретрансляции (подп. 6–8 п. 2 ст. 1270 ГК РФ);

- осуществление прав авторов музыкальных произведений (с текстом или без текста), использованных в аудиовизуальном произведении, на получение вознаграждения за публичное исполнение такого аудиовизуального произведения (п. 5 ст. 1263 ГК РФ);
- управление правами изготовителей аудиовизуальных произведений (видеозаписей) в отношении их использования путем ретрансляции;
- управление авторскими правами на произведения изобразительного искусства, а также на рукописи литературных и музыкальных произведений в отношении права следования (ст. 1293 ГК РФ);
- управление авторскими правами на обнародованные произведения в отношении их воспроизведения путем репродуцирования (п. 2 ст. 1275 ГК РФ);
- осуществление прав авторов, исполнителей, изготовителей фонограмм и видеозаписей на получение вознаграждения за воспроизведение фонограмм и видеозаписей в личных целях (ст. 1245 ГК РФ);
- осуществление прав исполнителей на получение вознаграждения за публичное исполнение, а также за сообщение в эфир или по кабелю фонограмм и видеозаписей, опубликованных в коммерческих целях (ст. 1326 ГК РФ);
- осуществление прав изготовителей фонограмм и видеозаписей на получение вознаграждения за публичное исполнение, а также за сообщение в эфир или по кабелю фонограмм и видеозаписей, опубликованных в коммерческих целях (ст. 1326 ГК РФ).

Управление имущественными правами в указанных сферах коллективного управления возможно только в отношении обнародованных произведений, поскольку использование необнародованных произведений представляет собой способ реализации не только имущественных прав, но и неимущественного права — права на обнародование. Иными словами, коллективное управление должно быть построено таким образом, чтобы в меньшей степени затрагивать неимущественные права авторов.

Допустимость института коллективного управления в информационно-телекоммуникационной среде признана в ЕС, рассматривающем данный институт как альтернативу индивидуальному осуществлению исключительного права на произведения. Этот подход получил прямое закрепление в преамбуле Директивы 2014/26/EU Европейского парламента и Совета от 26 февраля 2014 г. о коллективном управлении авторскими и смежными правами и мультитерриториальном лицензировании прав на музыкальные произведения в целях онлайн-использования на внутреннем рынке. Можно отметить, что введение обязательного, не допускающего осуществления прав в индивидуальном порядке, коллективного управления авторскими правами в информационно-телекоммуникационной

среде недопустимо, так как приводит к необоснованному ограничению исключительного права на произведение, которое возможно только при его соответствии трехступенчатому тесту, закрепленному как в международных договорах, так и в национальном законодательстве (п. 5 ст. 1229 ГК РФ). Если это учитывать, то необходимо сохранить в российском законодательстве возможность осуществления прав в индивидуальном порядке наряду с коллективным управлением, что создает условия для сдерживания злоупотреблений со стороны ОКУП.

Традиционно в европейском праве существует принцип членства правообладателей в ОКУП, который доказал свою эффективность. Примечательно, что чтобы присоединиться к некоторым европейским ОКУП, правообладатель должен доказать, что имеет на это право, т.е. что он действительно является автором используемого произведения или обладает правами на управление достаточным количеством произведений. Так, немецкая GEMA требует прилагать к заявлению композитора пять написанных им музыкальных произведений, а авторам текстов, соответственно, пять текстов. Заявители также должны предоставить доказательства того, что их произведения публично исполняются, транслируются или воспроизводятся и распространяются на студийных носителях (GEMA, 2022).

Государственная аккредитация в сфере коллективного управления авторскими и смежными правами для отечественного законодательства и правоприменения — явление незнакомое. Хотя еще задолго до принятия части четвертой ГК РФ в литературе указывали на необходимость государственного контроля при создании организаций по коллективному управлению и осуществлении ими своей деятельности¹, также ВОИС в своих рекомендациях подчеркивает необходимость существования подобного контроля² со стороны государства за деятельностью таких организаций (Щербак, 2022b). В соответствии с гражданским законодательством ОКУП

¹ Так обстоит дело во многих странах: в Германии (Закон Германии 1965 г. № 1294 «Об управлении авторскими и смежными правами») общества по коллективному управлению занимают монопольное положение, в Законе Испании об интеллектуальной собственности подчеркивается необходимость избежания конкуренции в одном секторе. В специальных положениях законодательства о коллективном управлении авторскими и смежными правами предусматривается необходимость одобрения создания организации по коллективному управлению со стороны компетентных государственных органов. В качестве таковых выступают министерство культуры, министерство юстиции, патентное ведомство и др. (Германские законы в области права интеллектуальной собственности, 2017).

² Основными формами такого контроля, например, в Германии и во Франции, являются законодательное закрепление особого порядка создания (ликвидации) организаций по коллективному управлению авторскими правами и контроль за ключевыми моментами деятельности организаций со стороны государства (внесение изменений в устав, формирование тарифов и т. д.). Помимо этого, в странах ЕС применяются положения антимонопольного законодательства ЕС по отношению к деятельности организаций по коллективному управлению авторскими правами.

получившие государственную аккредитацию (аккредитованные) организации осуществляют свою деятельность под контролем уполномоченного федерального органа исполнительной власти, также они обязаны ежегодно представлять в уполномоченный федеральный орган исполнительной власти отчет о своей деятельности и публиковать его в общероссийском СМИ. Форма отчета устанавливается уполномоченным федеральным органом исполнительной власти. Аккредитованные организации действуют на основании типового устава, который утверждается в порядке, определяемом Правительством РФ.

Однако наличие аккредитованной организации не препятствует созданию других организаций по управлению правами на коллективной основе, в том числе в аналогичных сферах коллективного управления, указанных в гражданском законодательстве. Такие организации, как уже отмечалось, вправе заключать договоры с пользователями только в интересах правообладателей, предоставивших им полномочия по управлению их правами. Если правообладатель не пожелал заключить с аккредитованной организацией договор о передаче полномочий по управлению правами, то он вправе в любой момент полностью или частично отказаться от ее услуг по управлению правами. В этом случае правообладатель должен в письменной форме уведомить о своем решении аккредитованную организацию. В случае если правообладатель намеревается отказаться от услуг аккредитованной организации только в отношении части авторских или смежных прав либо объектов этих прав, он должен представить ей перечень таких исключаемых прав или объектов.

По истечении трех месяцев со дня получения от правообладателя соответствующего уведомления аккредитованная организация обязана исключить указанные им права и (или) объекты из договоров со всеми пользователями и разместить информацию об этом в общедоступном информационном ресурсе. Более того, аккредитованная организация обязана уплатить правообладателю причитающееся ему вознаграждение, полученное от пользователей по ранее заключенным договорам, и представить отчет, содержащий сведения об использовании его прав.

В самом деле, механизм осуществления исключительных авторских и смежных прав на коллективной основе должен строиться с учетом правового статуса участников отношений, задействованных в процессе по использованию произведений в информационно-телекоммуникационной среде. Организация по коллективному управлению наделена полномочиями по выдаче разрешений на использование произведений, а обладать правом на использование должно лицо, которое инициирует осуществление действий, обеспечивающих доступ произведения публике в информационно-телекоммуникационных сетях посредством сообщения его до всеобщего сведения, посредством воспроизведения, за исключением воспроизведения в личных целях и воспроизведения, являющегося необхо-

димым технологическим процессом в рамках других способов использования произведения.

В отношении смежных прав можно обратить внимание на следующее. Большинство субъектов смежных прав в своей деятельности используют произведения, охраняемые авторским правом, поэтому исполнителям, производителям фонограмм, организациям эфирного и кабельного вещания необходимо или приобретать исключительные права путем заключения договоров непосредственно с авторами, их наследниками, иными правообладателями, или получать разрешение на использование произведений путем заключения соответствующих договоров с организациями по управлению авторскими и смежными правами на коллективной основе. Так, радиовещательные организации используют достаточно большое количество музыкальных произведений различных авторов: как отечественных, так и иностранных. При этом большинство организаций эфирного и кабельного вещания не имеют возможности заключить соответствующие договоры с авторами всех музыкальных произведений, используемых радиовещательными организациями. Таким образом, для большинства субъектов смежных прав единственной возможностью соблюдения исключительных авторских и смежных прав является заключение договоров с ОКУП (Шербак, 2022а). Например, публичное исполнение произведения требует получения согласия ОКУП независимо от того, осуществляется ли такое исполнение за плату или бесплатно, а также от того, является ли предоставление произведения или организация его предоставления основным видом деятельности или же предоставляет собой звуковое сопровождение иной деятельности — в кафе, торговых центрах, на территории спортивных объектов и др.

Организации по управлению авторскими и смежными правами на коллективной основе осуществляют свою деятельность путем заключения договоров с правообладателями и пользователями. При необоснованном уклонении организации от заключения договора спор подлежит разрешению по правилам заключения договора в обязательном порядке (ст. 445 ГК РФ).

Договоры с правообладателями это важнейший элемент, на котором строится коллективное управление. В правоприменительной практике долгое время оставался не до конца решенным вопрос о соотношении договоров коллективного управления правами на произведения и объекты смежных прав, договоров доверительного управления такими правами и договоров о распоряжении исключительным правом (договор об отчуждении исключительного права и лицензионный договор)¹. Среди основных

¹ См. более подробно: Протокол № 64 заседания Научно-консультативного совета при Суде по интеллектуальным правам от 23 мая 2014 г. на тему: «Проблемы применения положений части четвертой ГК РФ в судебно-арбитражной практике. Компенсация как способ защиты исключительных прав».

отличий доверительного управления исключительными правами от управления исключительными правами на коллективной основе, в частности, называли следующие: коллективное управление имущественными правами осуществляется некоммерческими организациями, тогда как доверительное управление осуществляется профессиональными участниками оборота; объектом коллективного управления являются исключительные авторские и смежные права, а в число объектов доверительного управления входят исключительные права на любые результаты интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации. В постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 (п. 48) подтверждены ранее названные Судом по интеллектуальным правам отличия и указано, что доверительный управляющий действует в интересах выгодоприобретателя и осуществляет правомочия обладателя исключительного права в пределах, установленных законом и договором, и может распоряжаться исключительным правом, если иное не предусмотрено договором (Щербак, 2022b). Договор о предоставлении полномочий по управлению правами на коллективной основе не может содержать условие по использованию управляющим объектов авторских и смежных прав. Предоставление таких правомочий может составлять предмет только лицензионного договора. При этом учредитель доверительного управления, передавший исключительное право в доверительное управление, самостоятельно пользоваться предусмотренными ГК РФ мерами защиты не вправе. Противоположный вывод следует из заключения договора о передаче полномочий по управлению правами.

В этом случае на стороне лицензиара выступает организация по управлению правами на коллективной основе, которая заключает с пользователями лицензионные договоры о предоставлении им прав, переданных ей в управление правообладателями, на соответствующие способы использования объектов авторских и смежных прав на условиях простой (неисключительной) лицензии и собирает с пользователей вознаграждение за использование этих объектов (п. 1 ст. 1243 ГК РФ). Действующее законодательство прямо исключает возможность применения норм о лицензионных договорах или договорах об отчуждении исключительных прав к договору о передаче полномочий. Договор о передаче полномочий является публичным договором, так как согласно п. 3 ст. 1242 ГК РФ организация по коллективному управлению обязана принять на себя управление правами, если управление такой категорией прав относится к уставной деятельности этой организации. Далее, это договор присоединения. Как правило, правообладатель может определить только объем полномочий и перечень произведений, передаваемых организацией по коллективному управлению, остальные условия договора уже сформулиро-

ваны¹. Часть четвертая ГК РФ прямо не называет существенных условий договора о передаче полномочий, более того, во многом регулирует отношения между автором и ОКУП императивными нормами, обеспечивая защиту прав авторов и устанавливая основные механизмы исполнения организациями по управлению правами своих обязанностей.

В тех же случаях, когда объекты авторских и смежных прав могут быть использованы без согласия правообладателя, но с выплатой ему вознаграждения ОКУП заключает с пользователями договоры о выплате вознаграждения и собирает средства на эти цели (ст. 1244 ГК РФ). Таких случаев три:

- воспроизведение фонограмм и аудиовизуальных произведений в личных целях (ст. 1245 ГК РФ);
- продажа произведений изобразительного искусства, а также авторских рукописей (автографов) литературных и музыкальных произведений;
- публичное исполнение, а также сообщение в эфир или по кабелю фонограмм, опубликованных в коммерческих целях (ст. 1326 ГК РФ).

Особое место занимает публичное исполнение или сообщение в эфир или по кабелю аудиовизуального произведения, которое может осуществляться на основании лицензионного договора, но при этом собирается вознаграждение композиторам, являющимся авторами музыкальных произведений (с текстом или без текста), использованных в таком аудиовизуальном произведении (п. 3 ст. 1263 ГК РФ).

Организации по коллективному управлению предоставляют пользователю лицензии на использование прав, управлением которых занимается такая организация. ОКУП не вправе отказать пользователю или иным лицам, на которых возлагается обязанность по уплате средств для выплаты вознаграждения, в заключении договора без достаточных оснований. Такими основаниями можно признать выход требований лица за пределы компетенции ОКУП, иные объективные причины, например техническая невозможность увеличения числа обслуживаемых пользователей,

¹ Так, 19 июля 2017 г. РАО заключило Агентский договор № 1907/2017 с ООО «Театральный агент», на основании которого ООО «Театральный агент» стал официальным представителем РАО по лицензированию прав использования объектов интеллектуальной собственности, входящих в каталог (реестр) РАО, пользователями — театрами, антрепренерами и иными физическими/юридическими лицами, взявшими на себя инициативу и ответственность за постановку спектакля, музыкально-драматической постановки, мюзиклов и/или организующими его публичное исполнение. При этом все права и обязанности по договорам, заключенным ООО «Театральный агент» от имени РАО, возникают непосредственно у РАО. Вознаграждение, причитающееся правообладателям, перечисляется пользователями по банковским реквизитам РАО, а РАО, в свою очередь, распределяет его и выплачивает правообладателям. См.: www.teatral-agent.ru

и др. Разрешение, полученное от управляющей организации по лицензионному договору, не может быть уступлено третьим лицам. Условия таких лицензий должны быть одинаковыми для всех пользователей одной категории, что отвечает признакам публичного договора (ст. 426 ГК РФ) (Щербак, 2022b).

Одновременно с выплатой вознаграждения ОКУП обязана представить правообладателю отчет, содержащий сведения об использовании его прав, в том числе о размере собранного вознаграждения и об удержанных из него суммах (абз. 4 п. 4 ст. 1243 ГК РФ). В случае если организация имеет аккредитацию, в целях предоставления правообладателю посредством сети Интернет сведений об использовании его прав, переданных в управление (включая наименование объекта авторских или смежных прав, имя автора или иного правообладателя) такая организация должна обеспечить функционирование информационной системы «Личный кабинет правообладателя» и предоставить правообладателю авторизованный доступ к ней. Несмотря на позитивное регулирование института коллективного управления в ГК РФ, на контроль со стороны отраслевого министерства, авторы и иные правообладатели постоянно жалуются на нарушение их прав, указанными организациями.

В связи с этим предлагается ввести механизм осуществления авторского права и смежных прав в информационно-телекоммуникационных сетях посредством деятельности аккредитованной в данной сфере организации по коллективному управлению. Подтверждением данной тенденции является закрепленный в Директиве 2014/26/EU Европейского Парламента и Совета от 26.02.2014 «О коллективном управлении авторскими и смежными правами и мультитерриториальном лицензировании прав на музыкальные произведения в целях онлайн-использования на внутреннем рынке» институт коллективного управления в информационно-телекоммуникационной среде как альтернатива индивидуальному осуществлению исключительных прав на произведения.

При этом введение обязательного, не допускающего осуществления прав в индивидуальном порядке коллективного управления авторскими правами в информационно-телекоммуникационной среде недопустимо, так как приведет к необоснованному ограничению исключительного права на произведение. Доказано, что возможность осуществления прав в индивидуальном порядке наряду с коллективным управлением создает условия для сдерживания возможных злоупотреблений со стороны организаций, а также выработки наиболее эффективных механизмов коллективного управления авторскими и смежными правами.

Механизм осуществления исключительных авторских и смежных прав на коллективной основе должен строиться с учетом правового статуса участников отношений, задействованных в процессе по использованию

произведений в информационно-телекоммуникационной среде. Организация по коллективному управлению наделена полномочиями по выдаче разрешений на использование произведений, а обладать правом на использование должно лицо, которое инициирует осуществление действий, обеспечивающих доступ произведения публике в информационно-телекоммуникационных сетях посредством сообщения его до всеобщего сведения, посредством воспроизведения, за исключением воспроизведения в личных целях и воспроизведения, являющегося необходимым технологическим процессом в рамках других способов использования произведения.

Несмотря на злоупотребление правами, со стороны организаций по коллективному управлению во взаимоотношениях с правообладателями, отказ от их участия в сфере управления авторскими и смежными правами представляется нецелесообразным. Еще одним аргументом в пользу закрепления такого положения является ситуация с так называемыми «орфанными», или сиротскими произведениями (*orphan works*). Обратим внимание на то, что существуют произведения науки, литературы, фотографии, фонограммы которые еще не потеряли свою культурную или коммерческую привлекательность, но не могут использоваться только по той причине, что невозможно установить правообладателя. Следовательно, при возникновении такой ситуации у пользователя появляется возможность использовать «сиротские» произведения без согласия правообладателя, т.е. без заключения договора с ним. Внешне такое использование напоминает использование произведения посредством американской доктрины «*faire use*» или использование произведения, перешедшего в общественное достояние, или случаи свободного использования, которые законодательно урегулированы в РФ. Но, по сути, это разные правовые институты. Одним из самых «мощных» оснований для появления произведений-сирот служит отсутствие сведений об авторе, правообладателе в силу каких-то объективных причин (Щербак, 2022b). Только в том случае, если автор (правообладатель) совсем не может быть найден, можно ставить вопрос о признании произведения сиротой. Такое положение вещей возможно из-за множества причин: обнаружение картины кисти неизвестного художника, анонимная публикация литературных текстов и аудиовизуальных произведений посредством современных интернет технологий, археологическая находка античной статуи и др. И возникает не тривиальный вопрос о том, как легально ввести в гражданский оборот такого рода произведения? Отечественное законодательство не представляет подобным произведениям правовой охраны. И здесь нелишним будет проанализировать опыт Евросоюза и Директиву от 25.10.2012 № 20/12/28EU об определенных случаях разрешенного использования сиротских произведений (Directive 2012/28/EU). В п. 13–16 Директивы определяется правовой режим признания произведения сиротским лишь на основе

обязательного предварительного поиска его автора. Минимальный набор подходящих источников для должного поиска приводится в Приложении к Директиве, но может быть расширен национальным законодательством¹. Пределы разрешенного использования сиротских произведений четко определены в ст. 6 Директивы: в публичных целях, находящихся в коллекциях музеев, библиотек и пр., путем сообщения сиротских произведений для всеобщего сведения; путем действий по воспроизведению в целях оцифровки, сообщения, индексирования, каталогизации, сохранения или реставрации. Для реализации указанных целей, например, в Скандинавских странах вопрос об использовании сиротских произведений решается через ОКУП, которые работают по системе расширенного представительства. В США для использования сиротских произведений в музыкальной сфере был создан специально уполномоченный орган, который и выдает разрешения на их использование. Россия могла бы учесть указанный опыт и поручить ОКУП, которые прошли аккредитацию и работают по системе расширенного представительства, осуществлять должный поиск правообладателей, взимать плату за проведение должного поиска, вести записи и предоставлять информацию о результатах произведенного ими должного поиска, давшего основание признать произведение или фонограмму сиротским произведением; предоставлять информацию об использовании сиротских произведений, о любых изменениях в правовом статусе сиротских произведений и фонограмм, используемых организацией. В ЕС для фиксации результатов должных поисков Ведомством по гармонизации внутреннего рынка была создана единая общедоступная онлайн-база данных. Правообладатели в отношении произведений, признанных сиротскими, имеют возможность в любое время прекратить статус сиротского произведения, если заявят о своих правах в такую организацию и получить справедливое вознаграждение, установленное государством — членом ЕС, в котором учреждена организация, использующая сиротское произведение [Щербак, 2022а].

Применительно к конструкции доверительного управления исключительными правами необходимо пояснить следующее. Представим себе ситуацию, когда в составе наследственной массы имеются исключительные авторские и смежные права, требующие не только охраны, но и управления. Согласно ст. 1026 ГК РФ нотариус в качестве учредителя доверительного управления заключает договор доверительного управления этим исключительным правом и иным имуществом. До заключения договора доверительного управления наследственным имуществом независимым оценщиком должна быть проведена оценка той части имущества, в том

¹ Аналогичный подход используется в английских правилах «по должному поиску» правообладателя. См. (У. К. IPO, 2022).

числе исключительных прав, которые передаются в доверительное управление. Расходы на проведение оценки относятся к расходам на охрану наследства и управление им. В том случае, если наследование осуществляется по завещанию, в котором назначен исполнитель завещания, исполнитель завещания считается доверительным управляющим наследственным имуществом с момента выражения им согласия быть исполнителем завещания. Цель доверительного управления наследственным имуществом осуществляется в целях сохранения этого имущества и увеличения его стоимости. Выгодоприобретатели по договору доверительного управления наследственным имуществом не назначаются, за исключением случая, если совершен завещательный отказ, предполагающий его исполнение в пользу определенного лица на период совершения действий по охране наследственного имущества и управлению им. В таком случае выгодоприобретателями назначается отказополучатель.

Доверительный управляющий исключительными правами в составе наследственного имущества не вправе исполнять обязательства наследодателя за счет переданного ему в доверительное управление имущества до выдачи одному из наследников свидетельства о праве на наследство, за исключением случаев, если договором доверительного управления или завещанием предусмотрена обязанность доверительного управляющего возместить за счет переданного в доверительное управление имущества расходы, указанные в ст. 1174 ГК РФ.

В случае если нотариус осуществляет полномочия учредителя доверительного управления по договору доверительного управления, то он обязан контролировать исполнение доверительным управляющим своих обязанностей не реже, чем один раз в два месяца. В случае обнаружения нарушения доверительным управляющим своих обязанностей нотариус вправе в одностороннем порядке расторгнуть договор доверительного управления, потребовать от доверительного управляющего предоставления отчета и назначить нового доверительного управляющего. Доверительным управляющим по договору может быть назначено лицо, отвечающее требованиям, указанным в ст. 1015 ГК РФ, в том числе предполагаемый наследник, который может быть назначен с согласия иных наследников, выявленных к моменту назначения доверительного управляющего, а при наличии их возражений — на основании решения суда. В случае передачи исключительного права в составе наследственного имущества нескольким доверительным управляющим каждый из них обладает полномочиями по управлению исключительными правами, если договором доверительного управления или завещанием не предусмотрено, что доверительные управляющие осуществляют эти полномочия совместно. В случае возникновения между доверительными управляющими разногласий по поводу осуществления ими прав и обязанностей нотариус обязан расторгнуть заключенный с такими управляющими договор доверительного управле-

ния наследственным имуществом, потребовать от доверительных управляющих предоставления ими отчетов и назначить нового доверительного управляющего или новых доверительных управляющих.

Договор доверительного управления наследственным имуществом может быть заключен на срок, не превышающий пяти лет. Во всяком случае, в момент выдачи свидетельства о праве на наследство хотя бы одному из наследников, если в таком свидетельстве указано имущество, являющееся предметом доверительного управления, или если такое свидетельство выдано в отношении всего имущества наследодателя, в чем бы оно ни выражалось и где бы оно ни находилось, к такому наследнику (таким наследникам) переходят права и обязанности учредителя доверительного управления. Нотариус, учредивший доверительное управление, освобождается от осуществления обязанностей учредителя. Получивший свидетельство о праве на наследство наследник вправе прекратить доверительное управление и потребовать от доверительного управляющего передачи находившегося в доверительном управлении имущества, права на которое перешли к этому наследнику, и предоставления отчета о доверительном управлении. При непредъявлении наследниками требования о передаче им исключительного права, находившегося в доверительном управлении, договор доверительного управления считается продленным на срок пять лет, а доверительное управление может быть прекращено по основаниям, предусмотренным ст. 1024 ГК РФ.

Таким образом, можно согласиться с Верховным судом РФ, который при разграничении данных видов управления исключительными правами указал, что если коллективное управление авторскими и смежными правами осуществляет всегда некоммерческая организация, то некоммерческая организация в силу п. 1 ст. 1015 ГК РФ по общему правилу не может быть доверительным управляющим. Далее, отмечает высшая судебная инстанция, если доверительный управляющий, осуществляя доверительное управление имуществом в интересах учредителя управления (выгодоприобретателя): 1) вправе осуществлять правомочия обладателя исключительного права в пределах, предусмотренных законом и договором (п. 1 ст. 1020 ГК РФ); 2) вправе распоряжаться исключительным правом, если иное не предусмотрено договором, то в отличие от лицензионного договора использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации может осуществляться ОКУП только в интересах выгодоприобретателя. Договор о предоставлении полномочий по управлению правами на коллективной основе не может содержать условие по использованию управляющим объектов авторских и смежных прав. Предоставление таких правомочий может составлять предмет лицензионного договора¹.

¹ См. п. 48 Постановления Пленума Верховного Суда РФ № 10 от 23 апреля 2019 г. «О применении части четвертой Гражданского кодекса РФ» // СПС «Гарант».

При этом коллективное управление возможно только в отношении авторских и смежных прав, тогда как управлять по договору доверительного управления можно исключительными правами на патентоохраняемые объекты и средства индивидуализации. Отношения по доверительному управлению исключительными правами оформляются двумя титулами, связанными друг с другом. Учитывая, что в данном случае у доверительного управляющего возникает два вида правоотношений, внутренние отношения доверительного управляющего и учредителя управления оформляются посредством заключения договора доверительного управления, а внешние правоотношения доверительного управляющего с третьими лицами основаны на возникшем из договора полномочии. Такая структура правоотношений не является аналогичной структуре правоотношений в коллективном управлении: договор агентского типа оформляет внутренние правоотношения между правообладателем и ОКУП, а выдача простой лицензии оформляет внешние правоотношения с пользователями. В то же время ключевыми факторами, повлиявшими на право доверительного управляющего на защиту исключительного права стали те обстоятельства, что оно следует из права на защиту, принадлежащего учредителю доверительного управления. Соответственно, если учредитель управления является правообладателем и в доверительное управление передается право использования результата интеллектуальной деятельности определенным способом (или всеми способами), то доверительный управляющий вправе как осуществлять переданные ему в управление права, так и защищать их теми же способами, какими обладает правообладатель. В случае если учредитель управления сам является лицензиатом, правомочия доверительного управляющего зависят от того, переданы ли ему в управление права лицензиата, получившего их по договору исключительной лицензии или же получившего их по договору неисключительной лицензии. При этом учредитель доверительного управления, передавший исключительное право в доверительное управление, самостоятельно пользоваться предусмотренными ГК РФ мерами защиты не вправе.

Наконец, конструкция управления исключительными авторскими и смежными правами позволяет нам решить еще одну серьезную проблему — проблему конфликта между правообладателями, в случае их множественности (подробнее см.: (Спиридонова, 2022)). Ведь интересы таких лиц часто могут не совпадать, а, это неизбежно приводит к высокой степени конфликтности отношений, что негативно влияет на гражданский оборот, мешая использовать современных цифровые и научно-технические разработки, потому что при наличии хотя бы одного несогласного правообладателя (автора, наследника) блокируется любая возможность оперативного принятия решения в силу режима совместного соправообладания.

Список литературы

1. Безоговорная защита останется в судебной практике (2014). *Право.ру*. 02.12. Дата обращения 28.11.2023, http://pravo.ru/court_report/view/113022/
2. *Германские законы в области права интеллектуальной собственности*. (2017). Пер. с нем. В. Бергманн; науч. ред. Т. Ф. Яковлева. Infotopic Media.
3. Дозорцев, В. А. (1998). О мерах по развитию рынка интеллектуальных продуктов. *Законодательство и экономика*, (7).
4. Зикун, И. И. (2021). *Гражданско-правовые титулы управления инвестиционным фондом*: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М.: МГУ имени М. В. Ломоносова.
5. Матвеев, А. Г., & Синельникова, В. Н. (2019). Объекты интеллектуальной собственности, получающие охрану в XXI веке. *Вестник Пермского университета. Юридические науки*, (2), 281–309.
6. Моргунова, Е. А. (2005). *Коллективное управление авторскими правами на современном этапе*: монография. Элит.
7. Спиридонова, Н. Б. (2022). *Структура исключительного права*: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. МГУ имени М. В. Ломоносова.
8. Щербак, Н. В. (2022а). *Авторские и смежные права в системе интеллектуальных прав*: дис... докт. юрид. наук. МГУ имени М. В. Ломоносова.
9. Щербак, Н. В. (2022b). *Гражданско-правовое регулирование авторского права и смежных прав на современном этапе*. Юстицинформ.
10. Directive 2012/28/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2012 on certain permitted uses of orphan works. Retrieved November 28, 2023, from <http://lexdigital.ru/2012/070/>
11. GEMA. (2022). Becoming a member. Retrieved November 28, 2023, from <http://www.gema.de/en/members/becoming-a-member/applications-for-membership/>
12. U. K. IPO. (2022). Orphan works diligent search guidance: Literary works. Retrieved March 21, 2023, from https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/474401/orphan-works-literary-works.pdf

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БРЕНДА В ВОСПРИЯТИИ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

*Баранова Екатерина Андреевна
студент магистратуры
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
katy_br@mail.ru*

*Шерешева Марина Юрьевна
д.э.н., профессор, зав. лабораторией
институционального анализа
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
m.sheresheva@mail.ru*

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы восприятия социальной ответственности бренда российскими потребителями в современных изменившихся условиях. Кратко охарактеризованы основные направления развития концепции социальной ответственности. Обсуждаются результаты все более многочисленных современных исследований, касающихся социальной ответственности бренда. Акцентируется внимание на том, что в период пандемии COVID-19 произошла достаточно серьезная трансформация в отношении к социальной ответственности брендов во всем мире, при этом в России изменения были более существенными. Уход иностранных брендов вызвал изменения в поведении потребителей, которые пересматривают свое отношение к ним. В перспективе это ведет к существенным изменениям в структуре российского потребительского рынка.

Ключевые слова: социальная ответственность, КСО, бренд, потребители, российский рынок.

BRAND SOCIAL RESPONSIBILITY PERCEIVED BY CONTEMPORARY RUSSIAN CONSUMERS

Baranova Ekaterina
student

Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
katy_br@mail.ru

Sheresheva Marina

Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
m.sheresheva@mail.ru

Abstract. The article examines the issues of brand social responsibility perception by Russian consumers in contemporary changed conditions. The main directions of the social responsibility concept development are briefly described. The results of increasingly numerous research on brand social responsibility are discussed. Attention is focused on the fact that during the COVID-19 pandemic there have been quite serious changes in attitudes towards brands social responsibility all over the world, while in Russia the changes were more significant. The departure of foreign brands has caused changes in behavior of consumers reconsidering their perception. In the future, this will lead to significant changes in the Russian consumer market structure.

Keywords: social responsibility, CSR, brand, consumers, Russian market.

Вопросы социальной ответственности бизнеса активно обсуждаются не одно десятилетие. Первые попытки осмысления вопросов, которые сейчас относятся к этой проблематике, предпринимались более 100 лет назад. Среди лидеров бизнеса в самых разных странах, включая царскую Россию, набирали силу благотворительность и филантропия (Юровская, 2010; Хакимов, 2018; Измайлова, 2019), и уже в первые десятилетия XX в. широкую популярность и в практике, и в научных кругах приобрели идеи социальной ответственности, отраженные в трех основных моделях: 1) пост-деловой филантропии; 2) до-деловых правовых ограничений; 3) делового морального поведения (Windsor, 2001). При этом бизнес постепенно приходил к пониманию, что социальная ответственность может быть не только чистой филантропией или юридическим требованием, но и своего рода инструментом, способствующим росту прибыли.

Более систематизированный анализ проблематики социальной ответственности бизнеса начался во второй половине XX в., после того как Г. Боуэн и Ф. Джонсон ввели в научный оборот понятие корпоративной социальной ответственности (corporate social responsibility). В став-

шей классической работе «Социальная ответственность бизнесмена», опубликованной в 1953 г., подчеркивалось, что «компании должны стараться как можно лучше понять свое влияние на социум и использовать это при принятии решений» и что «обязанностью любого представителя бизнеса «является осуществление той политики, принятие тех решений, или следование той линии действия, которая желательна для целей и ценностей общества» (Bowen, Johnson, 1953).

Понимание составляющих «пазла социальной ответственности» в бизнесе (Davis, 1967) постепенно расширялось, обрастало новыми определениями и концепциями. А. Кэрролл, подводя итоги развития терминологии и содержания понятия корпоративной социальной ответственности (КСО), провел линию от «начала современной эры социальной ответственности» (1950-е гг.) через периоды «содержательного углубления определений КСО» (1960-е гг.), «усиление разнообразия определений» (1970-е гг.) и «уменьшение числа определений, рост исследований и появление альтернативных тем» (1980-е гг.) к сложившемуся в конце XX в. положению: «сохранение КСО как ядра, при его постепенной трансформации в альтернативные теоретические рамки либо при его замещении последними» (Carroll, 1999). Кроме того, в 1990-х гг. бизнес-школы включили этическое воспитание в программу подготовки слушателей, КСО становится обязательной частью бизнес-этики.

Если филантропическую деятельность можно считать прообразом социальной ответственности, а трудовые практики или добросовестные деловые практики — первыми аспектами КСО, получившими развитие около века назад, то другие аспекты, такие как права человека, проблемы окружающей среды, защита прав потребителей и противодействие мошенничеству и коррупции, добавлялись с течением времени по мере повышения внимания к ним.

В XXI в. социальная ответственность стала предметом международной стандартизации. Согласно Международному стандарту ИСО 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности» (ISO 26000, 2010), «неотъемлемой характеристикой социальной ответственности является желание организации включать социальные и экологические факторы в свои процессы принятия решений и быть подотчетной за воздействие своих решений и деятельности на общество и окружающую среду». Это предполагает прозрачное и этическое поведение, которое вносит вклад в устойчивое развитие, находится в соответствии с применимым законодательством и согласуется с международными нормами поведения. Это также предполагает, что социальная ответственность интегрирована в деятельность организации, применяется в ее взаимоотношениях и учитывает интересы заинтересованных сторон.

В Национальном стандарте Российской Федерации «Руководство по социальной ответственности» выделены семь основных тем социальной от-

ветственности (рис. 1), среди которых отдельным блоком представлены проблемы, связанные с потребителями. В связи с этим проблемы потребителей восприятия компаний, а также их брендов, все чаще рассматриваются в ракурсе инициатив в сфере социальной ответственности и соответствия как самих инициатив такого рода, так и деятельности в целом ценностным предпочтениям общества.



Рис. 1. Семь основных тем социальной ответственности
Источник: (ГОСТ Р ИСО 26000-2012).

Поскольку бренд признан в современном бизнесе одним из ключевых стратегических активов (Кусраева и др., 2020), транслирование идентичности бренда целевой аудитории становится предметом особого внимания компаний. Соответственно, инициативы в области социальной ответственности позволяют более точно позиционировать бренд (Герасименко, 2021), создать в восприятии общества в целом, целевых потребителей и других стейкхолдеров имидж бренда, ценности которого отвечают их ценностным представлениям. Сформировав позитивное мнение заинтересованных сторон о бренде, можно создать благоприятные условия для реализации кратко- и долгосрочных целей, повысить удовлетворенность клиентов и их лояльность к бренду (Salmones et al., 2005; Sanclemente-Téllez, 2017) и в результате увеличить долю рынка и улучшить финансовые показатели компании (Rahman et al., 2020; Tiep Le et al., 2023).

Исследования, касающиеся социальной ответственности бренда, становятся все более многочисленными. Они показывают, что в некоторых случаях бренд воспринимается потребителями вне связи с компанией, как самостоятельная сущность («личность бренда»). Но чаще всего влияние инициатив бренда в сфере социальной ответственности на восприятие и поведение потребителей опосредуется идентификацией потребителя с компанией (Bhattacharya, Sen, 2004). В любом случае, речь идет о психологической принадлежности клиента к организации и/или ее бренду, которая считается важнейшим звеном, связывающим социальную ответственность с деятельностью фирмы и финансовыми показателями. Инициативы компании оказывают важное влияние на восприятие корпоративного бренда потребителем и могут являться стимулом для потребителя совершать покупки, поэтому компаниям важно уделять особое внимание инструментам КСО, создавать и реализовывать новые проекты в данной сфере

Результаты исследований показали, что отношение потребителей к бренду зависит от особенностей коммуникации: формулировки сообщений, темы/продукта, затрагиваемого в коммуникации, а также от интенсивности взаимодействия бренда с потребителями и от его реального объема проводимых инициатив в сфере социальной ответственности (Guitart et al., 2023). При этом необходимо учитывать и другие факторы, влияющие на восприятие и поведение потребителей, такие как технологические, гендерные, этические. Согласно данным исследований, принадлежность к тому или иному поколению также оставляет отпечаток на ценностях потребителей и их «требованиях» к компаниям быть социально ответственными (Vătămănescu et al., 2021).

В России внимание потребителей в социальной ответственности брендов было крайне низким еще в начале 2000-х гг. Тем не менее в результате включения вопросов корпоративной социальной ответственности в деятельность и коммуникации крупных российских и международных компаний (РСПП, 2017; Макаров и др., 2022; Назарова, Тихомиров, 2022), а также по мере вступления в активный возраст поколений, придающих большее значение защите природы и здоровому образу жизни (Sharko, 2021), ситуация постепенно стала изменяться. По данным исследования Международного института исследований рынка и общественного мнения (MORI), в 2009 г. для 53% россиян, покупавших продукты или услуги, было важно, чтобы компания являлась социально ответственной (Барышев, 2011). Спустя 10 лет, согласно опросу благотворительного фонда развития филантропии КАФ, уже 75% респондентов считали, что российские компании должны помогать поддерживать местные сообщества, в которых они работают, а 58% ответили, что были бы более склонны покупать продукт или услугу у компании, которая жертвует

на благотворительные цели или поддерживает местные сообщества (Костарнова, 2020).

В период пандемии COVID-19 произошли достаточно серьезные изменения в трактовке как самого понятия корпоративной социальной ответственности компаний, так и в практике социальной ответственности бизнеса во всех странах мира (Berezka et al., 2021; Navickas et al., 2021; Beletskaya, Zotova, 2023; Zreik, 2023). Обобщая первые результаты пере­мен, Я. А. Горнак отмечает две основные тенденции (Горнак, 2021):

- 1) компании, заботящиеся о продвижении своего HR-бренда, использовали сложившуюся кризисную ситуацию *для укрепления лояльности и доверия сотрудников*. Так, по данным совместного исследования Young Group Special и Fields4E, 70% респондентов из числа крупных российских компаний усилили меры по поддержке здоровья сотрудников, 40% организовали волонтерские программы с вовлечением сотрудников, в 22,5% случаев сотрудники компаний самостоятельно сделали пожертвования, и лишь 15% работодателей остались в стороне, не предпринимая никаких действий в области КСО (Бизнес и общество, 2020);
- 2) изменились *факторы лояльности потребителей*. По данным исследования агентства Edelman, в 2020 г. 71% респондентов из числа потребителей товаров и услуг были готовы отказаться от покупки, если бренд не является социально ответственным и стоит на принципах корпоративного эгоизма, а 37% опрошенных впервые совершили покупки тех брендов, которые проявили социальную ответственность во время пандемии (Edelman, 2020).

Таким образом, пандемия дополнительно усилила внимание российских потребителей к социальной ответственности брендов. Это сыграло свою роль в дальнейшем развитии ситуации, когда в 2022 г. с российского рынка начали демонстративно уходить известные компании и бренды, которые на протяжении достаточно длительного времени транслировали высокую степень социальной ответственности.

Уход или частичное прекращение деятельности иностранных брендов значительно повлияли на восприятие их социальной ответственности российскими потребителями. Исследование РБК¹ выявило тенденцию потери доверия к брендам, об этом сообщал каждый 3-й респондент, также в сравнении с 2021 г. число россиян, которое считает, что брендам важно их мнение, сократилось на 21%, при этом 80% опрошенных ожидали от оставшихся на рынке иностранных брендов надежности и стабильности, 61% подчеркнули, что бренды в России должны помогать в реше-

¹ Исследование проводилось в два этапа в 2021 и 2022 гг. методом онлайн-опроса жителей российских городов с населением более 500 тыс. человек.

нии сложных социальных вопросов, в том числе касающихся экологии и борьбы с природными катастрофами. Люди также ожидают от брендов участия в проведении культурных мероприятий, развитии спортивной инфраструктуры и в борьбе с безработицей (РБК Тренды, 2022). Данные исследования Аналитического центра НАФИ также выявили, что 67% российских потребителей¹ огорчены уходом иностранных брендов из России. Так, называя бренды одежды, уход которых их расстроил, россияне отметили группу Inditex, в которую входят Zara и Bershka, а также такие бренды одежды, как H&M, Adidas и Uniqlo. Молодежь больше, чем старшие поколения, оказалась обеспокоена снижением доступности привычных товаров и брендов, и чаще готова за них переплачивать. При этом российские потребители оказались готовы к ухудшению ситуации с доступностью и качеством товаров, в основном высказывают положительное отношение к товарам, произведенным в России, и готовы их выбирать (Б1, 2022). С другой стороны, противопоставление отечественных и иностранных брендов до сих пор остается в сознании многих российских потребителей и влияет на потребительское поведение.

Важно, что в сложившихся условиях определяющим фактором при выборе товара для большинства российских потребителей является цена (АгроИнвестор, 2023). Это открывает большие перспективы не только развитию отечественных брендов компаний-производителей, но и быстрому росту доли товаров под собственными торговыми марками (СТМ) розничных сетей, приобретение которых стало для многих потребителей привлекательной альтернативой в условиях повышения цен и отсутствия каких-либо соразмерных изменений в доходах (Ритейл-аудит NielsenIQ, 2022). Характерно, что еще в конце предыдущего десятилетия российские розничные сети («Вкус Вилл», «Глобус», «Лента», «Магнит» и ряд других) начали позиционировать некоторые СТМ как «зеленые», отвечая на запрос целых сегментов рынка на бренды, соответствующие стремлению к здоровому образу жизни и ответственному потреблению.

В целом можно заключить, что разочарование многих россиян в известных зарубежных брендах, ушедших из России или приостановивших свою деятельность в стране, может привести к существенным изменениям структуры рынка, особенно с учетом новых подходов отечественных компаний к стратегии и тактике брендинга. Эти изменения могут определить более сильные позиции российских брендов в самых разных сегментах на достаточно длительный период и тем самым способствовать росту их конкурентоспособности.

¹ Большинство опрошенных НАФИ проживают в Москве и имеют высшее образование, при этом занимают должность квалифицированных специалистов.

Список литературы

1. АгроИнвестор. (2023). Доля торговых марок сетей в розничных продажах продовольствия превысила 10%. Дата обращения 03.12.2023, <https://www.agroinvestor.ru/markets/news/39723-dolya-torgovykh-marok-setey-v-roznicnykh-prodazhakh-prodovolstviya-prevysila-10/>
2. Б1. (2022). Потребители остывают к брендам: миф или реальность? Дата обращения 28.10.2023, <https://b1.ru/analytics/consumer-products-sector-survey-october-2022/>
3. Барышев, И. А. (2011). Корпоративная социальная ответственность: между диалогом и манипуляцией. *Бизнес. Общество. Власть*, (6), 107–118.
4. Бизнес и общество. (2020). *Топ-5 трендов КСО после пандемии*. 16.07. Дата обращения 29.11.2023, <https://www.b-soc.ru/io/top-5-trendov-kso-posle-pandemii/>
5. Герасименко, В. В. (2021). Идеология осознанного потребления и восприятие ценностей бренда. *Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал*, 13(3(41)), 7–24.
6. Горнак, Я. А. (2021). Трансформация понятия корпоративной социальной ответственности в период пандемии 2020–2021 гг. в России и за рубежом. *Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований*, (2), 24–28.
7. ГОСТ Р ИСО 26000-2012. Национальный стандарт Российской Федерации. Руководство по социальной ответственности. Дата введения: 2013-03-15. Дата обращения 24.11.2023, <https://docs.cntd.ru/document/1200097847>
8. Измайлова, М. А. (2019). Эволюция формирования институциональной среды корпоративной социальной ответственности в России. *Гуманитарные науки. Вестник финансового университета*, (3(39)), 82–88.
9. Костарнова, Н. (2020). Зачем российские компании вкладывают миллионы в корпоративную социальную ответственность. *Forbes*. 17.12. Дата обращения 29.11.2023, <https://www.forbes.ru/forbeslife/416541-zachem-rossiyskie-kompanii-vkladyvayut-milliony-v-korporativnyuyu-socialnyuyu>
10. Кусраева, О. А., Ребязина, В. А., & Старов, С. А. (2020). Бренд-ориентированность компании: разработка и тестирование шкалы измерения на примере российского потребительского рынка. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент*, 19(1), 3–33.
11. Макаров, А. С., Рябова, Е. В., & Федулеева, Д. Д. (2022). Корпоративная экологическая ответственность и финансовая эффективность компаний: взгляд из России. *Вестник Московского университета. Серия б. Экономика*, (3), 121–141.
12. Назарова, В. В., & Тихомиров, Е. Д. (2022). Влияние экологических характеристик деятельности нефтегазовых компаний на финансовые результаты. *Вестник Московского университета. Серия б. Экономика*, (5), 145–171.
13. РБК Тренды. (2022). 61% потребителей ждут от российских брендов помощи в социальных вопросах. Дата обращения 29.11.2023, <https://trends.rbc.ru/trends/social/638859e79a7947e1e3ca8023>
14. Ритейл-аудит NielsenIQ. (2022). СТМ и рынок: как меняется роль частных марок. Дата обращения 29.11.2023, <https://nielseniq.com/global/ru/insights/analysis/2022/stm-i-rynok-kak-menyetsya-rol-chastnyh-marok/>

15. РСПП. (2017). *Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчетов: 2015–2016 годы выпуска* / Е. Н. Феоктистова, Л. В. Аленичева, Е. И. Долгих, Г. А. Копылова, М. Н. Озерянская, Н. В. Хонякова. ., РСПП.
16. Хакимов, Р. Ш. (2018). Благотворительность как форма проявления социальной ответственности. *Вестник Челябинского государственного университета*, (12(422)), 147–152.
17. Юровская, М. А. (2010). История благотворительности в США в XIX–XX веках. *Сборник трудов молодых ученых*, 115–122.
18. Beletskaya, M., & Zotova, E. (2023). BRICS and the USA: Labor and Employment Support During and After the COVID-19 Pandemic. *BRICS Journal of Economics*, 4(1), 9–34.
19. Berezka, S., Rebiazina, V., & Muravskaia, S. (2021). Changes in consumer behavior in the BRICS countries during the COVID-19 pandemic: The role of trust and anxiety. *BRICS Journal of Economics*, 2(1), 53–73.
20. Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2004). Doing better at doing good: When, why, and how consumers respond to corporate social initiatives. *California Management Review*, 47(1), 9–24.
21. Bowen, H. R., & Johnson, F. E. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York, Harper & Brothers.
22. Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, 38(3), 268–295.
23. Davis, K. (1967). Understanding the social responsibility puzzle. *Business Horizons*, 10(4), 45–50.
24. Guitart, I. A., Schwaiger, M., & Eberhardt, J. (2023). How and Why Does Corporate Reputation Moderate Mass Media News' Impact On Market Value? *Schmalenbach Journal of Business Research*, 1, 28.
25. Edelman (2020). Edelman Trust Barometer-2020. Retrieved November 28, 2023, from <https://www.edelman.com/trust/2020-trust-barometer/special-reports>
26. ISO 26000:2010 Guidance on social responsibility. Retrieved November 28, 2023, <https://www.iso.org/standard/42546.html>
27. Navickas, V., Kontautiene, R., Stravinskienė, J., & Bilan, Y. (2021). Paradigm shift in the concept of corporate social responsibility: COVID-19. *Green Finance*, 3(2), 138–152.
28. Rahman, M., Aziz, S., & Hughes, M. (2020). The product-market performance benefits of environmental policy: Why customer awareness and firm innovativeness matter. *Business Strategy and the Environment*, 29(5), 2001–2018.
29. Salmones, M. D. M. G. D. L., Crespo, A. H., & Bosque, I. R. D. (2005). Influence of corporate social responsibility on loyalty and valuation of services. *Journal of Business Ethics*, 61, 369–385.
30. Sanclemente-Téllez, J. C. (2017). Marketing and Corporate Social Responsibility (CSR). Moving between broadening the concept of marketing and social factors as a marketing strategy. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 21, 4–25.
31. Sharko, E. (2021). Promotion of a healthy lifestyle in Russia and China. The first results of COVID-19 and trends in the post-COVID economy. *BRICS Journal of Economics*, 2(3), 27–53.
32. Tiep Le, T., Ngo, H. Q., & Aureliano-Silva, L. (2023). Contribution of corporate social responsibility on SMEs' performance in an emerging market—the mediating

- roles of brand trust and brand loyalty. *International Journal of Emerging Markets*, 18(8), 1868–1891.
33. Vătămănescu, E. M., Dabija, D. C., Gazzola, P., Cegarro-Navarro, J. G., & Buzzi, T. (2021). Before and after the outbreak of covid-19: Linking fashion companies' corporate social responsibility approach to consumers' demand for sustainable products. *Journal of Cleaner Production*, 321, 128945.
 34. Windsor, D. (2001). The future of corporate social responsibility. *The International Journal of Organizational Analysis*, 9(3), 225–256.
 35. Zreik, M. (2023). From Boom to Bust: A study of China's economy in the wake of COVID-19 outbreak in H1 2020. *BRICS Journal of Economics*, 4(1), 147–171.

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ТУРИЗМА УЗБЕКИСТАНА: КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ

Адилъчаев Рустем Турсынбаевич

к.э.н., доцент

Каракалпакский государственный университет имени Бердаха

Нукус, Узбекистан

neteconmsu@gmail.com

Сайфутдинов Шухратжон Султонович

доцент

Ташкентский государственный экономический университет

Ташкент, Узбекистан

neteconmsu@gmail.com

Аннотация. В статье раскрывается сущность концепции устойчивого развития экономики, определяются цели устойчивого развития туризма как сложной системы, кратко описываются тенденции развития туризма в Узбекистане. Выявлены и проанализированы факторы, обеспечивающие устойчивое развитие туризма страны с учетом инновационных изменений, ожидаемых в ближайшие годы. Предложены направления развития составляющих туристской отрасли, сделаны выводы относительно приоритетных задач развития туризма и представлены рекомендации по совершенствованию сферы туризма в Узбекистане.

Ключевые слова: устойчивое развитие, туризм, экономические факторы, социальные факторы, антропологические факторы.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN UZBEKISTAN

Adilchaev Rustem

Ph.D., Associate Professor

Karakalpak State University named after. Berdaha

Nukus, Uzbekistan

neteconmsu@gmail.com

Sayfutdinov Shukhratjon

Associate Professor

Tashkent State Economic University

Tashkent, Uzbekistan

neteconmsu@gmail.com

Abstract. The article reveals the essence of the sustainable economic development concept, defines the sustainable development goals of tourism as a complex system, and briefly describes the trends of tourism development in Uzbekistan. Factors ensuring the country's tourism sustainable development have been identified and analyzed, taking into account innovative changes expected in the coming years. Directions for the development of tourism industry components are proposed, conclusions are drawn regarding the priority tasks of tourism development, and recommendations for improving tourism in Uzbekistan are presented.

Keywords: sustainable development, tourism, economic factors, social factors, anthropological factors.

На сегодняшний день туризм является одной из важных отраслей экономики. Туризм служит для модернизации инфраструктуры страны, развития гостиничного и ресторанного бизнеса, транспорта, торговли, ремесел, строительства и т.д., а также способствует увеличению валового внутреннего продукта и развитию связей между разными секторами экономики (Кондратьева, 2022; Sheresheva, Oborin, 2022). Кроме того, туризм оказывает большое влияние на обеспечение занятости населения, повышение уровня и качества жизни, рост благосостояния в стране. По подсчетам специалистов, каждые 30 туристов могут стимулировать создание одного нового рабочего места в туристической сфере страны и двух в смежных системах.

Устойчивое развития сферы туризма является необходимым элементом устойчивого развития экономики страны. По этой причине многие страны мира принимают ряд мер по дальнейшему развитию данной отрасли, созданию соответствующей инфраструктуры на уровне мировых стандартов, увеличению потока туристов.

Понятие «устойчивое развитие» занимает важное место среди социально-экономических терминов, при этом основной концепцией в настоящее время является социо-эколого-экономическая триада (Белоусов, 2013; Ramazanov et al., 2019). Проводятся и многочисленные исследования вопросов устойчивости в туризме (Шабалина и др., 2021; Sheresheva et al., 2020; Polukhina et al., 2021). В связи с этим, проанализировав исследования и мнения некоторых авторов, обобщив их результаты, кратко изложим свои взгляды на устойчивое развитие туристической отрасли.

Современные подходы к экологизации туристской деятельности на основе программных правил «зеленой» экономики, экологические проблемы управления развитием туризма, международный опыт внедрения программ экологической сертификации в сфере туризма изучается многими авторами. Обращается внимание на необходимость повышения уровня экологической безопасности путешествий в соответствии с критериями устойчивого развития человека (Агаева, Агаев, 2022). Определено, что внедрение систем экологической сертификации туристских услуг необходимо для реализации концепции устойчивого развития туризма в регионах (Эстебес, 2021).

Необходимо также учитывать мнения некоторых исследователей в области туризма в Узбекистане. А. А. Эштаев отметил эффективное использование инновационных маркетинговых стратегий для совершенствования маркетинговой стратегии управления туризмом в условиях глобализации (Эштаев, 2019). О. Х. Гамидов провел исследование развития экологического туризма и обосновал, что совершенствование механизма управления экотуризмом является важным направлением стратегического развития туристической отрасли; разработки стратегии охраны окружающей среды, безопасности экотуризма и контроля управления развитием экотуризма. Разработан метод управления ресурсным потенциалом и оценки эффективности экотуризма, рекомендованы направления его практического использования и обоснованы направления его интеграции в национальную экономику (Hamidov, 2017).

Анализ и результаты

В результате развития рыночных отношений создаются благоприятные условия для развития сферы туризма в Узбекистане. Дальнейшая интеграция туризма в экономику страны приобретает все большее значение. Сфера туризма служит для обеспечения необходимой валютной выручки страны, создания новых рабочих мест и в то же время повышения уровня жизни населения. Географическое положение Узбекистана исключительно благоприятное, с прекрасными природно-климатическими условиями, а также редкими историческими архитектурными па-

мятниками, фруктами, разнообразными блюдами и гостеприимным народом с прекрасными национальными традициями и обычаями. Все это привлекает внимание иностранных туристов. В то же время политическая стабильность в Узбекистане играет важную роль в развитии международного туризма.

Если обратить внимание на понятие устойчивого развития экономики страны и в частности туризма, каких условий оно требует, что необходимо сделать для его обеспечения, почему устойчивость служит фактором экономического роста, то вопросы, подобные сегодняшней индустрии туризма требуют необходимость изучения и исследования в этой сфере.

В связи с этим в целях обеспечения устойчивого развития экономики Республики Узбекистан, в частности сферы туризма, 7 февраля 2017 г. был принят Указ Президента Республики Узбекистан № УП-4947 «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» (Указ Президента Республики Узбекистан, 2017) и 20 октября 2018 г. было принято постановление Кабинета Министров «О мерах по реализации национальных целей и задач в области устойчивого развития на период до 2030 года» (Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан, 2018) в котором определены задачи устойчивого развития до 2030 года. Для реализации этого решения определен ряд целей и задач в области устойчивого развития.

Устойчивое развитие является экономическим параметром межпоколенческих отношений, ведь именно благодаря такой устойчивости, полученный в результате труда сегодняшних поколений, станет основой хорошей жизни для следующих поколений. Целенаправленный трудовой процесс сегодняшних поколений обеспечивает качество жизни будущих поколений. Реализация этих долгосрочных целей приведет к огромным качественным изменениям. Обществу удастся переходить с одного уровня на другой, более высокий уровень развития.

Как уже отмечено выше, в понятии устойчивости выделяют три содержания, это экономическая устойчивость, социальная устойчивость и экологическая устойчивость. Устойчивое развитие предусматривает такое развитие, при котором максимально учитываются жизненные потребности сегодняшних поколений, но отмечается, что такая система учета не создает угрозы жизненным потребностям будущих поколений. Это содержание занимает основное место в определении стабильности ООН. Это главный закон — не создавать угрозы потребностям и условиям жизни будущих поколений. С этой точки зрения устойчивое развитие сочетает в себе два важных аспекта, а именно:

- а) принцип потребности, в том числе приоритетной потребности (жизненные потребности беднейших слоев);

- б) принцип запретов (установление запретительного контроля и наблюдения на международном уровне за всеми решениями, угрожающими жизненным потребностям нынешнего и будущих поколений).

Однако в то же время устойчивое развитие направлено на удовлетворение материальных потребностей и стремлений каждого человека, не ставя при этом под угрозу потребности и стремления будущих поколений сегодня и в будущем.

На конференции «Рио+20», проведенной Организацией Объединенных Наций в 2012 г. по теме устойчивого развития мировые лидеры договорились разработать Цели устойчивого развития (ЦУР). 17 целей в области устойчивого развития (ЦУР), которые должны быть достигнуты к 2030 г. на основе обширных глобальных дискуссий (ликвидация голода, здоровье и благополучие, качественное образование, гендерное равенство, чистая вода и санитария, доступная и чистая энергия, достойные рабочие места и экономический рост, индустриализация, инновации, инфраструктура; сокращение неравенства, создание устойчивых городов и пригодных для жизни мест; ответственное потребление и производство; борьба с изменением климата; сохранение морских экосистем; сохранение наземных экосистем; мир, справедливость и благое управление, сотрудничество для устойчивого развития) и определены 169 связанных задач. Они были официально приняты в сентябре 2015 г. на саммите ООН.

В Узбекистане принципы устойчивого развития включены в число факторов социальной защиты и экономического развития государственной политики. Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017–2021 гг., утвержденная Указом Президента Республики Узбекистан 7 февраля 2017 г., служит национальной «дорожной картой» страны по реализации целей устойчивого развития. Фактически в сентябре 2015 г. Узбекистан принял условия реализации Целей устойчивого развития, озвученных на Саммите ООН на национальном уровне. Соответственно, 20 октября 2018 г. принято постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 841 «О мерах по реализации национальных целей и задач в области устойчивого развития до 2030 года» (Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан, 2018). В этом важном документе определены 16 целей устойчивого развития и разработано 225 задач по реализации целей, все из которых согласованы со Стратегией развития (Указ Президента Республики Узбекистан, 2017). В числе задач определено создание благоприятных условий для населения, охрана здоровья людей, проведение планомерной работы по развитию экономики.

В настоящее время мы можем видеть устойчивое развитие туристического сектора в Узбекистане по туристическим показателям. В послед-

ние годы стремительно растет число иностранных граждан, посещающих страну. Согласно анализу статистических данных, в 2016 г. Республику Узбекистан посетили 2,027 млн человек, а в 2017 г. — 2,69 млн человек, значит, количество людей, посетивших Республику Узбекистан в 2017 г., увеличилось на 32,7% по сравнению к 2016 г. В свою очередь в 2018 г. страну посетили 5,346 млн человек, что на 99% больше по сравнению с предыдущим годом, а также 6,748 млн человек посетили нашу страну в 2019 г., что составляет рост на 26,2%. по сравнению с предыдущим годом (рис. 1). Общеизвестно, что эти туристы приезжают в нашу страну с оздоровительными, образовательными, профессиональными, паломническими или другими целями.

Однако в условиях глобальной пандемии количество посещений туристов в 2020 г. составило 1,504 млн человек, что на 77% меньше, чем в 2019 г., а в 2021 г. — 1,881 млн, что на 72% меньше, но 2021 г. на 25% больше, чем в 2020 г. Но в 2022 г. в страну посетили 5,2 млн туристов. По оценкам, туризм является одним из наиболее пострадавших секторов во всем мире. 2020 г. войдет в историю по ряду причин. Все профессионалы в области туризма не ожидают ничего, кроме полной стагнации рынка. Согласно результатам исследования, характеристики стабильности и гибкости во время пандемии должны оживить сектор туризма и гостеприимства.

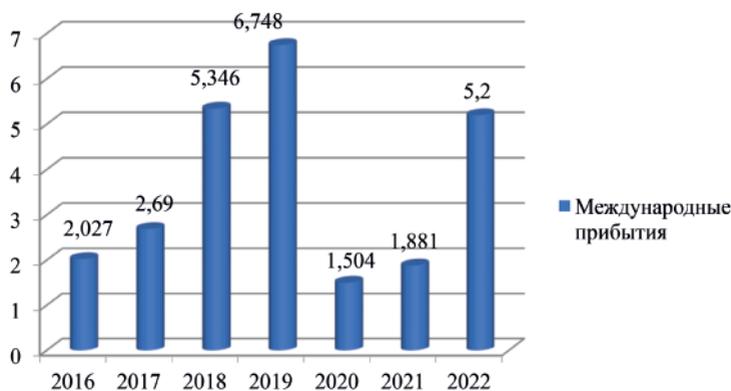


Рис. 1. Количество иностранных граждан, посещающих Республику Узбекистан (млн человек)

Одна из основных причин роста туризма в Узбекистане — это введение безвизового режима для граждан более 90 стран и создание широких возможностей для развития внутреннего и паломнического туризма в Узбекистане (Указ Президента Республики Узбекистан, 2021), которые служат основой для устойчивое развитие туризма в стране.

Существует также несколько различных взглядов на то, что представляет собой устойчивое развитие туризма. Если их определить, то, во-первых, это процесс обеспечения мирного развития самого туризма в стабильной и умеренной форме, без различных внутренних и внешних кризисов, от простого к сложному. Во-вторых, стабильность в направлении туризма фактически означает ситуацию стабильности внутри системы туризма, условия для устойчивого развития туризма, стабильность услуг в сфере туризма и т. д.

Следовательно, устойчивость в туризме — это порядок организации, ведения, развития туристской деятельности, организации различных видов услуг и экономических отношений с учетом потребностей туристов, обеспечивающий рост, воспроизводство и неуклонное увеличение доходов из года в год.

Устойчивое развитие сферы туризма — это создание системы экономических отношений, нацеленных на долгосрочную перспективу. В этом процессе соблюдается целостность экономических, социальных, экологических и культурных целей туризма. Учитываются долгосрочные интересы всех сторон туризма (посетители, принимающие стороны, местные жители, страны, партнеры), исходя из этих целей. Устойчивость в туризме — это процесс обеспечения того, чтобы существующие туристические ресурсы и резервы использовались будущими поколениями.

Устойчивый туризм — это система воплощения в жизнь возможностей реализации желания путешествовать в обществе, служащая реализации нематериальных потребностей общества, использующая существующие системы и обеспечивающая их доступность для следующих поколений.

Устойчивое развитие в туризме представляет собой совокупность экономических отношений и сбалансированную систему экономических отношений, в которой отношения всех сторон организованы на основе гармонии. Главный девиз современного туризма с этой точки зрения, т.е. с точки зрения его устойчивости, — стать хранителем мира, охранять состояние мира и работать на благо мира во всем мире.

Поэтому для создания экономической стабильности в сфере туризма в нашей стране проводятся специальные программы, указы, поддержка и помощь правовой системы, т.е. политика «открытых дверей». Поэтому реальное развитие стабильности туризма сейчас зависит от человеческого фактора, работающего в сфере и управляющего сферой. Здесь следует сказать, что в условиях экономического кризиса методы «иерархического менеджмента» более пригодны и служат для быстрого решения сложившейся кризисной ситуации. В то же время в периоды спокойного и мирного развития более действенный метод «управления сверху» целесообразно сменить на «управление снизу», поскольку это позволяет находить решение наиболее важных и актуальных вопросов на местах.

С точки зрения экономической устойчивости туристической отрасли Узбекистана мы сочли целесообразным разделить факторы, обеспечивающие устойчивость, на чисто экономические факторы, социальные факторы и антропологические факторы.

1. К *экономическим* факторам, обеспечивающим экономическую устойчивость сферы туризма, относятся следующие:

- обеспечить безусловное выполнение задач, поставленных государственной политикой в сфере, понимать, что каждый принимаемый шаг должен делаться во благо развития населения и страны;
- развивать творческий, созидательный и критический подход к вопросу экономического развития и устойчивости отрасли;
- обеспечить процесс экономического роста в отрасли и рост ВВП на душу населения;
- повысить конкурентоспособность туристической отрасли в экономике страны и создать благоприятную инвестиционную среду;
- акцентировать внимание на создании новых рабочих мест в сфере и обеспечении долгосрочной занятости и полной занятости;
- обеспечивать стабильность цены услуг в сфере туризма, добиться того, чтобы цены не зависели от политических и социальных процессов.

2. К *социальным* факторам, обеспечивающим экономическую устойчивость сферы туризма, относятся:

- усиление законодательства об охране всех объектов национального туризма, исторического наследия, духовно-просветительского наследия, научных ресурсов, а также разработка и принятие нормативно-правовых документов и выделение средств на их сохранение и защиту;
- усиление государственной политики в сфере туризма, ее роли в обеспечении экономической стабильности, взгляд на возможности туризма как локомотива экономики, проведение пропагандистской и агитационной деятельности во всех средствах массовой информации, на интернет-сайтах, в интернет-пространстве и социальных сетях;
- организация пропагандистской деятельности для детей в районах, где налажено развитие туризма, чтобы они осознали, что их страна является туристическим центром и жить с гордостью, а также обеспечить упорядоченное содержание этих районов.

3. К *антропологическим* факторам, обеспечивающим экономическую устойчивость сферы туризма, мы отнесли:

- формирование имиджа Узбекистана как современной туристической страны, вести работу по его популяризации и популяризовать

в мировом масштабе, формировать у граждан чувство гордости и гордость за туристические возможности нашей страны;

- подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров, отвечающих мировым требованиям, внедрение систем сертификации их знаний и компетенций и обеспечение их практичности;
- регулярное обеспечение приезда молодых, морально и педагогически зрелых, молодых кадров, получивших образование в сфере туризма, стремящихся стать мастерами своего дела, получающих удовольствие от работы.

Выводы и предложения

Подводя итог вышеизложенному, можно отметить, что стабильное развитие национальной экономики страны обуславливает стабильное развитие туризма. В связи с этим рекомендуется принимать во внимание следующие факторы, которые служат устойчивому развитию экономики и, в свою очередь, туризма:

- модернизация производства, техническое обновление и диверсификация; стремительное развитие отраслей, способных на равных конкурировать на мировом рынке и стать локомотивом экономического роста, дальнейшей модернизации и диверсификации экономики;
- углубление локализации производства и расширение межотраслевой производственной кооперации, экономический рост и структурная перестройка экономики;
- реализация важных стратегических проектов путем проведения активной инвестиционной политики;
- продолжение принятия мер, стимулирующих развитие малого бизнеса и частного предпринимательства, сферы услуг и, как следствие, дальнейшее увеличение их доли в ВВП.

Результаты исследования показали, что устойчивое развитие туризма зависит не только от развития собственно отрасли, но и от ряда факторов, таких как развитие других отраслей экономики, увеличение доходов населения, развитие экономического сотрудничества с зарубежными странами.

Список литературы

1. Агаева, Н. Ю., & Агаев, Р. Н. (2022). Экологические факторы безопасности территорий и развитие экологического туризма. *Вестник индустрии гостеприимства*, (10), 66–73.

2. Белоусов, К. Ю. (2013). Современный этап эволюции концепции устойчивого развития и формирование парадигмы корпоративной устойчивости. *Проблемы современной экономики*, (1(45)), 47–50.
3. Кондратьева, С. В. (2022). Межрегиональная дифференциация развития международного туризма в Российской Федерации. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, (1), 79–95.
4. Пирогова, О. В., & Пирогова, А. Ю. (2017). Роль устойчивого туризма в мире. *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*, (7-2), 305–309.
5. Пономарева, И. Ю., & Малафий, А. С. (2010). Устойчивое развитие туризма и его влияние на социальные процессы. *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки*, (1), 209–215.
6. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 20.10.2018 № 84 «О мерах по реализации национальных целей и задач в области устойчивого развития до 2030 года». [www. lex.uz](http://www.lex.uz)
7. Постановление Президента Республики Узбекистан от 05.01.2019 № ПФ-5611 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан». www. lex.uz
8. Сесёлкин, А. И. (2014). Устойчивое развитие туризма как приоритетное направление деятельности Всемирной туристской организации: постановка проблемы исследования. *Вестник РМАТ*, (1), 9–14.
9. Указ Президента Республики Узбекистан от 07.02.2017 № УП-4947 «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан». www. lex.uz
10. Указ Президента Республики Узбекистан от 09.2021 № ПФ-6165. «О мерах по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в Республике Узбекистан». www. lex.uz
11. Хамидов О. К. (2017). *Совершенствование механизма управления развитием экологического туризма в Узбекистане*: автореф. дис. ... докт. экон. наук. Самарканд.
12. Шабалина, Н. В., Никанорова, А. Д., & Александрова, Е. Е. (2021). Экологический туризм: особенности и проблемы развития в России. *Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса*, 15(1), 10–14.
13. Эстебес, К. Ж. (2021). Мировой опыт развития туризма с сохранением принципов зеленой экономики. *Евразийское Научное Объединение*, (3-3), 282–286.
14. Эшгаев, А. А. (2019). *Маркетинговая стратегия управления туристической отраслью в условиях глобализации (на примере туристической отрасли Республики Узбекистан)*: автореф. дис. ... докт. экон. наук. Самарканд.
15. Polukhina, A., Sheresheva, M., Efremova, M., Suranova, O., Agalakova, O., & Antonov-Ovseenko, A. (2021). The concept of sustainable rural tourism development in the face of COVID-19 crisis: Evidence from Russia. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(1), 38.
16. Ramazanov, S. K., Zablodska, I. V., & Zablodska, D. V. (2019). Integrating model for sustainable development. *Economics and Law*, (4(55)), 124–139.
17. Sheresheva, M. Y., & Oborin, M. S. (2022). Coronavirus and tourism: is there light at the end of the tunnel? *Population and Economics*, 6(4), 43–61.

18. Sheresheva, M. Y., Polukhina, A. N., & Oborin, M. S. (2020). Marketing issues of sustainable tourism development in Russian regions. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 6(1), 33–38.
19. Steblyanskaya, A., Bobylev, S., & Jun, Y. (2022). Green Economy for Nature conservation: New paradigm for the Future. *BRICS Journal of Economics*, 3(4), 203–207.

РАЗДЕЛ 3

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ: МИРОВОЙ И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ И ПЕРСПЕКТИВ ТРАНСФОРМАЦИОННОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Бузулукова Екатерина Валерьевна
к.э.н., ЛИА ЭФ
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
buzulukovaev@yandex.ru

Воронкова Сита Константиновна
магистр менеджмента
НИУ ВШЭ
Москва, Россия
sita.pavlova@gmail.com

Аннотация. Трансформационный туризм отражает новые тенденции в поведении путешественников, связанные со стремлением посетить уникальные места, познакомиться с неизвестной для себя культурой, встретиться с новыми людьми и получить незабываемый опыт, который позволяет по-другому взглянуть на окружающий мир и на себя. Целью настоящего исследования является изучение особенностей и видов трансформационного туризма, а также готовности совершить подобные путешествия со стороны российских потребителей. Для этого были проанализированы публикации по трансформационному туризму и проведен опрос российских путешественников. Опрос показал высокую степень заинтересованности в подобных турах и интерес к устойчивым практикам в области туризма. В то же время наблюдается отсутствие готовности платить более высокую цену за подобные путешествия.

Ключевые слова: трансформационный туризм, Россия.

RESEARCH OF TRENDS AND PROSPECTS OF TRANSFORMATIONAL TOURISM IN RUSSIA

*Buzulukova Ekaterina,
PhD in Economics, LIA Economics Faculty
Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
buzulukovae@yandex.ru*

*Voronkova Sita
Master in Management
NRU HSE
Moscow, Russia
sita.pavlova@gmail.com*

Abstract. Transformational tourism reflects new trends in the travelers preferences associated with the desire to visit unique places, get acquainted with an unknown culture, meet new people and get an unforgettable experience that allows you to look at the world around you and yourself in a different way. The purpose of this study is to describe transformational tourism and its types, and to reveal the willingness of Russian consumers to go on such trips. To reach the goal do this, publications on transformational tourism were analyzed and a survey of Russian travelers was conducted. The survey showed a high degree of interest in such tours and commitment to the sustainable tourism practices. At the same time, there is a lack of willingness to pay a higher price for such trips.

Keywords: transformational tourism, Russia.

В последнее время исследования в области трансформационного туризма привлекают все больше внимания как ученых так практиков. Под трансформационным туризмом в настоящей работе будет пониматься такой вид туризма, который позволяет не только отдохнуть и получить новые впечатления, но и способствует личностным изменениям, большему самопознанию, самоисследованию, жизни в соответствии с более высокой системой ценностей (Sheldon, 2020). В России также начали появляться как научные статьи (Афанасьева, Афанасьев, 2021; Королева, 2021; Buzulukova, 2023) так и компании, оказывающих услуги в сфере трансформационного туризма («Глухомань Go», You travel.me, клуб гидов «Ваутрип» и др.). Однако таких исследований немного и тема требует более глубокого изучения.

Изучение тенденций в области трансформационного туризма в России важно по нескольким причинам: во-первых, в настоящее время наблюдается изменение предпочтений туристов, чей интерес сдвигается от стандартных массовых туристических направлений и туров к поиску

новых маршрутов, во-вторых, этот вид туризма способствует устойчивому развитию регионов; в-третьих, он расширяет возможности для развития внутреннего туризма.

Цель настоящего исследования — изучить основные направления трансформационного туризма и интерес к этому виду туризма со стороны российских путешественников.

Для достижения этой цели будут рассмотрены особенности трансформационного туризма, изучен этот сегмент рынка туристических услуг, а также приведены результаты проведенного авторами в 2023 г. полевого исследования по выявлению отношения российских туристов к трансформационным турам.

Особенности трансформационного туризма

У. Рейзингер (Reisinger, 2015) определяет трансформационный туризм как предоставление такого туристического опыта, который позволяет развить осознание собственного существования и способы связи с собой и другими, побуждает людей полностью реализовать свой человеческий потенциал. Во время трансформации у человека формируется глубокое чувство идентификации с местом посещения и переживание себя принадлежащим этому месту, другим и миру. Трансформационный туризм ведет к изменению во взгляде на мир, в поведении, в осознании себя через путешествия.

Трансформационный опыт отличается от других форм туризма тем, что он основан на экстраординарных поездках, которые подталкивают путешественников к постоянной и меняющейся жизни *переоценке своего восприятия мира* (Kirillova et al., 2017). Примеры программ трансформационного туризма включают: экологический туризм, туризм личностного развития, волонтерский туризм, туризм здорового образа жизни и поездки, связанные с паломничеством (табл. 1).

Таблица 1

Виды трансформационного туризма

	Характеристика
Экологический туризм	Поездка с целью наслаждения природными богатствами и окружающей средой. В ходе тура проявляется уважение к природе и понимание необходимости ее сохранения. Во время тура возможны активности по очистке леса, пляжа и других мест
Туризм личностного развития	Поездка, которая направлена на развитие личности и самопознание. Включает путешествия в места, где можно провести время наедине с собой, медитировать, практиковать йогу и другие методы личностного развития

Окончание табл. 1

	Характеристика
Волонтерский туризм	Туризм с целью оказания помощи на местности в различных областях, таких как образование, здравоохранение, экология, социальная защита и т.д. Он нацелен на оказание практической помощи и поддержки в различных проектах и инициативах
Туризм здорового образа жизни	Включает йога-туры, во время которых люди занимаются спортом, питаются здоровой пищей и проводят духовные практики. Цель этого типа туризма — улучшение физического и психологического здоровья
Паломничество	Поездки в святые места с целью духовного просветления

Ряд авторов к трансформационному туризму относят пеший туризм, образовательный туризм, туры экстремальных видов спорта, творческий туризм, агротуризм (см. например (Ross, 2010)). Следует отметить, что относится либо нет тот или иной вид туризма к трансформационному, зависит от наполнения программ и целей туриста. Если программы будут включать аспект, связанный с личностной трансформацией, то он может быть смело отнесен к трансформационному туризму.

Открывая новые виды трансформационного туризма, необходимо помнить, что главная его особенность — *духовное и личностное развитие, которое происходит благодаря туристическому опыту*. Путешествия, ориентированные на эти цели, помогают людям расширить свой кругозор, познакомиться с новыми культурами и традициями, а также узнать больше о себе. Развитие трансформационных навыков может включать широкий спектр развития физических и умственных способностей, таких как владение языком, межкультурное понимание, спортивное мастерство, выносливость, терпимость и социальные навыки (Kirillova et al., 2017), или может принимать форму участия в экологических, духовных или художественных проектах.

Еще одной важной характеристикой этого вида туризма является *тесный контакт с местными жителями и культурой*. Трансформационный туризм предлагает уникальную возможность погрузиться в местную жизнь, познакомиться с местными традициями, обрядами и культурными ценностями. Часто это достигается через участие в местных фестивалях и мероприятиях, посещением достопримечательностей и музеев.

Трансформационный туризм также может быть направлен на *решение социальных проблем*. Например, туристические поездки, организованные для помощи в решении экологических проблем, могут включать уборку пляжей, посадку деревьев и другие виды деятельности. Это не только помогает улучшить состояние окружающей среды, но и способствуют личностному росту, осознанию важности охраны природы. Таким образом,

трансформационный туристический опыт может усилить социально ответственное поведение туристов, изменив их восприятие своей роли и важности сохранения окружающей среды и культурного наследия.

Еще одной важной особенностью трансформационного туризма является его *долгосрочное воздействие на личность*. Такие поездки часто являются катализатором для личностного роста, и влияние, которое они оказывают на туриста, сохраняется надолго после окончания поездки. Это может привести к изменению жизненной позиции, привычек, убеждений и даже карьерного выбора.

Во время трансформационного тура люди испытывают новизну ощущений, наслаждаясь потрясающими видами на горы и реки, ощущая глубокий контакт с природой и местом, встречая новых друзей и знакомых. Эти впечатления побуждают более глубоко осознать важность хорошей наполненной жизни и социальной гармонии, когда человек проявляет заботу о других и обществе.

Стоит отметить, что трансформационный туризм является *персонализированной услугой*. Каждый турист имеет уникальные интересы и потребности, и поэтому такой вид туризма предлагает множество вариантов, которые могут быть адаптированы к индивидуальному запросу и целям туриста. Это может быть поездка на местный фестиваль, курсы массажа или кулинарные мастер-классы в зависимости от интересов группы.

Однако, несмотря на все его преимущества, трансформационный туризм также имеет свои ограничения, которые необходимо учитывать. Например, часто это *более дорогой вид туризма*, так как требует индивидуальной организации и участия специализированных экспертов. Кроме того, он требует большого усилия и эмоциональных затрат со стороны туриста, что может быть неприятно или невозможно для некоторых людей. Достаточно часто путешественники не имеют возможности разместиться в комфортных гостиницах или питаться в ресторанах, поскольку места поездок чаще всего находятся вдали от шумных массовых туристических маршрутов.

Исследователи отмечают, что трансформационный туризм может *влиять на местное сообщество и культуру* (Vuzulukova, 2023). Часто, когда туристы приезжают в маленькие деревни или города, они могут вносить изменения в местный образ жизни и культуру. Это может иметь как положительное, так и отрицательное воздействие. Зафиксированы случаи, когда такой туризм стимулирует развитие местной экономики и содействует сохранению традиций, но он также может привести к негативным последствиям, таким как, загрязнение окружающей среды, потеря культурной аутентичности и нанесение ущерба культурным памятникам.

Для предотвращения негативного воздействия трансформационного туризма на местное население и окружающую среду необходимо учесть следующее:

1. Сохранение культурной аутентичности: туристические компании должны стремиться сохранить и поддерживать традиции и культурные ценности местного населения. Это может быть достигнуто через вовлечение местных жителей в туристические программы и предложение туристических маршрутов, которые не нарушают традиционный образ жизни местных жителей.

2. Содействие развитию экотуризма: трансформационный туризм может быть связан с экотуризмом, который позволяет туристам насладиться природными красотами и экосистемами, не причиняя им вреда.

3. Ответственность и этика: туристам и туристическим компаниям следует придерживаться высоких стандартов ответственности и этики, чтобы не нанести вреда местной культуре и окружающей среде. Это включает соблюдение правил и местных обычаев и минимизацию отходов и загрязнения.

4. Развитие туризма в рамках устойчивого развития: трансформационный туризм должен развиваться в соответствии с принципами устойчивого развития, чтобы обеспечить сохранение природы и культуры для будущих поколений. Это включает разработку туристических программ, которые не причиняют вреда окружающей среде и могут способствовать развитию местной экономики.

Анализ существующих проектов и программ трансформационного туризма в России

В России на фоне неблагоприятной макрополитической ситуации наблюдается рост интереса к внутреннему туризму. Согласно Росстату, количество поездок россиян за три квартала 2023 г. составило 134,9 млн поездок (Ассоциация туроператоров, 2023). Природное и климатическое разнообразие российских регионов позволяет развивать практически все виды туризма. По оценкам Всемирной туристской организации (UNWTO, 2016), по природному и культурному туристическому потенциалу Россия занимает 5-е место в мире, но по уровню конкурентоспособности находится в конце списка.

В России имеются прекрасные возможности для развития внутреннего туризма. Согласно результатам исследования большинство россиян (80%) решили остаться отдыхать в России (Известия, 2023). В целом российские туристы путешествуют не чаще двух раз в год: 47% — один-два раза в год, 45% — реже. Согласно опросу ВЦИОМ (2023), динамика последних лет указывает на постепенный рост интереса россиян к нетрадиционным летним туристическим маршрутам: южные направления частично заменяются путешествиями по другим регионам России. В последние годы трансформационный туризм стал более популярным также благодаря раз-

витию информационных технологий и социальных сетей, которые помогают людям находить подходящие формы путешествий, интересных гидов и обмениваться опытом с другими туристами.

Сегодня на российском рынке присутствуют различные туристические компании, специализирующиеся на организации трансформационных туров: “You travel.me” (Алтай), “Rassvet” (Иркутск), «Клуб гидов Ваутрип» (Сочи), “Insight” (Сочи), «Глухомань Go» (Подмосковье, Дагестан) и ряд других. Проанализировав предложения трансформационных туров на рынке, можно заметить, что большинство туров предлагают что-то между йога-турами и велнес-турами, а основные места, куда предлагают отправиться туристам, — это Алтай и Сочи. Программы туров на Алтае в большинстве своем включают парение в бане, медитации и практики Цигун. На остальных же территориях: Калининград и Иркутская область представлено всего по одному трансформационному туру. Однако несмотря на скудное предложение представленные географические объекты богаты природными ресурсами, культурным наследием и перспективны для развития трансформационных туров. Трансформационный туризм может развитию регионов на Севере или Востоке России, которые имеют богатый культурный и природный потенциал, но не находясь на популярных туристических маршрутах. Развитие данного вида туризма в таких регионах может привести к созданию новых рабочих мест, увеличению доходов местных жителей и улучшению их жизненного уровня.

Стоит отметить, что туроператоры предлагают в основном короткие туры от 4 до 7 дней. Самый короткий тур из представленных предлагает компания You travel.me «Трансформационный тур на Алтай», его продолжительность 3 дня. Наиболее продолжительный проходит на территории отеля в Бахчисарае (Крым) длительностью 11 дней/10 ночей. Стоимость трансформационных туров варьируется от 3450 до 9000 руб. в день. Самый дешевый тур организует «Есо сапр» в Крыму на 11 дней и 10 ночей, а самый дорогой тур — «Трансформационный ретрит девичник» в Сочи на 5 дней и 4 ночи (цены на июнь 2023 г.). Дополнительные услуги предлагают все турагентства: питание, различные спа-услуги (сауна, баня), медитации, практики Цигун, энергетические практики и экскурсии. Обычно трансформационные туры также включают ежедневные занятия медитаций либо трансформационные игры не менее двух часов, правильное питание и разнообразие экскурсий. На территории Крыма представлено больше всего вариантов экскурсий, а вот на территории Алтая акцент делается на спа-услуги. Предложение трансформационного тура в Сочи богато как духовной программой (арт-практики, нейрография), так и спортивной. В Калининграде предлагают звуковые практики и экскурсии, однако продолжительность тура там всего 4 дня.

Как показывает практика, трансформационные туры выбирает большое количество граждан. Согласно проведенному онлайн-исследо-

ванию (рис. 1) в 2021 г. трансформационный туризм выбрало меньше 1% опрошенных (АТОР, 2022). В 2022 г. количество любителей медитаций, ретритов и ментальной разгрузки выросло до 2%, однако это все еще небольшое количество последователей такого вида отдыха.

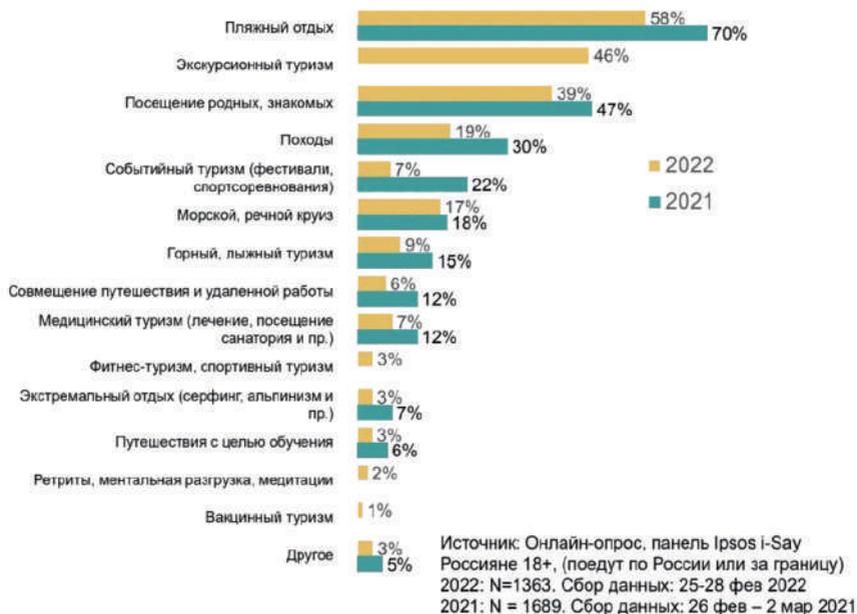


Рис. 1. Результаты онлайн-опроса панели Ipsos i-Say «Какой вид путешествий Вы планируете в 2021–2022 гг.?»

Источник: (АТОР, 2022).

К сожалению, в настоящее время существует большое количество препятствий, которые не дают полноценно развиваться этому направлению туризма в России, такие как:

- недостаточно проработанная нормативно-правовая база РФ, регулирующая трансформационный туризм;
- все еще низкая заинтересованность общества в данном виде досуга;
- малое количество предложений;
- недоработка маркетинговых программ;
- низкие располагаемые доходы россиян;
- отсутствие качественных заведений и комплексов для релаксации;
- высокие требования по подготовке организаторов и сотрудников туристических компаний;
- невозможность работы с банковскими картами зарубежных стран в России.

Таким образом, трансформационный туризм в настоящее время способен предоставить на рынок новые интересные предложения, которые смогут заменить потребность россиян в иностранных туристических заведениях и местах. При планомерном развитии трансформационных туров как нового направления туризма возможны полное переосмысление и обновление уже устойчивых туристических мест, а также создание новых направлений туризма для граждан с различными интересами, увлечениями и финансовым положением.

Методология исследования предпочтений туристов в области трансформационного туризма

Для изучения осведомленности о трансформационном туризме и оценки наличия потенциально спроса был проведен опрос в период с апреля 2023 г. по май 2023 г. В ходе опроса проверялись следующие гипотезы:

Н1. Трансформационный туризм способствует развитию практик устойчивого развития (развитие местных сообществ и защита окружающей среды).

Н2. Путешественники стремятся к получению нового, уникального туристического опыта.

Н3. Путешественники готовы платить большую цену за получение нового, уникального туристического опыта.

Опрос был проведен на базе бесплатного онлайн-сервиса от Google — “Google Forms” и включал 42 вопроса, открытого и закрытого типов. Закрытые вопросы были представлены в виде номинальной шкалы, порядковой шкалы, шкалы отношений и вопросов-фильтров. Вопросы респондентам в опросе были как с единственным, так и со множественными вариантами ответа. Опрос проводился анонимно.

Генеральная совокупность состояла из жителей России от 18 лет, которая отражает платежеспособную аудиторию потенциальных путешественников туристского продукта. Поиск респондентов осуществлялся через персональное распространения ссылки на онлайн-форму через популярные социальные сети, такие как «ВКонтакте», мессенджер, такой как «Телеграм», а также в нескольких фрагментарных случаях через электронную почту. Преимущественно использовались «ВКонтакте» и «Телеграм». Сбор данных продолжался по 5 мая 2023 г. включительно. В итоге, по результатам проведения опроса было собрано 154 ответа. Большинство респондентов оказалось мужского пола (78 человек), что соответствует показателю в 50,3% от общего числа опрашиваемых. Средний возраст респондентов 42 года, что составляет платежеспособную категорию населения. Прочие характеристики выборки: 66% находятся в браке, 50% работают в коммер-

ческой сфере, а около 23% — в бюджетной сфере, около 40% опрошиваемых проживает в Центральном федеральном округе.

Анализ данных и интерпретация результатов

Для подтверждения или опровержения гипотез, сформированных в рамках настоящего исследования, был использован индекс стандартного отклонения (*Z-score*). Для нахождения индекса стандартного отклонения (*Z-score*) применялся Excel, пакета Microsoft 365. Среднее значение выборки было рассчитано с помощью функции «СРЗНАЧ», стандартное отклонение через функцию «СТАНДОТКЛОНПА», а значение индекса стандартного отклонения (*Z-score*) посредством функции «НОРМАЛИЗАЦИЯ». Затем был проведен сравнительный анализ найденных индексов и далее сделаны выводы о верности предложенных гипотез.

Наиболее важной информацией при выборе туристического продукта опрошиваемые респонденты признали: описание программы тура (30,5%), отзывы от других путешественников (25,3%); информацию о местах, которые будут посещены в рамках тура (22,1%) (рис. 2).

Какую информацию о трансформационном туре Вы считаете наиболее важной при выборе тура?

154 ответа

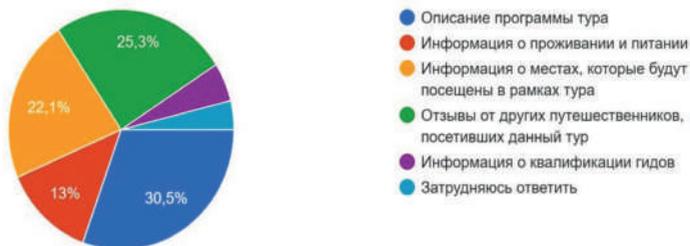


Рис. 2. Распределение ответов респондентов на вопрос о том, какую информацию о трансформационном туре они считают наиболее важной

В ходе анализа результатов опроса было выявлено, что:

- 1) более половины опрошиваемых респондентов (66,5%) не знакомы с понятием трансформационного туризма;
- 2) около 74% никогда не ездили в трансформационный тур, при этом среди них более трети (27,1%) было бы любопытно попробовать такой продукт;
- 3) половина опрошиваемых респондентов (51%) готова оплатить стоимость трансформационного тура в пределах от 50 001 до 100 000 руб.

Для проверки гипотезы Н1 был проведен расчет индексов стандартного отклонения (табл. 2). Из табл. 2 видно, что наибольшее положительное стандартное отклонение от среднего значения проявляется в категориях, которые отражают концепцию устойчивого развития. Следовательно, гипотеза Н1 подтверждается.

Таблица 2

**Расчет индексов стандартного отклонения о том,
что опрашиваемого респондента больше может привлечь
в представленной программе тура**

Вас больше всего может привлечь в представленной программе тура		
Категория	Значение	Категория
Благоприятная экологическая обстановка в месте проведения тура, возможность принять участие в сохранении природных и культурных достопримечательностей, помощь местным сообществам в организации фестивалей/концертов	55	2,71108
Возможность познакомиться с местной культурой	18	0,2917
Возможность принять участие в разработке местных туристических маршрутов	13	0,9329
Возможность узнать что-то новое от местных жителей	13	0,9329
Увидеть древнюю архитектуру	16	1,1482
Возможность увидеть животных в естественной среде обитания	15	1,0764
Возможность увидеть нетронутую природу	13	0,9329
Мастер-классы	8	0,57411
Затрудняюсь ответить	4	0,2871
Среднее значение	17,2	
Стандартное отклонение	13,93459147	

Для проверки гипотезы Н2 (путешественники стремятся к получению нового, уникального туристического опыта) был проведен расчет индексов стандартного отклонения для переменной — стремления к получению нового, уникального туристического опыта (табл. 3). Наибольшее положительное стандартное отклонение от среднего значения наблюдается в категории «Нет, но любопытно попробовать». Следовательно, гипотеза Н2 подтверждается.

Таблица 3

Расчет индекса стандартного отклонения о желании поехать в трансформационный тур

Ездили ли Вы когда-нибудь в трансформационный тур?		
Категория	Значение	Z-score
Нет, и не собираюсь	24	-1
Нет, но любопытно попробовать	126	1
Среднее значение	75	
Стандартное отклонение	51	

В расчете индексов стандартного отклонения (табл. 4) наблюдается наибольшее положительное стандартное отклонение от среднего значения в категории «Нет, я предпочитаю не тратить больше денег на туризм, даже если это означает упущение возможности получить уникальный опыт», поэтому гипотеза H3 опровергается.

Таблица 4

Расчет индекса стандартного отклонения о готовности платить большую цену за получение нового: уникального туристического опыта

Готовность платить большую цену за получение нового, уникального туристического опыта		
Категория	Значение	Z-score
Да, я готов потратить больше денег на туризм, чтобы получить уникальный опыт	52	0,0048002
Нет, я предпочитаю не тратить больше денег на туризм, даже если это означает упущение возможности получить уникальный опыт	60	1,200038
Зависит от того, насколько уникальным будет опыт и сколько денег мне потребуется потратить	43	-1,24804
Среднее значение	51,66667	
Стандартное отклонение	6,944222	

При ответе на вопрос: «Что Вас могло бы заинтересовать в трансформационном туре?», мы получили следующее распределение ответов (рис. 3).

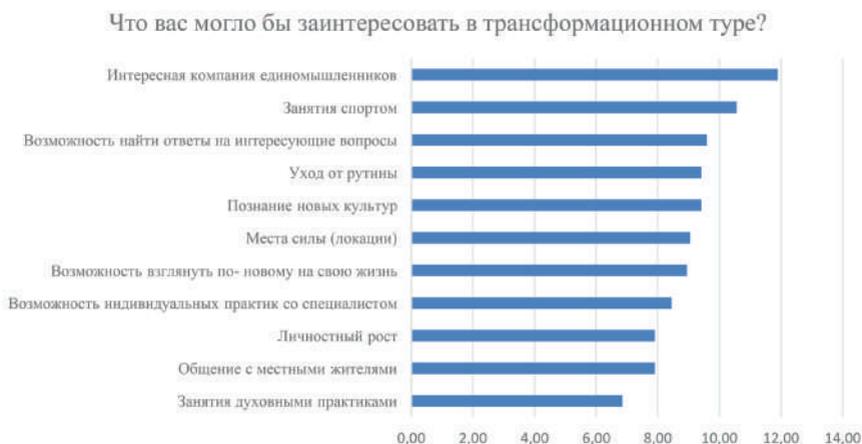


Рис. 3. Распределение частоты ответов респондентов на вопрос.

Подпись оси X — процент респондентов, указавших критерий как важнейший

Из рис. 3 мы видим, что для респондентов трансформационный тур — это в первую очередь возможность встретить новых людей, заняться спортом, уйти от рутины и найти ответ на интересные вопросы. Сам трансформационный эффект, проявляющийся в таких критериях как личностный рост, возможность взглянуть по-новому на свою жизнь, оказались не такими значимыми.

Таким образом, первая и вторая гипотезы о том, что трансформационный туризм способствует развитию практик устойчивого развития (развитие местных сообществ и защита окружающей среды) и что путешественники стремятся к получению нового, уникального туристического опыта в ходе своих путешествий, подтвердились. А гипотеза о том, что туристы готовы платить большую цену за трансформационные туры — нет.

Выводы

Анализ литературы и результатов исследования показали, что для современного туриста важна не только смена локаций либо отдых от повседневной рутины, но и личностное развитие с возможностью расширения своего кругозора во время путешествия. Туристы стремятся к интеллектуальному, эмоциональному и духовному росту и ищут эти возможности в путешествии.

Путешественники стремятся выбирать туры и услуги, которые учитывают и минимизируют негативное влияние на окружающую среду и местное сообщество. То есть набирают популярность экологическая направленность и социальная ответственность.

Следующий важный аспект — поиск уникальных и глубоких впечатлений. Люди все больше ищут необычные путешествия, позволяющие им погрузиться в другую культуру, общаться с местными жителями, исследовать малоизвестные места и открывать новые грани путешествия.

Трансформационный туризм имеет потенциал стать популярным видом отдыха. В настоящее время туристы все больше ищут возможностей не просто отдохнуть и полежать на пляже, а также обнаружить новые места и маршруты, встретиться с новыми интересными людьми, посетить новые неразведанные места и получить уникальный туристический опыт. Проведенное исследование показало высокий интерес со стороны российских путешественников к трансформационному туризму, следовательно, компании, которые смогут предложить подобные туры и адаптировать их к выявленным интересам потребителей, имеют намного больший потенциал для расширения своей деятельности и завоевания нового сегмента.

Список литературы

1. Ассоциация туроператоров. (2023). Росстат оценил внутренний туризм за 9 месяцев 2023 года. Дата обращения 01.12.2023, <https://dev.atorus.ru/node/54569>
2. АТОР. (2022). Ассоциация туроператоров. Россияне в 2022 году планируют меньше путешествовать и видят счастье в простых вещах. Дата обращения 01.12.2023, <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/59207.html>
3. Афанасьева, А. В., & Афанасьев, О. Е. (2021). Контексты «экспериментального туризма» в теоретическом и практическом форматах: компаративный анализ, разновидности и тренды. *Современные проблемы сервиса и туризма*, 1 (15), 21–33.
4. ВЦИОМ. (2023). Летние планы россиян — 2023: запросы, ожидания, направления. Дата обращения 01.12.2023, <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/letnie-plany-rossijan-2023-zaprosy-ozhidaniya-napravleniya>
5. Известия. (2023) Подавляющее большинство россиян решили этим летом путешествовать по России. Дата обращения 01.12.2023, <https://iz.ru/1545800/2023-07-18/podavliaiushchee-bolshinstvo-rossiian-reshili-etim-letom-puteshestvovat-po-rossii>
6. Королева, О. В. (2021). Трансформационный туризм как перспективное направление развития природных территорий в сборнике *Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства: материалы IV Международной научно-практической конференции*. М.: Российский государственный университет туризма и сервиса, 376–385.
7. Buzulukova, E. V. (2023). Transformative Tourism as a Mean of Region's Sustainable Development в сборнике *Tourism, Travel, and Hospitality in a Smart and Sustainable World, Seria Springer Proceedings in Business and Economics (SPBE)*. Springer Nature (Switzerland), 127–137.

8. Kirillova, K., Lehto, X. & Cai., L. (2017). What triggers transformative tourism experiences? *Tourism Recreation Research*, 42(4), 498–511.
9. Reisinger, Y. (2015). *Transformational Tourism: Host Perspectives*. London, UK: CAB International.
10. Ross, S. L. (2010). Transformative travel — An Enjoyable Way to Foster Radical Change. *ReVision*, 31(1), 54–61.
11. Sheldon, P. J. (2020). Designing tourism experiences for inner transformation. *Annals of Tourism Research*, 83, 1–12.
12. United Nations World Tourism Organization [UNWTO]. (2016). The Transformative power of tourism: A paradigm shift towards a more responsible traveller. Affiliate members global reports, volume. Retrieved December 1, 2023, from <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284417834>

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ С УНИКАЛЬНЫМИ ПРИРОДНЫМИ РЕСУРСАМИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

*Коваленко Владимир Викторович
к.э.н., старший научный сотрудник , ведущий инженер
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
kov-rus47@mail.ru*

*Коваленко Николай Владимирович
к. геогр. н., старший научный сотрудник
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
kovalko_n@mail.ru*

*Давыдова Лидия Анатольевна
инженер 1-й категории
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
lidad77@mail.ru*

Аннотация. Созданные COVID-19 и западными санкциями неблагоприятные экономические условия для развития туристской отрасли и экономики России в целом побудили Правительство РФ уделить внимание более эффективному развитию внутреннего туризма в России. Принятые меры дали положительные результаты. В марте 2022 г. бронирование путевок внутренних туров возросло на 83% по сравнению с мартом 2021 г. Развитие внутреннего туризма подтолкнуло к положительным изменениям регионального туризма и туризма с уникальными, природными туристскими ресурсами.

Ключевые слова: внутренний туризм, въездной туризм, региональный туризм, кешбек.

THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE REGIONS OF RUSSIA WITH UNIQUE NATURAL RESOURCES AT THE PRESENT STAGE

*Kovalenko Vladimir,
PhD in Economics,
Senior Researcher Leading Engineer
Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
kov-rus47@mail.ru*

*Kovalenko Nikolay
PhD in Geographical,
Senior Researcher, Leading Specialist
Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
kovalko_n@mail.ru*

*Davydova Lidiya
Category 1 Engineer
Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
lidad77@mail.ru*

Abstract. The unfavorable economic conditions created by COVID-19 and Western sanctions for the development of the tourism industry and the Russian economy as a whole prompted the Government of the country to pay attention to the more effective development of domestic tourism in Russia, the measures taken have yielded positive results. In March 2022, booking of domestic tours increased by 83% compared to March 2021. The development of domestic tourism has prompted positive changes in regional tourism and tourism with unique, natural tourist resources.

Keywords: domestic tourism, inbound tourism, regional tourism, cashback.

Мероприятия по защите населения от COVID-19 и санкции западных стран, направленные против России, подтолкнули руководство нашей страны к решительной перестройке российской туристической индустрии. В связи со сложной, неблагоприятной обстановкой в выездном туризме Правительство РФ делает ставку на развитие внутреннего и въездного туризма. Только из-за COVID-19 туристическая индустрия России потеряла 1,52 трлн руб. в 2020 г. (Российская туристическая индустрия потеряла...).

В настоящее время Правительство РФ оказывает помощь отечественному туризму, принимая ряд мер для поддержания отечественного туризма.

Распоряжением от 09.02.2023 № 297-р и Распоряжением от 09.02.2023 № 298-р Правительство РФ выделило более 11,4 млрд руб. регионам на поддержку и развитие регионального туризма. Из них более 6 млрд руб. пойдет на внедрение программ по проектированию туристического кода центров городов в 24 регионах (Распоряжение..., 2023). Большую поддержку для дальнейшего развития внутреннего туризма оказали принятые Правительством России государственная Программа «Развитие туризма» и национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». В национальном проекте содержатся три федеральные программы: первая программа «Развитие туристской инфраструктуры», вторая программа «Повышение доступности туристических продуктов» и третья программа «Совершенствование управления в сфере туризма». Самую быструю и эффективную поддержку отечественному внутреннему туризму оказывает реализация федерального проекта «Повышение доступности туристических продуктов». По этой программе для повышения доступности турпродукта населению государство частично возмещает затраты на поездку по нашей стране через туристический кешбек. На первом этапе по программе Правительство РФ выделило 15 млрд руб., из них потратили 1,2 млрд руб., остальные 13,8 млрд руб. перенесли на следующий этап. До 25 декабря 2022 г. было проведено семь этапов туристического кешбека. Сумма туристического кешбека на одного туриста на первом этапе составляла 20 тыс. руб. Для стимулирования поездок туристов на Дальний Восток на седьмом этапе сумма кешбека была увеличена до 40 тыс. руб. на одного человека (Государственная программа...; Национальный проект...). Новый этап кешбека за туры по России начался с 25 августа 2023 г. и продлился до 10 сентября 2023 г.

Благодаря усилиям Правительства РФ внутренний туризм начал развиваться более быстрыми темпами. В марте 2022 г. бронирование путевок возросло до 83% по сравнению с мартом 2021 г. (Туры по России...). Важная тенденция туризма, сложившаяся в последнее время — преобладание коротких, но частых поездок. Растет спрос на близкие путешествия до 300 км от места проживания путешественника. Согласно этому 22 млн туристов должны будут отдыхать в соседних регионах и недалеко от своих городов. Руководство российской туристической индустрии прогнозировало к концу 2023 г. восстановить поток туристов на внутреннем рынке в размере 65 млн человек (РСТ: внутренний туризм...).

По данным Ростуризма оборот в российской туристической отрасли в 2021 г. был 2,5 трлн руб., а в 2019 г. он составлял 3,7 трлн руб. Из-за отсутствия иностранных туристов отрасль недосчиталась 1,2 трлн руб. Численность занятых в туристической отрасли — к концу 2021 г. была 2,3 млн человек, что соответствует 92% от уровня 2019 г. В 2020 г. этот показатель составлял 1,7 млн человек (Ростуризм назвал...). Рост этих показателей ту-

ристической индустрии в неблагоприятный период COVID-19 и западных санкций связано с реализацией программы кешбека на туры по России. За время этой программы кешбек россияне потратили 34 млрд руб. Минэкономразвития предполагал, что в 2022 г. внутри России будет совершено около 61 млн поездок, что на 7% больше, чем в 2021 г. (57 млн поездок) (АТОР подвела итоги...). Однако туристический поток по России в 2022 г., по уточненным данным Росстата, вырос на 17% по сравнению с предыдущим годом — более 68 млн поездок, это говорит о восстановлении, укреплении и развитии внутреннего туризма. По прогнозам администраций ряда регионов РФ, поток путешествующих по России (организованный и самостоятельный) по итогам 2022 г. составит: Московская область — 22 млн человек (+57%), Санкт-Петербург — 8,1 млн (+32%), Ставропольский край (Кавминводы) — 1,5 млн (+20%), Казань — 3,3 млн (+11%), Москва — свыше 18 млн (+7%), Краснодарский край — 17 млн (+3%), Крым — 6,5 млн человек (-32%) (АТОР подвела итоги...). В основном регионы РФ по объемам организованного потока туристов превзошли уровень 2019 г. Лидерами регионов России по приросту количества путешественников организованного туризма в 2022 г. стали: в Краснодарском крае прирост путешественников организованного туризма составил 30%, в Санкт-Петербурге — 42%, в Ставропольском крае — 40%, в Москве — 38% (АТОР подвела итоги...).

По итогам 2022 г. предварительно три четверти проданных туров и размещения в России пришлось на пять регионов: Краснодарский край (44%), Санкт-Петербург (12%), Кавминводы (9%), Москва (6%), Подмосковье (5,5%). В топ-10 также вошли Крым, Калининградская область, Карелия, речные круизы, регионы Урала и Сибири (АТОР подвела итоги...).

Объем рынка внутреннего туризма в 2023 г. должен вырасти на 30%, при снижении спроса на зарубежные направления и росте стоимости туров, как считает руководство российской туристической индустрии. Летом 2023 г. ожидается, что популярными направлениями будут Турция, Россия, Абхазия, ОАЭ, Египет. В топ-5 направлений может также войти Таиланд.

Правительством России была проделана большая работа по стимулированию развития внутреннего туризма, которая привела к его быстрому росту. Благодаря эффективным действиям правительства внутренний туризм получил сильный толчок. Минэкономразвития предлагает расширить меры поддержки туротрасли и в ближайшие два года направить 8 млрд руб. в рамках нацпроекта по туризму на субсидирование строительства модульных гостиниц в России, в том числе глэмпингов (Восемь миллиардов...).

Наша страна обладает огромной территорией с уникальными природными туристскими ресурсами. Значительная часть ее в Арктической зоне Российской Федерации. Арктика — огромная и разнообразная в географическом и климатическом отношении территория с природным, куль-

турным богатством, позволяющим развиваться различным видам туризма. В России границы Арктики закреплены законодательно, Федеральным законом от 13.07.2020 № 193-ФЗ «О государственной поддержке предпринимательской деятельности в Арктической зоне Российской Федерации», который регулирует налоговые льготы предпринимателям и стимулирование деловой и инвестиционной активности, способствует развитию малого бизнеса, сервисных услуг, нужных для увеличения туристического потока в Арктику. Но туристские возможности Арктической зоны России до конца не раскрыты, вызывая большой интерес к этой территории. В период пандемии COVID-19 (2020–2021 гг.) наблюдался рост турпотока в Арктику. Так, Мурманскую область в 2021 г. посетило 450 тыс. путешественников, Архангельскую — 206 тыс., Ямал — 180 тыс. В основном в Арктике развиваются этнографический, экологический, спортивный, круизный и другие популярные виды туризма.

Арктика протянулась от Кольского полуострова до Чукотки и включает территорию девяти российских регионов: четыре относятся к ней полностью, пять — частично. Площадь арктических территорий — 4,8 млн км² (28% территории страны). Здесь проживает 2,6 млн человек, больше половины населения мировой Арктики. Она включает: Республику Карелия, Мурманскую и Архангельскую области, Ненецкий автономный округ, Республика Коми, Ямало-Ненецкий автономный округ, Красноярский край, Республика Саха — Якутия, Чукотский автономный округ.

В июне 2022 г. был проведен круглый стол на тему: «Развитие туризма и объектов туристической инфраструктуры в Арктической зоне Российской Федерации». На нем обсуждались вопросы развития внутреннего туризма в России проблемы его роста и поиск возможностей развития туризма в стране и в регионах Арктики. По итогам заседания круглого стола был сделан вывод, «что Российская Федерация обладает самой большой территорией в Арктической зоне, но слишком мало использует ее при организации туристических маршрутов. Причинами невнимания к Арктическому маршруту, к спросу на туристические услуги в Арктике являются сезонность, отсутствие организованных туров, высокая себестоимость логистики, недостаточная реклама региона. Наличие большого потенциала арктического туризма — это необходимость развития его на системной и продуманной основе» (Заседание круглого стола...).

Большая часть Арктики находится в труднодоступной зоне на Земле. В вечной мерзлоте трудно строить дома на фундаменте, проводить системы водоснабжения и канализации, поэтому было предложено возводить глэмпинги — строения для проживания туристов. В Россию глэмпинг пришел в 2018 г. Сегодня они есть в разных регионах нашей страны — на Байкале, Алтае, Камчатке, Черном море, в Подмосковье, на Эльбрусе. Без доступной транспортной инфраструктуры невозможно представить развитие ар-

ктического туризма. В последнее время в России активно развивается такое туристическое направление, как глэмпинг. Существует специальный интернет-ресурс, на котором можно подобрать вариант для глэмпинга в любой части света. Такой вид туризма дает возможность развить экономику регионов в Арктике. На первом месте для увеличения количества глэмпингов стоят регионы, где уже налажен турпоток, куда едут люди, но не хватает мест размещения, например, Байкал. Начиная с 2000-х гг. туризм в Арктике набирает оборот. По данным Ростуризма, за последние 10 лет туристический поток в Арктику вырос более чем в 1,6 раза с 725 тыс. до 1172 тыс. человек в год. Одним из уникальных мест, посещаемых туристами, является круглогодичный глэмпинг «Китовый берег». Он расположен в Заполярье, на берегу Баренцева моря в 30 км от самой северной точки европейской части России, 2 часа 20 минут лету от Москвы и 1 час 50 минут из Санкт-Петербурга. Это четырехзвездочный отель, где вместо обычных номеров предлагают уютные экосферы площадью 27 кв. м. Такой глэмпинг состоит из 15 уютных экосфер с банями (кедровые чаны), с интересными экскурсиями, рыбалкой, «охотой» на китов, с морской кухней. Предлагаются следующие туры: на квадроциклах и баги, на джипах, на снегоходах, трекинг, «охота» за китами, рыбалка на Баренцевом море, морская прогулка с дегустацией морских гадов, северное сияние на берегу Баренцева моря.

Достоинства глэмпингов состоит в том, что их строят в местах, где невозможно капитальное строительство, в заповедниках, на особо охраняемых территориях. В Краснодарском крае есть место по дороге в Красную Поляну, где стоит глэмпинг, и там другой вариант строительства невозможен: 500 м — высота над уровнем моря, красивейшие горные виды.

Проект «Роза хутор» находится на юге страны, в горах — это крупнейший круглогодичный горный курорт России со 100 км горнолыжных трасс, с 28 подъемниками различных типов, самой большой системой оснежения трасс в Европе — 400 снежных пушек. Этот горный курорт России в 2017–2018 гг. посетило более 2 млн туристов. На курорте «Роза хутор» система подъемников пропускает 18 тыс. человек. Строятся более современные подъемники с пропускной способностью почти 20 тыс. человек. Инвесторы вкладываются в развитие этого вида туризма. Планируется объединение горнолыжных трасс курортов «Роза Хутор», «Горки Город», «Газпром» с введением единого «Ски-пасса».

Развитие внутреннего туризма в регионах Сибири является важнейшей коммерческой привлекательностью туристских продуктов и реализации масштабных проектов. Одним из удивительных и успешных проектов регионального туризма Сибири является проект «Манжерок» на территории Республики Алтай. Это уникальный, круглосезонный, горнолыжный курорт. Он расположен у подножья горы Малая Синюха, у Манжерокского

озера. Главным инвестором этого уникального проекта является Сбербанк. Строительство этого проекта он начал «с нуля», успешно и эффективно развивает планомерно всю территорию горнолыжного курорта. Горнолыжный курорт «Манжерок» начал свое существование в 2010 г. В этот год была запущена первая канатная дорога и первые три корпуса гостиничного комплекса. Всесезонный курорт «Манжерок» имеет достаточно развитую инфраструктуру. По итогам 2019 г. «Манжерок» посетило 205 тыс. туристов. По данным на декабрь 2020 г., курорт посетили более 280 тыс. человек. Кроме зимнего отдыха организован летний отдых, который заключается в активном отдыхе (например, пешие прогулки, байк-парк и т.д.). Зимой на круглогодичном курорте функционируют 22 км горнолыжных трассах. «Манжерок» имеет три подъемника и современную систему «оснежения». В ближайшие годы будет увеличена протяженность горнолыжных трасс до 67 км. Руководство Сбербанка считает этот проект одним из приоритетных, инвестиционных проектов в сфере развития внутреннего и въездного туризма России. Реализация этого проекта будет оказывать большое влияние на социально-экономическое развитие региона.

Выводы

Вовремя принятые Правительством РФ меры по развитию внутреннего и регионального туризма дали свои положительные результаты. Более эффективно развивается региональный туризм с уникальными, природными ресурсами. У регионов с такими ресурсами появляется возможность делать ежегодные значительные налоговые отчисления в федеральные, региональные и местные бюджеты, повышать инвестиционную привлекательность регионов, создавая там дополнительные рабочие места и улучшать инфраструктуру, улучшить качество жизни населения. Большое внимание необходимо уделять формированию положительного туристского имиджа российских регионов с уникальными, природными ресурсами. Необходимо поддержка этих регионов конкретными действиями со стороны государства и бизнеса.

Список литературы

1. АТОР подвела предварительные итоги туристического 2022 года. <https://www.atorus.ru/node/50839>
2. Восемь миллиардов на глэмпинги и кемпинги: история необходимая. <https://www.atorus.ru/node/51196>
3. Государственная программа «Развитие туризма». <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/gosudarstvennaya-programma-razvitie-turizma>

4. Заседание круглого стола на тему: «Развитие туризма и объектов туристической инфраструктуры в Арктической зоне Российской Федерации» (9 июня 2022 г.). <https://msk.yanao.ru/presscenter/news/107518/>
5. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». <http://government.ru/rugovclassifier/2900/events/>
6. Распоряжение Правительства РФ от 09.02.2023 № 297-р. <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202302100036?index=1>
7. Распоряжение Правительства РФ от 09.02.2023 № 298-р. <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202302100033>
8. Российская туриндустрия потеряла 1,5 трлн рублей из-за пандемии. https://octagon.media/novosti/rossijskaya_turindustriya_poteryala_1_5_trln_rublej_iz_za_pandemii
9. Ростуризм назвал число занятых в туристической отрасли РФ. <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/84299/>
10. РСТ: внутренний туризм в России. <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/96934/>
11. Санкции не растопят Арктику (2022).. *Коммерсант*. 16.06. <https://www.kommersant.ru/doc/5407059>
12. Стратегия развития туризма в Российской Федерации в период до 2035 года. <https://tourism.gov.ru/documents/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda/>
13. Турпоток по России в 2022 году вырос на 17% (2022, 31 марта). <https://tass.ru/ekonomika/17413763>
14. Туры по России достигли рекордных 83% бронирований. <https://www.forbes.ru/biznes/459687-tury-po-rossii-dostigli-rekordnyh-83-bronirova>

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ: РОЛЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ В СОХРАНЕНИИ БИОРАЗНООБРАЗИЯ

*Маманазаров Абдухаким Бозорович
к.э.н., доцент
заместитель директора Филиала МГУ
имени М. В. Ломоносова в городе Ташкенте
Ташкент, Узбекистан
abduhakim_bazarovich@mail.ru*

Аннотация. Развитие экологического туризма в Узбекистане наряду с целым рядом других видов туризма становится все более привлекательным и для внутренних, и для иностранных туристов. Однако такой вид туризма может оказывать негативное воздействие на окружающую среду, если не принимать меры по сохранению биоразнообразия. Роль образовательных программ в этой области очень важна, так как они могут помочь туристам понять значение природы и ее охраны, а также взаимодействовать с населением, чтобы быть уверенными, что их посещение не наносит вреда окружающей среде. В статье проанализированы образовательные программы в области экологического туризма в Узбекистане, различные подходы к среде обитания, которые используются в сфере туризма, наиболее предпочтительные методы обучения, которые помогут туристам лучше понимать экологические проблемы, связанные с местным населением. Рассмотрены проекты и программы экологического туризма, которые разрабатываются или уже реализуются в Узбекистане.

Ключевые слова: туризм, экологический туризм, образовательные программы, Узбекистан.

ECO-TOURISM IN UZBEKISTAN: THE ROLE OF EDUCATIONAL PROGRAM IN THE CONSERVATION OF BIODIVERSITY

*Mamanazarov Abdulkhakim
Lomonosov Moscow State University
Branch in Tashkent
Tashkent, Uzbekistan.
abduhakim_bazarovich@mail.ru*

Abstract. The article discusses the main directions of eco-tourism development, including new types and formats reflecting current trends. The high social significance of eco-tourism

determines its relevance and necessitates special attention to this important segment of domestic tourism. In the face of new challenges, the primary task is to find new forms of organization, financial support, and motivation for its development, especially at the regional level. The problems hindering the development of eco-tourism are formulated. Among them are low availability of tourist infrastructure for families with children, lack of accommodation facilities in the middle price range, high travel costs, and several others. The necessity of forming a tourist space for family holidays is substantiated, including the development of a system of mechanisms aimed at expanding the financial, infrastructural and transport accessibility of family trips, based on the interaction of federal, regional and local authorities, the municipal community and business structures.

Keywords: tourism, eco-tourism, educational programs, Uzbekistan.

В целях развития туристической отрасли Правительство Республики Узбекистан, в том числе лично Президент страны Ш. М. Мирзиёев, постепенно принимает новые решения, указы и государственные программы.

С 2017 г. туристическая отрасль Узбекистана, как и другие сферы, переживают период бурного реформирования и глобального пересмотра курса государственной политики, направленного на ускоренное развитие всех отраслей экономики республики, обеспечения занятости и трудоустройства населения, повышения общего благосостояния народа страны. В 2019 г. Всемирная туристская организация (UNWTO) поставила Узбекистан на 4-е место в списке 20 стран с наиболее быстрорастущей туристической индустрией (Uzbekistan named among world's TOP-20..., 2020), а на церемонии вручения премии Grandvoyage Tourism Awards 2019 в Мадриде Узбекистан занял 1-е место в номинации «Лучшее развивающееся направление туризма» (Узбекистан признан лучшим..., 2019). Узбекистан занимает 46-е место среди 180 стран мира в рейтинге безопасных стран для туристов (1-е место среди стран СНГ) и 8-е место в списке стран, наиболее подходящих для путешествий мусульманских женщин (Каримкулова, 2021). В Глобальном индексе мусульманских путешествий (GMTI) Узбекистан поднялся с 32-го места в 2017 г. на 9-е место в 2022 г. (GMTI, 2022).

Необходимым условием быстрого и устойчивого развития отрасли туризма в Узбекистане, повышения ее конкурентоспособности является гибкая система правового регулирования, обеспечивающая защиту законных интересов всех заинтересованных сторон и в то же время предоставляющая достаточный простор для самостоятельных действий частного бизнеса. Принятые в последние годы меры по развитию туристической отрасли, созданию адекватных условий для туристов, формированию туристической инфраструктуры и обеспечению безопасности туристов были усилены законодательными документами. За довольно короткий период принят беспрецедентный пакет нормативно-правовых актов, в том числе новый «Закон о туризме», которые в целом создают сильную юридическую

базу для поэтапного реформирования сферы туризма, в том числе обеспечивают необходимые условия и комфортную среду для заинтересованных субъектов предпринимательской деятельности¹. В целях обеспечения стремительного развития туристической отрасли был принят ряд правительственных постановлений о создании свободных туристических зон (Каримкулова, 2021). Планируется широко внедрить в основных туристических городах страны инфраструктуру безбарьерного туризма и увеличить к 2026 г. численность занятого населения в сфере туризма до 520 тыс. человек (Артиков, Нигманов, 2023).

В 2019 г. был установлен безвизовый режим для 19 стран, дополнительно установлен безвизовый режим для 45 стран, расширен перечень стран до 76 стран, граждане которых с 1 февраля 2019 г. имеют возможность получения электронной въездной визы.

По данным статистического агентства, в январе–декабре 2022 г. 5,2 млн иностранных граждан посетили Узбекистан с туристической целью. Данный показатель на 3,4 млн человек, или в 2,8 раза, превышает соответствующий период прошлого года. В основной своей массе это граждане Казахстана — 1551,1 тыс. человек; Таджикистана — 1447,8 тыс. человек; Кыргызстана — 1356,9 тыс. человек; России — 567,7 тыс. человек; Турции — 75,6 тыс. человек; Южной Кореи — 19,9 тыс. человек; Германии — 17,7 тыс. человек; Индии — 16,8 тыс. человек; США — 13,1 тыс. человек; Франции — 11 тыс. человек; Великобритании — 10,5 тыс. человек; Азербайджана — 10,4 тыс. человек; Италии — 8,8 тыс. человек; Испании — 6,3 тыс. человек; и Китая — 5,4 тыс. человек (Агентство статистики..., 2023). Только за 4 месяца 2023 г. Узбекистан посетили более 2 млн туристов из Ближнего и Дальнего зарубежья с целью навестить родных и близких, отдохнуть, служебные командировки, поправить здоровье и учебы (O'zbekistonga 4 oy davomida..., 2022).

Реформирование отрасли и ее темпы роста предъявляют особые требования к качеству кадрового потенциала. На данный момент на рынке труда отрасли туризма гиды-экскурсоводы как никогда востребованы не только в традиционных центрах туризма и гостеприимства Узбекистана, но и в других регионах республики, где имеется достаточный потенциал для развития как внутреннего, так и въездного туризма. Отметим, что благодаря проводимым реформам в сфере туризма количество гидов в 2022 г. выросло в среднем на 33%, по сравнению с 2016 г. (Экскурсионная деятельность Узбекистана, 2023).

¹ См., в частности, (Закон Республики Узбекистан № ЗРУ-549, 2019; Указ Президента Республики Узбекистан № УП-6053, 2020; Указ Президента Республики Узбекистан № УП-6165, 2021; Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-232, 2022).

Планируя поездку, туристы могут выбирать из множества направлений, которые сейчас конкурируют за деньги путешественников. Учитывая такой широкий выбор, надо обеспечивать не только стандартные потребности путешественников, такие как хорошее размещение, разнообразное питание или ухоженная территория, но и нечто большее, что «зацепляет» человека, заставляет его вновь и вновь приезжать в страну (Rozhda, Sheresheva, 2021). Поэтому в Узбекистане ведется практическая работа по целому спектру видов туризма, принимаются меры по повышению привлекательности уже известных направлений и популяризации новых видов туризма, в том числе (Advantour, 2023):

- *исторический и культурный туризм* — наиболее традиционные, «классические» виды туризма, для которых в Узбекистане существует множество древних достопримечательностей. «Бирюзовые купола медресе, сияющая сквозь века майолика мавзолеев и вычурная кирпичная кладка минаретов Самарканда, Бухары и Хивы обладают удивительной притягательностью и восточным шармом... Уникальное оформление, композиция и технологические решения древних мастеров при возведении монументальных строений поражают воображение даже современных экспертов» (Advantour, 2023). Самарканд, Бухара, Хива, которые расположены последовательно с Востока на Запад на маршруте Великого шелкового пути, не просто сохранили исторические достопримечательности. В них сосредоточены важные святыни исламского мира, поэтому существенный потенциал развития в Узбекистане имеет *паломнический туризм* (Navguz-Zoda et al., 2019]. Один из городов Узбекистана, Хива, был объявлен «туристической столицей исламского мира» в 2024 г. Эта инициатива еще больше повысит позиции нашей страны в исламском мире: планируется, что за год Узбекистан привлечет около 10 млн туристов и заработает более 2 трлн сумов (Мустаева, 2021);
- *этнический туризм* вид туризма, в котором кажущиеся «экзотическими» культуры других народов (и сами эти народы, незнакомые туристу) представляют собой основную туристическую достопримечательность и дарят туристам необычный культурный опыт (Wang et al., 2020). В Узбекистане туристы могут остановиться на несколько ночей в семейных гостевых домах, пожить в юрте, погрузиться в быт узбеков, увидеть процесс работы ремесленников. Поскольку многим интересно принять участие в приготовлении национальных блюд, вместе с этническим туризмом развивается и *гастрономический туризм* — путешествия для знакомства с особенностями местной кухни, кулинарными традициями, с целью отведать уникальные для иностранного туриста блюдо или продукт (Hall et al., 2003; Hall, 2020). Особенно притягательны для десятков тысяч зри-

телей этнографические и кулинарные фестивали, ярмарки, которые проводятся в Узбекистане с весны по осень и дают возможность познакомиться с культурным разнообразием узбекского народа;

- *активный туризм*, предназначенный для путешественников, которым нужно много двигаться, интенсивно расходовать энергию, осваивать природную среду (Шерешева и др., 2017). Для таких туристов в Узбекистане много привлекательных предложений и интересных мест: Нуратинские горы и горы Чимгана, Чарвакское водохранилище и озеро Айдаркуль, Аральское море и пустыня Кызылкум. Туристам предлагаются горные походы, рафтинг, джип-сафари, рыбалка и охота, в зимнее время — горнолыжный спорт и Heli Ski туры;
- *MICE-туризм*¹, *связанный с организацией и проведением разного рода корпоративных мероприятий, которые направлены на развитие, мотивацию и обучение персонала, партнеров и клиентов компании, и в последнее время активизировавшийся в Узбекистане (Safaeva, Adilova, 2020; Kuvandikov, 2022);*
- особенно важный *молодежный туризм*, который определяется Всемирной туристской организацией как путешествия людей в возрасте 16–29 лет, включая все самостоятельные поездки на срок менее одного года, которые мотивированы, частично или полностью, желанием испытать другие культуры жизненного опыта и/или извлекать выгоду из формальных и неформальных возможностей обучения за пределами обычного окружения (World Tourism Organization, 2016).

Наконец, обратим внимание на один из наиболее перспективных видов туризма — *экологический туризм*. В Узбекистане многие популярные туристские маршруты проходят вблизи заповедников и национальных парков, где сохраняется первозданная природа и обитают животные и птицы, внесенные в Красную книгу Узбекистана. Особенный климат в Узбекистане, когда каждый из сезонов своеобразен и по-своему привлекателен для посещения природы, открывает широкие возможности для развития экотуризма (Джумахонова, 2019; Мангули, 2019; Мирзабоев, 2019; Махмудов, Исаков, 2021). Тем не менее его развитие связано с некоторыми проблемами, прежде всего, с ответственностью за биоразнообразие и природные ресурсы (Steblyanskaya et al., 2022).

Развитие экологического туризма в Узбекистане является одним из приоритетных направлений государственной политики в сфере туризма.

¹ Meetings — корпоративные встречи; Incentives — тимбилдинг и мотивационные туры для сотрудников; Conferences — деловые конференции, съезды, форумы, семинары; Events — выездные корпоративные праздники.

Это утверждается в ряде нормативных документов, принятых в последние годы¹. Осуществлен Национальный план действий на 2019–2021 гг. по реализации концепции развития туризма в Республике Узбекистан до 2025 г., в котором уделяется особое внимание развитию экологического туризма. В данном плане предусматривается проведение мероприятий, направленных на развитие экологического туризма, включая создание и продвижение экологических маршрутов, повышение квалификации специалистов в сфере туризма, а также проведение образовательных программ для туристов. Кроме того, в 2020 г. был принят Закон Республики Узбекистан «О защите природы», который устанавливает основные принципы охраны и использования природных ресурсов, а также определяет порядок реализации и программы по охране окружающей среды и биоразнообразия.

Рассмотрим теперь направления работы по решению проблем в этой сфере.

Как известно, в состав законодательства о туристской деятельности входят нормы административного, валютного права, а также международного частного права, регулирующие деятельность туристских предприятий на международном рынке, правовой статус иностранных организаций и граждан и т.п. Особое место в системе правового регулирования занимает гражданское право, которое определяет частноправовые основы туристских услуг как особого вида коммерческой деятельности с присущими ей признаками: самостоятельность туристской деятельности, осуществление деятельности на свой риск, направленность на систематическое получение прибыли от оказания туристских услуг. При этом, несмотря на большое количество нормативно-правовых актов, регулирующих сферу туризма в Узбекистане, отсутствуют нормативные акты, способствующие повышению конкурентоспособности туристических организаций (туристических районов, туристических комплексов и т.д.). Недостаточно разработаны и такие вопросы взаимоотношения участников туристического рынка, как ответственность за исполнение договоров, страхование, роль ассоциаций турфирм, стандартизация услуг и др. (Туляганова, 2015). Поэтому принятие нормативных документов, направленных на развитие экологического туризма и сохранение биоразнообразия, крайне важно и призвано поставить развитие экологического туризма под государственный контроль.

Еще одной проблемой является отсутствие хорошо разработанных экологических маршрутов и программ для туристов, формирование которых будет выражением внимания экосистемам и биоразнообразию. Отсутствие информации о местных достопримечательностях и природных

¹ Например, Постановление Президента Республики Узбекистан от 23.05.2018 № ПП-3735 «О выдающихся мерах по развитию туризма в Республике Узбекистан».

особенностях также может привести к упущению возможностей для туристов. Эти проблемы могут быть решены административными методами.

В то же время ключевой проблемой является низкий уровень экологической грамотности туристов и местного населения. Многие туристы не знают, как правильно вести себя в природе, не ограничивая территорию обитания и биоразнообразие. Часто встречаются случаи нарушения правил поведения в природных заповедниках и запретных зонах, что приводит к негативным последствиям. При этом существует и большой недостаток экологических знаний у жителей, которые могли бы стать экологическими гидами, помогая туристам понимать природу и ее значение.

Соответственно, образовательные факторы играют важную роль в повышении экологической грамотности туристов и соблюдении ими правил поведения в природе, что способствует сохранению биоразнообразия и уникальных природных экосистем.

Для решения этих задач необходимо разработать и внедрить эффективную образовательную программу, которая повысила бы уровень экологической грамотности туристов и любителей туризма, а также обеспечила бы необходимые знания и навыки местных жителей в области экологического туризма. Образовательная программа должна содержать и теоретические, и практические занятия, охватывающие такие темы, как правила поведения в природе, экологические пути и программы, знакомство с биоразнообразием и ограниченными возможностями восстановления экосистем.

Проблемой здесь является недостаточное финансирование и отсутствие квалифицированных кадров, которые могут быть использованы для образовательных программ в экологическом туризме. В связи с этим важно привлечение экологических организаций и некоммерческих организаций к разработке и внедрению таких программ. Они могут дать экспертную поддержку и рекомендации, а также помочь с подбором экскурсий и практических занятий в природе.

Кроме того, необходимо проводить регулярные наблюдения за состоянием природных ресурсов и биоразнообразия, оценивать эффективность научных исследований и мер по их сохранению. Это позволит оценивать результаты работы и корректировать развитие экологического туризма.

Таким образом, можно говорить о чрезвычайной важности образовательных программ для сохранения биоразнообразия и природных ресурсов в процессе развития экологического туризма в Узбекистане. Для того чтобы туризм стал долговременным фактором экономического развития и роста, он должен осуществляться на основе сформулированной ООН Концепции устойчивого развития туризма. Разработка и исследование широкой образовательной программы совместно с привлечением

природных экологических организаций и мониторингом являются важными шагами в природно-экологическом туризме в Узбекистане.

Туризм, являясь многогранной сферой общественных отношений, подлежит правовому регулированию со стороны различных отраслей права, регулирующих отдельные аспекты оказания туристских услуг (Туляганова, 2015). Устойчивое развитие туризма требует скоординированного управления всеми ресурсами, которое должно осуществляться таким образом, чтобы, удовлетворяя экономические, социальные и эстетические потребности, сохранить культурно-историческое наследие, экологическое равновесие, биологическое разнообразие и не оказывать отрицательного воздействия на условия и образ жизни людей, постоянно проживающих в туристском регионе. Для реализации этих задач необходимо принятие стратегических решений, охватывающих все аспекты развития сферы туризма.

Что же касается экологического туризма, это не только способ развития туризма в Узбекистане, но и важный элемент списка биоразнообразия и устойчивого развития региона. Для соблюдения экологических норм и правил на экологических объектах необходимо создать механизмы контроля за соблюдением экологических норм и правил. Это поможет сохранить богатство природных ресурсов Узбекистана и предотвратить их деградацию в результате неосторожного поведения туристов. Важны экологические виды транспорта, такие как велосипеды и электромобили. Это значительно снижает негативное воздействие на природные ресурсы, а также делает туристические объекты более доступными для посещения.

Разработка научных и образовательных программ в этой области должна охватывать как профессионалов, так и широкую аудиторию туристов и местных жителей. Необходимо привлечь специалистов с опытом работы в области экологического туризма и образования для разработки и реализации таких программ.

Чтобы помочь туристам понять значение природы и ее охраны, необходимо использовать методы обучения, учитывающие потребности и интересы туристов. Например, это может быть проведение экскурсий с гидами-экологами, участие в экологических проектах, проведение семинаров и тренингов. Одним из примеров успешной реализации научно-исследовательского экологического туризма является проект «Экотуризм в Угамском горном заповеднике». Этот проект включает проведение экскурсий с гидами-экологами, организацию пеших и повышенных требований, участие в экологических проектах и размещение туристов в экологически чистых местах. Он также включает обучение местного населения и работников туристической отрасли по контролю за биоразнообразием и развитием туризма.

В заключение можно сказать, что образовательные программы уже сейчас играют ключевую роль в развитии экологического туризма в Узбеки-

стане. Они охватывают туристов, которые становятся более экологически осознанными, а также обучают местное население и работников туристической отрасли, занимающихся вопросами биоразнообразия и развития экологического туризма. Поэтому, несмотря на ряд проблем, Узбекистан постепенно накапливает положительный опыт экологического туризма, который может быть полезен и для других стран.

Список литературы

1. Агентство статистики при Президенте Республики Узбекистан. (2023). Сколько туристов посетило Узбекистан в 2022 году? Дата обращения 25.11.2023, <https://stat.uz/ru/press-tsentr/novosti-goskomstata/33638>
2. Артиков, А., & Нигманов, А. (2023). Туризм: итоги и перспективы. *ЦЭИР*. 04.05. Дата обращения 28.11.2023, https://boshkonsulekb.ru/read_m/409
3. Джумахонова, М. (2019). Экологический туризм в Узбекистане: проблемы и перспективы развития. *Вестник Международного гуманитарного университета. Серия: Туризм и сервис*, (2), 41–44.
4. Закон Республики Узбекистан от 18.07.2019 № ЗРУ-540 «О туризме».
5. Каримкулова, М. Ю. (2021). Особенности развития некоторых видов туризма в Узбекистане. *Молодой ученый*, (17(359)), 100–104.
6. Мангули, С. (2019). Экологический туризм в Узбекистане: проблемы и перспективы. *Международный научно-исследовательский журнал*, (3), 23–28.
7. Махмудов, У., & Исаков, М. (2021). Экологический туризм в Узбекистане: состояние и перспективы. *Международный научно-исследовательский журнал*, (7), 15–19.
8. Мирзабоев, А. (2019). Развитие экотуризма в Узбекистане: проблемы и перспективы. *Международный научно-исследовательский журнал*, (5), 19–22.
9. Мустаева, Ш. С. (2021). Специфика паломнического туризма в Узбекистане. *Молодой ученый*, (4), 192–194.
10. Постановление Президента Республики Узбекистан от 30.04.2022 № ПП-232 «О дополнительных мерах по диверсификации услуг внутреннего туризма».
11. Постановление Президента Республики Узбекистан от 23.05.2018 № ПП-3735 «О выдающихся мерах по развитию туризма в Республике Узбекистан».
12. Сколько туристов посетило Узбекистан в 2022 году? Дата обращения 18.11.2023, <https://kun.uz/ru/42122759>
13. Туляганова, Ш. (2015). Нормативно-правовое регулирование туризма в республике Узбекистан. *Обзор законодательства Узбекистана*, (3), 21–23.
14. Узбекистан признан лучшим развивающимся туристическим направлением (2019). *Kun.uz News Agency*. 04.06. Дата обращения 28.11.2023, <https://kun.uz/ru/16710884#/>
15. Указ Президента Республики Узбекистан от 09.02.2021 № УП-6165 «О мерах по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в Республике Узбекистан».
16. Указ Президента Республики Узбекистан от 27.08.2020 № УП-6053 «О мерах по ускоренному развитию туризма путем внедрения особого порядка управления в Бостанлыкском районе».

17. Шерешева, М. Ю., Савельев, И. И., & Оборин, М. С. (2017). Синергия активного и образовательного туризма: возможности для малых российских городов. *Современные проблемы сервиса и туризма*, 11(3), 71–83.
18. Экскурсионная деятельность Узбекистана: итоги и планы. (2023, 26 марта). Дата обращения 23.11.2023, <https://yuz.uz/ru/news/ekskursionnaya-deyatelnost-uzbekistana-itogi-i-plan>
19. Advantour. (2023). Туризм в Узбекистане. Retrieved November 28, 2023, from <https://www.advantour.com/rus/uzbekistan/tourism.htm>
20. GMTI. (2022). Global Muslim Travel Index 2022. Retrieved November 25, 2023, from <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2022.html>
21. Hall, C. M. (2020). Improving the recipe for culinary and food tourism? The need for a new menu. *Tourism Recreation Research*, 45(2), 284–287.
22. Hall, M., Mitchell, R., & Sharples, L. (2003). *Consuming places: the role of food, wine tourism in regional development. Food tourism around the world*. London.
23. Kuvandikov, A. R. (2022). Opportunities for the development of MICE tourism in Bukhara region. *Science and Education*, 3(2), 1506–1510.
24. Navruz-Zoda, B. N., Ibragimov, N., & Rakhmanov, A. (2019). Perspectives on the improvement of Uzbekistan as a destination for multi-confessional self-organised pilgrims. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 7(4), 11.
25. O'zbekistonga 4 oy davomida eng ko'p turistlar qaysi davlatdan kelgan? (2022). *Kun.uz News Agency*. 11.06. Retrieved November 28, 2023, from <https://kun.uz/uz/news/2022/06/11/ozbekistonga-eng-kop-turistlar-qaysi-davlatdan-kelayotgani-malum-qilindi>
26. Rozhda, Y., & Sheresheva, M. (2021). Impact of a sports mega-event on the perception of the image of a tourist destination: The case of the 2018 FIFA World Cup. *BRICS Journal of Economics*, 2(2), 53–83.
27. Safaeva, S., & Adilova, D. (2020). Mice tourism: Opportunities, priorities, problems, prospects. *The American Journal of Applied Sciences*, 2(11), 116–121.
28. Steblyanskaya, A., Bobylev, S., & Jun, Y. (2022). Green Economy for Nature conservation: New paradigm for the Future. *BRICS Journal of Economics*, 3(4), 203–207.
29. Uzbekistan named among world's TOP-20 fastest growing tourist destinations (2020). *Kun.uz News Agency*. 04.02. Retrieved November 28, 2023, from <https://kun.uz/ru/16710884#!>
30. Wang, Y., Shen, H., & Ye, S. (2020). Being rational and emotional: An integrated model of residents' support of ethnic tourism development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 112–121.
31. World Tourism Organization. (2016). *Affiliate Members Global Reports*. Vol. 13. The Power of Youth Travel. UNWTO, Madrid. Retrieved November 25, 2023, from https://www.wysetc.org/wp-content/uploads/2016/03/Global-Report_Power-of-Youth-Travel_2016.pdf

О РАЗВИТИИ СЕМЕЙНОГО ТУРИЗМА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

*Иванова Светлана Анатольевна
инженер,
МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
sve274580@yandex.ru*

Аннотация. В статье рассмотрены основные направления развития семейного туризма, в том числе новые виды и форматы, отражающие современные тенденции. Высокая социальная значимость семейного туризма определяет его актуальность и диктует необходимость особого внимания к этому важному сегменту внутреннего туризма. В условиях новых вызовов первоочередной задачей становится поиск новых форм организации, финансового обеспечения и мотивации для его развития, особенно на региональном уровне. Сформулированы проблемы, препятствующие развитию семейного туризма. Среди них: низкая готовность туристической инфраструктуры для семейного отдыха с детьми, недостаток средств размещения в среднем ценовом сегменте, высокая стоимость путешествий, и др. Обоснована необходимость формирования туристического пространства для семейного отдыха, включая разработку системы механизмов, направленных на расширение финансовой, инфраструктурной и транспортной доступности семейных путешествий, на основе взаимодействия федеральных, региональных и местных властей, муниципального сообщества и бизнес-структур.

Ключевые слова: туризм, семейный туризм, внутренний туризм, социальная значимость.

ON THE DEVELOPMENT OF FAMILY TOURISM: PROBLEMS AND PROSPECTS

*Ivanova Svetlana
Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
sve274580@yandex.ru*

Abstract. The article discusses the main directions of family tourism development, including new types and formats reflecting current trends. The high social significance of family tourism determines its relevance and necessitates special attention to this important segment of domestic tourism. In the face of new challenges, the primary task is to find new forms

of organization, financial support, and motivation for its development, especially at the regional level. The problems hindering the development of family tourism are formulated. Among them are low availability of tourist infrastructure for families with children, lack of accommodation facilities in the middle price range, high travel costs, and several others. The necessity of forming a tourist space for family holidays is substantiated, including the development of a system of mechanisms aimed at expanding the financial, infrastructural and transport accessibility of family trips, based on the interaction of federal, regional and local authorities, the municipal community and business structures.

Keywords: tourism, family tourism, domestic tourism, social significance.

Внутренний туризм в нашей стране, несмотря на негативные внешние факторы, связанные с непростой политической и экономической ситуацией, демонстрирует устойчивую тенденцию роста. Увеличение спроса на российские турпродукты стало основной тенденцией 2022 г. и сохраняется в 2023 г. Об этом свидетельствуют данные АТОР, в 2022 г. прирост по отрасли составил 10% по сравнению с 2021 г., который, как известно, был исключительно сложным из-за ограничений связанных с пандемией корона вирусной инфекции. В частности, согласно опросам, в 2021 г. доля тех, кто был в отпуске, но провел его дома или на даче, составляла 46%, (АТОР, 2021). Вместе с тем уже в 2022 г. число туристов, отправленных по стране различными туроператорами, выросло на 16%, а число самих поездок на 7% (АТОР, 2022). По данным Российского союза туриндустрии, в 2022 г. туроператоры продали на 30% больше активных и приключенческих туров, чем в предыдущем году.

Масштабы и перспективы развития внутреннего туризма в России стали темой обсуждения на сессиях ПМЭФ-2023, в частности эксперты отметили, что внутренний туризм за несколько лет стал не только быстрорастущей, но и высокотехнологичной отраслью экономики, а число туристов существенно выросло (ПМЭФ, официальный сайт). В настоящее время вклад туризма в ВВП оценивается в 4% (Ведомости, 23 июня 2023), вместе с тем у отрасли есть значительный потенциал для развития. На Пленарном заседании Форума Президент России В. В. Путин отметил «общая задача и государства, и отечественного бизнеса — обеспечить рост качества туристических услуг и инфраструктуры, стремиться здесь к самым высоким стандартам комфорта, доступности, безопасности, исходить из запросов и потребностей людей с самым разным достатком: и молодежи, и других разных возрастов и поколений, и, конечно же, семей с детьми» (Российская газета, 28 июня 2023, № 9084) и поручил ускорить развитие туристической инфраструктуры в регионах.

Среди основных факторов роста внутреннего туризма в стране следует отметить такие как восстановление рынка после снятия ковидных ограничений, закрытие авиасообщения с рядом стран, значительный рост

цен туров на зарубежных направлениях, реализацию программы туристического кешбэка, увеличение популярности поездок по стране, а также существенную государственную поддержку, которая обеспечила возможность российским компаниям сохранить относительно устойчивое положение (Шерешева и др., 2020).

Семейный туризм, который активно развивается и набирает популярность в нашей стране, обладает значительным потенциалом для развития туристической отрасли (Овод, 2019) и играет существенную роль в развитии внутреннего туризма, ежегодный прирост количества путешествий семей с детьми составляет до 25% (Лысенкова, 2015). Исследование, проведенное специалистами компании OneTwoTrip среди 1560 пользователей, показало, что более половины из них (65%), забирают детей из школы во время учебного года, чтобы отправиться в совместное путешествие. При этом почти половина (46%) признаются, что младшие члены семьи хотя бы раз доставляли им дискомфорт во время отдыха и, несмотря на это, 78% респондентов категорически не согласны с утверждением, что путешествовать лучше без них, а 89% опрошенных отмечают, что с детьми в поездках намного веселее (РИА Новости, 20 ноября 2022). Данную тенденцию подтверждают и результаты, полученные ВЦИОМ в ходе опроса относительно планов россиян на лето 2023 г., которые показывают, что каждый второй россиянин планирует отдых с семьей и детьми (51%), отдохнуть с семьей, но без детей — 17%, отдых с родителями — 9%. Интересно отметить, что с семьей и детьми чаще отдыхают граждане 35–44 лет (70%), те, у кого, как правило, есть несовершеннолетние дети, а также сельские жители — 58% (против 36% столичных жителей). С семьей, но без детей собираются отдыхать летом россияне до 35 лет — до 23%, в этой группе доля имеющих детей попросту ниже. При этом молодежь чаще отдыхает с родителями (34% среди 18–24-летних и 15% среди 25–34-летних) (ВЦИОМ, 2022).

В научной литературе достаточно высок интерес к проблемам семейного туризма, при этом значительное число работ посвящено семейному туризму как инструменту организации досуга и решения социально-воспитательных задач (Болотова, 2005; Андреева, 2009; Беляков, Мещерякова, 2012). Наряду с этим в работах Л. Р. Егорова, О. В. Кудрявцев, Е. Г. Радыгина, С. Торбат, и др. рассмотрены вопросы сущности семейного туризма как актуального направления туристской деятельности, его специфика и особенности организации. Ряд работ посвящен теоретическим и методологическим вопросам формирования турпродукта (Б. А. Глинский, и др.). Вместе с тем, такие вопросы как особенности инфраструктурной организации, финансирования, подготовки кадров, формирования региональных и муниципальных программ, представлены недостаточно.

Семейный туризм согласно определению Всемирной туристской организации, рассматривается как путешествие родителей с детьми до 11 лет. Большинство исследователей в сфере теории и практики туризма рассматривают семейный туризм более широко, поскольку понятие семьи является более объемным. В наиболее распространенном в научной литературе определении семейный туризм трактуется как «временные путешествия семьи или группы, состоящей из нескольких семей в местность, отличную от места постоянного проживания, совершаемые в свободное время на срок более 24 часов, т.е. как туристские поездки, совершаемые с рекреационными целями группой людей, включающих представителей разных возрастных групп и считающих себя семьей» (Беляков, Мещерякова, 2012).

Соответственно, целевой аудиторией семейного туризма в широком смысле являются различные сочетания туристов, находящиеся в родственных отношениях: молодые семьи без детей; молодые семьи с детьми; семьи старшего возраста без детей; семьи старшего возраста с детьми, пожилые семьи, бабушки, дедушки с внуками и др. Семейный туризм является одной из форм семейного досуга, в его рамках решается ряд задач, направленных на совершенствование отношений родителей и детей, взаимопонимание, сотрудничество, укрепление семейных ценностей, организацию отдыха, физическую активность и ряд других. При этом важно подчеркнуть, что в этот процесс активно включены и интенсивно задействованы различные механизмы общения: семья — дети, семья — семья, дети — дети, дети — подростки — взрослые (Лесниченко, 2013), с этой точки зрения семейный туризм может считаться не только формой отдыха, но и инструментом воспитания и формирования личности, что определяет высокую его социальную значимость, которую отмечает большинство исследователей (О. И. Беляков, О. В. Мещерякова, Г. В. Талалаева и др.).

Диапазон видов и форматов семейного туризма очень широк: пляжный, культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, спортивный, развлекательный, экскурсионный экологический, сельский, гастрономический, промышленный и др. (Бузулукова, 2022). Высоким спросом на современном рынке семейного туризма пользуется пляжный, а также познавательный или культурно-развлекательный туризм, часто они объединяются в рамках одного тура и дополняют друг друга.

Как правило, для отдыха семья выбирает организованный отдых или самостоятельное путешествие, но в любом случае планирование семейного тура начинается с выбора места размещения, питания, транспорта. При этом следует понимать, что для туристов с детьми, особенно с маленькими, выдвигаются определенные специфические требования к организации туристического пространства в целом и его основным элементам, где прежде всего должны быть учтены особенности детской физиологии и психологии.

В первую очередь эти требования относятся к средствам размещения. В частности, гостиницы должны отвечать специфическим функциональным требованиям, в них необходимо наличие номеров, рассчитанных для размещения семьи с детьми. Как правило, инфраструктура для семейного отдыха — это номера «два плюс один», «два плюс два» с возможностью поставить дополнительное спальное место или наличие системы сообщающихся номеров, правда, это увеличивает стоимость проживания. Кроме того, существуют определенные требования по температуре в помещениях, соблюдению экологических и санитарных норм безопасности, к детской мебели, включая безопасную мебель без острых углов и стекла, отсутствию стеклянных предметов интерьера, безопасные двери и ряд других. Важными элементами являются наличие специального помещения для игр с другими детьми, теплый бассейн, медицинское обслуживание, дополнительные услуги и др.

Другой формой размещения семейных групп являются апартаменты, в которых имеется возможность самостоятельно приготовить пищу, что особенно актуально для семей с маленькими детьми. Вместе с тем, следует отметить, что эта форма широко доступна, как правило, в больших городах или в населенных пунктах курортной зоны. При этом нужно обратить внимание, что апартаменты не предлагают такие важные для семей с детьми дополнительные услуги, как анимационные программы, детские игровые комнаты, площадки и няни.

Организация питания является не менее значимым элементом семейного отдыха, поскольку детское питание должно быть организовано с учетом вкусов детей, а также особенностей детского организма. Кроме того, питание должно соответствовать санитарным нормам и быть продумано по калорийному составу. В семейных гостиницах, как правило, есть шведский стол, детское меню или возможность приготовить отдельные блюда. В том случае, когда отель готов принимать семьи с детьми до трех лет, то там должна быть предусмотрена кухонная зона для постояльцев с нужными условиями для разогрева, например, молочной смеси. Как показывает практика, далеко не каждый отель даже в крупных туристических городах и центрах отвечает необходимым требованиям к детскому питанию.

В последние годы по оценке экспертов (президента Ассоциации туристских информационных центров Михаил Ушаков и др.) наметился тренд роста самостоятельных путешествий и сокращение групповых (Российская газета, 23 мая 2023). Исследование компании «Сервизория» показало, что 64% туристов самостоятельно планируют и организуют свое путешествие, услугами турагентств пользуются лишь 15% респондентов, остальные действуют по ситуации. Этому способствовали прежде всего расширение транспортной доступности, совершенствование до-

рожной инфраструктуры и качества дорог, а также значительный рост цифровых и информационных туристических ресурсов (Иванова, 2022). Данная тенденция прослеживается, в частности, на примере ведущего туристического города Санкт-Петербурга, где из 8 млн гостей, побывавших в 2022 г., более половины из них это семьи с детьми и ближайшими родственниками. В то же время количество так называемых организованных туристов, предпочитающих путешествовать по групповым путевкам, существенно сократилось, в 2022 г. эта цифра не превысила 7% (Российская газета, 23 мая 2023).

Необходимо обратить внимание, что в последние годы отмечается тревожная тенденция отказа россиян от путешествий, несмотря на значительную работу государства, направленную на совершенствование и развитие отрасли и поддержку многолетних семей, пенсионеров, студентов и школьников, предусматривающую различные льготы (на транспорте, в музеях и др.). Результаты опроса, проведенного ВЦИОМ в сентябре 2021 г. показали, что традиционным семейным отдыхом для большинства россиян (42%) является отдых в сельской местности, на даче, на природе (ВЦИОМ, 2021).

Ключевое препятствие для развития семейного туризма — проблема финансовой доступности путешествий. Важно подчеркнуть, что эта причина является основной на протяжении всего периода наблюдений с 2019 г., тогда на нее указали 53%. Другими причинами, по которым россияне отказываются от путешествий и остаются дома, выступают состояние здоровья (14%), отсутствие отпуска (12%), домашние хлопоты (7%) (ВЦИОМ, 2022). Согласно исследованиям IPSOS «нехватку денег» как основную причину отказа от путешествий отметили 47% опрошенных (IPSOS, 2022). Отсутствие денег является основной причиной отказа от летнего отдыха и в 2023 г., ее назвали 38% от числа тех, кто будет отдыхать только дома (доля группы 51%). Об этом свидетельствует и исследование, проведенное агентством «Прайм» в 2023 г., оно показало, что среди критериев выбора места отдыха на первом месте находится стоимость путешествия, ее указали 68% респондентов, 19% опрошенных указали, что в последние два года стали выбирать более экономичные виды отдыха (PRIM, 2023).

Сумма, планируемая на летний отдых в расчете на одного человека, в 2023 г. достигла максимума и составляет 53 923 руб., т. е. по сравнению с 2022 г. выросла на 20% (45 089 руб.). Согласно опросу, проведенному сервисом «Зарплата.ру» в июле 2022 г., на летний отпуск 25% россиян собирались потратить 30–50 тыс. руб., 17% — до 30 тыс. руб. и только 14% — свыше 100 тыс. руб. Так, например, по данным Росстата, стоимость отдыха на черноморском побережье и в Крыму в июне 2023 г. выросла на 9,2% за месяц. Наряду с этим, анализ предложений, отдыха в се-

мейных лагерях показывает, что поездка обоих родителей с одним ребенком старше 5 лет на 10 дней обойдется минимум от 150 тыс. руб. При этом следует обратить внимание, что отдых в семейном лагере подходит далеко не всем (не всегда бытовые условия соответствуют принятым представлениям, напряженный распорядок дня, сложно брать разновозрастных детей и т. д.).

Заметной тенденцией является сокращение времени отпуска, она наметилась еще в 2016 г. Согласно исследованию по рынку труда компании «Интеркомп» россияне стали отдыхать на 24% меньше, чем раньше, так, каждый работник находился в отпуске в среднем около недели (6,5 дня), в то время как в предыдущем году их отпуск составлял в среднем 8,5 дня. По данным опроса, проведенного по всей стране в июне 2023 г., среди работающих россиян в возрасте от 20 до 60 лет финансовой онлайн-платформой Webbankir 41% заявили, что за последний год стали отдыхать реже, 7,5% вообще не ходят в отпуск (РИА новости, 30 июня 2023).

Серьезного внимания заслуживает тенденция увеличения спроса на отдых в санаториях и пансионатах, продиктованная необходимостью восстановления после пандемии. При этом следует отметить, что целевая аудитория существенно помолодела: помимо пенсионеров в нее входят родители с детьми и молодые люди в возрасте от 22 до 35 лет. Вместе с тем, сегмент санаторно-курортного отдыха на сегодняшний день практически мало ориентирован на семейный отдых, особенно с детьми.

Проведенный анализ указывает на необходимость расширения линейки предложений для семейного отдыха. Прежде всего это касается гостиничной сети, за счет увеличения гостиниц категории 3 и 4 звезды (в настоящее время потребность в этой категории удовлетворена на треть). Наряду с этим необходимо развитие форматов кратковременного отдыха, в том числе путешествий «на расстояние одного бака бензина» (РБК, 2023).

Формирование новой туристической культуры и трансформация стратегии развития внутреннего туризма уже демонстрируют положительный результат, необходимость сочетания всего многообразия форм туризма, мотивации для их развития и возрождения является на сегодняшний день актуальной задачей. Современное состояние семейного туризма и тенденций его развития показывает, что основным сдерживающим фактором выступает высокая стоимость путешествий, низкая инфраструктурная и транспортная доступность. Принимая во внимание высокую социальную значимость семейного туризма, в условиях новых вызовов первоочередной задачей становится поиск новых форм организации, финансового обеспечения и мотивации для его развития, особенно на региональном уровне, необходимость формирования системы инструментов, обеспечивающих функционирование системы сбалансированных интересов, как для туриста, так и для отрасли.

Список литературы

1. Андреева, Е. Б. (2009) Социальный туризм в современной России: проблемы и перспективы развития. *Вестник СГТУ*, 2(13), 120–124.
2. АТОР. Официальный сайт. Дата обращения 04.10.2023, <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/53770.html>
3. Беляков, О. И., & Мещерякова, И. В. (2012). Семейный туризм как форма досуговой деятельности. *Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского*, (28), 690–693.
4. Болотова, М. И. (2005). *Организация семейного досуга в образовательной среде учреждения дополнительного образования детей*. Компания Спутник+.
5. Бузулукова, Е. В. (2022). Новые направления развития внутреннего туризма в период пандемии. *Туризм в условиях новых вызовов: сборник статей*. Под науч. ред. д.э.н., проф. М. Ю. Шерешевой. М.: Экономический факультет МГУ (с. 24–33).
6. Ведомости. (20 июня 2023). Дата обращения 25.06.2023, <http://www.vedomosti.ru/20/06/23/>
7. ВЦИОМ. Дата обращения 24.06.2023, <https://wciom.ru/analyticalreports/analiticheskii-doklad/vnutrennij-turizm>
8. Глинский, Б. А. (2015). *Моделирование как метод научного познания: гносеологический анализ*. Изд-во Моск. гос. ун-та.
9. Государственная программа РФ. (2021). Государственная программа Российской Федерации «Развитие туризма» от 24.12.2021 № 2439. Дата обращения 19.02.2023, <https://sudact.ru/law/postanovlenie-pravitelstva-rf-ot-24122021-n-2439/gosudarstvennaia-programma-rossiiskoi-federatsii-razvitie/>
10. Егорова, Л. Р. (2019). Семейный туризм как актуальное направление развития туристической индустрии. *Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве*: сб. ст. и тезисов науч. докладов студентов и аспирантов по итогам II науч. конф.; под ред. О. Е. Афанасьева, Е. В. Юдиной (с. 156–162).
11. Иванова, С. А. (2022). О развитии внутрирегионального и межрегионального туризма в современных условиях. *Туризм в условиях новых вызовов: сборник статей*; под науч. ред. д.э.н., проф. М. Ю. Шерешевой. Экономический факультет МГУ
12. Кудрявцев, О. В. (2019). К вопросу о молодежном семейном туризме. *Культурное пространство молодежи: смыслы и практики*: мат. Всерос. науч.-практ. конф.; под общ. ред. Т. К. Ростовской (с. 164–166).
13. Лесниченко, И. Н. (2013). Современный семейный досуг в содержании деятельности учреждений культуры. *Социосфера. Сборники конференций НИЦ*, 36, 17–24.
14. Лысенкова, Е. (2015). Модный отдых. *Российская Бизнес-газета*. Дата обращения 14.05.2023, <https://rg.ru/2015/04/07/populyarnost.html>
15. НАФИ. (2021). Официальный сайт. Дата обращения 22.10.2023, <https://naf.ru/>
16. Национальный проект РФ «Туризм и индустрия гостеприимства». Дата обращения 29.04.2023, <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/plandeyatelnosti/natsionalnyy-proekt-turizm-i-industriyagostepriimstva/vse-onatsionalnom-proekte-turizm-i-industriya-gostepriimstva/>
17. Овод, И. Б. (2019). Семейные путешествия как перспективное направление развития туризма в Челябинской области. *Молодой ученый*, 6(244), 142–143.

18. ПМЭФ-23. Официальный сайт. Дата обращения 07.07.2023, [forumspb.com>news/news/1417-ijunja-2023...forum/](https://forumspb.com/news/news/1417-ijunja-2023...forum/)
19. Радыгина, Е. Г. (2018). Особенности семейного туризма. *Проблемы и перспективы развития образовательного туризма на Урале*: мат. II Регион. науч.-практ. конф. (с. 97–103).
20. РБК. Большие планы: как будет развиваться туризм в России до 2035 года. Дата обращения 24.06.2023, <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/635bc11b9a79477ff93ecfbe?from=soru>
21. РИА Новости. Официальный сайт. Дата обращения 04.05.2023, <http://ria.ru>
22. Российская газета. (28 июня 2023). Дата обращения 29.06.2023, <https://www.rg.ru/gazeta/subbota/2023/06/28.html>
23. Талалаева, Г. В. (2009). Разработка инновационных технологий в сфере социального менеджмента. *Успехи современного естествознания*, (2), 511–512.
24. Торбат, С., & Лисагор, М. В. (2016). Семейный туризм. *Actualscience*, 2(12), 15–17.
25. Шерешева, М. Ю., Ефремова, М. В., & Шимин, Н. А. (2020). Туризм как инструмент устойчивого развития территорий и малых городов (на примере северных районов Нижегородской области). *Регионы и города России как туристские территории: условия и перспективы устойчивого развития*. Под науч. ред. д.э.н., проф. М. Ю. Шерешевой. Экономический факультет.
26. IPOS. (2022). Официальный сайт. <https://www.ipsos.com/ru-ru/doklad-plany-puteshestviy-rossiyan-2022-vs-2021>
27. OneTwoTrip (2023). Как будет развиваться рынок внутреннего туризма в 2023 году. Дата обращения 17.05.2023, <http://www.onetwotrip.com>

ПРЕДПОСЫЛКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛЕНИЯ СПОРТОМ В СТРАНАХ БРИКС

*Алтухов Сергей Витальевич
профессор, директор Института
спортивного менеджмента и права
НИУ ВШЭ
Москва, Россия
altukhov22@gmail.com*

*Сдвижкова Алина
НИУ ВШЭ
Москва, Россия*

Аннотация. Нестабильность в мировой спортивной отрасли подталкивает государства к тому, чтобы обратить внимание на внутренние структурные проблемы управления спортом. Динамично изменяющееся мироустройство, смена политических и ценностных ориентиров государств указывают на особую актуальность таких социальных связей, как религиозные, культурные, географические и другие, при создании новых форматов спортивных проектов и соревнований. Идея однополярного мира препятствует современному стремлению к разнообразию во всех сферах жизни, в том числе и в спорте. В настоящей статье представлены результаты изучения спортивной политики и сравнительного анализа моделей управления спортом в странах БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай и ЮАР) в контексте государственного регулирования и возможных перспектив для совместного развития.

Ключевые слова: БРИКС, спортивная политика, сравнительный анализ, модели спортивного менеджмента.

PREREQUISITES AND PERSPECTIVE FOR THE DEVELOPMENT OF SPORTS MANAGEMENT MODELS IN THE BRICS COUNTRIES

Altukhov Sergey

NRU HSE

Moscow, Russia

altukhov22@gmail.com

Sdvizhkova Alina

NRU HSE

Moscow, Russia

Abstract. Instability in the global sports industry pushes governments to pay attention to the internal structural problems of sports management. Dynamically changing world order, reversal of political and value milestones of states specify the peculiar relevance of religious, cultural, geographical and other ties when creating new formats of sports projects and competitions. The monopolar world idea prevents the modern striving for diversity in all areas of life, including sports. This article presents the results of studying sports policy and comparative analysis of sports management models in the BRICS countries (Brazil, Russia, India, China and South Africa) in the context of public regulation and possible prospects for joint development.

Keywords: BRICS, sports policy, comparative analysis, sports management models.

Важная роль в условиях глобализации отводится международным альянсам, ставящим перед собой цель эффективного экономического, социального и политического сотрудничества, и, как следствие, отстаивания интересов государств, входящих в состав альянсов, на геополитическом пространстве. Изменения мирового порядка подтверждают актуальность смены старого геополитического устройства и повышения роли таких межгосударственных объединений, как БРИКС¹.

Спортивная сфера, как концентрированное выражение политики, также не остается в стороне от радикальных перемен социального порядка. Современный спорт оказывает мощное влияние практически на все слои населения и сферы жизни общества, включает в зону своих интересов медицину, образование, политику, экономику, строительство, науку, искусство, средства массовой информации, шоу-бизнес и т.д. Эта система функционирует относительно автономно, независимо от других социальных систем общества. Вместе с тем, она взаимодействует с ними,

¹ С 1 января 2024 г. в БРИКС вошли пять новых стран. По итогам саммита БРИКС в ЮАР было отмечено, что последуют и другие фазы расширения организации.

подвергается их влиянию, и сама оказывает на них определенное воздействие, являясь важнейшей отраслью современной экономики и с недавних пор новым инструментом политических отношений и важнейшим фактором национального престижа для лидеров и их сторонников в современных условиях.

В 2022 г. после начала специальной военной операции на Украине Международный олимпийский комитет (МОК) рекомендовал международным спортивным федерациям отстранить российских и белорусских атлетов от участия в международных соревнованиях, отменить турниры на территории России и Белоруссии и отказаться от гимнов и национальной символики этих стран на всех турнирах. В 2023 г. МОК пересмотрел свое решение, выдвинув ряд дополнительных дискриминационных критериев условий для российских спортсменов в случае их участия в Олимпиадах. Все это ускорило и обосновало формирование новых подходов в организации крупных спортивно-зрелищных мероприятий в рамках объединений БРИКС, ШОС и др.

В данной статье представлены результаты сравнительного исследования действующих моделей государственного управления спортом в странах БРИКС.

Модели управления в спорте

Нельзя сказать, что в наши дни существует некая единая общая теория управления деятельностью спортивных организаций, в которой были бы учтены основные критерии функционирования и развития спорта в стране и в мире. Тем не менее есть ряд управленческих моделей, принципы которых реализуются в разных государствах.

Исследователи, занимающиеся проблематикой классификации моделей, выделяют как минимум десять разновидностей последних. Так, А. Н. Шаке (Chaker, 2004), используя в качестве критериев спортивное законодательство, степень вмешательства государства и источники финансирования, утверждает, что все системы управления спортом в разных странах можно классифицировать как описываемые посредством двух моделей — интервенционистской и неинтервенционистской (либеральной). По мнению автора, неинтервенционистская модель пользуется популярностью в таких странах Европы, как Австрия, Чехия, Германия, Кипр, Финляндия, Нидерланды, Швейцария и др., интервенционистская модель, которая характеризуется более активным участием государственной власти, присуща Хорватии, Эстонии, Франции, Венгрии, Румынии, Италии и др. И. Понкин отмечает, что принципы, лежащие в основе интервенционистской модели, часто экстраполируют на Россию, Канаду, Бразилию и Испанию (Понкин и др., 2014).

Классификация моделей управления спортом, разработанная Р. Зауэром, предлагает разделение на европейскую и американскую модели (Sauer, 2008). Обе модели сближает то, что и в Европе, и в Америке спорт является относительно самостоятельной и независимой сферой, а ключевым различием между ними считается открытость многоуровневой европейской спортивной модели для передвижения спортивных организаций вверх и вниз согласно результатам соревнований и закрытость американской, где контроль над системой осуществляют владельцы спортивных лиг.

Ряд ученых полагают, что существует всего две модели управления спортом, основанные на принципе разделения полномочий при финансировании спорта, — американская и смешанная, а все остальные модели являются разновидностями указанных основных (Чернобровкина, 2019). Американская модель характеризуется внебюджетным финансированием посредством налогового стимулирования частных инвесторов, смешанная же основывается на самостоятельности общественных спортивных организаций, которые распоряжаются доходами, получаемыми за счет продажи билетов, реализации телевизионных прав и сувенирной продукции, заключения рекламных контрактов, и доходами от трансферов игроков.

Я. Генри рассматривает системы государственного управления спортом в странах-членах ЕС и классифицирует их по следующим критериям: роль органов исполнительной власти в регулировании спорта; принципы сотрудничества стейкхолдеров и спортивных организаций; разграничение функций государственного, частного и волонтерского секторов; приспособляемость системы спорта к изменчивости социума. В связи с этим автор выделяет четыре модели (Henry, 2009):

- «бюрократическую», которая подразумевает активное участие государства (министерства) и наличие развитой нормативно-правовой базы; характерна для Бельгии, Эстонии, Финляндии, Франции, Испании, Польши, Латвии, Литвы, Словакии, Словении и других стран;
- «предпринимательскую», для которой характерно значительное влияние бизнеса и рыночных экономических механизмов, где роль органов государственной власти ограничивается созданием условий для эффективного функционирования рынка; реализуется в Ирландии и Англии;
- «миссионерскую», которая предполагает отсутствие министерства спорта и особую роль общественных структур, наделенных полномочиями со стороны государства; реализуется в Германии, Швеции, Италии, Дании и Австрии;
- «социальную», предполагающую активное участие институтов гражданского общества; характерна преимущественно для Нидерландов.

Таким образом, многообразие критериев и классификаций указывает на условность выделения той или иной модели. Модели необходимы для более тщательного рассмотрения особенностей национальных систем спортивного менеджмента и дальнейшего сопоставления последних с другими управленческими системами.

Государственная спортивная политика в странах БРИКС

Рассмотрение параметров сравнительного анализа моделей государственного управления спортом в Бразилии, России, Индии, Китае и Южной Африке (табл. 1) позволяет отметить некоторые закономерности:

1. Все государства, кроме КНР, являются федеративными республиками. В Индии и ЮАР данная форма государственного устройства при несформированной правовой системе регулирования спортивных отношений способствует децентрализации управления спортом.

2. Объединяющим фактором для большинства из пяти стран БРИКС является колониальное наследие, оказавшее влияние на развитие спорта и формирование его наиболее популярных видов в государствах.

3. Во всех пяти странах государство принимает достаточно активное участие в управлении спортом, однако в Китае влияние государственных органов на спорт значительно сильнее, что объясняется историческими фактами, а также партийными особенностями устройства государственной власти в КНР.

4. Все проанализированные страны при решении проблем развития спорта в большей степени рассчитывают на средства федерального бюджета¹. В связи с этим целесообразно было бы рассмотреть пути привлечения финансовых средств для развития спорта из коммерческого сектора.

5. У всех пяти стран в той или иной форме существует спортивное законодательство, однако при анализе открытых документов нормативно-правовой базы было выявлено, что многие из них не согласованы между собой. Так, в Индии отсутствует спортивное законодательство на федеральном уровне, а нормы локального регулирования в штатах противоречат друг другу. В таких странах, как Индия и ЮАР, где спортивное законодательство наименее развито, основными документами являются кодексы или планы по развитию спорта. Бразилия является единственным государством, в котором вопросы спорта регулируются на уровне Конституции.

¹ Информация, касающаяся финансирования спорта в ЮАР, в открытых источниках отсутствует.

6. В Бразилии, России и Китае органы управления спортом организованы в линейно-функциональную структуру, которая обладает низкой способностью адаптации к изменяющимся условиям социума ввиду длинной иерархической цепи управления и, как следствие, низкой скорости принятия решений. Все проанализированные источники информации, касающиеся спортивного менеджмента в Индии, указывают на то, что в стране преобладает децентрализация управления, которая также препятствует быстрому и эффективному принятию решений. Недостаток информации о спорте в ЮАР не позволяет сделать конкретных выводов о структуре управления спортивной сферой в этой стране.

7. Оценивая автономность национальных спортивных федераций, можно сказать, что в Бразилии и Индии они обладают большей самостоятельностью при принятии решений, нежели в других странах.

8. Проанализированные источники дают возможность заключить, что модели государственного управления спортом в Бразилии и России частично могут быть отнесены к разновидностям интервенционистской по А. Н. Шаке и смешанной (по разделению полномочий при финансировании) моделей. Индийская модель управления спортом может быть отнесена к азиатской исключительно по территориальному признаку ввиду отсутствия достаточной информации по данному вопросу. Китайский спорт является ярким примером развивающейся азиатской модели управления. Информация, касающаяся модели управления спортом в ЮАР, отсутствует в открытых источниках. Предполагается, что для Индии и ЮАР членство в БРИКС — это возможность получить поддержку и опыт в развитии спортивной сферы, в частности, при формировании законодательной базы, управленческой структуры и собственной модели управления спортом.

9. Все страны БРИКС проводили на своей территории крупнейшие международные спортивные мероприятия. Этот факт еще раз подчеркивает необходимость формирования надлежащей структуры управления спортом в указанных странах с целью развития спортивной инфраструктуры, привлечения туристов, повышения уровня вовлеченности населения в спортивную жизнь и создания позитивного образа государств на международной арене.

Таблица 1

Сравнительный анализ моделей государственного управления спортом в странах БРИКС

Критерий сравнения	Бразилия	Россия	Индия	Китай	ЮАР
1. Форма государства	Федеративная республика; демократический политический режим	Федеративная республика; демократический политический режим	Федеративная республика; демократический политический режим	Унитарное государство с республиканской формой правления; социалистическое государство демократической диктатуры народа	Федеративная республика; демократический политический режим
2. Влияние исторического прошлого на развитие спорта	Бразилия, долгое время имевшая статус колонии Португалии, даже после освобождения от колониальной зависимости находилась под влиянием бывшей метрополии, что сказалося на культуре страны, в том числе и на спорте	Распад СССР, смена государственных и политических ориентиров во всех сферах жизни, в том числе и в спорте	На развитие спорта оказал влияние колониальный период, характеризовавшийся зависимостью от Англии. Влияние географических факторов на формирование самобытности страны, в частности, культуры и спорта. Влияние традиционных философско-мировоззренческих систем и религий	Этапы развития спорта и спортивные реформы связаны с историческими этапами развития государства. Влияние традиционных философско-мировоззренческих систем и религий	Влияние колониального периода, характеризовавшегося зависимостью от Англии, и политики апартеида на развитие спорта

Критерий сравнения	Бразилия	Россия	Индия	Китай	ЮАР
3. Степень вовлеченности государства в управление спортом	Формальное закрепление полномочий государства в спортивной сфере на уровне Конституции; разделение финансовой ответственности между государственным и коммерческим секторами экономики. Согласно Конституции спортивные организации автономны	Государственное регулирование основных формальных, организационных и финансовых вопросов, касающихся физической культуры и спорта в стране	Формально полномочия государства закреплены в основном законе («Национальный кодекс развития спорта Индии»); фактически существует децентрализованная структура управления при незначительном влиянии основных государственных органов управления спортом	Жесткий государственный контроль всех вопросов, касающихся физической культуры и спорта в стране	Регулирование основных вопросов, касающихся спорта, на уровне государства
4. Основные источники финансирования спорта	Смешанные (государственные и частные). Широко распространено спонсорство и спортивные лотереи. Государственное финансирование большинства олимпийских видов спорта осуществляется согласно «Закону о стимулировании спорта»	Средства федерального бюджета и бюджетов субъектов РФ; средства бюджетов муниципальных образований; средства внебюджетных фондов, государственных корпораций и других организаций	Государственный бюджет и спонсорская поддержка, за которую несут ответственность национальные федерации	Государственный бюджет	<i>Информация отсутствует</i>

Критерий сравнения	Бразилия	Россия	Индия	Китай	ЮАР
5. Степень коммерциализации спорта	Закон «Зико», закрепляющий автономно коммерческих организаций, «Закон Пеле», признающий спорт в качестве экономической деятельности; коммерческие организации работают при поддержке государства	Доля привлеченных внебюджетных средств не превышает 20%	<i>Информация отсутствует</i>	Формальная поддержка частных коммерческих инициатив	<i>Информация отсутствует</i>
6. Правовые основы управления	Изначально — декреты по военно-спортивной подготовке. Законодательная основа — Закон «Пеле» и Конституция	Законодательная основа — Федеральный закон № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»; Указы Президента РФ о национальных целях развития, стратегии развития спорта, госпрограммы и др.	Отсутствие спортивного законодательства на федеральном уровне, фрагментарное правовое регулирование на уровне некоторых штатов; наиболее значимый документ — «Национальный кодекс развития спорта Индии»	Законодательная основа — Закон о физической культуре и спорте	Основной план реализации спортивной политики в стране — Национальный план по развитию спорта и отдыха, в который входят The Road Map to Optimal Performance and Functional Excellence и White Paper on Sports and Recreation

Критерий сравнения	Бразилия	Россия	Индия	Китай	ЮАР
7. Структура органов управления	Линейно-функциональная структура органов управления; главный орган — Бразильский Национальный совет по вопросам спорта	Линейно-функциональная структура органов управления; тесная взаимосвязь государственных и общественных организаций; главный орган — Министерство спорта РФ; распространено делегирование полномочий смежным министерствам	Децентрализованная структура органов управления. Сочетание правительственного контроля на высшем уровне и контроля повседневной спортивной деятельности на уровне спортивных организаций. Главный орган — Министерство по делам молодежи и спорта Индии	Линейно-функциональная структура органов управления; главный орган — Государственная генеральная спортивная администрация. Распространено делегирование полномочий другим органам государственного управления спортом	Текущая структура управления спортом в ЮАР включает Южноафриканскую спортивную конфедерацию, Олимпийский комитет и главный орган — Департамент спорта, искусства и культуры
8. Способность организационной структуры адаптироваться к изменениям внешних условий	Низкая скорость принятия решений в длинной иерархической цепи управления указывает на слабую способность к адаптации	Низкая скорость принятия решений в длинной иерархической цепи управления указывает на слабую способность к адаптации	Децентрализация и несогласованность в работе органов управления затрудняет процесс адаптации к изменяющимся внешним условиям.	Излишняя бюрократизация препятствует быстрой адаптации к изменениям	<i>Отсутствие достаточной информации об организационной структуре органов управления не позволяет сделать заключение о способности структуры к адаптации</i>

Критерий сравнения	Бразилия	Россия	Индия	Китай	ЮАР
9. Основные направления государственной спортивной политики	Стремление к защите прав человека на свободный труд (в том числе в спорте); программа финансовой помощи атлетам в подготовке к международным играм <i>Volvo</i> <i>Alegra</i> ; поддержка спорта как части образовательного процесса в школах; улучшение спортивной инфраструктуры; развитие спорта в неблагоприятных регионах	Активное развитие массового спорта и пропаганда здорового образа жизни; региональное развитие спортивной инфраструктуры; развитие рынка спортивных товаров и услуг; сокращение доли бюджетного финансирования профессионального спорта; обеспечение равных возможностей для занятий спортом для всех граждан; привлечение частных инвестиций	Разработка федерациями долгосрочных четырехлетних планов развития; формирование привлекательного образа Индии как площадки для международных соревнований. Сотрудничество в целях привлечения инвестиций, а также сотрудничество со СМИ в целях повышения осведомленности граждан	Стремление к мировому лидерству в олимпийском спорте; развитие малых видов спорта; активная антипинговая политика; ослабление государственного контроля и допуск коммерческого сектора к управлению; особое внимание развитию массового спорта; совершенствование школьной подготовки; использование высокотехнологичных инструментов совершенствования спортивной инфраструктуры	Ликвидация расовой дискриминации; изменение статуса женщин; создание такой системы управления физической культурой и спортом, которая отвечала бы особенностям и потребностям населения страны; повышение квалификации специалистов, задействованных в спорте; сотрудничество с развитыми странами в вопросах качества и доступности спорта
10. Статус национальных спортивной федераций	Автономность спортивных организаций, закрепленная Конституцией, позволяет спортивным федерациям быть саморегулируемыми организациями, на основании принципов гражданского общества	Спортивные федерации являются общественными организациями, функционирующими на основании финансовой и юридической самостоятельности. Национальные спортивные федерации подотчетны Министерству спорта РФ	Самостоятельность принятия решений национальной федерацией, подкрепляется тем, что она имеет право действовать по своему усмотрению при проведении выборов в состав правления спортивной организации	Спортивные федерации полностью зависят от государственного регулирования и государственной поддержки. Подотчетны Государственной генеральной спортивной администрации и другим органам государственного управления	Непосредственная реализация спортивной политики возложена на национальные спортивные федерации. Олимпотчетному, осуществляющему спортивную политику государства, — Департаменту спорта, искусства и культуры

Критерий сравнения	Бразилия	Россия	Индия	Китай	ЮАР
11. Соотношение с существующими моделями государственного управления спортом	Модель управления спортом в Бразилии имеет сходства с интвенционистской моделью. С позиций разделения полномочий при финансировании является смешанной	По ряду признаков и ввиду исторического прошлого российская модель управления спортом имеет сходства с восточноевропейской моделью. Схожа также с интвенционистской моделью. С позиций разделения полномочий при финансировании является разнородностью смешанной. По И. Генри — «бюрократическая», (Опыт СССР положен в основу азиатской модели)	<i>На основании имеющейся в доступе научной литературы невозможно сделать вывод о принадлежности к той или иной существующей модели. По территориальному признаку — азиатская</i>	Азиатская модель. По С. В. Алтухову — китайская (бывшая советская, основывающаяся на преобладающем влиянии государства)	<i>На основании имеющейся в доступе научной литературы невозможно сделать вывод о принадлежности к той или иной существующей модели</i>
12. Готовность государства к проведению Олимпийских игр (с момента основания БРИКС)	Проведены Летние Олимпийские игры 2016 г. (Рио-де-Жанейро)	Проведены Зимние Олимпийские игры 2014 г. (Сочи)	Игры не проводились.	Проведены Летние Олимпийские игры 2008 г. (Пекин), Зимние Олимпийские игры 2022 г. (Пекин)	Игры не проводились
13. Наиболее популярные виды спорта	Футбол, баскетбол, волейбол, плавание, теннис, боевые искусства капоэйра и джуджитсу	Футбол, хоккей, фигурное катание, легкая атлетика, художественная гимнастика, волейбол, плавание	Крикет, шахматы, хоккей на траве, футбол, гольф, теннис, кабадди	Гимнастика, футбол, бадминтон, плавание, теннис, пулевая стрельба, боевые искусства, легкая атлетика, гребля, конькобежный спорт	Регби, крикет, теннис, нетбол, водное поло, футбол, рингбол, сквош

Источники: составлено автором на основе: (Соловьев, 2012; Понкин и др., 2014; Кашуро, 2017; Кожевников, 2017; Рамазанов, 2018; Ведмещкая, 2019; Чернобровкина, 2019; Фокин, Пробын, 2021; Долматова и др., 2022; Altukhov et al., 2021; e Silva et al., 2020) и информации из открытых официальных источников.

Анализ элементов, входящих в модели государственного управления спортом, позволил выявить возможные перспективные направления сотрудничества стран БРИКС:

- обмен опытом между государствами в области формирования или совершенствования спортивного законодательства и структуризации, а также непосредственной работы спортивных государственных и негосударственных организаций;
- сотрудничество в сфере привлечения спонсоров из коммерческого сектора для развития спорта в странах альянса;
- создание новых форматов спортивных соревнований с возможностью их проведения в стране-председателе для повышения престижа государств БРИКС и спортивного духа профессиональных атлетов;
- взаимодействие СМИ стран БРИКС по вопросу пропаганды здорового образа жизни и повышения осведомленности населения в спортивной жизни;
- обмен спортсменами и тренерами национальных федераций с целью повышения спортивного мастерства и передачи профессионального опыта;
- сотрудничество по вопросам формирования развитой доступной инфраструктуры для занятий спортом.

В заключение отметим, что взгляд на управление спортом с позиции «незападных» моделей менеджмента позволил выявить ряд закономерностей в структуре управления, организационно-правовые и экономические особенности управления спортом, степень вовлеченности государственных органов стран альянса в регулирование спорта. Исследование спорта в более широкой сети взаимосвязей с государственными органами, политическими институтами, коммерческими организациями и гражданским обществом позволило сделать вывод, что все указанные акторы играют важную роль в формировании модели государственного управления спортом, однако наибольшая ответственность за развитие видов спорта в странах БРИКС возлагается на национальные спортивные федерации. Полученные результаты можно рассматривать не только как обоснование перспектив дальнейшего сотрудничества стран БРИКС в развитии спорта, но и как пополнение базы исследований в сфере государственного управления спортом в развивающихся странах, а также в общем контексте изучения «незападных» моделей управления спортом.

Список литературы

1. Ведмецкая, Л. В. (2019). Политико-административный режим и институты развития в Южно-Африканской Республике. *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*, 15(4), 521–536.

2. Долгова, Д. А. (2017). Спорт как инструмент укрепления авторитета КНР на международной арене. *Актуальные проблемы современных международных отношений*, (9), 98–106.
3. Долматова, Т. В., Алтухов, С. В., & Смольянов, П. В. (2022). Оценка деятельности кадрового состава руководящих органов спортивной Федерации в России как инструмента реализации эффективного управления в спорте. *Вестник спортивной науки*, (1), 9–14.
4. Кашуро, О. А. (2017). Особенности административно-правового обеспечения и реализации государственного управления в сфере спорта в Индии. *Право и государство: теория и практика*, (1(145)), 115–120.
5. Кожевников, М. Н. (2017). Спорт как инструмент влияния на мировые политические процессы (на примере России и Китая). *Вопросы политологии*, (1), 197–207.
6. Понкин, И. В., Соловьев, А. А., & Гребнев, Р. Д. (2014). К вопросу о содержании европейской модели спорта. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Юридические науки*, (2), 259–264.
7. Просекоев, С. А. (2011). Социально-философский анализ современных реформ Китая. *Вестник Финансового университета. Гуманитарные науки*, (3), 24–40.
8. Рамазанов, Ш. М. (2018). Сравнительный анализ моделей управления развитием спорта на примере футбольной индустрии: мировой опыт и российские особенности. *Управление*, (1(19)), 12–19.
9. Раманчандран, К. К. (2016). Изучение маркетинговых возможностей и результаты развития менее популярных видов спорта в Индии. *Коммерческая деятельность в спорте: примеры из международной практики*. Кейс 12. Национальное образование (с. 231–232).
10. Соловьев, А. А. (2012). Систематизация законодательства о спорте (российский и зарубежный опыт): дис. ... докт. юридич. наук: 12.00.01. РАНХиГС.
11. Фокин, А. А., & Пробин, П. С. (2021). Государственная политика финансирования физической культуры и спорта в Российской Федерации. *Актуальные вопросы развития спортивной индустрии: материалы Международной научно–практической конференции, посвященной Году науки и технологий РФ*. РГУФКСМиТ.
12. Чернобровкина, Е. Б. (2019). Особенности финансирования физической культуры и спорта в России и за рубежом. *Вестник Университета имени О. Е. Кутафина*, (7(59)), 63–70.
13. Altukhov, S., Dolmatova, T., & Smolianov, P. (2021). Analyzing Management Background and Board Composition in Russian Olympic Sports Federations' Governing Boards. *Journal of Sports Law, Policy and Governance*, II(2), 78.
14. Chaker, A. N. (2004). *Good governance in sport: A European survey*. Council of Europe.
15. e Silva, R., Ramos, A., Farah, F. D. P. C., Feitoza, L. P., & Pinto, L. F. C. (2020). Board Composition in Brazilian Sport Federations: An Analysis of Size, Diversity and Occupational Background. *J. Sports L. Pol'y & Governance*, 2, 24.
16. Henry, I. (2009). European models of sport: Governance, organisational change and sports policy in the EU. *Hitotsubashi University*, 50(1), 42–43.

17. Jha, A., Nayak, C., Thiagarajamurthy, A., & Wal, A. (2021). An analysis of board size and composition in national sporting federations in South Africa. *Journal of Sports Law, Policy and Governance*, 2(2), 76–85.
18. National Sports Development Code of India. (2011). Ministry of Youth Affairs & Sports of India. <https://yas.nic.in/sites/default/files/File918.compressed.pdf>
19. Sauer, R. D. (2008). Sport, the State and the Market. Liberal Institute Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit. *Occasional Paper*, 49. https://edoc.vifapol.de/opus/volltexte/2010/2369/pdf/49_Sauer_Sport.pdf
20. TV BRICS. (2023). Министерство спорта Бразилии планирует запускать программу финансовой помощи спортсменам. *Bolsa Atletas*. Дата обращения 20.03.2023, <https://tvbrics.com/news/ministerstvo-sporta-brazilii-plaeniruet-zapuskat-programmu-finansovoy-pomoshchi-sportsmenam-bolsa-atl/>

НОВЫЕ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ МАРШРУТЫ: КАК СДЕЛАТЬ ИХ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ?

*Рожков Кирилл Львович
д.э.н, профессор
НИУ ВШЭ
Москва, Россия
krozhhkov@hse.ru*

*Уткин Егор Станиславович
студент магистратуры
НИУ ВШЭ
Москва, Россия
esutkin@edu.hse.ru*

*Николаева Александра Владимировна
студент магистратуры
НИУ ВШЭ
Москва, Россия
sasha1407n@mail.ru*

*Бунтури Сергей Андреевич
студент магистратуры
НИУ ВШЭ
Москва, Россия
bunturi.sergei@gmail.com*

Аннотация. В статье представлены результаты исследования проблем построения туристических маршрутов для молодежи в возрасте 18–25 лет в провинциальных городах России на примере Мещовска. Основными препятствиями оказались отсутствие актуальной информации о туристических объектах и недостаток необходимой туристической инфраструктуры. В качестве решения предлагается создание конструктора маршрутов, который сможет работать на основе метода карточной сортировки и выбора впечатлений, учитывая необходимую инфраструктуру и примерную оценку бюджета.

Ключевые слова: туризм, туристические маршруты, молодежь, конструктор маршрутов.

NEW CULTURAL AND EDUCATIONAL TOURIST ROUTES: HOW TO MAKE THEM ATTRACTIVE TO YOUNG PEOPLE?

Rozhkov Kirill
Doctor in Economics, Professor NRU HSE
Moscow, Russia
krozhkov@hse.ru

Utkin Egor
master's student
NRU HSE
Moscow, Russia
esutkin@edu.hse.ru

Nikolaeva Alexandra
master's student
NRU HSE
Moscow, Russia
sasha1407n@mail.ru

Bunturi Sergey
master's student NRU HSE
Moscow, Russia
bunturi.sergei@gmail.com

Abstract. The paper examines the issues of building tourist routes for young people aged 18–25 years in provincial cities of Russia on the example of Meshchovsk. The main obstacles are lack of actual information about tourist objects and lack of necessary tourist infrastructure. The proposed solution is to create a route constructor that will be able to work on the basis of the card sorting method and the selection of impressions, taking into account the necessary infrastructure and approximate budget estimates.

Keywords: tourism, tourist routes, young people, route constructor.

Глобальные сдвиги в экономике последних нескольких лет способствовали росту внутреннего туризма (Внутренний туризм..., 2022). В 2022 г. внутри страны путешествовали более 50 млн взрослых россиян, или 80% всего российского турпотока (АТОР, 2023). На лето 2023 г. на внутренние направления приходится уже 93% забронированных авиабилетов (Статистика раннего бронирования..., 2023).

Примерно 20% внутреннего турпотока приходится на культурно-познавательный (экскурсионный) туризм, и при этом растет спрос на туризм

«недалеко от места проживания и в пределах страны» и «персонализацию туристических предложений» (Вострова, 2021).

Малые исторические города, находящиеся вблизи российских столиц и обладающие значительным культурно-историческим наследием, получают возможность превратить его в туристические аттракции и заработать на внутреннем туризме (Малые города России..., 2014; Худина, Рожков, 2023), причем именно на коротких (однодневных, выходного дня) поездках (Шерешева и др., 2018).

Учитывая, что «наибольший интерес к внутреннему туризму демонстрируют молодые люди 18–34 лет (18–24 лет — 59%, 25–34 лет — 60%) и жители обеих столиц (71%)» (ВЦИОМ, 2022), а также принимая во внимание долю молодежи в населении Москвы — около 20% (Росстат, 2023), можно говорить о существенном по размерам рынке, интересном для малых исторических городов.

При этом необходимо учитывать два рамочных условия полноценного развития данного рынка. Первое связано с тем, что малые исторические города даже вблизи мест проживания потенциальных туристов неизвестны или малоизвестны для потенциальных туристов. Упомянутость в СМИ и сетях 50 городов, названных экспертами Фонда развития малых исторических городов (Фонд развития..., 2023), проведенная отделом маркетинговых коммуникаций Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ совместно с компанией «Медиалогия», оказалась близкой к нулю. Поэтому для повышения известности и формирования привлекательных образов малых исторических городов как новых туристических дестинаций актуальными являются брендинг внутренних направлений и вывод на рынок построенных на них турмаршрутов.

Второе рамочное условие связано с особенностями восприятия и поведения молодых людей поколений Y (миллениалы) и Z (зуммеры) (Urieli, 2005; Hosany, Gilbert, 2010; Forbes, 2018; Berezka et al., 2021).

«Миллениалы»:

- а) ценят уникальные впечатления больше, чем функциональные выгоды;
- б) предпочитают самостоятельный туризм организованному;
- в) активно пользуются цифровыми каналами информации.

«Зуммеры»:

- а) выросли на гаджетах;
- б) предпочитают покупки через мобильные приложения;
- в) пользуются видеосервисами и практикуют визуальные месседжи и сторителлинг.

Являясь естественной аудиторией брендированных туров, поколения Y и Z способны стать адвокатами этих брендов с большим охватом, если сами туры будут отвечать их перцептивным и поведенческим особенностям, описанным выше.

Концепция и методика исследования

Под брендируемым маршрутом мы понимаем маршрут, коммуникации которого создают уникальный, эмоционально окрашенный и привлекательный образ города в сознании аудитории.

Говоря о коммуникациях брендируемого маршрута, мы разделяем модель коммуникаций бренда города М. Каварациса (Kavaratzis, 2004) со следующими оговорками. Мы различаем понятия медийного образа маршрута как результата медийных (в модели Каварациса вторичных), коммуникаций и его непосредственного образа тура как результата непосредственных (в модели Каварациса первичных) коммуникаций, которые и будут далее фокусом настоящего исследования.

Целью эмпирического исследования является соответствие медийного и непосредственного образов малого исторического города стандартам/привычкам восприятия потенциальных туристов — учащейся молодежи в возрасте 18–25 лет.

Построение концепции территориального бренда чаще всего начинается с анализа уже существующих в сознании широкой аудитории наиболее популярных ассоциаций с именем города (Hsu et al., 2004). Однако в нашем случае этот подход оказался неприменимым в силу низкой упоминаемости изучаемых малых исторических городов.

Базовый образ города как потенциальной туристической дестинации в рамках предполагалось сформировать в процессе построения маршрута и разработки программы путешествия, а затем прохождения по ним.

Исходя из этого, методика включала следующие этапы:

1. Разработка маршрута (качественное кабинетное (формализованное документарное) исследование на основе открытых данных), включающая:

- а) планирование транспорта до города из Москвы и обратно;
- б) изучение всех доступных достопримечательностей (аттракции) и объектов инфраструктуры в городах и отбор тех из них, которые должны быть включены в программу и маршрут тура. Таким образом, отобранные достопримечательности (аттракции) города должны были стать объектами осмотра и/или показа, а объекты инфраструктуры — местами питания и отдыха в рамках тура.

2. Изучение проецируемого медийного образа города. Сбор данных проводится параллельно с разработкой маршрута в формате качественного кабинетного (формализованного документарного) исследования на основе открытых источников данных об объектах осмотра, показа и базовой туристической инфраструктуры. Эти источники рассматриваются как каналы коммуникации медийного образа города. Сама же полученная информация рассматривается как совокупность сообщений, передаваемых по этим каналам.

3. Изучение проецируемого непосредственного образа города. Сбор данных о непосредственном образе города проводится в форме качественного полевого исследования (формализованное наблюдение) в рамках экспедиции в город в соответствии с разработанным маршрутом.

Эмпирическое исследование

В марте 2023 г. мы начали наше исследование в Мещовске, небольшом провинциальном городе в России с неординарным, по нашим оценкам, потенциалом для развития внутреннего туризма. Наша задача состояла в определении и преодолении препятствий при построении туристического маршрута для молодежи в возрасте от 18 до 25 лет.

Эмпирическое исследование включало два взаимосвязанных этапа: кабинетное и полевое исследование.

Кабинетное исследование

Наблюдение № 1: «Для получения информации об объектах осмотра в городе мы пытались использовать разные каналы коммуникаций: VK, Яндекс и Google-карты, TripAdvisor. Наиболее информативной оказалась страница города в VK, где была представлена информация о достопримечательностях и мероприятиях города. Однако и здесь информация о некоторых объектах могла быть недостаточно подробной, и для получения более полной картины приходилось искать дальше».

Наблюдение № 2: «Целевая аудитория сообщений в каналах коммуникаций об объектах показа в городе — пенсионеры и жители окрестных районов, сообщения сформированы на языке, понятном этой аудитории».

Если говорить об объектах, которые мы выбрали для посещения, наибольший интерес вызвали сидроварня и Музей трех цариц. Главной проблемой, с которой мы столкнулись, оказалось отсутствие актуальной информации о часах работы местных достопримечательностей и туристических объектов. Это привело к непредвиденным изменениям уже в ходе поездки. Вместе с тем, это подчеркнуло важность цифровой инфраструктуры для создания подходящего и увлекательного туристического маршрута для молодежи.

Полевое исследование

В рамках поездки был составлен дневник полевых наблюдений, выделяющий ключевые проблемы туристических объектов, инфраструктуры и бренд-платформы города.

К первой проблеме можно отнести несогласованность в базовых вещах, первостепенно влияющих на образ города в глазах туриста.

Наблюдение № 3: «В прямых коммуникациях используются только различные интерпретации мысли “Мещовск — родина цариц”. Единый слоган, как и единая выстроенная стратегия брендинга города, отсутствует. При этом бросается в глаза несостыковка информации, получаемой от стейкхолдеров: через 200 метров от Музея трех цариц мы нашли брошюру в местном отеле, что Мещовск является родиной двух цариц».

Наблюдение № 4: «Сообщения в разных каналах прямой коммуникации не согласуются, люди говорят в унисон сообщениям только в рамках совпадения точки контакта, противоречивая информация присутствует».

Ирина, экскурсовод Музея: «Стоит отметить, что мы сталкиваемся с определенной проблемой — несоответствие между тем образом, который создаем вокруг нашего города, и его реальными возможностями и достоинствами».

Второй проблемой стало отсутствие вспомогательной туристической инфраструктуры. Мы обнаружили, что даже те немногие кафе, которые удалось найти, были закрыты во время нашего визита. В итоге нам пришлось довольствоваться едой, привезенной из Москвы. Не работала и единственная гостиница, которую удалось найти.

Наблюдение № 5: «Фактическое состояние города отличается от ожидаемого кардинально. В ожидания входило попробовать местную кухню и увидеть, как минимум, три крупных объекта потенциального туристического интереса. По итогу — ни одного работающего гастрономического заведения, музей работает по остаточному принципу, монастырь совершенно гостей не ожидает и не приветствует, а сидродельня, будучи связанной на одном человеке, оказалась закрыта».

Наблюдение № 6: «Из-за того, что владелец сидродельни был в отпуске, мы не смогли попасть на экскурсию по сидродельне, не смогли попробовать “мещовского гуся”, а за продукцией сидродельни пришлось ехать в Калугу».

Михаил, местный житель: «Мне очень жаль, что уровень лояльности наших жителей к нашему городу оставляет желать лучшего. Многие из них не проявляют достаточного интереса и активности в развитии нашего города. Это действительно серьезная проблема, которую нам следует преодолеть вместе».

Общие выводы по эмпирическому исследованию

Пробелы в информационном поле и разногласия в коммуникации. Значительная часть исследования высветила пробелы в подробной и актуальной информации о туристических объектах, их режиме работы и других важных аспектах. Подобная несогласованность информации, в различных

каналах коммуникации и между стейкхолдерами, является препятствием в контексте привлечения туристического потока в интересах города.

Роль цифровой инфраструктуры в привлечении молодежи. Осознавая потребность молодежи в доступе к актуальной информации через социальные сети и онлайн-платформы, развитие и поддержание цифровой инфраструктуры играет критически важную роль в привлечение этого туристического сегмента. В случае с Мешовском и, предположительно, десятками других малых исторических городов этот аспект при планировании маршрута практически сводит на нет усилия по подготовке путешествия, существенно сужая воронку только до туристов, которым вследствие неопишуемой заинтересованности планирование не принципиально.

Барьеры в туристической инфраструктуре. Отмеченные проблемы с дополнительной туристической инфраструктурой, включая закрытые кафе и отсутствие функционирующих отелей, особенно в виде неприятных сюрпризов для туристов уже в ходе поездки, существенно ухудшают клиентский опыт туриста, негативно влияя на ассоциации между «хорошим отдыхом» и «внутренним туризмом».

Недостаток привязанности жителей и бизнеса к городу. Низкий уровень лояльности населения и местных предприятий к городу, возможно, свидетельствует о несоответствии между восприятием города и его реальными достоинствами. Этот фактор значительно препятствует синергетическому эффекту развития туристического потенциала города по формату «больше туристов — больше предложение — больше туристов».

Таким образом, изучение высветило ряд улучшений, которые могут сделать город более привлекательным для туристов и местных жителей. Следующий этап нашего исследования будет направлен на разработку методов и решений, способных улучшить процесс построения туристических маршрутов для молодежи в провинциальных городах, таких как Мешовск. Несмотря на препятствия, мы вынесли ценные уроки и получили уникальный опыт, который будет важен для разработки эффективных методик планирования туристических маршрутов.

Предлагаемое решение — создание конструктора маршрутов

В контексте выявленных проблем мы предлагаем новое решение: создание конструктора маршрутов. Этот инструмент будет предоставлять пользователям возможность формировать туристический маршрут в соответствии с их интересами и предпочтениями. Конструктор маршрутов может работать двумя способами: на основе метода карточной сортировки и на основе выбора впечатлений.

Метод карточной сортировки позволяет пользователям выбирать не просто города для посещения, а конкретные объекты внутри этих го-

родов. Они могут быть представлены в виде цифровых карточек с изображениями, видео, кратким описанием и характеристиками. Пользователи могут перетаскивать эти карточки, формируя свой идеальный маршрут, в соответствии со своими интересами, временем поездки и бюджетом. Этот метод позволяет создать более детальный и персонализированный маршрут. Кроме того, это поможет получить понимание, какие объекты и связи объектов представляют наибольший интерес для целевой аудитории.

Второй подход — выбор впечатлений — предоставляет пользователям возможность выбирать наборы впечатлений, которые они хотят получить от своего путешествия. Это может включать различные категории, такие как глубокое погружение в историю, кристальная свежесть воздуха, гастрономические открытия, вовлеченность в локальные обычаи и т.д. На основе этого выбора конструктор будет предлагать оптимальный маршрут, учитывая необходимую инфраструктуру, такую как гостиницы, рестораны, транспорт, и примерную оценку бюджета.

Важно подчеркнуть, что данный конструктор маршрутов будет эффективен только при наличии актуальной и достоверной информации о часах работы и доступности объектов. Поэтому важным шагом в развитии этого инструмента будет постоянное обновление базы данных и тесное сотрудничество с местными властями и организациями в области туризма. Внедрение такого инструмента не только улучшит пользовательский опыт при планировании путешествий в провинциальные города, но и может способствовать развитию туристической инфраструктуры в этих городах, привлекая больше туристов.

В заключение отметим, что создание конструктора маршрутов представляет собой перспективное решение, позволяющее улучшить процесс планирования туристических маршрутов для молодежи. Это позволит пользователям участвовать в создании своего уникального путешествия, делая его более личным и запоминающимся.

Список литературы

1. АТОР. (2023). Данные Ассоциации туроператоров РФ (АТОР). Дата обращения 24.05.2023, https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/59383.html?_wrapper_format=html
2. Внутренний туризм: в России ожидают 61 млн туристов в 2022 году. Дата обращения 24.05.2023, <https://b2b.ostrovok.ru/blog/vnutrennij-turizm-v-rossii-ozhidayut-61-mln-turistov-v-2022-godu/>
3. Вострова, Е. И. (2021) Российский туризм в эпоху пандемии COVID-19: новые тренды. *Дискурс*, 7(6), 74–82. <https://doi.org/10.32603/2412-8562-2021-7-6-74-82>
4. ВЦИОМ. (2022). Лето-2022: путешествуем по России. Дата обращения 14.11.2022, <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/leto-2022-puteshestvuem-po-rossii>

5. Малые города России: сходство исторических судеб и различия траекторий развития. Дата обращения 24.05.2023, <http://www.demoscope.ru/weekly/2014/0611/analit01.php>
6. Росстат. (2023). Международный день молодежи. Дата обращения 21.05.2023, <https://77.rosstat.gov.ru/folder/70751/document/95424>
7. Статистика раннего бронирования: 93% авиабилетов на лето 2023 приходится на внутренние направления. Дата обращения 24.05.2023, <https://argumenti.ru/society/2023/02/815864>
8. Фонд развития малых исторических городов. Дата обращения 24.05.2023, <https://www.malgorod.ru>
9. Худина, А. С., & Рожков, К. Л. (2023). Кобрендинг как фактор туристического потока в города. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика, (1)*, 212–231.
10. Шерешева, М. Ю., Березка, С. М., & Оборин, М. С. (2018) Создание туристского продукта малых городов. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика, (5)*, 94–112. <https://doi.org/10.38050/01300105201855>
11. Berezka, S., Rebiazina, V., & Muravskaia, S. (2021). Changes in consumer behavior in the BRICS countries during the COVID-19 pandemic: The role of trust and anxiety. *BRICS Journal of Economics*, 2(1), 53–73.
12. Forbes. (2018). Generation Face-Off: Comparing Gen X, Y And Z Shopping Behaviors. Retrieved May 24. 2023, from <https://www.forbes.com/sites/yec/2018/05/17/generation-face-off-comparing-gen-x-y-and-z-shopping-behaviors/?sh=a168530631dd>
13. Generation Face-Off: Comparing Gen X, Y And Z Shopping Behaviors. Retrieved May 24. 2023, from <https://www.forbes.com/sites/yec/2018/05/17/generation-face-off-comparing-gen-x-y-and-z-shopping-behaviors/?sh=a168530631dd>
14. Hosany, S., & Gilbert, D. (2010). Measuring tourists' emotional experiences toward hedonic holiday destinations. *Journal of Travel Research*, 49(4), 513–526. <https://doi.org/10.1177/0047287509349267>
15. Hsu, C. H., Wolfe, K., & Kang, S. K. (2004). Image assessment for a destination with limited comparative advantages. *Tourism Management*, 25(1), 121–126. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00062-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00062-1)
16. Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding*, 1, 58–73. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pb.5990005>
17. Uriely, N. (2005). The tourist experience: Conceptual developments. *Annals of Tourism research*, 32(1), 199–216. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.07.008>

СТРАТЕГИЯ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ СЕГМЕНТА СЕРЕБРЯНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ТУРИЗМЕ: ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ В КНР

*Ли Тяньтянь
директор
ООО «Хэвен»
Москва, Россия
li90916666@gmail.com*

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются вопросы создания ценностного предложения для серебряных потребителей на современном туристическом рынке КНР. Проведен анализ эффективных стратегий, рассмотрены опыт и перспективы китайских туристических компаний, использующих современные технологии по привлечению серебряных потребителей. Предложены практические рекомендации по созданию ценностного предложения для серебряных потребителей, такие как: разработка персонализированных программ и услуг, использование цифровых технологий и инноваций, развитие медицинского туризма, а также партнерство с другими игроками в индустрии. В заключение автором сделан вывод о том, что сегмент серебряных потребителей представляет значительный потенциал для роста, а наиболее успешной стратегией являются персонализация ценностного предложения и индивидуальный подход к каждому клиенту.

Ключевые слова: стратегия, ценностное предложение, серебряные потребители, туризм, КНР, персонализация.

STRATEGY FOR CREATING A VALUE PROPOSITION FOR THE SILVER CONSUMERS IN TOURISM: EXPERIENCE AND PERSPECTIVES IN PRC

*Li Tian Tian
Director
Haven LLC
Moscow, Russia
li90916666@gmail.com*

Abstract. This article examines the issues of creating a value proposition for silver consumers in the modern tourism market of the People's Republic of China. An analysis of effective

strategies was carried out, the experience and prospects of Chinese travel companies using modern technologies to attract silver consumers were considered. Practical recommendations are offered for creating a value proposition for silver consumers, such as: developing personalized programs and services, using digital technologies and innovations, developing medical tourism, and partnering with other players in the industry. In conclusion, the author concluded that the silver consumer segment represents significant growth potential, and the most successful strategy is to personalize the value proposition and individual approach to each client.

Keywords: strategy, value proposition, silver consumers, tourism, China, personalization.

На современном туристическом рынке Китайская Народная Республика занимает ведущую позицию и привлекает все больше внимания со стороны туристов из разных стран. Среди различных сегментов потребителей серебряные потребители (пожилые люди старше 55 лет) являются особенно значимыми для туристической индустрии. Серебряные потребители обладают определенными потребностями и предпочтениями, которые необходимо учитывать при разработке стратегии создания ценностного предложения.

Целью статьи является исследование опыта и перспектив стратегии создания ценностного предложения для сегмента серебряных потребителей в туризме в КНР. Важно изучить успешные практики и тенденции, а также их влияние на туристическую индустрию, что позволит понять, какие факторы играют ключевую роль в привлечении серебряных потребителей и какие стратегии эффективны для создания уникального и привлекательного ценностного предложения.

Стоит отметить, что исследование данной темы является актуальным, так как оно поможет туристическим компаниям и организациям в КНР улучшить свое конкурентное положение на рынке и обеспечить удовлетворение потребностей и ожиданий серебряных потребителей.

Сегмент серебряных потребителей в туризме обычно охватывает людей старше 55 лет, которые активно путешествуют и пользуются туристическими услугами. У этого сегмента потребителей имеются свои особенности и потребности, которые важно учитывать при разработке стратегии создания ценностного предложения. Характеристики серебряных потребителей включают:

- финансовую стабильность: у большинства серебряных потребителей имеются достаточные финансовые ресурсы для путешествий, и они готовы потратить больше на качественные услуги (Новолокина, 2021, с. 117);
- предпочтение комфорта и удобства: серебряные потребители часто ищут туристические услуги, которые предлагают комфортабельное

проживание, удобный транспорт и возможности для отдыха и рекреации (Калинкина и др., 2019, с. 264);

- культурные и образовательные интересы: многие серебряные потребители интересуются историей, культурой и искусством. Кроме того, они предпочитают посещать исторические и культурные достопримечательности, участвовать в экскурсиях и получать образовательный опыт во время своих путешествий (Taloş et al., 2021);
- здоровье и безопасность: серебряные потребители обращают особое внимание на свое здоровье и безопасность во время путешествий. Они ищут медицинскую поддержку, страхование и туристические услуги, предоставляющие надежные меры безопасности (Deng, Li, 2021).

Отчет McKinsey по опросу потребителей в Китае за 2020 г. (Отчет McKinsey, 2020) выявил следующие тенденции:

1. Потребление нового поколения в городах со средней и низкой численностью населения стало новым двигателем роста.
2. Большинство потребителей имеют классификацию потребления, одни обращают больше внимания на качество, а другие — на затраты.
3. Концепция ведения здорового образа жизни.
4. Больше внимания уделяется впечатлениям при покупках.
5. Рост числа местных элитных брендов.

Средние темпы роста числа выездов из Китая с начала XX в. являлись самыми высокими в мире и составили 18,5% в период с 2000 по 2014 г. Хотя с 2015 по 2019 г. темпы роста выездов в разные годы снизились до 4,7–8,8%, они все же оставались значительно выше средних показателей в мире. В результате к 2019 г. Китай генерировал 10,6% от общего мирового туристского потока (China Statistical Yearbook, 2019).

В 2019 г. расходы китайских туристов на выездной туризм составили уже 17,2% от общего объема мирового туристического рынка. Согласно данным UNWTO, в 2019 г. эти расходы составили 255 млрд долл., а средние расходы на одну поездку — 1650 долл. В сравнении: в США эти расходы составили 152 млрд долл., а в Германии — 93 млрд долл. (Tourism Highlight, 2020).

Процент граждан Китая старше 55 лет удвоился в период с 1990 по 2020 г., увеличившись с 12 до 24% (Outlook for China tourism, 2022). Это указывает на значительный потенциал рынка серебряных потребителей в туризме в КНР.

В Китае сегмент серебряных потребителей в туризме является одним из самых динамично развивающихся. Старение населения, повышение доходов и изменение образа жизни старших граждан привели к росту спроса на туристические услуги в этом сегменте (Johnson et al., 2020).

Причины роста интереса серебряных потребителей к туризму в КНР включают увеличение свободного времени, лучшую доступность туристических услуг, улучшение инфраструктуры и продвижение туристического потенциала страны. Эти факторы создают благоприятную среду для развития туристического рынка серебряных потребителей и требуют стратегического подхода при разработке ценностного предложения.

Учитывая эти факторы, туристические компании и организации в КНР могут разработать стратегию, направленную на удовлетворение потребностей и предпочтений серебряных потребителей. Это позволит им привлечь и удержать данную аудиторию, а также увеличить свою конкурентоспособность на рынке.

В Китайской Народной Республике существует несколько успешных примеров стратегий, направленных на создание ценностного предложения для серебряных потребителей в туризме.

Одним из таких примеров являются персонализация и адаптация туристических услуг к потребностям серебряных потребителей. Некоторые туроператоры в КНР предлагают специализированные туры, разработанные с учетом интересов и физических возможностей данной аудитории. Например, организуются туры с меньшим количеством физических нагрузок, предоставляются возможности для отдыха и релаксации, а также включаются экскурсии по историческим и культурным достопримечательностям (Quer, Peng, 2022).

Еще одним успешным примером является развитие медицинского туризма для серебряных потребителей. Китайская медицина, включающая традиционную китайскую медицину и современные медицинские услуги, предлагает возможности для лечения и оздоровления. Туристические пакеты включают медицинское обследование, процедуры омоложения и оздоровления, а также пребывание в специализированных медицинских центрах или санаториях (Zuo, Lai, 2020).

Важно отметить, что ценностное предложение для серебряных потребителей включает ряд компонентов, которые должны быть учтены при разработке стратегии. Важными компонентами являются:

- комфортабельное размещение и услуги. Серебряные потребители ценят комфортабельное проживание в хорошо оборудованных номерах с удобствами и доступом для инвалидов. Важно предлагать дополнительные услуги, такие как бесплатный Wi-Fi, спа-процедуры и услуги комнатного сервиса, чтобы обеспечить высокий уровень комфорта;
- качество питания. Серебряные потребители обращают внимание на качество и разнообразие питания, имея предпочтения к адаптированному меню с учетом диетических ограничений данной ау-

дитории. Важно также обеспечить качественное обслуживание в ресторанах и кафе;

- медицинская поддержка и безопасность. Серебряные потребители ожидают наличия медицинской поддержки и услуги скорой помощи в случае необходимости. Следует обеспечить безопасность во время путешествия, включая надежную транспортную систему, медицинские страховки и возможность связи в случае чрезвычайных ситуаций (Spencer, Tarlow, 2021).

Кроме того, персонализация и индивидуальный подход играют ключевую роль в создании ценностного предложения для серебряных потребителей. Каждый человек имеет свои предпочтения, потребности и физические ограничения. Поэтому важно предлагать гибкость и возможность настройки туристических услуг под индивидуальные запросы.

Туристические компании могут использовать различные инструменты для персонализации, такие как анкеты и опросы перед поездкой, чтобы лучше понять потребности клиента. Важно также обеспечить индивидуальное сопровождение и консультации на каждом этапе путешествия, чтобы максимально удовлетворить клиента.

Использование информационных технологий и аналитики данных также может помочь в создании персонализированных предложений и предсказании предпочтений серебряных потребителей на основе их предыдущих путешествий и интересов.

Сегодня можно привести ряд успешных примеров компаний в китайской туристической индустрии, которые эффективно создают ценностное предложение для серебряных потребителей.

Одним из таких примеров является компания Strip, одно из крупнейших онлайн-туристических агентств в Китае. Strip предоставляет серебряным потребителям широкий выбор туров и услуг, учитывая их особые потребности и предпочтения. Она разрабатывает специализированные туры, предлагает комфортабельное размещение, персонализированный сервис и активные программы отдыха, соответствующие физическим возможностям данной аудитории (Strip, 2020).

Следует также отметить компанию China Comfort Travel, специализирующуюся на турах для серебряных потребителей. Она предлагает комфортабельное размещение, индивидуальные экскурсии и медицинскую поддержку во время путешествия. Компания активно сотрудничает с медицинскими учреждениями и местными экспертами, чтобы обеспечить безопасность и комфорт клиентов (Feng et al., 2021).

Китайская туристическая индустрия активно использует технологии и инновации для создания уникального предложения для серебряных потребителей. Например, мобильные приложения и интернет-платформы позволяют серебряным потребителям получать персонализированную

информацию о турах, бронировать услуги и взаимодействовать с компаниями. Технологии распознавания голоса и искусственного интеллекта могут использоваться для улучшения коммуникации и обеспечения высокого уровня обслуживания (Buhalis et al., 2019).

В Китае также применяются инновации в сфере медицины и здравоохранения для создания уникального предложения для серебряных потребителей. Медицинский туризм, о котором упоминалось ранее, предлагает инновационные процедуры омоложения, реабилитационные программы и диагностические услуги, которые привлекают серебряных потребителей и способствуют их оздоровлению (Бродникова, Малинина, 2019).

На основании изложенного выше стоит отметить, что сегмент серебряных потребителей в Китае активно развивается и оказывает значительное влияние на туристическую индустрию. С увеличением числа пожилых людей и повышением уровня доходов в стране серебряные потребители становятся важным сегментом рынка.

В свою очередь, рост сегмента серебряных потребителей в Китае создает потребность в специализированных туристических услугах, что ведет к развитию новых видов туризма и появлению новых игроков на рынке, стимулирует инновации и конкуренцию среди туристических компаний, приводит к повышению качества и разнообразия предлагаемых услуг для серебряных потребителей.

Однако влияние серебряных потребителей на туристическую индустрию распространяется не только на Китай, но и на международный уровень. Китайские серебряные туристы активно путешествуют за границу, что также способствует развитию туристического сектора в различных странах и созданию новых возможностей для глобального туристического бизнеса.

В качестве предлагаемых рекомендаций первым шагом в создании эффективной стратегии для серебряных потребителей в туризме в КНР являются тщательная идентификация и понимание их потребностей и предпочтений. Это можно сделать с помощью проведения исследований, опросов и анализа данных. Необходимо выяснить, какие типы туров и услуг предпочитают серебряные потребители, какие у них физические ограничения и какие интересы и предпочтения они имеют.

Далее следует разрабатывать персонализированные программы и услуги, которые соответствуют потребностям и предпочтениям серебряных потребителей. Это может включать разработку специальных туров, которые учитывают физические возможности и интересы данной аудитории, предоставление комфортного размещения, диетических меню, медицинской поддержки и других услуг, специально разработанных для серебряных потребителей.

Кроме того, необходимо использовать цифровые технологии и инновации для разработки эффективной стратегии создания ценностного предложения. Мобильные приложения, интернет-платформы, распознавание голоса и искусственный интеллект могут быть применены для предоставления персонализированной информации, бронирования услуг и обеспечения качественного обслуживания. Можно также использовать технологии виртуальной и дополненной реальности, чтобы предложить серебряным потребителям уникальные и захватывающие впечатления от путешествия.

В качестве практической рекомендации стоит упомянуть и сотрудничество с другими игроками в туристической индустрии по созданию уникального ценностного предложения для серебряных потребителей. Например, можно установить партнерство с медицинскими учреждениями, чтобы обеспечить медицинскую поддержку во время путешествия. Также можно сотрудничать с местными экспертами и гидами, чтобы предоставить серебряным потребителям информацию о имеющихся достопримечательностях и культуре (Шмарков, Шмаркова, 2021).

Таким образом, создание эффективной стратегии для серебряных потребителей в туризме в КНР требует глубокого понимания их потребностей, разработки персонализированных программ и услуг, использования цифровых технологий и инноваций, а также партнерства с другими игроками в индустрии. Эти рекомендации помогут туристическим компаниям в КНР привлечь серебряных потребителей и удовлетворить их потребности.

Исходя из проведенного исследования, можно сделать следующие основные выводы:

- серебряные потребители в туризме в КНР представляют собой значительный и растущий сегмент рынка, имеющий особые потребности и предпочтения;
- эффективная стратегия создания ценностного предложения для серебряных потребителей требует идентификации и понимания их потребностей, разработки персонализированных программ и услуг, использования цифровых технологий и инноваций, а также партнерства с другими игроками в индустрии;
- успешные примеры стратегий в Китае показывают, что предоставление высокого уровня комфорта, заботы о здоровье, медицинской поддержки и культурного познания являются важными компонентами ценностного предложения для серебряных потребителей.

Резюмируя изложенное выше, можно отметить, что разработка эффективной стратегии создания ценностного предложения для серебряных потребителей в туризме в КНР имеет большую значимость для развития туристической индустрии в стране. Сегмент серебряных потребителей представляет значительный потенциал для роста и привлечения дополни-

тельных доходов в индустрии. Ответственное и качественное обслуживание серебряных туристов помогает не только удовлетворить их потребности, но и обеспечить лояльность к бренду и стимулировать положительные отзывы, что может привести к привлечению новых клиентов и повышению конкурентоспособности туристических компаний.

Дальнейшие исследования в указанных областях помогут более глубоко понять потребности и предпочтения серебряных потребителей, а также определить наиболее эффективные стратегии создания ценностного предложения в туризме в КНР.

Список литературы

1. Бродникова, Е., & Малинина, А. (2019). Современное состояние медицинского туризма в Азии на примере Китая и Индонезии. *Школа молодого ученого* (с. 24–28).
2. Калинин, С. А., Эбралидзе, Г. М., & Одарюк, Е. В. (2019). Особенности развития рынка предложений для людей «серебряного возраста». *Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе* (с. 263–267).
3. Новолокина, Е. В. (2021). Сравнительная оценка финансовых возможностей лиц «серебряного возраста» для путешествий в России и за рубежом. *Финансовое просвещение* (с. 117–123).
4. Отчет McKinsey об опросе потребителей в Китае. (2020). <https://www.mckinsey.com.cn/2020> 麦肯锡中国消费者调查报告中国消费者多样化/
5. Рындач, М. А., Шерешева, М. Ю., Сергеева, Е. А., Каргина, Л. А., & Арутюнов, Д. С. (2021). *Менеджмент и маркетинг в туристской индустрии*.
6. Шмарков, М. С., & Шмаркова, Л. И. (2021). Повышение эффективности туроператорской деятельности на основе расширения интеграции. *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*, 7(4), 51–64.
7. Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., & Hofacker, C. (2019). Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Service Management*, 30(4), 484–506.
8. China Statistical Yearbook. 2019. <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2019/indexeh.htm>
9. Strip: как китайский гигант изменяет глобальную тревел-индустрию. <https://profi.travel/articles/40453/details>
10. Deng, X., & Li, X. (2021). Research on The Development of Health Tourism Industry in China. *International Journal of Higher Education Teaching Theory*, 2(4).
11. Feng, L. I. U., Yiting, Q. I. A. N., Xiaohan, Z. H. U., Yuqi, Z. H. A. N. G., & Shiyi, L. I. (2021, January). Formulation of silver tourism digital industry service platform based on blockchain and Internet of Things: taking Shanghai Chongming island as an example. *2021 IEEE International Conference on Consumer Electronics and Computer Engineering (ICCECE)* (p. 688–694).
12. Johnson, P. C., Honggang Xu, & Arlt W. G. (2020). Outbound Chinese tourism: looking back and looking forward. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12(1), 1–7, doi:10.1080/19407963.2018.1505098

13. Outlook for China tourism in 2022: Trends to watch in uncertain times. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/outlook-for-china-tourism-in-2022-trends-to-watch-in-uncertain-times#/>
14. Quer, D., & Peng, J. (2022). Chinese outbound tourism segmentation: A systematic review and research agenda. *Journal of China Tourism Research*, 18(4), 778–808.
15. Spencer, A., & Tarlow, P. (2021). *Tourism security to tourism surety and well-being. Tourism Safety and Security for the Caribbean*. Emerald Publishing Limited.
16. Taloş, A. M., Lequeux-dincă, A. I., Preda, M., Surugiu, C., Mareci, A., & Vijulie, I. (2021). Silver tourism and recreational activities as possible factors to support active ageing and the resilience of the tourism sector. *Journal of settlements & spatial planning*, 29–48.
17. Tourism Highlight. 2020 Edition. UNWTO.
18. Zuo, B., & Lai, Z. (2020). The effect of housing wealth on tourism consumption in China: Age and generation cohort comparisons. *Tourism Economics*, 26(2), 211–232.

РОЛЬ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ГОСТЕЙ ОТЕЛЕЙ В ФОРМИРОВАНИИ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА

Домбровски Иза Яновна
студент

МГУ имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия
iza.dombrovski@gmail.com

Аннотация. Эмпирические исследования показывают критическую важность клиентского опыта (CX) в индустрии туризма и гостеприимства. Большинство CX-исследований фокусируется на внешних (связанных с предложением) факторах формирования клиентского опыта, в то время как роль связанных с клиентом характеристик остается во многом неизученной. Собранные в результате онлайн-опроса данные (N = 389), показывают, что клиентский опыт гостей отелей значительно отличается в зависимости от 10 связанных с клиентом характеристик, включающих как социодемографические и мотивационные факторы, так и контекстуальные.

Ключевые слова: клиентский опыт, опыт гостей отелей, связанные с клиентом модераторы, индивидуальные характеристики.

THE ROLE OF HOTEL GUESTS' INDIVIDUAL CHARACTERISTICS IN BUILDING CUSTOMER EXPERIENCE

Dombrovski Iza
student

Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russia
iza.dombrovski@gmail.com

Abstract. Empirical studies show the critical importance of customer experience (CX) in the tourism and hospitality industry. Most CX studies focus on external (offering-related) factors of customer experience formation, while the role of customer-related characteristics remains largely unexplored. The data collected as a result of an online survey (N = 389) show that the client experience of hotel guests differs significantly depending on 10 characteristics associated with the client, including not only socio-demographic and motivational factors, also contextual ones.

Keywords: customer experience, hotel guests experience, customer-related moderators, individual characteristics.

СХ и индивидуальные характеристики

В последние годы академический интерес к клиентскому опыту в индустрии гостеприимства существенно возрос. Как показано в исследовании (Kim, So, 2022), практически половина (46,3%) всех статей о клиентском опыте в сфере гостиничного бизнеса и туризма были опубликованы в период с января 2019 г. по май 2021 г., при том что первые публикации появились в 1998 г. Тем не менее в исследованиях существует тенденция пренебрегать индивидуальными характеристиками клиентов при изучении формирования их впечатлений, в то время как связанные с предложением стимулы (*offering-related stimuli*) или предпосылки (*antecedents*) опыта получили широкое внимание со стороны академиков. Например, было обнаружено, что исследователи, которые изучали измерение клиентского опыта, связанного с оказанием услуг (*service experience*), меньше всего внимания уделяли связанным с клиентами характеристикам (Bueno et al., 2019).

Индивидуальные характеристики гостей отелей можно разделить на следующие основные группы: клиентские характеристики, ситуационные и социокультурные факторы согласно классификации исследователей клиентского опыта в сервисе (Becker, Jaakkola, 2020). В данной работе изучается влияние первых двух групп. По упомянутой классификации клиентские характеристики включают социально-демографические факторы, ценности, мотивации, прошлый опыт, участие человека в активностях в течение клиентского пути и др. Ситуационные факторы, с другой стороны, подразумевают под собой непосредственный контекст ситуации потребления. Иными словами, в них включены непосредственно те факторы, которые не зависят от отеля и в то же время связаны с конкретной ситуацией потребления.

Таким образом, были выдвинуты следующие гипотезы.

Клиентский опыт гостей отелей значительно отличается в зависимости от таких клиентских характеристик, как:

- H₁: ... возраст.
- H₂: ... пол.
- H₃: ... доход.
- H₄: ... образование.
- H₅: ... религиозная принадлежность.
- H₆: ... размер города проживания.
- H₇: ... частота путешествий.
- H₈: ... стремление к аутентичности.

H_9 : ... предыдущий опыт взаимодействия с отелем / другими отелями сети.

Клиентский опыт гостей отелей значительно отличается в зависимости от таких ситуационных факторов, как:

H_{10} : ... цели поездки.

H_{11} : ... спутники.

H_{12} : ... тот, кто оплачивал проживание.

H_{13} : ... продолжительность пребывания.

Дизайн исследования

В результате опроса были собраны 452 анкеты. С помощью скрининг-вопросов были отсеяны 60 респондентов, так как они не останавливались в отелях в период с октября 2022 г. по апрель 2023 г. В ходе дальнейшей обработки были вручную отсеяны еще три анкеты, так как они относились к опыту остановки в апартаментах. Для дальнейшего анализа были допущены 389 анкет респондентов в возрасте от 18 лет.

Всего были собраны данные о 13 предикторах и 4 контрольных переменных. Для переменной «стремление к аутентичности» по модифицированной шкале Ликерта от 1 (совершенно не важно) до 7 (очень важно) оценивались 6 утверждений (Nunes et al., 2021), которые были объединены в результате факторного анализа в две компоненты: стремление к ценностной аутентичности и стремление к отношенческой аутентичности. Тесты КМО и Бартлетта подтвердили наличие факторной структуры. Объединение было осуществлено с помощью метода главных компонент, установленным видом вращения было direct oblimin. Оценка надежности построения была установлена на уровне 0.6 (Shreshta, 2021). Таблица 1 иллюстрирует итоговые результаты анализа и распределение элементов по компонентам. В результате анализа также были рассчитаны оценки значений для каждого из компонентов с помощью пакета SPSS.

Таблица 1

Компоненты стремления к аутентичности

Pattern Matrix^a

	Component	
	1	2
A3 Устойчивая социальная миссия отеля	.865	
A2 Связь и близость с брендом отеля	.804	
A5 Уникальные особенности отеля, отличающие его от конкурентов	.610	

	Component	
	1	2
A4 Соответствие отеля общим нормам, стандартам и правилам		.800
A1 Доверие к информации, предоставляемой отелем		.739
A6 Наличие у сотрудников отеля необходимых навыков, знаний и опыта		.639

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization^a.

^a Rotation converged in 6 iterations.

Источник: составлено автором на основе собранных данных.

Кроме того, регрессоры: доход, опыт путешествий, длительность пребывания, а также контрольные переменные: время, прошедшее с момента проживания в отеле, количество остановок в отеле за период с октября 2022 г. по апрель 2023 г. и категория отеля были закодированы и переведены в числовой формат.

В качестве оценки клиентского опыта гостей отелей были собраны данные об общей оценке пребывания по шкале от 1 до 10. Кроме того, по модифицированной шкале Ликерта от 1 (полностью не согласен) до 7 (полностью согласен) требовалось оценить 12 утверждений, в которых были закодированы такие элементы клиентского опыта, как воспоминания и запоминаемость, позитивность, эмоциональность (Chevtchouk et al., 2021); когнитивное, поведенческое и сенсорное вовлечение (Jain et al., 2017; Lemon, Verhoef, 2016; Godovykh, Tasci, 2020).

На рис. 1 представлено распределение оценок впечатлений от последнего проживания в отеле в целом. Для дальнейшего анализа, были введены две переменные, закодированные следующим образом: идеальный СХ — оценка клиентского опыта равная 9–10 баллам, плохой СХ — оценка опыта от 1 до 5 баллов. Подобная категоризация была выбрана для отсеечения наиболее полярных впечатлений.

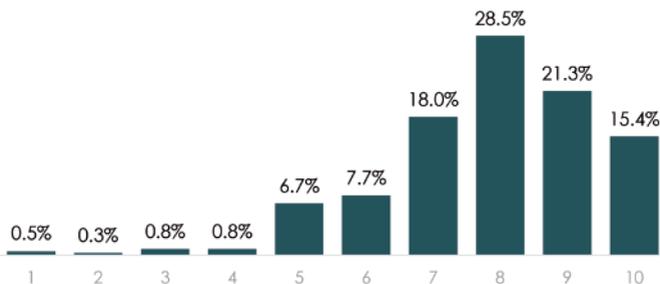


Рис. 1. Распределение оценок пребывания в отеле

Источник: составлено автором на основе собранных данных.

Переменные, содержащие оценку утверждений о степени вовлечения в тот или иной элемент клиентского опыта во время пребывания в отеле, были объединены с помощью факторного анализа. Для объединения элементов клиентского опыта были использованы методы аналогичные анализу стремления к аутентичности. В табл. 2 представлены итоговые результаты анализа. С помощью метода главных компонент были подтверждены основные компоненты клиентского опыта: позитивные воспоминания, когнитивное и сенсорное вовлечение. В результате анализа были исключены такие элементы опыта, как внимание (когнитивный аспект) и формирование привычек (поведенческий аспект). Кроме того, были рассчитаны регрессионные значения для каждого из компонентов, заложенные в упомянутые выше переменные, которые были использованы в дальнейшем анализе.

Таблица 2

Компоненты клиентского опыта

Pattern Matrix^a

	Component		
	1	2	3
В целом я оцениваю свое пребывание в отеле положительно	.783		
У меня остались приятные воспоминания от пребывания в отеле	.754		
Пребывание в отеле было запоминающимся	.654		
Пребывание в отеле вызвало у меня эмоциональный отклик			
Во время пребывания в отеле некоторые события / детали удивили меня		.824	
Во время пребывания в отеле некоторые события / детали подтолкнули меня к размышлениям		.811	
Во время пребывания в отеле некоторые события / детали привлекали мое внимание			
Пребывание в отеле сформировало у меня новые привычки			
Во время пребывания в отеле аудиальные аспекты (например, музыка, звуки с улицы) вызвали у меня положительные эмоции			.773
Во время пребывания в отеле тактильные аспекты (например, мебель и текстиль) вызвали у меня положительные эмоции			.761

	Component		
	1	2	3
Во время пребывания в отеле гастрономические аспекты (например, еда и напитки) вызвали у меня положительные эмоции			.743
Во время пребывания в отеле эстетические аспекты (например, архитектура и интерьер) вызвали у меня положительные эмоции			.669

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization^a.
^a Rotation converged in 10 iterations.

Источник: составлено автором на основе собранных данных.

Идеальный и плохой опыт: анализ данных

Поскольку идеальный CX и плохой CX — бинарные переменные для построение моделей были выбраны логистические регрессии. Модели строились в пакете RStudio и были поэтапно проверены на общую значимость с помощью критерия хи-квадрат и на наличие мультиколлинеарности по индексам VIF.

Модели анализировались следующим образом. Сначала моделировалась регрессия от всех объясняемых переменных. Затем исключались все переменные с уровнем значимости менее 5% и альтернативно 1%. Далее проводился дисперсионный анализ для оценки качества модели с исключенными регрессорами, и три полученные модели сравнивались между собой. Для лучшей модели проводилось отсеивание факторов значимых на уровне более 5%. После нескольких итераций оставалась модель исключительно со значимыми коэффициентами регрессоров. По комбинации критериев (AIC, BIC, Псевдо R²) и проведенному дисперсионному анализу, было определено, что более качественными являются самые короткие модели. В табл. 3 представлены отобранные модели идеального и плохого CX.

Таблица 3

Отобранные модели идеального и плохого CX

	Идеальный CX	Плохой CX
(Intercept)	-1.932**	0.137
<i>Возраст: 26–35 лет</i>	0.176	
<i>Возраст: 36–45 лет</i>	-0.289	
<i>Возраст: старше 45 лет</i>	0.766*	
<i>Образование: бакалавриат/специалитет</i>	1.514*	
<i>Образование: без высшего</i>	1.309*	
<i>Образование: магистратура / несколько высших</i>	1.153	
<i>Не было опыта с этим отелем / отелями сети</i>	-0.654**	
<i>Стремление к аутентичности: Ценности</i>	0.446***	
<i>Доход</i>		-0.550*
<i>Количество путешествий за последние 5 лет</i>		0.054*
<i>Цель поездки: пляжный / SPA отдых</i>	1.289***	
<i>Цель поездки: активный/спортивный</i>	0.409	
<i>Цель поездки: встреча/событие</i>	-0.087	
<i>Цель поездки: культурный/городской / Смена обстановки</i>	0.200	
<i>Спутники: партнер</i>		-0.758
<i>Спутники: с другими</i>		-0.346
<i>Спутники: с друзьями</i>		-2.519*
<i>Спутники: семейный</i>		-1.254*
<i>Не релоцировался (последние 12 мес.)</i>		-1.286**
Псевдо R-квадрат	0.101	0.110
N	389	389

Significance: *** = $p < 0.001$; ** = $p < 0.01$; * = $p < 0.05$

Источник: рассчитано автором на основе проведенного исследования.

Было установлено, что следующие категории людей более ассоциированы с большей вероятностью наличия идеального CX, чем другие: люди старше 45 лет; те, кто закончил бакалавриат/специалитет или не имеет высшего образования; те, кто стремится к ценностной аутентичности; те, чьей целью поездки был пляжный / SPA отдых. Напротив, люди, не имев-

шие опыта взаимодействия с отелем или с сетью в целом, имеют меньшие шансы на хороший клиентский опыт по сравнению с теми, у кого такой опыт был.

С другой стороны, была установлена обратная связь между вероятностью плохого СХ и другими категориями людей: теми, у кого выше доход; кто ездил на отдых со спутниками (друзья, семья) и кто не переезжал в другую страну в течение последних 12 месяцев. То есть эти категории гостей имеют меньшую вероятность получить плохие впечатления. Кроме того, была установлена положительная взаимосвязь между теми, кто часто путешествовал на протяжении последних 5 лет и вероятностью негативного опыта.

Компоненты опыта: анализ данных

Компоненты опыта были оценены с помощью МНК-регрессий. Модели тестировались следующим образом: сначала проверялись линейные регрессии от всех переменных. Затем проводились тесты на значимость, мультиколлинеарность и гетероскедастичность. Для моделей с наличием гетероскедастичности (Приятные воспоминания, Сенсорное вовлечение) использовались взвешенные МНК. Затем отсеивались переменные с уровнем значимости коэффициентов больше 0,05. Качество моделей с исключенными предикторами оценивалось с помощью теста Вальда. Отобранные модели представлены в табл. 4. По комбинации критериев (AIC, BIC, R²) и тесту Вальда, было определено, что более качественными являются самые короткие модели.

Таблица 4

Отобранные модели для компонентов СХ

	Приятные воспоминания	Сенсорный	Когнитивный	
(Intercept)	-0.005	-0.667**	-0.205**	
Клиентские характеристики	<i>Возраст: 26–35 лет</i>	0.292**		
	<i>Возраст: 36–45 лет</i>	-0.073		
	<i>Возраст: старше 45 лет</i>	-0.051		
	Пол (мужской)	-0.189*		
	Не было опыта с этим отелем / отелями сети		-0.242**	
	<i>Стремление к аутентичности: ценности</i>		0.204***	0.217***
	<i>Стремление к аутентичности: взаимоотношения</i>	0.191***	0.133**	
	Доход	0.126**		

		Приятные воспоминания	Сенсорный	Когнитивный
Непосредственный контекст	Цель поездки: пляжный / SPA отдых	0.588***		
	Цель поездки: активный/спортивный	0.482***		
	Цель поездки: встреча/событие	0.958***		
	Цель поездки: культурный/городской / смена обстановки	0.266*		
	Длительность пребывания			0.042***
Контрольные переменные	Сколько прошло времени с последнего пребывания	-0.051*		
	Сколько раз жил в отелях (октябрь 2022 г. - апрель 2023 г.)	-0.117***		
	Количество звезд у отеля		0.129***	
	Не релоцировался (последние 12 мес.)		0.454**	
R-квадрат		0.273	0.238	0.081
N		389	389	389

*** = $p < 0.001$; ** = $p < 0.01$; * = $p < 0.05$.

Источник: рассчитано автором на основе проведенного исследования.

Было установлено, что существует положительная связь между пребыванием в отеле с целью отдохнуть и приятными воспоминаниями. Более того, среди различных целей поездки наибольший эффект имеет категория встреча / особое событие. Стремление к отношенческой аутентичности и более высокий доход также положительно связаны с приятными воспоминаниями. С другой стороны, мужчины наоборот менее склонны к формированию приятных воспоминаний о пребывании в отеле. Кроме того, были выявлены два фактора, которые положительно связаны с когнитивным вовлечением: стремление к ценностной аутентичности и длительность пребывания. Наконец, возраст (26–35 лет), оба типа стремления к аутентичности и наличия опыта пребывания в отеле / сети отелей положительно связаны с сенсорным вовлечением.

Значимость индивидуальных характеристик в построении СХ

В результате анализа были подтверждены 10 гипотез о связи индивидуальных характеристик с клиентским опытом гостей отелей. Можно с уверенностью утверждать, что клиентский опыт гостей отелей значительно отличается в зависимости от возраста, пола, дохода, уровня образования, опыта путешествий, стремления к аутентичности, цели поездки, спутников, продолжительности пребывания и предыдущего взаимодействия.

ствия с брендом. Значительной связи с религиозной принадлежностью, размером города проживания и тем, кто оплачивал пребывание в отеле, установить не удалось. Таким образом, подтверждены гипотезы H_{1-4} , H_{7-12} и отвергнуты гипотезы H_{5-6} , H_{13} . В табл. 5 представлено обобщение по всем выявленным статистически значимым связям.

Таблица 5

Выявленные статистически значимые связи

	Фактор	Выявленные связи
Клиентские характеристики	H1 <i>Возраст: 26–35 лет</i>	Сильнее сенсорное вовлечение
	<i>Возраст: старше 45 лет</i>	Выше вероятность хорошего СХ
	H2 Пол (мужской)	Слабее приятные воспоминания
	H3 Доход	Ниже вероятность плохого СХ Сильнее приятные воспоминания
	H4 <i>Образование: бакалавриат/специалитет</i>	Выше вероятность хорошего СХ
	<i>Образование: без высшего</i>	Выше вероятность хорошего СХ
	H7 Количество путешествий за последние 5 лет	Выше вероятность плохого СХ
	H8 <i>Стремление к аутентичности: ценности</i>	Выше вероятность хорошего СХ Сильнее сенсорное вовлечение Сильнее когнитивное вовлечение
	<i>Стремление к аутентичности: взаимоотношения</i>	Сильнее приятные воспоминания Сильнее сенсорное вовлечение
H9 Не было опыта с этим отелем / отелями сети	Ниже вероятность хорошего СХ Слабее сенсорное вовлечение	
Ситуационные факторы	<i>Цель поездки: пляжный / SPA отдых</i>	Выше вероятность хорошего СХ Сильнее приятные воспоминания
	H10 <i>Цель поездки: активный/спортивный</i>	Сильнее приятные воспоминания
	<i>Цель поездки: встреча/событие</i>	Сильнее приятные воспоминания
	<i>Цель поездки: культурный/городской / смена обстановки</i>	Сильнее приятные воспоминания
	H11 <i>Спутники: с друзьями</i>	Ниже вероятность плохого СХ
	<i>Спутники: семейный</i>	Ниже вероятность плохого СХ
H12 Длительность пребывания	Сильнее когнитивное вовлечение	

Источник: составлено автором на основе собранных данных.

Таким образом, оценка влияния индивидуальных характеристик на формирование опыта показала, что индивидуальные характеристики играют значимую роль в формировании СХ, и они ассоциированы как с изменением вероятности наличия хорошего или плохого опыта, так и с влиянием на вовлечение в рамках трех компонентов клиентского опыта.

Кроме того, знание об особенностях влияния индивидуальных характеристик гостей на их впечатления могут помочь отелям адаптировать управление клиентским опытом, а именно планировать сенсорные и когнитивные стимулы соответственно своей аудитории; нивелировать критичный настрой определенных категорий гостей; привлекать новых гостей, исходя из знания о том, каким группам больше подходит тот опыт, который предлагается в отеле.

Исследование также имеет ряд ограничений, связанных прежде всего со структурой и размером выборки. Во-первых, в выборку вошли исключительно граждане РФ и стран СНГ. Кроме того, несмотря на то что размер выборки является достаточно большим для подобных исследований, выборочный метод носит детерминированный (неслучайный) характер, что ограничивает возможность генерализации полученных выводов.

Список литературы

1. Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 630–648.
2. Bueno, E. V., Weber, T. B. B., Bomfim, E. L., & Kato, H. T. (2019). Measuring customer experience in service: A systematic review. *Service Industries Journal*, 39(11–12), 779–798.
3. Chevitchouk, Y., Veloutsou, C., & Paton, R. A. (2021). The experience — economy revisited: an interdisciplinary perspective and research agenda. *Journal of Product and Brand Management*, 30(8), 1288–1324.
4. Godovykh, M., & Tasci, A. D. A. (2020). Customer experience in tourism: A review of definitions, components, and measurements. *Tourism Management Perspectives*, 35.
5. Jain, R., Aagja, J., & Bagdare, S. (2017). Customer experience — a review and research agenda. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(3), 642–662.
6. Kim, H., & So, K. K. F. (2022). Two decades of customer experience research in hospitality and tourism: A bibliometric analysis and thematic content analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 100.
7. Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
8. Nunes, J. C., Ordanini, A., & Giambastiani, G. (2021). The Concept of Authenticity: What It Means to Consumers. *Journal of Marketing*, 85(4), 1–20.
9. Shrestha, N. (2021). Factor analysis as a tool for survey analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 9(1), 4–11.

Электронное издание сетевого распространения.
Оригинал-макет – А. В. Плотников. Оформление обложки – А. В. Плотников.
16,5 печ. л. Опубликовано 25.05.2024.
Издательство «ЭФ МГУ имени М. В. Ломоносова»;
www.econ.msu.ru; +7 (495) 939-17-15

**НОВЫЕ ВЫЗОВЫ И ФОРМАТЫ
УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ
В ПЕРИОД НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ:
РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ**

Сборник научных статей