

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)**

ЮЖНО-РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ЛОГИСТИКИ



ЛОГИСТИКА VS COVID-19: ПОСЛЕДСТВИЯ, РИСКИ, НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РОСТА

Материалы международной научно-практической конференции

XVI Южно-Российский логистический форум

29–30 октября 2020 г.

Ростов-на-Дону
Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ)
2020

УДК 378+658.7
ББК 65.291.592+20.1
Л 69

Л 69 **Логистика vs COVID-19: последствия, риски, новые возможности роста** : материалы международной научно-практической конференции. XVI Южно-Российский логистический форум. 29–30 октября 2020 г. – Ростов н/Д : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2020. – 319 с.

ISBN 978-5-7972-2801-1

Материалы конференции XVI Международного научно-практического Южно-Российского логистического форума посвящены актуальным проблемам, связанным с детерминантами устойчивого роста логистических систем в условиях пандемии, раскрывают специфику ее влияния на логистику в России и мире и обобщают наиболее эффективные результаты использования стратегий технологического обновления экономики на основе зеленых технологий, актуальных инновационных практик, обеспечивающих перспективы развития экономики России.

В сборнике конференции представлен комплекс научно-исследовательских материалов, отражающих результаты инновационного творческого поиска ведущих ученых, полезные в бизнес-практике коммерческих и некоммерческих структур, логистических, промышленных и торговых предприятий регионального, национального и мирового масштаба.

Материалы сборника представляют теоретико-прикладной интерес для широкого научного сообщества, аспирантов, соискателей, магистрантов и студентов экономических специальностей.

УДК 378+658.7
ББК 65.291.592+20.1

Редакционная коллегия:

Альбеков А.У. (ответственный редактор),
Пархоменко Т.В., Полуботко А.А., Гузенко Н.В., Ерохина Т.Б.,
Ванюшкина В.В., Миргородская О.Н., Пиливанова Е.К.

*Утверждены редакционно-издательским советом РГЭУ (РИНХ)
в качестве материалов международной научно-практической конференции*

ISBN 978-5-7972-2801-1

© Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ), 2020
© Южно-Российская ассоциация
логистики, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ..... 9

**СЕКЦИЯ 1. ФОРМУЛЫ И ДЕТЕРМИНАНТЫ
УСТОЙЧИВОГО РОСТА ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ
В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ..... 11**

Альбеков А.У., Пархоменко Т.В.

Детерминанты устойчивого роста логистических систем
в условиях пандемии 11

Альбеков А.У., Халын В.Г.

Диалектика логистики в сфере услуг и цифровизация процессов
распределения в условиях пандемии 15

Li Jie, Ценина Е.В.

Конкурентоспособность предприятий в сфере трансграничной
электронной коммерции между Россией и Китаем..... 20

Акопова Е.С., Кравцов С.С.

Алгоритм применения механизма развития логистики
здравоохранения в условиях COVID-19-20..... 27

Афанасенко И.Д.

Пандемия в зеркале социокультурного кризиса 35

Борисова В.В.

Логистика хозяйства мобилизационного типа 40

Воеводская А.С.

Бенчмаркинговые модели логистического проектирования
складских систем «последней мили» 45

Гетта А.А.

Логистика государственных закупок в рамках
экосистемного подхода в период пандемии..... 50

Дыбская В.В., Сергеев В.И., Сергеев И.В.

Применение цифровой технологии Control Tower
в управлении цепями поставок..... 53

Каточков В.М., Савин Г.В.

Информатизация транспортно-логистической системы
умного города 58

Кузнецов В.А.

Влияние пандемии COVID-19 на рынок
транспортно-логистических услуг 62

Кулькова Е.П.	
Логистические инновационные решения для эффективной комплектации заказов потребителей в условиях интенсивного роста интернет-торговли.....	66
Парфенов А.В., Нью Цзяхуэй	
Детерминанты цифровизации цепей поставок в КНР.....	71
Пивоварова Г.Б., Третьяченко Т.В.	
COVID-19: влияние на первичный рынок жилой недвижимости РФ	76
Пржедецкая Н.В., Борзенко К.В.	
Логистика в условиях COVID-19: актуальные проблемы и перспективы их решения на базе цифровизации	80
Рамазанов Р.А., Пархоменко Т.В.	
Экосистемный подход в логистике: новые реалии пандемии	84
Рощина Л.Н., Сазонов Д.В.	
Социально-экономическая стабильность: миссия логистики в период пандемии COVID-19-20.....	88
Троилина А.В.	
Инфраструктурное обеспечение как фундаментальный фактор устойчивого развития транспортной отрасли	93
СЕКЦИЯ 2. ПОСЛЕДСТВИЯ, ГРАДИЕНТЫ И ПРИОРИТЕТЫ ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ НА ЛОГИСТИКУ В РОССИИ И МИРЕ	98
Борисова В.В., Цзя Сюедун	
Правительственный прокьюремент в Китае: особенности развития в условиях коронакризиса.....	98
Будяков А.Н.	
Управление рисками в цепи поставок нефтегазовой отрасли	102
Гвилия Н.А., Лю Сыцзя	
Адаптация цепей поставок текстильной промышленности Китая к экономическим последствиям новой коронавирусной инфекции .	106
Гиссин В.И., Тимонин А.А.	
Проблемы работы пассажирского автотранспорта во время COVID-19.....	111
Горшакова В.И., Писарева Е.В.	
Состояние и перспективы развития вендинговой торговли в период пандемии.....	115

<i>Евтодиева Т.Е., Ларионов В.Г.</i>	
Потери логистической сферы и условия выживания в период пандемии.....	119
<i>Ерохина Т.Б.</i>	
Общественное мнение о COVID-19 как специфическое проявление связей с общественностью	124
<i>Замараева Е.Н.</i>	
Влияние кризиса на объем грузоперевозок по маршруту МТК «Восток – Запад»	128
<i>Лопаткин Г.А.</i>	
Состояние и тенденции развития транспортно-логистической системы Российской Федерации в современных условиях	132
<i>Парфенов А.В., Ли На</i>	
Предпосылки формирования логистических центров в регионах РФ в рамках программы «Один пояс – один путь»	136
<i>Пиливанова Е.К.</i>	
Последствия влияния пандемии COVID-19 на отрасль онлайн-торговли	141
<i>Проценко И.О., Теренина И.В., Абрамова Е.Р.</i>	
Влияние COVID-19 на изменение спроса на рынке FMCG и управление цепями поставок.....	145
<i>Рамазанов Р.А.</i>	
Новые направления развития логистики и маркетинга в период пандемии.....	150
<i>Сковороднева Е.В.</i>	
Новые возможности и перспективы развития сервисной логистики дорожно-строительной деятельности в России после COVID-19	154
<i>Украинцева Д.В.</i>	
Интеграция логистики и маркетинга в рамках коммуникационного процесса в условиях пандемии.....	158
<i>Халын В.Г.</i>	
Функционирование интегративных логистических систем распределения в период пандемии	164
<i>Хмельницкая З.Б., Сизов П.Л.</i>	
Трансформация логистических систем в условиях пандемии COVID-19	169

Ян Чжэнь

Золотое правило логистики как инструмент развития туризма
в КНР в условиях пандемии COVID-19 172

**СЕКЦИЯ 3. 30 ЛЕТ РЫНОЧНЫМ РЕФОРМАМ НА ДОНУ:
ОЖИДАНИЯ, ДОСТИЖЕНИЯ, РЕЗУЛЬТАТЫ 177**

Авакян С.А.

Рыночные реформы аграрного сектора Дона:
итоги и перспективы..... 177

Арустамов И.А.

Оптимизация дислокации сухих портов в дельтах рек..... 181

Миронова О.А., Богданова Р.М.

Региональные аспекты обеспечения
продовольственной безопасности России в условиях
новой коронавирусной инфекции
(на примере Ростовской области)..... 185

Отроков О.Ю.

Основные направления поддержки моногородов
Ростовской области 189

Андреева О.В., Патракеева О.Ю.

Система целеполагания при стратегическом планировании
социально-экономического развития территории..... 194

Кузнецов Н.Г., Авакян С.А.

Маркетинговые механизмы стабилизации
зернового рынка региона..... 197

Ахмадов М.А.

Тенденции, факторы и условия функционирования
и развития экономики региона в период пандемии 202

Гринченко К.В.

Функционирование рынка стройматериалов в период пандемии 207

**СЕКЦИЯ 4. СТРАТЕГИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО
ОБНОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ
ЗЕЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ..... 212**

Ахмедова Г.Т.

Переработка отходов как эколого-экономический аспект
развития мира в современных реалиях 212

Барауля Е.В., Петренко А.М., Коваленко В.А.	
Использование блокчейн-технологии в цифровом маркетинге.....	216
Дзотцоева К.А., Егоров И.С.	
Дефиниция понятий «зеленый маркетинг» и «экомаркетинг»	220
Тяглов С.Г., Родионова Н.Д.	
Развитие зеленой экономики в Ростовской области в условиях внедрения наилучших доступных технологий	225
Лавренченко С.С.	
Развитие агропромышленного комплекса в условиях пандемии	229
Мезинова И.А., Бодягин О.В., Гончарова Н.С.	
Нормативно-правовые основы зеленого развития ЕС	232
Хакимова М.	
Инвестор-рилейшнз в период пандемии	236
Хапилин А.Ф., Хапилин С.А.	
Трансформация системы таможенного администрирования ЕАЭС в условиях цифровизации экономики	242
Чернобай О.С.	
Экологические инновации и smart-экономика.....	245

СЕКЦИЯ 5. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ: ИННОВАЦИОННАЯ ПРАКТИКА И ДИАЛОГ ПОКОЛЕНИЙ..... 250

Березовская Г.П.	
Идентичность бренда территорий в условиях пандемии 2020	250
Вовченко Н.Г., Сопченко А.А.	
Рост государственной задолженности в условиях пандемии: закономерности долговой спирали.....	254
Гузенко Н.В., Кононова А.Д.	
Влияние пандемии COVID-19 на изменение трендов реализации алкогольной продукции	258
Дмитриева В.Д.	
К вопросу о препятствиях на пути к технологическому прорыву....	263
Исраилова Э.А.	
Особенности развития Евразийского экономического союза как международного интеграционного объединения	267
Костоглодов Д.Д., Иванченко О.В., Перепелица А.О.	
Influence-маркетинг как актуальный способ продвижения брендов	270

<i>Куликова И.В., Украинцева И.В.</i>	
Перспективы развития информационных таможенных технологий как фактор повышения качества таможенных услуг участникам внешнеэкономической деятельности.....	275
<i>Ларионова К.А.</i>	
Приоритеты и механизмы использования преимуществ интеграционного объединения (ЕАЭС) для развития экономики России.....	279
<i>Макаренко Е.Н., Евстафьева Е.М.</i>	
Инструменты стратегического управления коммерческой организацией в современных условиях.....	284
<i>Максименко В.А.</i>	
Развитие системы государственных закупок применительно к сегменту малого и среднего бизнеса	288
<i>Миргородская О.Н., Дадаян Н.А.</i>	
Отечественная практика использования программ реферального рекрутинга в современных реалиях	293
<i>Миронова О.А.</i>	
Применение поколенческого подхода в менеджменте персонала как фактор инновационного развития экономики России	297
<i>Михов О.М., Шаталова Н.В.</i>	
Инструментарий машинного обучения в задачах управления логистическими процессами	302
<i>Соленая С.В.</i>	
Актуальные проблемы создания и функционирования электронной таможни.....	306
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	311

ВВЕДЕНИЕ

Пандемия COVID-19-20 оказала глобальное влияние на мировую экономику и межстрановую логистику. Повсеместно введенный режим самоизоляции и ограничительные меры, связанные с закрытием границ и возможностью перемещения граждан, сокращением покупательской активности, повлияли на снижение коэффициента использования производственных мощностей. Существующие связи между производителями и потребителями, стимулируемые потребностями общества, детерминантами и драйверами интеллектуального предпринимательства, претерпели серьезные изменения, что потребовало от логистических компаний реструктуризации и перестройки цепей поставок сырья и готовой продукции.

В 2019 году эксперты в области экономики прогнозировали наступление кризиса, связанного с вводимыми ограничениями. Однако характер наступившего кризиса оказался не циклическим, как предполагалось, а более масштабным и серьезным, способным привести к значительным структурным преобразованиям не только в стране, но и во всем мире. Основным фактором риска в экономике страны, перед которым оказались многие отрасли, особенно участники внешней торговли и операторы инновационных логистических активностей, остается неизвестность и неопределенность.

Изначально деформировав стандартные логистические активности и изменив траектории движения потоков в устоявшихся форматах, пандемия внесла изменения в большинстве направлений деятельности логистических компаний. В рамках изменившихся условий были заморожены крупные логистические проекты, сократились объемы грузообмена с Европой и Азией, но при этом рынок в целом и логистика как ключевой элемент, обладающий высокой коммерческой и социальной значимостью, достаточно быстро привыкли к произошедшим в одночасье переменам, демонстрируя свойства адаптивности, гибкости, гибридности и рационализации. Появился тренд на объединение мелких и средних логистических и сервисных компаний, позволяющий обеспечить совместное использование общих сервисов и предлагать уникальные комплексные решения для клиентов.

Концептуальные исследования в области логистики и управления цепями поставок в период пандемии, несомненно, должны учитывать существенный рост электронной торговли. Рассматривая теоретико-прикладную модель роста логистических операций в мире,

следует констатировать существенные возможности роста эффективных логистических концепций, которые позволяют осуществлять доставку в сжатые сроки. Пандемия существенно ускорила развитие электронных платформ и онлайн-сервисов, определила увеличение объемов электронной коммерции и логистики «последней мили» в долгосрочной перспективе.

Научно-методологические разработки российских и зарубежных ученых, базирующиеся на изучении последствий влияния пандемии на логистику в России и мире, легли в основу и подтвердили актуальность проведения XVI Южно-Российского логистического форума, а наиболее результативный опыт отечественной и мировой практики в области разработки и реализации детерминант устойчивого роста логистических систем в условиях пандемии послужил базисом интеллектуальной составляющей форума и нашел яркое отражение в публикуемых материалах.

**А.У. Альбеков,
д.э.н., профессор,
Заслуженный деятель науки РФ,
Президент Ростовского государственного
экономического университета (РИНХ),
Президент НП «Южно-Российская ассоциация логистики»,
председатель программного комитета
XVI Южно-Российского логистического форума**

СЕКЦИЯ 1

ФОРМУЛЫ И ДЕТЕРМИНАНТЫ УСТОЙЧИВОГО РОСТА ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Альбеков А.У., Пархоменко Т.В.

ДЕТЕРМИНАНТЫ УСТОЙЧИВОГО РОСТА ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Стремительное распространение COVID-19 на планете нанесло значительный удар по всем аспектам жизнедеятельности, изменив мир навсегда. Но существенные характеристики, принесшие временную дестабилизацию, могут нести и определенное количество возможностей, которые скрыты под образовавшейся в начале года паникой, проявлениями социальной нестабильности и многими другими негативными последствиями. На данном этапе необходимо исследовать, анализировать и систематизировать произошедшие изменения, охарактеризовать тренды и тенденции, которые свойственны логистике и управлению цепями поставок в новом формате, в условиях пандемии.

Логистика как интегрированное планирование, организация и управление потоковыми процессами в современных научно-прикладных реалиях выступает основным катализатором изменений, происходящих в социально-экономических системах. Моделирование сетевой структуры цепей поставок и конфигурации логистических сетей в новых реалиях, ответ на вызовы пандемии в рамках противостояния разрушению привычных схем жизнедеятельности, производства и распределения продукции лежат в поле деятельности логистики.

Рассматривая точки роста, возможности и перспективы оптимизации параметров логистических бизнес-процессов в условиях пандемии, необходимо представить характер и динамику произошедших изменений.

Стремительное развитие онлайн-продаж из-за пандемии, предоставляющей покупателю возможность обеспечения доставки, существенно скорректировало логистические системы многоформатного ретейла, при этом изменился сам спрос, возник временный дисбаланс грузоперевозок (февраль-апрель 2020 г.) из-за ограничений пропускной способности и других запретов.

Снижение грузо- и особенно пассажиропотоков, наблюдающееся в глобальных форматах из-за изоляции и понижения покупательской способности широких слоев населения, временная остановка промышленных и закрытие определенного числа коммерческих предприятий породили неопределенность и неуверенность в будущем населения каждого государства. Но меры государственного регулирования логистических процессов в цепях поставок, поддержка отраслей специализации, малого и среднего бизнеса, налоговые каникулы, социальные дотации и иные льготы позволили поддержать не только российскую экономику, но и социальную сферу, обеспечив уверенность в завтрашнем дне.

Рассматривая реалии сегодняшней экономической ситуации, место и значение логистики и управления цепями поставок в противостоянии негативным последствиям пандемии, представим более подробно прогнозные характеристики ВВП в мировом формате. Для примера приведем следующую диаграмму (рис. 1).

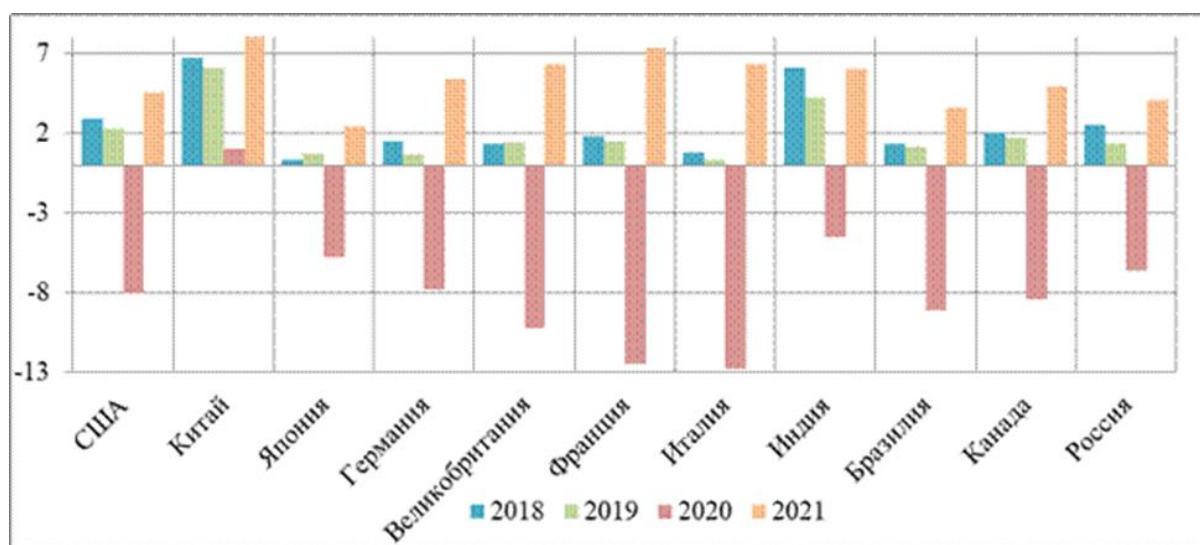


Рисунок 1 – Фактические и прогнозные характеристики показателей ВВП в мире¹

Анализируя представленную выше диаграмму, отметим, что все государства мира с большой вероятностью получат существенное падение показателя ВВП, но более всего текущий кризис коснулся европейских государств: Великобритании, Италии, Франции. Россия же в общем рейтинге падения ВВП выглядит относительно благополуч-

¹ Дробот Е.В., Макаров И.Н., Назаренко В.С., Манасян С.М. Влияние пандемии COVID-19 на реальный сектор экономики // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10. № 8. С. 2135-2150.

но. Распространение COVID-19 породило глобальный, системный мировой кризис, не похожий ни на один из предыдущих. Прогнозы выхода из пандемии также не могут быть в данный момент рациональны и обоснованы, так как экономическая сторона вопроса в данном отношении тесно увязана с медицинскими аспектами. Следует отметить, что российскими эпидемиологами уже разработана и апробирована вакцина, которая может эффективно применяться для борьбы с распространением инфекции COVID-19.

«Сильнее всего во втором квартале 2020 г., когда действовали карантинные ограничения, сократилась добавленная стоимость в отраслях сервисной экономики в России, в том числе:

- деятельность гостиниц и ресторанов (-56,9%);
- деятельность в области культуры и спорта (-28,0%);
- транспорт (-19,3%);
- торговля (-12,7%);
- прочие услуги населению (-28,6%).

Одновременно на фоне мирового сокращения спроса на энергоресурсы существенное падение наблюдалось в добывающей (-12,8%) и обрабатывающей промышленности (-7,9%). Сектор здравоохранения сократился на 8,5% во втором квартале, что связано со значительным сокращением объема платных медицинских услуг. Финансовая и страховая деятельность, наоборот, показала прирост добавленной стоимости (+6,1%) за счет роста банковской деятельности. Российские вкладчики во втором квартале не снижали своей активности, значительная часть финансовых услуг продолжала функционировать в онлайн-режиме. Просадка российской экономики из-за пандемии оказалась более умеренной относительно других стран. Для сравнения: ВВП США во втором квартале рухнул на 9,5% в годовом выражении, ВВП Евросоюза – на 14,1%, ВВП Испании – на 22%, Франции – на 19%, Италии – на 17,3%. В России не так развита сервисная экономика, а доля малого и среднего бизнеса намного меньше, чем в США и странах Евросоюза. Малый и средний бизнес в России формирует всего 20,2% ВВП против около 80% в США»¹.

Изначально деформировав стандартные логистические активности и изменив траектории движения потоков в устоявшихся формах, пандемия внесла изменения в большинстве направлений деятельности логистических компаний. В рамках изменившихся условий были заморожены крупные логистические проекты, сократились объемы

¹ URL: <https://www.rbc.ru/economics/09/09/2020/5f58e8699a794783405417fc>

грузоперевозок с Европой и Азией, но при этом рынок в целом и логистика как ключевой элемент, обладающий высокой коммерческой и социальной значимостью, достаточно быстро привыкли к произошедшим в одночасье переменам, демонстрируя свойства адаптивности, гибридности и рационализации.

Концептуальные исследования в области логистики и управления цепями поставок в период пандемии, несомненно, должны учитывать существенный рост электронной торговли, так как инновационные цифровые модели бизнес-логистического взаимодействия, демонстрирующие увеличение каждый год, в 2020 году смогли опровергнуть все прогнозы. Увеличение онлайн-продаж на уровень до 30% – такого бифуркального скачка невозможно было предположить. Рассматривая теоретико-прикладную модель роста логистических операций в мире, следует констатировать существенные возможности роста эффективных логистических концепций, которые позволяют осуществлять доставку в сжатые сроки. Пандемия COVID-19 существенно ускорила развитие электронных платформ и онлайн-сервисов, определила увеличение объемов электронной коммерции и логистики «последней мили» в долгосрочной перспективе.

Рассмотрим прогнозные значения роста логистики «последней мили» в мире (рис. 2).



Рисунок 2 – Рост объемов онлайн-продаж и логистики «последней мили» в мире¹

¹ URL: <https://www.automotiveworld.com/articles/rethinking-last-mile-logistics-post-covid-19-facing-the-next-normal/>

В российской логистической системе обеспечения онлайн-продаж существенно набирают обороты новые категории, например продукты питания, детские и бытовые товары, мебель. Изменение потребительских привычек, вызванное распространением инфекции и самоизоляцией, укоренилось и останется в формате возможности надолго.

Относительная турбулентность логистики осталась в прошлом вместе с активной фазой кризиса социально-экономических систем. Обеспечивая бесперебойность поставок, большинство логистических компаний, провайдеров, функционирующих на разных отраслевых и территориальных рынках, смогли адаптироваться к изменившимся условиям, оперативно реагируя на перемены внешней среды, определить и использовать возможные точки роста.

Список использованной литературы

1. Дробот Е.В., Макаров И.Н., Назаренко В.С., Манасян С.М. Влияние пандемии COVID-19 на реальный сектор экономики // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10. – № 8. – С. 2135-2150.

2. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/09/09/2020/5f58e8699a794783405417fc>

3. Режим доступа: <https://www.automotiveworld.com/articles/rethinking-last-mile-logistics-post-covid-19-facing-the-next-normal/>

Альбеков А.У., Халын В.Г.

ДИАЛЕКТИКА ЛОГИСТИКИ В СФЕРЕ УСЛУГ И ЦИФРОВИЗИЦИЯ ПРОЦЕССОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Уже сейчас многие бизнес-структуры совершенствуют свои онлайн-сервисы, логистические цепи поставок, которые в связи с текущим в 2020 году кризисом скорректировались в очередной раз. Анализ инновационного роста процессов складирования и грузопереработки ЮФО подтверждает необходимость дальнейшей проработки совершенствования императивов логистических процессов распределения готовой продукции.

Именно на основе цифровизации логистических бизнес-процессов логистические провайдеры могут быть уверены в стабильном функционировании в будущем. Ведь сегодня товароборот ориентирован

на доставку «до двери», сервисное сопровождение и развитие электронной торговли.

Рынок в связи с возникшей пандемией получил существенный толчок к наращиванию сервисной цифровизации в логистике. Пандемия, распространившаяся в мире в результате возникновения вируса COVID-19, существенно изменила возможности конечных потребителей. На формат доставки до двери переходят практически все представители розничного ретейла, многие компании, ранее не оказывающие услуг по доставке товаров непосредственно потребителю, стремительно осваивают и развивают данное направление.

Развитие мировой социально-экономической системы, диалектика логистики в сфере услуг и цифровизация процессов распределения и концептуальные преимущества логистики распределения активизируют рост складского сегмента России на ближайшее 3-5 лет (но предугадать стоимость нефти, курсы валют и форс-мажор достаточно сложно), что позволит увеличить объем поглощения объемов товарооборота российскими компаниями приблизительно на полтора-два миллиона квадратных метров. Несомненно, часть товарооборота юга России возрастает за счет транзитных операций.

Эволюция онлайн-торговли приводит логистику к необходимости перехода на усовершенствованные системы обслуживания клиентов. Ведущая роль в данном процессе, несомненно, принадлежит развитию инфраструктуры как фундамента наращивания эффективности, скорости и качества логистических процессов.

На наш взгляд, диалектика логистики в сфере услуг и цифровизация процессов распределения определяют необходимость современному складскому комплексу ориентироваться на следующие условия, грамотное сочетание которых позволит минимизировать затраты и увеличить прибыль в расчете на долгосрочную перспективу:

- ориентация на соответствие запросам потребителей, корректировка ассортиментного профиля;
- корреляция соотношения спроса и предложения в конкретном рыночном пространстве;
- увеличение рыночного охвата в рамках организации системы распределения;
- развитие логистического сервиса и гибкость в работе с клиентами;
- наращивание оборачиваемости товарных потоков.

Передовые логистические провайдеры совершенствуют деятельность в отношении минимизации временных разрывов относительно скорости и своевременности реакции на изменения потребности именно благодаря цифровизации процессов управления. Сбои и затруднения в поставках и в целом в логистической деятельности заставляют потребителя выбирать иные варианты, уходить к конкурентам, а затем избирать наилучший вариант, который зачастую наиболее доступен.

С точки зрения теории и методологии складской логистики, цифровизации процессов распределения, необходимо отметить, что эксперты констатируют постоянный ежегодный рост подключения к сети Интернет в мировом масштабе, это эквивалентно 50 млн устройств в расчете на долгосрочную перспективу дополнительно подключенных к сети на начало 2020 г. Посредством сети Интернет и облачных сервисов возможности электронного бизнеса и современной логистики существенно расширяются.

Автоматизация существенно упрощает логистические процессы, обмен информацией, дистанционный контроль и управление, способы оптимизации издержек, объединяя на электронных платформах разные рыночные субъекты и объекты, разные целевые группы и параметры логистических процессов.

Наблюдение за перемещением груза в реальном времени уже не является новинкой для логистических операторов и транспортных компаний, экспедитора и иных заинтересованных сторон. Однако развитие электронного бизнеса, информационных логистических платформ позволяет не только контролировать внешние параметры, но и проникнуть в самое сердце перевозочного процесса, выбирая не только транспортное средство, но и самого водителя. При этом логистические провайдеры получают гарантированные заказы, объединяя на своей платформе функции онлайн-трекинга грузов и снижения нагрузки на персонал.

Естественно, в управлении складской логистикой привычные подходы и технологии очень быстро устаревают, поэтому с теоретико-методологической точки зрения, автоматизация складских и грузоперерабатывающих процессов десятилетия назад существенно отличается от современных представлений. Электронные информационные концепты не затрагивают сложные конструкции современных складов, так как они должны быть априори эффективными. Поэтому при организации и функционировании логистики распределения необходимо в первую очередь развивать сложные вопросы инфраструктуры и внутреннего технико-технологического устройства

складских помещений. Интеграция в современной логистике позволяет синхронизировать сложную информационную составляющую электронных сервисов и платформ благодаря цифровым технологиям, а формирование системного интерфейса, единого для всех элементов логистической системы складирования, грузопереработки и управления запасами, может быть активизировано благодаря внедрению искусственного интеллекта, с учетом нескольких параметров.

Во-первых, современные упаковочные материалы также показывают бифуркальный рост в своем развитии, при этом именно характеристики упаковки, пакетирования, контейнерных перевозок в системе управления складом наиболее результативны и могут существенно сократить издержки. Для того чтобы избрать оптимальное решение по резервированию того или иного участка для складирования товаров, необходимо учитывать сложность многофункциональных комбинаций, отличных по скорости, габаритам и другим характеристикам.

Попробуем разобраться, в чем же причина сложного тактического управленческого решения, отдавать ли произведенный товар на аутсорсинг, так как федеральный уровень в данном плане выступает регулятором, действие которого основано на четких директивах и откликах, реакции региональных подсистем. В данном отношении интересен опрос, который проводился в регионах и был предназначен для того, чтобы идентифицировать общее мнение о компаниях, которые предлагают на российском рынке услуги по аутсорсингу бизнес-процессов. Существует значительное множество возможных комбинаций в системе аутсорсинга логистических процессов, они различаются по полноте, варьируются в зависимости от территориального охвата и определенных условий. Предполагается, что трансформации рыночной активности, произошедшие с приходом последнего кризиса, предоставляют не только угрозы и проблемы, но и новые возможности для компаний, оказывающих логистические услуги.

Испытание временем российский аутсорсинг не выдерживает в полной мере, о чем свидетельствуют аналитические сводки, характеризующие мнение клиента, их отзывы о компаниях, которые берут на себя часть аутсорсинга процессов. Отметим, что значительное большинство компаний не довольны условиями и качеством аутсорсинга, поэтому рынок логистических услуг переживает в данный момент существенную трансформацию.

Приспособиться к изменившимся рыночным условиям оказалось трудной задачей для компаний данной отрасли. Поэтому практи-

чески все участники рынка логистических услуг нуждаются в эффективной логистике, но вследствие передачи прав посредникам зачастую утрачивают контроль над качеством и конечной ценой продаж.

Проблема в том, что современные логистические операторы, занимающиеся услугами, не могут избежать определенного рода издержек, поэтому зачастую проявляют недобросовестность, увеличивая стоимость услуг в итоге по факту. В данный момент лишь компании, идущие успешно в ногу со временем, могут предвидеть появления критериев системного сбоя.

Результатами исследований и опроса в разных регионах Российской Федерации стали определенные жалобы клиентов относительно: непрозрачности системы ценообразования, соответственно роста ранее оговоренной отпускной цены, отсутствия территориального охвата и необходимого для роста инвестирования в развитие логистики.

У многих провайдеров логистических услуг не хватает ресурсов, для того чтобы приспособиться к сложившейся ситуации, и они существенно наращивают стоимость услуг, проявляя «непрозрачность в ценообразовании», стараясь ее замаскировать, но при этом потребители говорят о том, что им необходимо избежать лишних расходов. С точки зрения современного логистического инструментария, прикладного и результативного в своем исследовательском формате, все это идет вразрез с требованиями конечного звена.

Итак, подведем своеобразный итог. Ни в одном регионе России участники исследования не смогли назвать аутсорсинг бизнес-процессов полностью эффективным. После этого с логистической точки зрения, предполагающей всеобщую оптимизацию потоковых процессов, данные компании выглядят совсем неуверенно. Сделаем оговорку, мы не говорим о всех логопровайдерах поголовно. Но подавляющее большинство компаний составляют общую массу. В нашем исследовании, например, мы не раз упоминали наиболее крупного логопровайдера Ростовской области ООО «СКЛП». Так, доверие клиентов к данной организации возрастает и укрепляется с каждым годом. Северо-Кавказское логистическое предприятие ввело в эксплуатацию два новых складских терминала класса А. Их запуск стал важным этапом реализации стратегии развития Ростовской области и юга России, так как через данного провайдера обеспечиваются поставки по всей России и за ее пределы, предусматривая повышение степени участия в логистических процессах клиентов, что соответствует мировой практике развития логистического транзита. В проек-

тах возведения и ввода в эксплуатацию новых терминалов были широко использованы самые современные научные и технические разработки, что играет большую роль в развитии рынка логистических услуг и потребительского сектора Ростовской области.

В процессе и после всемирной пандемии многие рыночные игроки вынужденно сокращают мощности, закрывают торговые точки и переходят на торговлю онлайн. Анализируя развитие практической логистики в сфере услуг, необходимо отметить, что в последние годы рынок складской недвижимости существенно не изменился. Теоретические основы формирования логистических комплексов в системах распределения подтверждают научно обоснованное мнение, что общей тенденцией в целом по стране остается то, что локально развиваются Московский регион и территория Санкт-Петербурга. Если в общероссийском зачете можно ожидать роста поглощения квадратных метров складских мощностей на уровне трех миллионов квадратных метров, то половину от этого показателя гарантированно составит московский рынок.

Li Jie, Ценина Е.В.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕР- ЦИИ МЕЖДУ РОССИЕЙ И КИТАЕМ

Запуск программы «Интернет+» (концептуальный документ Китайской Народной Республики «Интернет+», направленный на внедрение интернет-технологий в традиционные отрасли промышленности) и проекта «Один пояс – один путь» (объединение транспортных коридоров «Экономический пояс Шелкового пути» и «Морской шелковый путь XXI века») способствовал развитию китайской трансграничной электронной торговли. Объем трансграничных транзакций электронной торговли в Китае с 2013 по 2019 год увеличился с 41,5 млрд до 150 млрд долларов [4].

За последние пять лет сотрудничество между Китаем и Россией в области электронной коммерции изменилось с одностороннего на двустороннее: все больше российских товаров стало постепенно выходить на китайский рынок. Рынок Китая большой – 500 млн онлайн-покупателей (25% покупателей покупают через трансграничные он-

лайн-магазины) – представляет собой прекрасную возможность для развития трансграничной торговли [15].

Население России – около 145,9 млн. По данным на начало 2020 года, интернет-пользователями являлось 118 млн [12]. Уровень проникновения интернета достиг 81%. Для выхода в интернет чаще используются смартфоны, чем компьютеры (67% и 51% соответственно) [13]. В 2019 году было продано 30 млн смартфонов [10]. А по итогам первого полугодия 2020 года спрос на смартфоны в России увеличился на 5% в натуральном выражении по сравнению с аналогичным периодом прошлого года: было продано 14 млн устройств [14]. При этом в России в 2019 году онлайн-покупки совершили 80,1 млн человек, что на 1,1% больше, чем на год ранее [11].

Россия обладает большим рыночным потенциалом в области трансграничной электронной торговли, при этом главным партнером для России является Китай, который среди стран импортеров лидирует как по количеству посылок (92% посылок), так и по их совокупной стоимости (доля онлайн-торговли из Китая составляет 54%) [7].

Однако с ростом трансграничной электронной торговли стоимость трансграничной логистики приобретает большее значение. Высокая стоимость трансграничной логистики до сих пор сильно тормозила развитие компаний электронной торговли. Таким образом, возникла задача эффективного снижения стоимости китайско-российской трансграничной логистики.

Несмотря на влияние проблем международной политики, снижения курса национальной валюты и падения цен на нефть на экономику России, последние годы спрос на международные покупки показывал медленный рост. На рисунке 1 приведены данные по долям товаров онлайн-покупок в России в 2017 году на основе отчетов компании Yibang Liandong.

Четыре наиболее популярные категории товаров – обувь и одежда, электроника, косметические товары и бытовая техника – являются сильными сторонами китайского производства.

При международных онлайн-покупках для отправки товаров в Россию обычно используются EMS's, International E-Postal и E You Bao.

Однако в России большая территория, низкая плотность населения, короткое лето и долгая зима, плохая погода, длительное время на таможенное оформление товаров, а также потеря товаров, повреждение и т.д., что увеличивает скрытые расходы. В результате стоимость трансграничной логистики в России составляет около 30-40% от об-

щей стоимости. Это удивительное число для большинства компаний Китая. Согласно оценке уровня развития логистики в различных странах (индекс эффективности логистики LPI) (рис. 2), в среднем по России наблюдается улучшение всех составляющих показателей интегрального индекса, однако эффективность таможенных процедур очевидно является слабой стороной.

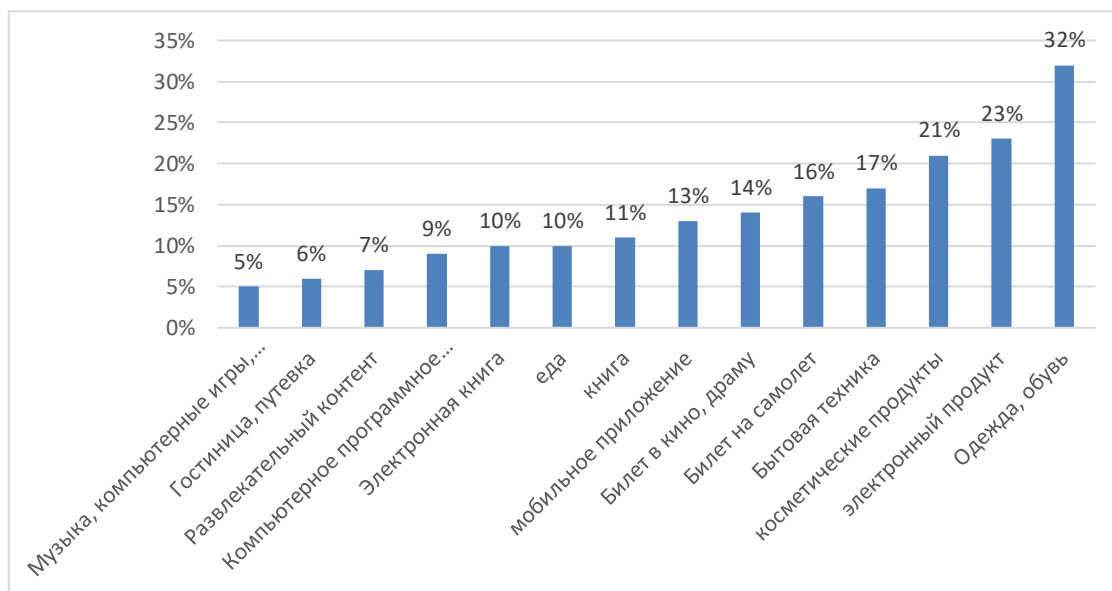


Рисунок 1 – Доля товаров онлайн-покупок в России в 2017 г.

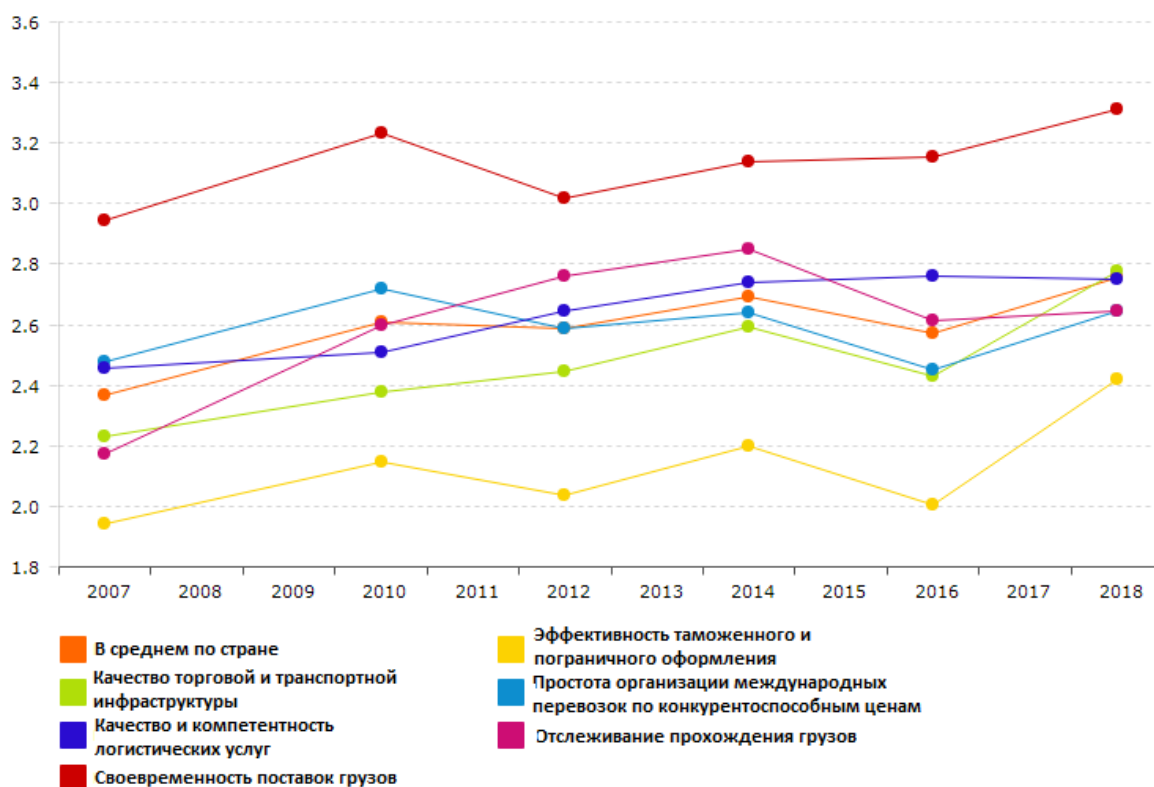


Рисунок 2 – Индекс эффективности логистики 2007-2018 гг. [9]

Следует отметить, что в Китае компании, занимающиеся трансграничной электронной торговлей, с оборотом более 10 млн юаней составляют менее чем 10%. Это значит, что большинство международных продавцов – малые и средние предприятия. Высокие затраты на логистику затрудняют выживание малых и средних предприятий.

По мере увеличения масштабов трансграничной электронной торговли конкуренция между различными предприятиями усиливается и все большую значимость приобретает удовлетворенность потребителей. Факторы, влияющие на удовлетворенность потребителей: качество продукции, цена, уровень сервиса, своевременность, степень повреждения упаковки и т.д. Что касается ценообразования, то интересным представляется использование равновесия по Нэшу для определения оптимальных цен на схожие товары для интернет-компаний [6]. В целом же большая часть факторов связана с логистикой. Для улучшения эффективности логистических решений целесообразно активнее использовать зарубежные склады – оптовые склады китайских товаров в России. Китайские продавцы могут заранее создать товарные запасы на этих складах. После завершения заказа на покупку онлайн товар отправляется покупателям напрямую с зарубежных складов. Преимущество состоит в том, что транспортировка в этом случае может сократиться более чем в 4 раза, снизятся потери и повреждения посылок, а информацию о движении товара можно проверять на протяжении всего процесса. Следовательно, значительно повысится удовлетворенность покупателей, а также возрастет вероятность повторных покупок. По статистике «Почты России», использование зарубежных складов может сократить расходы на логистику на 58% и повысить своевременность логистики в 5-6 раз.

В настоящее время китайские предприятия создали 12 зарубежных складов в России общей площадью 221 500 м², в Москве 8 зарубежных складов, по одному в Самаре, Санкт-Петербурге, Владивостоке и Чите. Очевидно, что зарубежные склады в основном сосредоточены вокруг Москвы. А на Дальнем Востоке имеется только один склад в районе Владивостока.

Анализ опыта строительства зарубежных складов в России позволил выявить следующие узкие места – сложности, связанные с персоналом, и сложности, связанные с товаром.

По отзывам компаний по обслуживанию зарубежных складов, обычно для открытия нового зарубежного склада необходимо инвестировать не менее 800 000 долларов. Для управления зарубежным

складом площадью 10 000 м² необходимо минимум 30 человек. Следовательно, затраты на персонал – это большие расходы для зарубежных складских операций. В связи с особенностями зарубежных складов нужны профессиональные команды для обслуживания и управления, а на рынке не хватает профессионалов, на них большой спрос, поэтому общая заработная плата сотрудников становится высокой. Есть вероятность не набрать нужный персонал.

После того как склады проработали какое-то время, выявилось большое количество проблем, и среди главных следующие:

- сотрудники частным образом продавали товары со склада;
- сотрудники время от времени воровали товары;
- информация об инвентаризации товаров часто ошибочная.

Работа на складах оказалась намного сложнее, чем ожидалось. В некоторых случаях оставалось только закрыть склады.

Сложности, связанные с товаром: из-за отставания в развитии экспресс-доставки основное число интернет-магазинов сосредоточено в крупных и средних городах. Наличие высоких импортных пошлин, по сравнению с некоторыми странами с более развитой электронной коммерцией, сказывается на стоимости товаров, которая является относительно высокой в России.

Сначала складирование, потом продажа – это производственная стратегия, которая подразумевает включение в схему зарубежных складов. Сколько и какие товары будут храниться на складе, зависит от заказов потребителей, а когда некоторые товары не продаются в течение длительного времени, аренда склада и прочие расходы на товар будут высокими. Обычно такие товары сложно обслуживать, и даже на их вывод из ассортимента потребуется определенное количество средств.

Одним из преимуществ модели зарубежного склада является удобство предоставления клиентам услуг по возврату и обмену товара. Сегодня платформы трансграничной электронной коммерции защищают потребителей, используя подход «разрешить покупателям возвращать и обменивать товары без причины в течение определенного периода времени». Данный подход побуждает продавцов к улучшению уровня обслуживания, но, с другой стороны, использование данного правила приводит к увеличению возвратов. Товары, которые были возвращены на склады:

- продать снова, если у них нет проблем с качеством;

– отремонтировать или вернуть в Китай, если имеются проблемы с качеством.

На некоторые товары, если их необходимо вернуть в Китай с зарубежных складов, кроме логистических расходов также необходимо снова заплатить налог, связанный с импортом и экспортом.

По результатам маркетинговых исследований sohu.com, доля компаний, не знакомых с политикой и правилами зарубежных стран, а также с управлением иностранными сотрудниками, составляет 58,8%; сложность с наймом иностранных сотрудников испытывает 35,2% компаний; у 23,5% компаний имеются проблемы с финансированием; 17,6% компаний испытывают трудности с выбором расположения зарубежных складов [2]. Очевидно, что самой большой проблемой является заграничный персонал.

Строительство зарубежных складов требует больших капиталовложений, малое или среднее предприятие не может позволить себе такие огромные инвестиции, так что единственный выход – привлечь капитал из других источников. Кроме сложностей с финансированием, важными вопросами являются набор, проверка и контроль за иностранными инвесторами. Еще именно поэтому при привлечении китайского капитала следует также привлекать российский капитал.

Большинство китайских малых или средних предприятий знакомо со своим бизнесом и знает, как получать прибыль, но очень слабо понимает российскую политику, законы и правила. Это обычная проблема для большинства организаций. Российские местные компании знакомы с правовыми нормами и умеют решать различные возникающие вопросы. Медленно реализуемые или избыточные товары на складе могут быть проданы в других формах через местные российские компании.

Оптимальная стратегия:

1. Привлечение капитала для приобретения склада из внутренних источников предприятия (можно совместно с российским предприятием, если применимо).
2. Создание вертикального зарубежного склада.
3. Формулировка положений о риск-аппетите относительно товаров.
4. Создание продуктовой экосистемы на складе.

Использовать зарубежные склады удобно, но возникают большие риски.

На основе партнерства «предприятие + российская местная компания» и системы разделения рисков можно эффективно снизить рыночный риск и заметно усилить конкурентоспособность участников.

Благодарности

Подготовлено в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования РФ № FSSW-2020-0009 «Разработка методологии управления конкурентоспособностью предприятий в сфере товарного обращения в условиях цифровой экономики».

Список использованной литературы

1. Chen Xian, Li Gu. Study on the selection of overseas warehouse building models for small and medium-sized cross-border e-commerce companies [J]. The Internet Econoy. – 2020 (01). – P. 189-190.
2. Dong Xue. Study on Problems and Countermeasures in the Construction of Overseas Warehouses [J]. Hebei Enterprise. – 2019 (04). – P. 110-111.
3. Li Yan, Xu Jian, Guo Long-xiang, Li Ping, Lin xiao-wei, Liang Zi-wen, Fan Geng, Bai Cheng-zong. Study on the Development and Countermeasures of Overseas Warehouse in Cross-border E-commerce of Guangdong Province [J]. Standard Science. – 2019 (09). – P. 135-139.
4. Liu Wei. Under the background of «One Belt One Road» Sino-Russian cross-border e-commerce Countermeasures for the construction of overseas warehouse [J]. Contemporary Economics. – 2018 (9). – P. 82-84.
5. Ryzhkova T.V. Entropy economic model of the company. Modeling of Nonlinear Processes and Systems (MNPS-2019). A. Nadykto, L. Uvarova, A. Zelen-sky, P. Pivkin, P. Lima, N. Aleksic, K. Egiazarian and X. Jiang (Eds.). – 2019. – P. 6007.
6. Летка Д.Д. Определение оптимальной цены товара с помощью равновесия Нэша // XXXII Международные Плехановские чтения. Сб. ст. студ. В двух томах. – М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. – С. 38-41.
7. Ценина Е.В., Сюй Сяоцань, Чжан Пэн. Анализ структуры международных перевозок из Китая в Россию // Логистика и управление цепями поставок : сб. науч. тр. / под ред. В.В. Щербакова, Е.А. Смирновой. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2020. – 188 с. – С. 161-167.
8. Ценина Е.В., Ценина Т.Т. Развитие транспортно-логистических схем доставки внешнеторговых грузов // Логистика. – 2016. – № 5 (114). – С. 14-15.
9. Country Score Card: Russian Federation 2018 [Электронный ресурс] / World bank Group. – Режим доступа: <https://lpi.worldbank.org/international/scorecard/line/254/C/RUS/2018# chartarea>
10. В России было продано 30 млн смартфонов за год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2020/01/12/820396-prodano-30-smartfonov>

11. Вся статистика интернета на 2019 год – в мире и в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/>

12. Интернет 2020 в России и мире: статистика и тренды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/future/109699-internet-2020-v-rossii-i-mire-statistika-i-trendy>

13. Исследование: почти 70% россиян используют смартфон для выхода в интернет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/9508331>

14. Исследование: продажи смартфонов в РФ в январе – июне выросли на 5% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/8868473>

15. Трансграничная электронная коммерция в Китае [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://prc.today/transgranichnaya-elektronnaya-kommerczija-v-kitae/>

Акопова Е.С., Кравцов С.С.

АЛГОРИТМ ПРИМЕНЕНИЯ МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ COVID-19-20

Моделирование механизма развития системы здравоохранения в условиях пандемии COVID-19-20 возможно на основе логистического роста, под которым в научной литературе понимается математическая функция, демонстрирующая увеличение роста в начальный период, но снижение в стадии при приближении к максимуму. «В случае с коронавирусом этот максимальный предел будет равен общему количеству людей в мире, потому что, когда все заболеют, рост неизбежно уменьшится» [4].

Авторами статьи разработан алгоритм применения механизма развития логистики медицинских организаций с помощью государственно-частного партнерства в современной России, который показывает, что успешная практическая реализация этого механизма и получение от него наибольших преимуществ особенно актуальны в период пандемии. Ответственность за это возлагается на органы государственного управления на макроуровне (национальном) и мезоуровне (территориально-областном и городском). Эта подготовка охватывает создание институционального обеспечения, отбор пер-

спективных проектов, проведение конкурса, стимулирование практической реализации начатых проектов, а также мониторинг и контроль реализуемых проектов.

Для снижения рисков составляющей и предотвращения возможного кризиса системы здравоохранения современной России рекомендуется провести пилотное внедрение данного алгоритма в практику отдельных регионов (городов). Это позволит выявить недостатки и слабые стороны алгоритма и устранить их.

Предложенный авторами механизм развития логистики медицинских организаций с помощью государственно-частного партнерства в современной России предусматривает практическую реализацию на микроуровне. Она определила основы логистического взаимодействия и взаимодействия государственных и частных медицинских организаций в рамках их партнерства. Данный механизм перспективен и востребован в экономической практике современной России, однако его применение требует создания соответствующих нормативно-правовых условий и принятия регулирующих мер со стороны органов государственной власти по трем причинам.

1. Новизна механизма государственно-частного партнерства как такового в современной России и уникальность выбранного наиболее перспективного варианта его применения в сфере здравоохранения. Несмотря на растущий опыт реализации проектов государственно-частного партнерства, в законодательной базе все еще существуют различные недостатки и пробелы, которые необходимо определить и устранить до практического применения механизма государственно-частного партнерства в такой приоритетной сфере национальной экономики, как здравоохранение, для сведения к минимуму связанных с этим нормативно-правовых барьеров и рисков.

2. Существенные отличия предлагаемого механизма государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения от других сфер национальной экономики, обусловленной спецификой некоммерческой деятельности медицинских организаций.

3. Ориентация на получение преимущественно логистических преимуществ, что не является главным вопросом в проектах государственно-частного партнерства, реализуемых в других сферах российской экономики и требующих особого внимания со стороны регулирующих органов государственной власти.

Эти причины определяют необходимость тщательной и последовательной подготовки нормативно-правовой среды в современ-

ной России к дальнейшей практической реализации предложенного механизма развития логистики организаций здравоохранения с помощью государственно-частного партнерства, который должен осуществляться по четкому научно обоснованному алгоритму. Целью данной статьи является разработка алгоритма создания нормативно-правовых условий для успешной практической реализации применения механизма развития логистики организаций здравоохранения с помощью государственно-частного партнерства в современной России.

Нами разработан следующий алгоритм применения механизма развития логистики медицинских организаций с помощью государственно-частного партнерства в современной России (рис. 1).

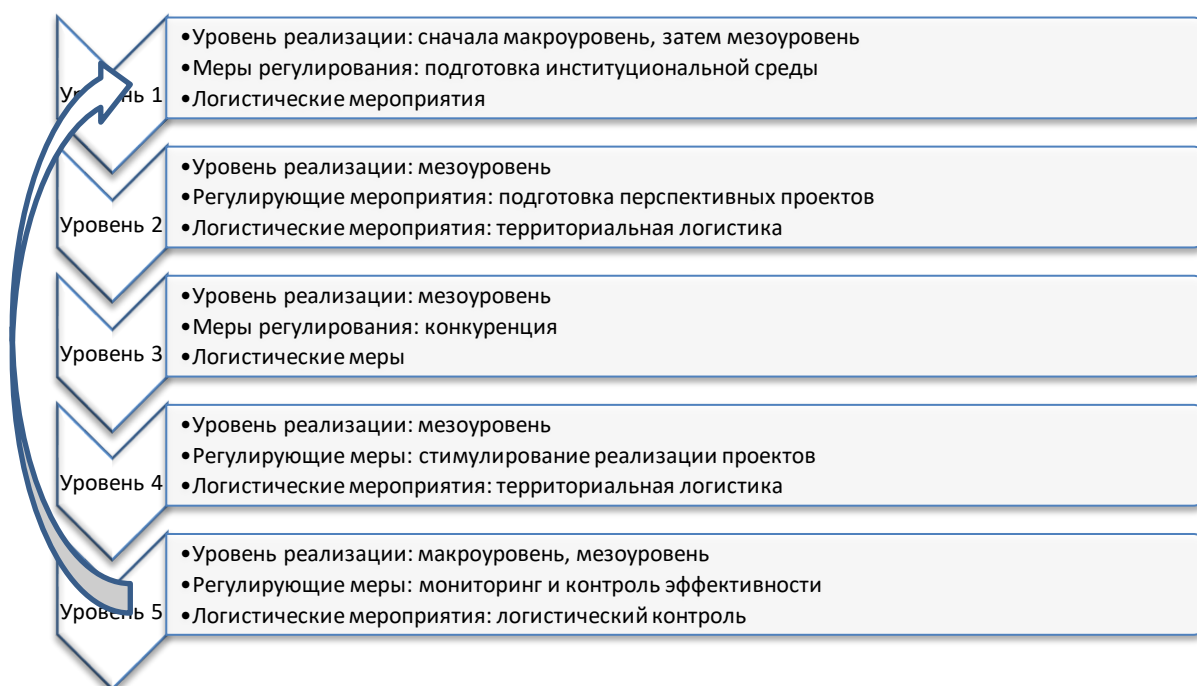


Рисунок 1 – Алгоритм применения механизма развития логистики организаций здравоохранения с помощью государственно-частного партнерства в современной России [2, с. 92]

Как видно из рисунка 1, разработанный алгоритм проводится в пять последовательных этапов, каждый из которых соответствует определенному уровню государственного управления (субъектами практической реализации данного алгоритма являются органы государственной власти соответствующих уровней) и предусматривает реализацию регулирующих и логистических мероприятий.

Первый этап предложенного алгоритма предусматривает подготовку институциональной среды к дальнейшему практическому применению механизма развития логистики организаций здравоохранения с помощью государственно-частного партнерства в современной России. В рамках этой подготовки необходимо создать следующие институты:

- Институт государственно-частного партнерства в здравоохранении. Создание данного института связано с подготовкой фундаментальной законодательной базы для запуска проектов государственно-частного партнерства в здравоохранении, определяющей порядок, условия и критерии оценки этих проектов.

- Институт модернизации системы обязательного медицинского страхования. Эта система должна учитывать не только влияние инфляции, но и рост потребительских предпочтений и требований к качеству оказания медицинских услуг. Возникающие дополнительные расходы государственных организаций здравоохранения должны быть заложены в стоимость предоставляемых медицинских услуг.

- Институт логистики государственных организаций здравоохранения. Необходимо обеспечить большую логистическую свободу государственным организациям здравоохранения и определить основы логистической деятельности этих организаций с уточнением доступных инструментов логистики и предпочтительных каналов логистических коммуникаций.

Указанные институциональные процессы осуществляются сначала на макроуровне (федеральном), а затем на мезоуровне (территориально-региональном и местном) и сопровождаются брендингом (государственной социальной рекламой и связями с общественностью) проводимых реформ в сфере здравоохранения, направленным на информирование заинтересованных сторон о грядущих изменениях, подчеркивание их преимуществ, а также обеспечение одобрения (позитивного отношения) и поддержки будущих и текущих изменений.

Вторым этапом рассматриваемого алгоритма является подготовка перспективных проектов государственно-частного партнерства в здравоохранении. Это предусматривает реализацию следующих мер:

- Определение текущих потребностей (проблем в здравоохранении) и возможностей (перспектив) их решения с помощью развития логистики в рамках государственно-частного партнерства. Это требует проведения государственных маркетинговых исследований и сбора обратной связи от заинтересованных лиц, в том числе потребителей,

руководителей и работников государственных и частных медицинских организаций на данной территории (области или городе). Благодаря применению инструмента аутсорсинга экономятся государственные ресурсы, а также получается полная достоверная и точная информация для принятия оптимальных регулирующих и управленческих решений.

- Подготовка проектной документации с уточнением деталей планируемых проектов государственно-частного партнерства в здравоохранении. Это предусматривает постановку целей реализации конкретных отобранных проектов государственно-частного партнерства в здравоохранении, описание условий их реализации (географическое положение, права и обязанности сторон), возможности получения коммерческой выгоды частной стороной, контроль значений показателей для проведения мониторинга хода реализации проектов и др.

Эти мероприятия проводятся на мезоуровне (в регионах и городах России) и сопровождаются территориальной логистикой, то есть логистическими мероприятиями территориальных органов государственной власти, направленными на повышение конкурентоспособности сферы здравоохранения на данной территории и позиционирование ее как территории, благоприятной для работы и проживания за счет развитой и высокоэффективной сферы здравоохранения.

Третий этап разработанного алгоритма связан с проведением конкурса среди частных медицинских организаций на участие в уже подготовленных проектах государственно-частного партнерства. Это предусматривает реализацию следующих мер:

- Отбор государственных организаций здравоохранения с помощью электронного аукциона. Все документы для участия в конкурсе должны быть представлены в электронном виде и зашифрованы для обеспечения объективности отбора и его максимальной эффективности.

- Открытый доступ к проектной декларации по результатам конкурса и заключения соглашений о государственно-частном партнерстве. Проектная декларация должна содержать подробную информацию об участниках проекта государственно-частного партнерства, программе его реализации и ожидаемых преимуществах, связанных с развитием логистической деятельности государственных и частных организаций здравоохранения и ростом их конкурентоспособности.

Эти мероприятия проводятся на мезоуровне (в регионах и городах России) и сопровождаются логистическими мероприятиями, свя-

занными с управлением конкуренцией. Государство должно обеспечить электронный аукцион условиями для здоровой конкуренции между государственными организациями здравоохранения за возможность участия в проектах государственно-частного партнерства. Это предполагает низкие барьеры для участия в конкурсе для привлечения всех заинтересованных потенциальных участников и разумные пределы конкуренции (реалистичные условия партнерских соглашений).

Четвертым этапом предлагаемого алгоритма является стимулирование территориальных органов государственной власти к реализации начатых проектов государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения. Это предусматривает реализацию следующих мер:

- Периодическое общение с участниками текущих (в рамках которых заключены договоры, но еще не оказаны медицинские услуги) территориальных проектов государственно-частного партнерства в области здравоохранения.

- Сфера здравоохранения. Эта коммуникация должна носить дистанционный и полевой характер для отслеживания практических мер в рамках проектов государственно-частного партнерства. Коммуникация должна быть направлена на определение вовлеченности участников партнерства в процесс практической реализации проектов и определение проблем, которые не могут быть преодолены без участия территориальных органов государственной власти.

- Оказание поддержки участникам начатых территориальных проектов государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения. Это может быть обеспечено как в форме модернизации нормативно-правового обеспечения, так и в форме информационно-консультационного обеспечения. Иногда она может принимать форму финансового и инвестиционного (или, что более предпочтительно, кредитного) обеспечения проектов.

Эти мероприятия проводятся на мезоуровне (в регионах и городах России) и сопровождаются территориальной логистикой, направленной на позиционирование территории как благоприятной среды для развития государственно-частного партнерства и логистики сферы здравоохранения, а также брендингом стартовавших проектов государственно-частного партнерства в здравоохранении, ориентированным на информационную поддержку всех заинтересованных сторон в реализации этих проектов.

Пятый этап разработанного алгоритма связан с проведением мониторинга и контроля эффективности реализуемых (в рамках кото-

рых также предоставляются медицинские услуги) территориальных проектов государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения. Он предусматривает реализацию следующих мер:

- Отслеживание соответствия работы государственных и частных медицинских организаций в рамках партнерств действующим государственным стандартам и требованиям и лицензирование их деятельности. Поскольку в рамках государственно-частного партнерства будет действовать одна общая лицензия (вместо двух лицензий), то необходимо произвести лицензирование всех партнерств до их ввода в эксплуатацию (оказание медицинских услуг).

- Оценка организационно-управленческой эффективности реализуемых территориальных проектов государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения. Определение точек безубыточности и рентабельности государственных организаций здравоохранения.

- Сбор обратной связи от потребителей для оценки эффективности логистики реализуемых территориальных проектов государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения. Сбор обратной связи следует проводить дистанционно – для привлечения более заинтересованных стороны этого процесса. Обратная связь может проводиться как в свободной форме (в виде отзывов, пожеланий и предложений), так и в форме социологических опросов.

Эти мероприятия проводятся на макро- и мезоуровне и сопровождаются логистическим контролем для определения целевых логистических преимуществ реализации проектов государственно-частного партнерства, связанных с ростом конкурентоспособности отдельных организаций здравоохранения и территориальной и национальной системы здравоохранения. Алгоритм является циклическим, что предусматривает его периодическое повторение и переход от пятого этапа обратно к первому, что позволяет достичь наибольшей эффективности.

Таким образом, разработанный алгоритм применения механизма развития логистики организаций здравоохранения с помощью государственно-частного партнерства в современной России показал, что успешная практическая реализация этого механизма и получение от него наибольших преимуществ требуют тщательной подготовки. Ответственность за его проведение возлагается на органы государственной власти на макроуровне (национальном) и мезоуровне (территориально-областном и городском).

Эта подготовка охватывает создание институционального обеспечения, отбор перспективных проектов, проведение конкурса, стимулирование практической реализации начатых проектов, а также мониторинг и контроль реализуемых проектов государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения. Для снижения рисковой составляющей и предотвращения возможного кризиса системы здравоохранения современной России рекомендуется провести апробацию внедрения данного алгоритма в практику отдельных регионов (городов). Это позволит выявить недостатки и слабые стороны алгоритма и устранить их.

Список использованной литературы

1. Аكوпова Е.С., Przhedetskaya N.V., Borzenko K.V. Marketing and logistic perspectives of the development in modern Russia's foreign economic activities // International Journal of Economic Perspectives. – 2016. – № 10 (4). – P. 416-421.
2. Аكوпова Е.С., Przhedetsky Y.V., Przhedetskaya N.V., Borzenko K.V. Marketing of Healthcare Organizations: Technologies of Public-Private Partnership. – 2020. – P. 89-97.
3. Fuentes G. Silent state reform? The political process of the law on public-private partnership in Uruguay | [Reforma do estadosilenciosa? procesopolítico de lei de parceria público-privada no Uruguai] // Revista de Administração Publica. – 2017. – № 51 (6). – P. 1005-1022.
4. Joos Korstanje Modeling Logistic Growth [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://towardsdatascience.com/modeling-logistic-growth-1367dc971de2>, свободный (дата обращения: 10.10.2020 г.).
5. Попкова Е.Г., Poluyufta L., Beshanova Y., Popova L.V., Kolesnikova E. Innovations as a basis for marketing strategies of Russian oil companies in the conditions of oil prices reduction // Contributions to Economics. – 2017. – P. 449-455.
6. Przhedetsky Y.V., Przhedetskaya N.V., Przhedetskaya V.Y., Borzenko K.V. Social Networks as a Tool of Early Detection of Cancer. Advances in Intelligent Systems and Computing, 726. – 2019. – P. 887-894.
7. Vasilenko M.A., Drozdov N.A., Tagiltseva J.A., Kuzina E.L., Kuzina M.A. Systematic approach and advanced marketing in public-private partnerships. Proceedings of the 2017 // International Conference «Quality Management, Transport and Information Security, Information Technologies», IT and QM and IS. – 2017. – P. 27-31.

ПАНДЕМИЯ В ЗЕРКАЛЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО КРИЗИСА

На наших глазах набирает силу особого типа кризис. Он охватил капитализм во всех его формах: «свободный американский», «ответственный швейцарский», «госкапитализм российский». Не устоял перед кризисом и «шведский капитализм». Никогда прежде кризис организации общественного устройства не сопровождался столь непредсказуемой пандемией.

Пандемия высветила особую форму несправедливости – неспособность либерального государства обеспечить защиту населения от эпидемий и голодной смерти.

Сочетание кризиса и пандемии коронавируса открыло реальность, которая приводит к выводам глубинного характера: оказалось, что, несмотря на политику, поощряющую потребительство, жизненный ресурс современного западного человека наемного труда ограничен месячным простым производством и месячной заработной платой.

Либеральная формация терпит крах, она не может принципиально изменить отношение к трудящемуся человеку. Нужна гарантия дохода и бесплатного лечения на случай чрезвычайный.

В мире, который создал человек, самыми значимыми благами являются хозяйство и государство. Хозяйство создает все, что необходимо для жизни людей, а среди функций государства самой нужной является защита населения от опасностей, в каком бы виде они ни проявлялись [1].

Пандемия, вызвавшая остановку хозяйственной деятельности, показала, что в кризисной ситуации в лучшем положении оказывается тот, кто производит реальные товары в количестве, достаточном для удовлетворения спроса на них. Пандемия объединила две проблемы, которые стали своеобразной формой испытания современных общественных систем на прочность: защита простого гражданина в чрезвычайной ситуации от голодной смерти и всякого вида эпидемий. Поэтому затронуты прежде всего вопросы государственного устройства. Население одобряет те правительства, которые и в большой беде позволяют людям выжить. Возник общественный спрос на «социальное государство».

Не все государства, которые выдавали себя за эталон цивилизованности, оказались способными эффективно функционировать в чрезвычайных ситуациях.

Появилось новое понятие – функционирующее государство. Россия оказалась таким работающим государством. Она сохранила унаследованную способность государства Российского эффективно действовать в чрезвычайных условиях. Богатейший опыт СССР по защите населения от бедствий не успели полностью растерять, сработал инстинкт санитарно-эпидемиологической службы.

Напрашивается вывод, с которым согласны многие: западная демократия была создана для решения несложных задач в благоприятное время. А по существу, подтверждается теория русского мыслителя и философа К.Н. Леонтьева о времени и месте демократии в жизненном цикле государства: «воцаряется демократическое начало на завершающей фазе жизненного цикла государства, за которой неизбежно следует разложение и смерть» [2, с. 102].

Либеральная модель устройства хозяйственной и социальной жизни дает сбой. Это уже открыто обсуждается в либеральной прессе, а также признают главы ряда стран Евросоюза. Западный мир уже не способен выполнять роль мирового лидера, он утратил и свою пассионарность. Однако уходящий со сцены колосс еще способен задержать развитие других народов.

«Русская научная мысль раскрыла механизм обмена опытом между этносами: народ может создать своеобразную культуру, содержащую новые идеи, способную стать источником развития для других народов. Ни одна нация не может создать уникальную цивилизацию дважды. Но при определенных условиях она может препятствовать другим народам в их продвижении к более высоким уровням развития, когда они будут способны вырабатывать новые, еще не практикованные идеи, которые являются источником общечеловеческого развития. Это служит предупреждением всему человечеству о возможности самоуничтожения» [3, с. 2].

Капитализм разрушается и изнутри. Недовольство капитализмом исходит от разных социальных слоев, между которыми целая пропасть. Так, на Всемирном экономическом форуме в Давосе 2020 года обсуждали результаты исследования социологов, согласно которым 56% опрошенных считают, что «вреда от капитализма больше, чем пользы».

Кризис западного либерализма заставляет пересмотреть отношение к опыту стран, которые используют иные системы хозяйственной и социальной жизни и получают хорошие результаты. Есть что вспомнить и об опыте отечественного ценностно ориентированного предпринимательства.

Чтобы разобраться в соотношении «старое/новое», нам предстоит уточнить основные понятия. Обратимся к В.И. Далю. Слово «переход» означает действие, включающее несколько смыслов: изменить существо свое; становиться иным; идти на иное место, в иное знание [4, с. 164]. Цель перехода бывает разная. Для одних экономик переход означает перемещение на другое место в своей группе. Для других – желание стать иными, изменить свое существо. Слово «переходный» означает «к переходу относящийся».

Содержанием перехода является отношение нового и старого. Новое – противоположно старому. Оно также наполнено многими смыслами: «недавно созданный; явленный; иной; не тот, что был прежде; неведомый; не бывший. Многие признают, что после пандемии мир не будет тот, что был прежде. А как выделить эту новизну?

Новизна – состояние всего нового, нововведение [4, с. 164]. Новость – единство всего, что ново. Новость – качество, свойство нового. Старое и забытое нередко берется за новое. Иногда за новое выдается «опрокинутое» старое или старое с новым качеством.

По законам природы, прошлое, минувшее в новое взять нельзя. На стадии разрушения, и это подтверждает современная история, может произойти откат в прошлое, уже отжившее, то есть движение вспять. Возникает вопрос: как определить, прошел, завершился откат в прошлое или остановка перед прорывом в будущее, небывшее?

Изменения неизбежны. Однако неизвестно, в каком направлении пойдет поиск нового. Под влиянием пандемии в общественном сознании сделан разворот к жестким режимам. Набирает популярность китайская модель государственности. Люди требуют очевидное – доступную и бесплатную медицину. Социальный запрос на пересмотр идеи государственности возрастает.

Имеются два состояния перехода из старого в новое: первое – новое вырастает из старого, преодолевая то, что не смогла разрешить прежняя (старая) система; второе – новое не имеет корней в старом. От такого различия зависит содержание самого перехода и смысл теории переходного типа экономики.

Причина перехода от старого к новому также двойственна. Первая причина – возврат к рынку, вытеснение плановых начал. Вторая причина – либеральная модель экономики заявила о своей слабости и дала очередной сбой, ее саму нужно подкрепить опытом нелиберальных экономик. Дело это вынужденное.

Россия испытала оба типа перехода и обе модели общественного устройства. Стоит ли нам повторяться? Главное – не забыть прежнее, некогда насильственно отвергнутое под влиянием либералов. Но голос истины пока не услышан. России навязывают очередную непотребную модель. Российскому обществу предстоит самому, без оглядки на Запад создать новую реальность и совершить прорыв в неведомое.

Для возрождения России нужны грандиозные и амбициозные проекты. К таким проектам можно отнести: «укрепление российской государственности, восстановление могущества державы, нравственное возрождение народа. Россия имеет исторический опыт успешных прорывов. Они совершались в разных исторических условиях, но всегда затрагивали самые глубинные основы Русского мира» [5, с. 182].

Из такого подхода к анализу реальности возникает потребность выяснения сути так называемых экономик переходного типа. Они – вестники нового или это просто топтание на месте?

Начнем с определения понятия «переходная экономика». Она трактуется односторонне, как промежуточное состояние при переходе от экономики с центральным планированием к рынку. В этом определении отсутствует другая тенденция – использование методов и моделей экономики плановой. В действительности различие между планом и рынком сильно преувеличено. Все дело в мере. Потребность в планировании хозяйственной деятельности возникла в крупном товарном производстве. Ныне либеральная модель нуждается в подкреплении опытом стран, использующих другие модели хозяйственного устройства. Видимо, требуется иное, небывшее образование, учитывающее достоинства рынка и плана, которое утратило черты перехода и превратилось в базовое.

В литературе рассматривается несколько типов переходных экономик.

Посткомандная экономика: рыночная система вытесняет плановую (командную) экономику, то есть старое отторгает новое, но сама находится из-за отсутствия новизны в кризисе. В итоге получается очередная чехарда так называемых переходных образований.

Гибридная экономика. Она сочетает уже притершиеся элементы разного типа систем. В ней могут доминировать элементы рыночной или элементы плановой экономики. Гибридная экономика может: а) состояться как переходная модель; б) состояться как промежуточное состояние между новым и старым; в) стать самостоятельным типом экономики, если произойдет ее консервация.

Цифровая экономика – «особая форма экономики, в которой процессы производства, распределения, обмена и потребления прошли цифровые преобразования с использованием информационно-коммуникационных технологий» [6]. Она также сможет: сохранять способность к консервации; формироваться как промежуточный тип экономики.

В цифровой экономике трансформация институциональных систем также протекает на фоне изменения базовых ценностей. Но ее зависимость от прежних типов экономик еще должна себя проявить. Траектория полета еще не обрела устойчивость.

Кризис оголил несовершенство и либеральной экономики, и общественного устройства. Изменения затронут и то, и другое. Переходный период и экономика переходного типа не одно и то же. Переходный период – понятие временное, он определен продолжительностью. В переходный период могут испытываться несколько типов экономики. Протекание одних и тех же экономических процессов происходит в каждой стране по-разному.

Западный культурно-исторический мир и Русский мир выработали свои системы хозяйствования. В Западном мире преобладало хозяйство с однородной экономической структурой. Здесь установилось господство капиталистического уклада.

В Русском мире во второй половине XIX столетия сложилось хозяйство с неоднородной экономической структурой. Здесь каждый уклад сохранял свою самобытность. «Особый хозяйственный строй России способствовал выработке альтернативной экономической теории, которая выросла в концепцию хозяйства с неоднородной экономической структурой (ее еще называют «смешанная экономика»). В отличие от западной экономической модели она строилась не на принципе однородности хозяйственного строя, что достигалось за счет поглощения ведущим укладом всех остальных, и не на экономическом человеке, вытесняющем человека естественного, а на многообразии форм хозяйствования, параллельно существующих как части

единого организма, на многомерности хозяйственной деятельности» [7, с. 320].

Так возникла и оформилась в цельную концепцию идея некапиталистического пути к экономическому и социальному прогрессу. «В ее философскую основу лег закон «триединого процесса развития», согласно которому неоднородность экономической структуры и многообразие хозяйственных форм – это не недостаток, а свидетельство наличия внутреннего источника развития в виде еще не практикованных идей» [2, с. 103].

Список использованной литературы

1. Афанасенко И.Д. Хозяйство и государство в системе Русского мира. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. – 337 с.
2. Леонтьев К.Н. Восток, Россия и славянство. – М.: Республика, 1996.
3. Афанасенко И.Д. Циклическая динамика русской цивилизации // Известия СПбГУЭФ. – 1998. – № 2.
4. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. – М.: ОЛМА-Пресс, 2001. – Т. 4.
5. Афанасенко И.Д. Россия и Евразийство: диалектика условий жизни и базовых ценностей // Хозяйственная система евразийского типа: проблемы экономической неопределенности. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. – С. 179-192.
6. Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Цифровая логистика : учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2018. – 274 с.
7. Афанасенко И.Д. Россия в изменяющемся мире. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019.

Борисова В.В.

ЛОГИСТИКА ХОЗЯЙСТВА МОБИЛИЗАЦИОННОГО ТИПА¹

Логистика хозяйства мобилизационного типа корнями уходит в военную науку. В военной науке логистике отведена особая роль, включая всю материально-техническую область военной стратегии [1].

¹ Статья подготовлена при поддержке РФФИ (проект № 20-010-00141\20 «Формирование институционального каркаса инфраструктуры региона в цифровой экономике» / The reported study was funded by RFBR, project number 20-010-00141\20).

Логистическая деятельность исторически связана с военной сферой и ее определяют как искусство управления войсками, их перемещением, дислокацией, выработкой стратегии военных действий и тылового обеспечения.

К середине XX столетия и логистическое знание выделилось в самостоятельное научное направление, включающее три ветви знаний: экономическое, военное и математическое. Сформировалась полная логистическая система, включающая экономический, военный и математический вид логистики.

Уместно отметить, что многие методы и приемы, выработанные и проверенные военной логистикой, впоследствии нашли применение в гражданской (экономической) логистике: в выработке стратегии формирования запасов, разработке моделей мест размещения складов и транспортных узлов, прогнозировании рисков и оптимизации схем товародвижения. Это помогло созданию уникальной логистической системы хозяйства мобилизационного типа, прошедшей успешную проверку в годы Великой Отечественной войны.

В хозяйственной практике под логистикой понимают «специфический способ управления материальными и сопровождающими их финансовыми, информационными и сервисными потоками в экономических системах разного уровня сложности, рассматриваемых как логистическая система» [2, с. 20].

Исследование полной логистической системы накопило научный потенциал такой значимости, что позволило выделить военную логистику в самостоятельный вид научной и практической деятельности, изучающий поточную форму организации материи в оборонной сфере хозяйства» [2, с. 20].

Военная логистика стала важным инструментом в конкурентной борьбе транспортных, промышленных и торговых компаний. Особые задачи возложены на военную логистику и в мирное время. В хозяйственной системе страны она обслуживает военно-промышленный сектор хозяйства. Если наступает военное время, то все виды логистики подчиняются его законам и охватывают хозяйство всей страны.

Военную логистику характеризуют как «вид логистики, изучающий закономерности поточной формы организации и управления материально-техническим обеспечением войск в мирное и военное время» [2, с. 20]. Ее инструментарий направлен на повышение качества материально-технического обеспечения военной сферы государства.

В ходе войны для тылового и военного обеспечения требуются непрерывные поставки значительного объема материальных ресурсов. В таких условиях логистика становится связующим звеном между экономикой страны и войсками.

Симбиоз военной и гражданской составляющих логистики находит отражение в общих принципах хозяйствования: системности, интеграции, оперативности, своевременности, экономичности, устойчивости и адаптивности, непрерывности и маневренности.

В ходе военных действий в условиях нестабильности и прерывности численность людских и объем материальных ресурсов должны быть оперативно и скрытно доставлены в нужное место, которое может не только находиться под обстрелом, но и менять дислокацию в определенное время. Такой подход позволяет значительно повысить мобильность логистических потоков, уменьшить зависимость войск от неизбежной медлительности тыловых служб.

На развитие отечественной логистики существенное влияние оказал опыт логистики в период Великой Отечественной войны. Для его изучения потребовалась разработка мобилизационной стратегии и программы мобилизации ресурсов всей страны.

Памятником отечественной военной логистики стала дорога, связывающая блокадный Ленинград со страной на протяжении трех лет войны, названная «дорогой жизни».

Логистика хозяйства мобилизационного типа характеризуется жесткой централизацией, ежедневным контролем территориально разветвленных объектов, большим количеством номенклатуры и ассортимента товарно-материальных ценностей, перемещаемых в условиях масштабных и беспрецедентно жесточайших военных действий. Пространственное перемещение предприятий не должно было разрушать их хозяйственные связи.

В условиях военных действий логистические принципы – своевременность, требуемое качество, надежность и гарантированность поставок для фронта – стали не просто необходимыми, а обязательными. Функциональная связность всех элементов военной экономики обеспечивалась мобилизацией внутренних продовольственных резервов и перестройкой торговли. Была введена система нормирования снабжения населения товарами и контроль цен со стороны государства.

Умелое применение этих принципов позволило решить небывалые по сложности задачи материально-технического обеспечения военной экономики без разрушения ее структуры в целом.

Логистика хозяйства мобилизационного типа ориентирует звенья системы на выполнение чрезвычайных задач, а логистические потоки конфигурируются в виде чрезвычайных форм, используя для этого все чрезвычайные средства.

Цель логистики хозяйства мобилизационного типа не всегда обусловлена минимизацией логистических издержек. В качестве обязательных требований функционирования логистической системы мобилизационного типа выступает безусловное достижение заявленных чрезвычайных стратегических целей и сроки их реализации. Строго говоря, на функционирование таких логистических систем влияет целый ряд внеэкономических факторов. Тут уместно вспомнить, что логистическая система – это не только экономическая, но и социально-экономическая система, целевые установки которой направлены на решение социальных, природоохранных, ресурсосберегающих задач, поддержку безопасности, устойчивости и сбалансированности развития [3].

Ныне возникает вопрос о возможности использовать инструменты логистики хозяйства мобилизационного типа для выхода из кризиса, обусловленного мировой пандемией коронавируса. Отвечая на данный вопрос, отметим, что мы не ставим знака равенства между логистикой хозяйства мобилизационного типа и государственным администрированием логистических потоков. Здесь уместнее применить термин «антикризисное управление» логистическими потоками в системе хозяйства, когда ресурсы и работа всех звеньев системы сосредоточены для противодействия кризису. В нашем случае речь идет о преодолении коронакризиса. Практика борьбы с коронавирусной инфекцией подтвердила, что целый ряд мобилизационных и охранных мер способно выполнить только государство, как и решить поставленные им чрезвычайные задачи. Вопрос ставился так, что решение обозначенных государством задач для всех должно быть безотлагательным с учетом чрезвычайных обстоятельств.

Выделим некоторые ключевые признаки логистических систем, функционирующих в условиях чрезвычайных обстоятельств: наличие фактора угрозы целостности системы; целевые установки направлены на устранение угрозы или противодействия ей; разработка стратегии (программы) достижения чрезвычайной цели; ориентация звеньев системы на мобилизацию всех ресурсов.

Для логистических систем хозяйства мобилизационного типа присущи следующие признаки: принцип главного звена; принцип це-

левой направленности; принцип неукоснительного выполнения заявленной цели; принцип мотивации участников; принцип командной работы; принцип сильной власти (ключевая роль центра координации); принцип дискретности.

Обратим внимание, что целевые установки логистической системы мобилизационного типа направлены на критические элементы хозяйства – подсистемы и элементы-звенья (например, сфера здравоохранения в условиях пандемии). Так происходит в период бедствий, войн, эпидемий. Все ресурсы системы обычно направляются на решение приоритетной цели, даже в ущерб локальным целям участников системы. Такое положение дел не может продолжаться долгое время.

Принцип дискретности свидетельствует, что мобилизационные стратегии применяют на определенном временном интервале, когда необходимо сделать рывок по устранению кризисной ситуации. То есть мобилизационную стратегию избирают на этапе возникновения чрезвычайных ситуаций.

Устранение последствий мирового коронакризиса актуализирует роль логистических систем мобилизационного типа. В таких системах согласуются ценности институтов и групп, организованных для достижения чрезвычайных целей (осуществление поставок лекарств, медицинского оборудования, строительство объектов здравоохранения и их передислокация), а мобилизационную функцию выполняет фокусная компания (координационный центр) системы.

Наука и практика управления логистическими потоками в военной сфере и в условиях возникновения чрезвычайных ситуаций продолжает развиваться и в мирное время, обеспечивая структурную и функциональную устойчивость всего хозяйственного комплекса страны.

Список использованной литературы

1. Курбанов А., Мостовой А., Мартынов М. Концепция военной логистики в современных социально-экономических условиях // Логистика. – 2012. – № 10. – С. 55-59.
2. Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Логистика снабжения : учебник для вузов. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2018. – С. 20.
3. Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Экономическая логистика : учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2013. – С. 15.

**БЕНЧМАРКИНГОВЫЕ МОДЕЛИ ЛОГИСТИЧЕСКОГО
ПРОЕКТИРОВАНИЯ СКЛАДСКИХ СИСТЕМ
«ПОСЛЕДНЕЙ МИЛИ»**

В современных условиях постоянно меняющейся окружающей среды, когда все большее развитие приобретает тенденция индивидуализации, ключевым свойством логистических систем становится гибкость, позволяющая оперативно адаптироваться к изменениям условий функционирования с минимальными затратами и потерями и обеспечивающая их устойчивость. Не исключением является и складская система, представляющая собой, в узком смысле, один из важнейших элементов логистической системы, сложное техническое сооружением, состоящее из множества крупных подсистем и элементов (комплекс складского и подъемно-транспортного оборудования, система кадрового и информационного обеспечения, а также подъездные пути, зоны погрузки-выгрузки, вспомогательные строения и ограждения и т.д.), предназначенных для преобразования материальных потоков [2]. Поскольку эффективность складской системы закладывается еще на этапе ее проектирования, важно именно на этапе разработки проекта складской системы уделить особое внимание тем проектным задачам, которые в дальнейшем обеспечат необходимую гибкость, которая сегодня так важна. В данной статье будут рассмотрены обеспечивающие гибкость решения в практике проектирования и деятельности складских систем «последней мили», которые так активно стали развиваться в последнее время, в том числе в силу недавней пандемии.

На рисунке 1 отображена матрица трендов исходя из требований к хранению и перемещению товаров на складах разного типа, анализируя которую можно сделать вывод, что при проектировании складских систем «последней мили», характеризующихся высокими требованиями к хранению и высокой активностью сборки заказов, стоит придерживаться следующих трендов, обеспечивающих гибкость будущего складского комплекса: высокотехнологичное хранение, автоматизированные операции и управление, развитая система отбора и комплектации, возможности мно-гоэтажного хранения. Рассмотрим каждый из выделенных трендов.



Рисунок 1 – Матрица трендов в развитии складских систем «последней мили»

Говоря о хранении в складских системах «последней мили», необходимо отметить, что в данной ситуации само хранение не является столь важным, на передний план выходит способ организации хранения для быстрого и качественного Kommissionирования и комплектации заказов, ведь именно скорость сегодня является ключевым фактором успеха. Одним из распространенных решений в зарубежной и отечественной практике является организация стеллажной системы, интегрированной в каркас здания складского комплекса. При использовании такой системы хранения увеличивается плотность размещения грузов, сокращается время пути до нужного товара и облегчается доступ к товарно-материальным ценностям, что в комплексе обеспечивает гибкость всей складской системы и скорость прохождения материального потока через нее, обеспечивая конкурентное преимущество компании на рынке.

Сегодня все большее развитие технологий способствовало появлению автоматизированных систем управления складскими комплексами (WMS), а также автоматизированными системами по размещению, сбору и упаковке товара в различного рода складах. Складские

системы «последней мили» отличаются широким ассортиментом, высокой оборачиваемостью позиций, а также наличием разногабаритного ассортимента и многообразием упаковки. Данные особенности вносят изменения в специфику работы склада, где остро требуется оптимизация бизнес-процессов и внедрение программного обеспечения для управления складской логистикой. WMS-система обладает широкими возможностями в масштабировании, реальной адаптивностью и хорошей гибкостью, что обеспечивает бесперебойность деятельности складских систем любой специализации. WMS-системы в настоящее время широко распространены в зарубежных реалиях и лишь постепенно набирают обороты на отечественном рынке ввиду высокой стоимости внедрения.

Автоматизированные решения в случае размещения, сборки и упаковки товарно-материальных ценностей позволяют обеспечить более точный сбор заказа, меньше возвратов, меньше затрат на трудовые ресурсы и меньше времени на комплектацию заказов, а также позволяют складской системе быстро реагировать на изменения во внешней среде. Примером одного из таких решений в практике проектирования складских систем «последней мили» является автоматизированная система хранения и извлечения товаров (ASRS), представляющая собой комплекс из стеллажей и специальных подъемно-транспортных устройств, который позволяет производить размещение и сбор грузов без присутствия человека в месте операции. Визуально ASRS состоит из вертикальных мачт и горизонтальных направляющих, вдоль которых двигается собирающий грузы челнок [7].

Ввиду того что для складских систем «последней мили» характерна доставка небольших, но сложных сборных грузов по множеству близко расположенных адресов, наибольшая нагрузка, как уже было отмечено, накладывается на операции коммиссионирования и комплектации, что заставляет проектировщиков складских систем уделять особое внимание проектной задаче выбора гибких технологий и методов отбора и комплектации товарно-материальных ценностей. Сегодня лидеры в сегменте складских систем «последней мили» отмечают, что такие методы комплектации, как пакетный отбор и сортировка, являются наиболее распространенными, поскольку они идеально подходят для эффективной и быстрой обработки больших объемов небольших заказов. Несколько заказов или отгрузок могут быть собраны одновременно, а затем сгруппированы в отдельные заказы, что значительно увеличивает пропускную способность складской си-

стемы за счет сокращения времени отбора товаров. При большой загрузке склада с большим количеством отборщиков и номенклатуры продукции также может быть эффективен волновой отбор, что связано с тем, что данный метод сокращает заторы между местами размещения и для достижения оптимальной производительности позволяет группировать заказы по зонам.

Одним из мировых глобальных трендов в области проектирования складских систем «последней мили», обеспечивающих гибкость и многофункциональность систем, является строительство многоэтажных складских комплексов, которые отвечают запросу сегодняшнего дня и представляют собой универсальное решение для индивидуализированных потребностей клиентов. Практика проектирования многоэтажных складских систем берет свое начало в Азии, где стремительный экономический рост и индустриализация экономики происходили на фоне острой нехватки земельных ресурсов. Так, сегодня в Гонконге средняя высота складских комплексов составляет 12 этажей, а в Токио и Сингапуре – 5 этажей. Сегодня решение по проектированию многоэтажных складов получило свое распространение и в странах Европы и Америки. Так, в 2018 г. американская компания Prologis завершила строительство первого в США 3-этажного логистического комплекса, расположенного в южной части Сиэтла, вблизи основного делового района, рядом с портом Сиэтла. Общая площадь объекта составляет 55 тыс. м², доступ на второй уровень осуществляется по рампе, на третий этаж – через грузовые лифты. Первый этаж площадью более 22 тыс. м² имеет 130 грузовых кортов и 60 грузовых «фартуков». Высота потолков – 8,5 м. Площадь второго этажа – 16 тыс. м², чистая высота – 7,3 м, доступ осуществляется по двум рампам. Третий этаж площадью почти 17 тыс. м² и высотой 4,9 м предназначен под офисы, производство и нетяжелое складирование. Говоря об отечественной практике внедрения многоэтажных складских систем необходимо отметить, что здесь данный тренд тоже набирает обороты. Одним из многоэтажных представителей в России является продовольственный оптово-распределительный центр Green Store. Многоэтажный склад в черте города сочетает функции холодного склада (цоколь и 1-й этаж), морозильного склада (2-й этаж) и офисных помещений (3-й этаж) [7].

На основе всего вышеизложенного в таблице 1 представлена взаимосвязь предлагаемых проектных решений и соответствующих

им показателей эффективности функционирования складских систем «последней мили».

Таблица 1 – Взаимосвязь проектных решений и показателей эффективности функционирования складских систем «последней мили»

Проектное решение	Ожидаемый эффект
Организация высокотехнологичного хранения	Обеспечение гибкости складской системы и скорости прохождения материального потока за счет увеличения плотности размещения грузов, сокращения времени пути до нужного товара и упрощения доступа к ТМЦ
Автоматизированные операции	Обеспечение гибкости складской системы и скорости прохождения материального потока за счет исключения ошибок, связанных с человеческим фактором
Внедрение развитой системы отбора и комплектации	Обеспечение гибкости складской системы и скорости прохождения материального потока за счет одновременной и быстрой сборки нескольких заказов
Возможности для многоэтажного хранения	Обеспечение гибкости складской системы и скорости прохождения материального потока за счет высокой многофункциональности системы

Таким образом, в заключение стоит еще раз отметить, что гибкость складской системы как неотъемлемой части всей логистической системы компании, а именно способность продолжать экономически эффективное функционирование даже в период непредсказуемых и значительных изменений во внешней среде, является одним из главных факторов успеха и выживаемости в условиях современных реалий. В период пандемии именно этот фактор позволил многим логистическим системам крупных предприятий выстоять, так как их логистика смогла быстро адаптироваться к новым запросам клиентов, самым распространенным из которых стала доставка товаров домой, что дало сильный толчок к активному развитию складских систем «последней мили». Однако повышение гибкости складских систем «последней мили» требует внедрения уже на этапе их логистического проектирования таких решений и технологий, которые в будущем смогут обеспечить быструю адаптируемость складской системы к любым изменениям во внешней среде.

Список использованной литературы

1. Алексеев Г. Гонки на «последней миле» // Ежедневная деловая газета РБК». – 2019. – № 148 (3103).
2. Дыбская В.В. Логистика складирования. – М.: ИНФРА-М, 20017. – 559 с.
3. Михайлюк М.В. Интернет-торговля и логистика omnichannel: особенности современного рыночного цикла многоканального развития ретейла // Финансовые исследования. – 2016. – № 4 (53). – С. 244-249.
4. Фразелли Э. Мировые стандарты складской логистики. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 330 с.
5. Шульженко Т.Г. Актуальные проблемы управления терминально-логистическими комплексами в цепях поставок : монография. – СПб.: СПбГИЭУ, 2011. – 279 с.
6. Шульженко Т.Г. Методологические вопросы проектирования и управления складскими системами в логистике // Вестник Инжэкона. Серия: экономика. – 2009. – № 3. – С. 204-207.
7. Skladman USG Обзор рынка многоэтажных и многоярусных складов / Skladman USG. – М., 2019. – 105 с.

Гемма А.А.

ЛОГИСТИКА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В РАМКАХ ЭКОСИСТЕМНОГО ПОДХОДА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Цифровизация как системный регулятор социально-экономических процессов во всем мире predeterminedли существенный прогресс практически во всех отраслях народного хозяйства каждого государства, но в системе государственных закупок цифровизация открыла новые горизонты, обеспечив прозрачность и доступность процесса организации и осуществления практически всех сложносоставных процедур и сделав каждого индивида по желанию участником процесса. С этой точки зрения отметим эффективность развития информационных технологий в плане воплощения в жизнь инноваций и технологических инициатив.

В результате цифровой трансформации и развития информационной составляющей диджитал-технологий проектирование и функционирование логистических систем государственных и муниципальных закупок на новом уровне обусловили необходимость корректировки законодательной базы и исключения по сути барьерных проце-

дур, введения типовых документов и глобальной интеграции в цепях поставок. Ситуацию так же существенно скорректировало распространение инфекции COVID-19. Следует отметить, что все задачи, обусловившие совершенствование законодательной базы, направленные на развитие здоровой конкурентной среды, реализованные в течение последних лет, формируют условия для проведения «честных» закупок.

С появлением санкций хозяйственный комплекс нашей страны находится в вынужденном режиме экосистемы, а с появлением угрозы заражения COVID-19, закрытием границ и усилением территориальной разобщенности эта ситуация существенно усилилась. В это же время вступили в силу и новые правила функционирования госзаказа и контрактной системы в российской экономике. На данном этапе, на наш взгляд, вопрос только в том, чего же не хватает этой системе для полного самообеспечения. В результате санкционных ограничений недостаток продуктов питания, а именно некоторых деликатесов, существенно не ощутим, но недостаток лекарственных средств значительно отражается на возможностях реализации экосистемного подхода.

Технологические инициативы и инновации, которые могут и должны быть эффективно реализованы, но не получают существенного развития из-за присутствия коррупционных схем, также могут получить должное развитие в рамках экосистемного подхода.

Сложность закупочной деятельности с целью обеспечения государственных нужд в отношении развития инновационных проектов и технологических инициатив является неотъемлемой частью самого логистического процесса.

Следует отметить, что в современных реалиях система государственных закупок не в полной мере обеспечивает атмосферу правомерной здоровой конкуренции и тем самым препятствует развитию инноваций в стране в целом. Коррупционные схемы не позволяют развиваться действительно эффективным проектам, и все механизмы государственного обеспечения находятся под угрозой потери эффективности. В такой ситуации экосистемный подход невозможен, так как самообеспечение находится под угрозой. На любом уровне организации системы государственных закупок – на уровне муниципалитетов, регионального или федерального управления – эта деятельность предполагает формирование, мониторинг и постоянное совершенствование механизма, функционирующего в качестве отрасли, обеспечивающей деятельность всей социально-экономической систе-

мы. Но при этом важно именно с точки зрения логистического и экосистемного подходов сформировать механизм самообеспечения.

Потоки финансов, воплощенные в процессе реализации государственных закупок в формат товаров и услуг, обеспечивающих общественное потребление социально-экономических благ, содержат фундаментальную основу экосистемного подхода. Единство разноставных потоковых процессов в формате функционального подхода, свойственного с научно-институциональной точки зрения исследованию развития экосистем, применимо к объектам логистического контура достаточно эффективно. В первую очередь данная ситуация касается триады устойчивого развития (социо-эколого-экономический аспект), в соответствии с которой должно, на наш взгляд, выстраиваться дальнейшее развитие логистической системы закупок для государственных нужд.

Список использованной литературы

1. Альбеков, А.У., Кушнарев В.В. Логистическая трансформация системы управления закупками для государственных нужд // Коммерция и логистика: Сб. науч. трудов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2013. – Вып. 11. – С. 14–21.

2. Коррупция в сфере государственных закупок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rusjurist.ru/goszakupki_i_tendery/korrupciya_v_sfere_gosudarstvennyh_zakupok

3. Оптимизация системы государственных закупок на основе развития диджитал-технологий. Технологические инициативы в достижении целей устойчивого развития: Материалы международной научно-практической конференции. XV Южно-Российский логистический форум. 10-11 октября 2019 г. – Ростов н/Д : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2019. – 417 с.

4. Сайт государственных закупок [Электронный ресурс] / Введение в конкурсы и тендеры. – Режим доступа: <http://zakupki.gov.ru>.

5. Цифровизация логистических закупок для государственных нужд. Инфраструктура рынка: проблемы и перспективы: Уч. зап. – Ростов н/Д: Издательско-полиграфический комплекс Рост. гос. экон. ун-та (РИНХ), 2019. – Вып. 25 – 151 с.

6. Эмпирический анализ системы госзакупок в России / Под ред. А.А. Яковлева, О.А. Демидовой, Е.А. Подколзиной. – М.: Высшая школа экономики, 2015. – 360 с.

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ТЕХНОЛОГИИ CONTROL TOWER В УПРАВЛЕНИИ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

По определению всемирно известной консалтинговой компании Capgemini Consulting [5], «Control Tower цепи поставок – это центральный хаб с продвинутыми технологиями, организационной структурой и процессами, необходимыми для сбора и использования данных, обеспечивающими улучшенную видимость цепи поставок для принятия краткосрочных и долгосрочных решений, которые соответствуют ее стратегическим целям».

Цифровая инфраструктура Control Tower обычно иллюстрируется как диспетчерский центр с компьютерными интерфейсами (dashboards), на которых отображается актуальная онлайн-информация о параметрах цепи поставок [2-4], а также выдаются предупреждения об исключительных ситуациях, что позволяет SC-менеджерам/диспетчерам принимать решения по управлению логистическими рисками в цепи (рис. 1).



Рисунок 1 – Вид центрального пульта управления Control Tower¹

Несмотря на то что термин Control Tower (СТ) в настоящее время широко используется в управлении цепями поставок (УЦП) и логистике, поставщики программного обеспечения часто имеют в виду разные возможности при упоминании данной цифровой технологии (комплекс-

¹ Источник: <https://www.supplychain.com.gartner-questions-supply-chain-control-tower>

са технологий). По своей сути, диспетчерский центр цепи поставок (Supply Chain Control Tower – SCCT) соединяет часто разрозненные IT-системы, чтобы предоставить контрагентам цепи поставок полную и достоверную информацию при контроле и мониторинге товарных потоков в цепи. Помимо этого, каждая версия SCCT может различаться – от диапазона и типов устройств (IoT), которые к ней подключаются, до того, насколько широким или детализированным является понимание, как она соединяет несколько частей в сети (Supply Network) и какую часть цепи поставок охватывает. Более того, многие СТ предлагают, помимо решения о видимости в цепи, еще и различную аналитику и позволяют контрагентам корректировать активности внутри цепи, что не является фундаментальной функцией контроля.

Описание стадий развития концепции Control Tower приведено в таблице 1 [1].

Таблица 1 – Характеристика стадий развития концепции Control Tower

Стадия	СТ 1.0	СТ 2.0	СЕ 3.0	СЕ 4.0
Описание/ характеристика	<i>Control Tower как платформа для логистики</i>	<i>Control Tower как индикатор исключений и оповещений</i>	<i>Control Tower как мультиагентный диспетчер</i>	<i>Control Tower как автономный контролер</i>
	<p>Прозрачность партнеров по цепи поставок: поставщики, контрактные производители, перевозчики, 3PL-провайдеры.</p> <p>Анализ спроса в конце цепи поставок:</p> <ul style="list-style-type: none"> • отслеживание pull-процессов; • гибкость и динамичность 	<p>Инструменты реагирования – изменения в планах с учетом данных или операций.</p> <p>Использование технологии SCEM.</p> <p>Аналитика в реальном масштабе времени – прогнозы и предиктивная аналитика</p>	<p>Видимость и контроль, ориентированные на потребителя от всех контрагентов цепи поставок.</p> <p>Сетевой уровень программных приложений SOE между SOR, людьми и вещами.</p> <p>Многопрофильные рабочие процессы и согласование процессов.</p> <p>Параллельное, в реальном времени, выполнение процессов через мультиагентов</p>	<p>Автономная реакция и обучение.</p> <p>Совместный обмен информацией.</p> <p>Самокорректирующаяся цепь поставок.</p> <p>Машинное обучение и искусственный интеллект</p>

Традиционный «диспетчерский центр» (Control Tower 2.0) обеспечивает видимость только дуальным контрагентам цепи, зачастую исключительно в транспортировке (TMS программные решения). Усовершенствованная интеллектуальная система Control Tower 4.0 обеспечивает прозрачность/видимость в цепи поставок, помощь в принятии решений (управление рисками) и аналитику в реальном времени, которая отслеживает, управляет и контролирует выполнение запланированных параметров всей сетевой структуры цепи поставок [7].

Простой способ оценить ценность СТ – рассмотреть две его основные составляющие: видимость и контроль. Вы не можете контролировать то, что не видите, но вы также получаете мало информации от панели инструментов, которая указывает множество рискованных ситуаций (событий), не позволяющих сразу решить проблему имеющимися средствами, или ограничивает ваши активности.

Практически любая цепь поставок не может похвастаться сквозной прозрачностью, и решения по УЦП не охватывают всю цепь. По факту на сегодняшний день большинство сквозных возможностей относятся к транспортной составляющей выполнения заказов клиентов и, как правило, предлагаются как часть TMS [6]. Хотя это, безусловно, важный компонент выполнения заказа, ее ограниченный объем также сужает возможности для оптимизации всей цепи и экономии ресурсов. Кроме того, любое решение, которое только покрывает несколько звеньев цепи поставок, неизбежно увеличивает организационную разобщенность между остальными контрагентами.

Чтобы воспользоваться возможностью и устранить разрозненность в многоагентной сетевой структуре цепи поставок, Control Tower должен обеспечивать прозрачность каждого этапа жизненного цикла выполнения заказа. Это должно включать в себя мониторинг и понимание всех нестандартных ситуаций: входящая, исходящая и реверсивная логистика применительна не только к транспортировке, но и к распределению, складированию, управлению запасами, производству и ремонту оборудования и т.д. Чем больше контента предлагает Control Tower, тем больше возможностей для информирования контрагентов и эффективного принятия решений в цепи поставок.

Когда приходят предупреждения о проблемах в цепи поставок, важно не только немедленно принять меры, но и учитывать, как эти меры будут влиять на остальную часть цепи поставок. Контрагенты цепи поставок должны взвесить в полном объеме свои обязательства по отношению к целям других контрагентов, таким как сокращение

запасов или балансирование затрат по сравнению с уровнем обслуживания клиентов. Если СТ не обеспечивает полный обзор цепи поставок «с высоты птичьего полета», контрагенты подвергаются большему риску действовать таким образом, чтобы отрицательно повлиять на другие звенья цепи.

Видимость цепи поставок также должна быть обеспечена на детальном уровне. Помимо общего обзора, контрагенты должны иметь возможность детализировать заказ клиента, чтобы оптимально выполнить каждый его элемент. Обеспечение последовательного, рентабельного и исключительного обслуживания клиентов требует соблюдения основных этапов выполнения заказа во всех бизнес-процессах, включая производство, логистику и любые этапы транзита и таможи. Эта глубинная видимость позволяет контрагентам цепи поставок при необходимости изменять и перепланировать выполнение заказов при появлении новых и лучших условий.

Конечная цель повышения видимости и многостороннего сотрудничества в цепи поставок на базе использования концепции Control Tower часто может быть связана с максимизацией уровня так называемого «идеального заказа» – OTIF¹. Сегодня ожидания клиентов выше, чем когда-либо. Растет потребность в более быстрой привязке потенциальных клиентов, большем удобстве, высоком уровне логистического сервиса и полной прозрачности в ходе выполнения заказа. Максимизация OTIF является неотъемлемой частью построения программы лояльности клиентов и достижения конкурентного преимущества. Однако цифровая модель СТ, которая работает по всем этим направлениям, требует оперативного контроля затрат [8].

Аспект «Видимость» в Control Tower дает компаниям цепи поставок возможность понять, что происходит с их продуктами, обеспечить прозрачность для своих клиентов и получать уведомления о любых проблемах по мере их возникновения. От того, как быстро, эффективно и тщательно контрагенты цепи поставок будут действовать в соответствии с этой информацией, зависит, насколько они могут улучшить свои конкурентные позиции и прибыльность. Следовательно, уровень контроля, который обеспечивает Control Tower, можно измерить по степени его маневренности, гибкости и продолжительности действия в цепи поставок.

Цифровизация и изменение ожиданий потребителей значительно усложнили цепи поставок. Чтобы справиться с растущими требо-

¹ OTIF – On Time in Full (точно в срок и с заданными параметрами логистического сервиса).

ваниями и давлением отраслей, фокусные компании создают мульти-эшелонированные глобальные сети, которые усложняют процессы настолько, насколько обещают невероятные возможности. Следовательно, лучшими решениями являются те, которые не только упрощают взаимодействия в цепи поставок, но и используют все возможности для оптимизации процессов и лучшее обслуживание клиентов, контролируя расходы. В этом отношении Control Tower могут дать компаниям серьезные преимущества.

Однако обеспечение СТ только видимости в цепи поставок недостаточно. Данные должны быть контекстными и происходить в реальном времени, чтобы решения не только были информативными, но и оказывали максимальное влияние на нивелирование рисков в цепи поставок. Кроме того, СТ на самом деле не дает «контроля», если пользователь не может действовать прямо в приложении. Необходимость входа в систему в другом месте приводит к потере связей и увековечиванию разрозненности и ошибок. СТ должен быть гибким и достаточно маневренным, чтобы можно было быстро адаптироваться к изменениям и обновлению в выполнении заказа по мере его продвижения по цепи поставок.

Существует в значительной степени неиспользованный потенциал в достижении подлинной сквозной прозрачности цепи поставок и реального контроля через мультиэшелонированную бизнес-сеть. В настоящее время множество процессов остается излишне разделенным и изолированным. Современные СТ должны охватывать сегодняшнюю сложную цепь поставок, используя данные из каждой ветви экосистемы, и предоставлять пользователям возможность использовать каждый из своих ресурсов на всех этапах жизненного цикла любого заказа. Современный диспетчерский центр цепи поставок должен быть больше, чем просто управление исключениями – он должен быть направлен на поиск и максимальное использование всех типов ресурсов цепи.

Список использованной литературы

1. Сергеев В.И., Дыбская В.В. Концепция Supply Chain Control Tower: методология проектирования и практическая реализация // Логистика и управление цепями поставок. – 2019. – № 2. – С. 3-14.

2. Сергеев В.И. Логистика и управление цепями поставок – специальность 21 века // Логистика и управление цепями поставок. – 2018. – № 6. – С. 3-30.

3. Сергеев В.И., Сергеев И.В., Хлобыстова К. Проблема видимости цепи поставок и использование концепции Supply Chain Control Tower // Логистика. – 2020. – №3. – С. 28-36.

4. Сергеев И.В. Мониторинг цепей поставок с использованием технологии Control Tower // Логистика. – 2019. – № 5. – С. 44-49.

5. Global Supply Chain Control Towers: Achieving end-to-end Supply Chain Visibility. – Capgemini Consulting, 2011. – 16 p.

6. Control Tower Technology Value Matrix 2018 / document number: S178, November, 2018. URL: www.NucleusResearch.com

7. Lippincott Seth, Najmi Adeel. Inside Control Tower 4.0: Achieving disruptive results from autonomous control towers. – One Network Enterprises, Nucleus Research, 2018. – 27 p.

8. What is a Supply Chain Control Tower? URL: <https://www.accenture.com/gb-en/insight-supply-chain-avoids-extinction>.

Каточков В.М., Савин Г.В.

ИНФОРМАТИЗАЦИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ УМНОГО ГОРОДА

Сегодня существует тренд развития умных городов в России и мире, ориентированный на повышение качества жизнедеятельности человека при ускоряющихся темпах роста численности населения, которое, в свою очередь, создает дополнительные проблемы в области организации движения экономических ресурсов при ускорении их оборачиваемости. При этом пандемия COVID-19 подтолкнула структурные изменения в экономике, вызвав трансформацию принципов и методов работы, а также повлияла на изменение структуры транспортно-логистических систем.

Существующие индексы оценки (IESE Cities in Motion Index, Global Power City Index, Juniper Research, EasyPark Smart City Index и пр.) отражают множество показателей в области экономики, социального и человеческого капитала, управления, окружающей среды, технологий и прочих сферах. Они также позволяют отнести город к категории «умный» по направлению «мобильность» (или «доступность»).

Одним из реализуемых путей оптимизации потоковых процессов в городе является развитие интеллектуальных транспортных систем, которые позволяют изменить структуру передвижения в городе. В рамках данного направления реализуются программы по электрификации транспорта, развитию велосипедного движения, каршеринга, высокоскоростного движения, автоматического наблюдения и управления движением на дорогах, которое предполагает использование дат-

чиков, камер, умных светофоров и дорожных знаков и пр. [1, 4]. Также реализуются стратегии сокращения использования автотранспортных средств, увеличения использования общественного транспорта, межведомственного сотрудничества и безопасности дорожного движения.

Развиваются также следующие системы: информирования для водителей, которая призвана влиять на поведение водителя, предоставляя информацию о времени поездки по различным вариантам маршрута; взимания платы за проезд; информирования жителей о движении общественного транспорта через информационные табло на остановках, транспорте и через специальные сервисы и приложения; управления автопарком, которая позволяет контролировать дислокацию, маршрут, расход топлива автомобиля, выбросы, проводить диагностику для проверки и выявления проблем и предлагать решения; сбора информации о заполняемости общественного транспорта [5].

Многие города внедряют систему административных ограничений (запрет на въезд, или плата за проезд автомобилей) для облегчения экологической обстановки и решения проблем заторов в городе. Создаются зоны сверхнизких выбросов.

Важнейшим показателем, который позволяет оценить эффективность потоковых процессов в городе, выступает дополнительное время, потраченное за рулем в час пик, которое при развитии интеллектуальных транспортных систем возможно контролировать и прогнозировать (табл. 1).

Таблица 1 – Рейтинг умных городов

Лидеры умных городов IESE Cities in Motion Index, 2020 г.	Дополнительное время за рулем в час пик в год, час	Рейтинг умных городов по дополнительному затраченному времени
1. Лондон	149	9
2. Нью-Йорк	142	8
3. Париж	163	10
4. Токио	139	7
5. Рейкьявик	98	1
6. Копенгаген	105	2
7. Берлин	124	4
8. Амстердам	112	3
9. Сингапур	135	6
10. Гонконг	131	5

Можно подчеркнуть, что развитие интеллектуальной транспортной системы в городе является необходимым атрибутом формирования умного города, и современные города идут по пути создания наиболее благоприятной среды, внедряя передовые цифровые технологии, изменяя карту мобильности, скорость, развивая интеллектуальную инфраструктуру и пр. Но временные потери в городе растут.

Интеллектуальная транспортная система является только частью транспортно-логистической системы (ТЛС) умного города, которая не учитывает все потоковые процессы в городе. Пандемия COVID-19 подтолкнула транспортно-логистическую систему (транспортно-логистические и производственные компании, ретейлеров, дистрибуторов и пр.) к трансформации, что при ускоренной цифровизации приводит к усилению близости потребителя и производителя, изменяются привычные каналы взаимодействия, но, к сожалению, сегодня ТЛС города не рассматривается как компонент интеллектуального единого информационного пространства города, а развивается как элемент обеспечения. При этом логистический подход в условиях цифровой экономики не в полной мере отражен для единой транспортно-логистической системы города.

В современных условиях развитие информационно-коммуникационных технологий закладывает новые принципы и формы будущих взаимоотношений, а это позволяет утверждать, что произойдет существенное преобразование транспортно-логистической системы города. В этой ситуации информация превращается в стратегический элемент безопасности и инновационного развития, который позволит рационализировать поступательное движение любого города к заданным характеристикам умного города и транспортно-логистической системе нового типа – интеллектуальной системе с кооперативными и автономными транспортно-логистическими элементами в едином информационном пространстве функционирования и развития.

Существующие потоковые процессы в транспортно-логистической системе города (связанные с передвижением людей, а также организаций города) можно назвать обеспечивающими. При развитии технологий необходимо задаться вопросом о том, что их наделяет новыми свойствами, обеспечивающими движение транспортно-логистической системы к новой форме функционирования. При этом важна не только соответствующая инфраструктура, но и

НИОКР, а также интеллектуальный анализ и выбор комплексного решения на основе логистического подхода.

Подчеркнем, что виртуальные эксперименты и моделирование, виртуальное взаимодействие и большие данные [2, 3] как наиболее прогрессивные технологии будут задавать вектор развития транспортно-логистических систем умного города в будущем. Накопление информации, анализ, хранение, принятие решения являются стандартными операциями любой логистической системы, но если оптимизационное комплексное решение найдено с помощью перечисленных выше технологий и создания «цифрового двойника» транспортно-логистической системы умного города, который затрагивает не только процессы функционирования (выполнение текущих процессов при заданной энтропии, а также затратах), но и процессы развития (обучение, системная инженерия и пр.), то можно констатировать, что в городе сформирован только первый этап развития транспортно-логистической системы умного города.

По нашему мнению, свойства самообучаемости и интеллектуальный поиск лучшего решения позволяют войти любому потоковому процессу в категорию «умный».

Поможет решению задачи развития интеллектуальной системы с кооперативными и автономными транспортно-логистическими элементами в едином информационном пространстве функционирования и развития формирование городской цифровой платформы транспортно-логистической системы умного города, которая является гиперконвергентной и трейдинговой системой и обеспечивает перманентную координацию потоковых процессов, а именно: контролирует выполнение контрактов на транспортировку (передвижение) с учетом перегрузки (пересадки), контролирует ремонт, обслуживание транспортно-логистической, цифровой и интеллектуальной инфраструктуры, предоставление услуг, обеспечивает укомплектованность кадрами и более эффективное использование общественного транспорта. Помимо этого, городская цифровая платформа инициализирует и формирует цепочку «обучение – НИОКР – высокотехнологичное производство» в транспортно-логистической системе умного города с целью ее развития и улучшения качества жизни человека.

Список использованной литературы

1. Jonescu E., Mercea T., Do K., Sutrisna M. In support of sustainable densification in urban planning: a proposed framework for utilising CCTV for

propagation of human energy from movement within urban spaces // Urban, Planning and Transport Research. – 2020. – Vol. 8. – № 1. – P. 24-43.

2. Anda C., Erath A., Fourie P.J. Transport modelling in the age of big data // International Journal of Urban Sciences. – 2017. – Vol. 21. – No. sup1. – P. 19-42.

3. Legacy C. Transport planning in the urban age // Planning Theory & Practice. – 2017. – Vol. 18. – № 2. – P. 177-180.

4. Sultana S., Salon D., Kuby M. Transportation sustainability in the urban context: a comprehensive review // Urban Geography. – 2019. – Vol. 40. – No. 3. – P. 279-308.

5. Jin S.T., Kong H., Sui D.Z. Uber, public transit, and urban transportation equity: a case study in New York City // The Professional Geographer. – 2019. – Vol. 71. – No. 2. – P. 315-330.

Кузнецов В.А.

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РЫНОК ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Исходя из нынешней обстановки в мире, можно предположить, что логистика в ближайшем будущем не будет такой, как прежде: ей придется трансформироваться с целью адаптации под актуальные условия ведения бизнеса. Вероятнее всего, кризис, спровоцированный пандемией COVID-19, будет только разрастаться. Это можно понять по динамике его распространения и тому, что все больше стран пойдут на вынужденные меры, к самым серьезным из которых можно отнести закрытие границ, что, в свою очередь, безусловно, негативно повлияет на бизнес-процессы во всем мире, в частности, экономике РФ.

Основные проблемы из-за COVID-19 связаны в первую очередь с логистикой. Из-за сложностей на границах возникли существенные задержки в поставках товаров из-за рубежа, что, в свою очередь, негативно сказалось на ведении бизнеса в стране в целом. От этой проблемы пострадали все участники рынка – от мелких компаний до транснациональных.

Рассматривая проблему пандемии COVID-19 через призму логистики, необходимо выделить трудности в функционировании нескольких сфер деятельности:

1. Сбои в работе общественного транспорта.

2. Сложности, связанные с построением рабочих процессов удаленно, в связи с повышенным риском заболеваемости сотрудников.

3. Финансовые потери всех участников логистических процессов – от владельцев объектов инфраструктуры до транспортных компаний.

4. Ограничения поставок, связанные с закрытием границ.

5. Сложности с поставками продуктов первой необходимости малозащищенным слоям населения.

Как бы быстро ни развивалась автоматизация рабочих процессов в логистике, все равно очень большой объем работы, начиная с подготовки грузов, упаковки и заканчивая оформлением документов, выполняют люди, а в связи с карантинными мерами многие предприятия переводят своих сотрудников на удаленную работу, следствием чего могут стать различного рода ошибки при передаче данных и в оформлении документов.

Еще одной очевидной проблемой является рост рисков. Нужно понимать, что сокращение поставок грузов достаточно болезненно ударит по грузовладельцам, которые, очевидно, будут предпринимать попытки восполнить эти потери, обращаясь к новым контрагентам, что, в свою очередь, приведет к резкому росту мошеннических схем и пропажам грузов.

Потери инфраструктурных отраслей России от эпидемии по состоянию на 1 мая 2020 г. составили около 507 млрд руб., в структуре которых практически половину составляют потери, понесенные транспортной отраслью. Колоссальные убытки для рынка логистических услуг были спровоцированы в том числе введенными ограничениями на перемещения граждан. Для наглядного представления наиболее уязвимых мест в транспортной сфере представим график, демонстрирующий долю потерь транспортной отрасли РФ в годовой выручке, в процентах, составленный компанией InfraOne Research (рис. 1).

Что касается денежного выражения понесенных транспортной отраслью РФ потерь, которые составили около 230 млрд руб., то их структура представлена на рисунке 2.

Фактическое прекращение пассажирских перевозок сильнее всего ударило по сектору авиаотправок. В денежном выражении потери данной сферы составили около 113 млрд руб., наибольшая доля в которых – у направления международных авиаперевозок. Так как грузопоток значительно снижен, авиакомпании зачастую работают с использованием чартерного расписания, применяют тарифы с повышенным ко-

эффицентом. Все текущие тарифы определяются перевозчиками в момент бронирования и не гарантируются на длительный период.

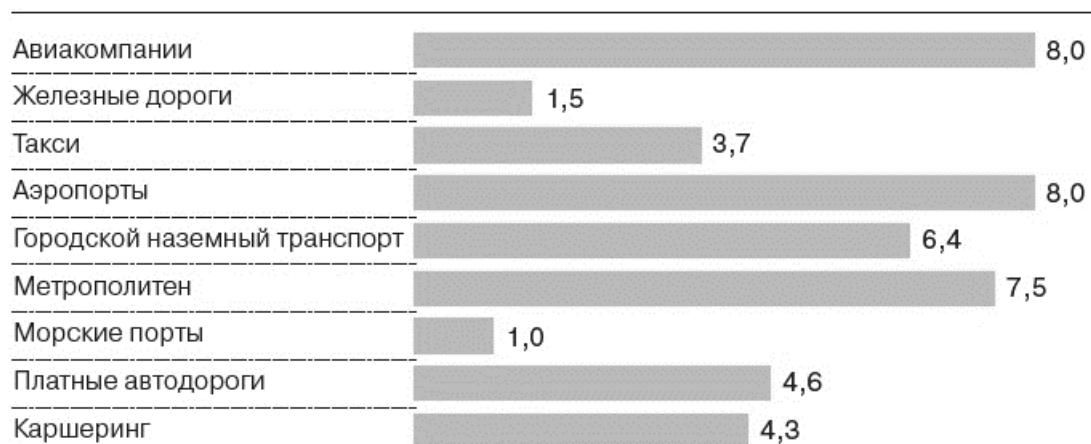


Рисунок 1 – Доля потерь транспортной отрасли РФ в годовой выручке, %



Рисунок 2 – Потери российских транспортных компаний от ограничений в связи с пандемией COVID-19, млрд руб.

«Отрасль железнодорожных перевозок переживает кризис. Однако есть позитивные тенденции. Восстанавливается грузовой поток из стран Азии. На фоне экономического спада ОАО «РЖД» приняло беспрецедентные меры для стимулирования перевозок скидками (на транспортировку угля, антрацита и др.). Со скидкой до 42,5% отправляются и социально значимые грузы в крытых вагонах (кстати, ОАО «РЖД» отмечает рост погрузки продуктов питания на фоне эпидемии: в марте на 16,9% с опережающим ростом отдельных позиций, в том числе сахара – на 85,6%, овощей – на 42,3%). В операторском сегменте продолжает развиваться циклический спад – замедление экономической активности влияет и на рынок предоставления вагонов.

В целом железнодорожные перевозки в другие направления осложнены, ставки возросли.

Эпидемия коронавируса затронула и автоперевозки. Ставки из Российской Федерации в страны СНГ (особенно в Казахстан) поднялись примерно на 50%. Отгрузки в Молдавию и Сербию закрыты на период карантина, в том числе и для коммерческого транспорта. Приоритет или «зеленый коридор» для въезда во все страны отдается для грузового транспорта с продуктами питания и медицинскими товарами. СВХ работают в обычном режиме. В целом импорт и экспорт из Европы осуществляются в штатном режиме» [1].

Подводя итог вышеизложенному, можно констатировать, что на сегодняшний день государства находятся на переходном этапе. Об этом говорит процесс адаптации транспортной сферы к обновленным условиям деятельности, а также планомерное восстановление после кризиса. Однако целый ряд рисков все же сохраняется. Существует некоторая неопределенность в дальнейших перспективах для глобальных транспортно-логистических систем, а порождаются они рядом факторов: ожидание второй волны пандемии, рост числа заболевших COVID-19 в некоторых странах мира, а также частичное восстановление ранее снятых ограничений и многие другие. Стоит заметить, что эта неопределенность касается не только сроков возвращения к показателям докризисного периода, но и будущего облика транспортной сферы в постковидном мире в целом.

«Пандемия COVID-19 может стать отправной точкой для глобальных изменений в сфере транспорта, поскольку она фундаментально изменяет сформировавшиеся привычки и порядок в данной отрасли. Таким образом, период вызовов и угроз можно рассматривать как уникальную возможность для правительств поспособствовать переходу к более устойчивым видам транспорта» [3, с. 53].

Список использованной литературы

1. Retail.ru – Портал для ретейлеров и поставщиков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/logisticheskie-trendy-2020-2021-goda-vliyanie-pandemii-covid-19-na-perevozki/>, свободный (дата обращения: 02.10.2020).

2. Бутов А. Влияние коронавируса на российский рынок грузоперевозок [Электронный ресурс] / Институт «Центр развития» НИУ «Высшая школа экономики» (<https://dcenter.hse.ru/otrasli>). – Режим доступа: https://docviewer.yandex.ru/view/1040620139/?page=6&* (дата обращения: 01.10.2020).

3. Дайджест. Транспортная сфера в контексте COVID-19. Департамент международного и регионального сотрудничества. Счетная палата Российской Федерации, 2020 г.

4. Левшукова О.А., Матвеев А.С., Позоян Д.П. Возможные последствия пандемии COVID-19 на развитие экономики России // ЕГИ. – 2020. – № 3 (29). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnyeposledstviya-pandemii-covid-19-na-razvitiye-ekonomiki-rossii> (дата обращения: 01.10.2020).

5. Ползикова Е.В., Юрченко А.А. Анализ влияния пандемии на сферу авиаперевозок и туризм в России // Научный вестник ЮИМ. – 2020. – № 2. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vliyaniya-pandemii-na-sferu-aviaperevozok-i-turizm-v-rossii> (дата обращения: 02.10.2020).

Кулькова Е.П.

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ КОМПЛЕКТАЦИИ ЗАКАЗОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В УСЛОВИЯХ ИНТЕНСИВНОГО РОСТА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

Пандемия коронавируса внесла серьезные коррективы в управление цепями поставок логистических компаний во всем мире. Экономический кризис достаточно сильно ударил по логистической отрасли. Однако, несмотря на ухудшение ситуации в экономике в целом, есть сферы бизнеса, которые продемонстрировали значительный рост, в частности, пандемия ускорила темпы роста российской интернет-торговли.

Как утверждают аналитики Data Insight, режим самоизоляции привел в российскую интернет-торговлю не менее 10 млн покупателей. По их оценке, новые потребительские привычки ускорят рост интернет-торговли с прежних среднегодовых 28% до 34%. Пандемия коронавируса увеличит динамику роста российской интернет-торговли. Согласно отчету аналитиков Data Insight с 2019 по 2024 год среднегодовой темп ее роста составит 33,2%, за пять лет объем продаж товаров через Интернет вырастет с 1,7 до 7,2 трлн руб. [2].

Наибольший вклад в развитие отрасли внесут интернет-продажи товаров повседневного спроса: в этой категории, составляющей более половины всей розничной торговли в России, до сих пор самый низ-

кий процент проникновения интернет-торговли. Рост продаж в данном сегменте рынка еще может быть вызван и вынужденным переходом на удаленную работу, который повлечет за собой пересмотр многими компаниями офисной политики: 5-7 млн человек в России могут перейти на удаленную работу, часть из них может уехать из мегаполисов, что даст стимул для развития интернет-торговли в регионах [2].

Необходимо понимать, что после нормализации эпидемиологической ситуации, которая прогнозируется к лету 2021 года, будет наблюдаться заметный отток уже существующей онлайн-аудитории, которая направится за покупками в ТЦ, но позднее вернется в Интернет.

Однако анализируя ситуацию, связанную с ростом объемов Интернет-торговли, можно наблюдать серьезное увеличение нагрузки на качество и скорость формирования заказов потребителей на складах интернет-магазинов и логистических провайдеров, на уровень логистического сервиса. Своевременная комплектация заказов оказывает прямое влияние на скорость доставки, и ее некачественная организация может привести к сбоям в работе всей цепи поставок.

Решение проблемы эффективной комплектации заказов потребителей возможно на основе использования инновационных складских технологий. Рассмотрим более подробно основные логистические инструменты, позволяющие оптимизировать процесс комплектования заказов на складах как интернет-магазинов, так и крупных логистических провайдеров.

Логистические операции по комплектации заказов потребителей на складах, как правило, осуществляются в двух направлениях: «товар к человеку» и «человек к товару». В таблицах 1 и 2 систематизированы ключевые инновационные технологии в области комплектации заказов потребителей, которые в настоящее время активно внедряются на складах крупных компаний и 3PL-провайдеров.

Рассмотренные выше инновационные решения в области складской логистики сегодня уже опробовали в своей деятельности крупные компании, в их числе: DHL, FedExGround, X5 RETAIL GROUP и др.

Использование инновационных логистических решений оказывает существенное влияние на эффективность выполнения складских операций, в частности позволяет повысить точность комплектации заказов, четко и слаженно осуществлять выполнение консолидации, сортировки и сбора заказов, позволяет избежать ошибок при обслуживании клиентов, увеличивает скорость процесса комплектования заказов от 10 до 40% в зависимости от сферы деятельности компании, а также

улучшает такой показатель, как объем товарооборота компании, и в тоже время будет являться важным фактором конкурентоспособности.

Таблица 1 – Примеры инновационных логистических решений при комплектации заказов по системе «товар к человеку» (составлена автором)

Инновационные технологии	Краткое описание технологии
Дроны	Могут быть использованы для обработки информации по товарам, расположенным на верхних стеллажах, высокая востребованность в складах высотой до 40 метров, крупных логистических операторов. Выполняемые функции: сканирование штрихкодов, доставка продукции из зоны хранения в зону комплектации
Шаттлы	Шаттлы осуществляют транспортировку продукции из зоны приемки в зону хранения, могут быть синхронизированы с автоматической системой управления складом. Эффективно применение шаттлов для транспортировки нестандартных и срочных грузов
Автономные беспилотные тягачи (робокары)	Используются для перемещения по зонам склада крупных грузов. Имеют сенсорное обеспечение, которое позволяет быстро и точно ориентироваться в складском пространстве
Автоматизированные краны – штабеллеры	Осуществляют погрузочные работы на складе, как правило, используются на высотных складах
Роботы-коллабраторы	Высокопроизводительные роботы-манипуляторы. Основная функция которых – упаковка товаров. Позволяют ускорить данную операцию
Роботы-тележки	Как правило, используются в зонах хранения для отбора товара и его перемещения в зону комплектации. Для перемещения данного оборудования необходимо дополнительное оснащение склада. Преимуществом является сокращение время отбора заказа

Таблица 2 – Примеры инновационных логистических решений при комплектации заказов по системе «человек к товару» (составлена автором)

Инновационные технологии	Краткое описание технологии
Quick pick – быстрый отбор	Используется, как правило, при комплектации заказов, которые хранятся на нижних ярусах стеллажей. Позволяет перемещать погрузчик дистанционно с помощью пульта. Пульт является «умная перчатка» от компании Crown. Увеличивает скорость комплектации заказа до 25%
Pick-by-Voice – голосовой отбор	Современная технология автоматизированной идентификации товаров в складских комплексах. Программное обеспечение в данной технологии голосовыми сообщениями инструктирует комплектовщика о его направлениях во время перемещения по складу при отборе заказа. Контроль выполнения заказа может осуществляться в режиме реального времени. После завершения сборки заказа поступает информация о новом заказе. Данная технология повышает производительность персонала при сборе заказа, практически исключает ошибки, а также позволяет более точно и быстро проводить инвентаризацию на складе. Российские ретейлеры уже внедрили эту технологию, в частности, ее успешно использует X5 RETAIL GROUP в своих складских комплексах. Данная технология может эффективно использоваться и на других участках склада. Например, на участках приемки и погрузки товара
Pick to light – отбор по световому сигналу	Данная система основана на безбумажной технологии отбора заказов. Может использоваться на различных складских терминалах и направлена на оптимизацию работ по управлению складом. Ключевые составляющие данной системы – это световые модули, которые находятся возле каждой ячейки хранения. Эти модули управляют работой комплектовщиков, сообщают данные, необходимые для отбора заказа

RFID – радиочастотная идентификация	Данная технология уже широко используется в складском деле и в ближайшие годы будет становиться все более совершенной. Преимущества RFID включают более полный контроль и большую прозрачность складских запасов, что обеспечивает простоту инвентаризации, а также сокращение краж. RFID-метки содержат гораздо больше информации о грузе, чем штрихкод. Кроме того, RFID-метки передают информацию посредством радиоволн, что, например, позволяет получать информацию о грузе, не вскрывая упаковку, а значительно увеличивает скорость грузооборота [3]
SMART -очки – увеличенная реальность	Смарт-очки могут повышать эффективность комплектации заказов потребителей. Информирование комплектовщика о маршруте отбора заказа осуществляется компьютером через гарнитуру, при этом на очках высвечивается вся необходимая информация с указанием ячеек отбора. Это позволяет точно и быстро отбирать заказ. Руки комплектовщика свободны от бумаг и мобильного терминала, что значительно облегчает процесс отбора заказа

Можно сделать вывод, что в сложившихся условиях, связанных с пандемией коронавируса и, как следствие, повлиявших на рост интернет-торговли не только в России, но и в мировом масштабе, актуальность эффективного управления цепями поставок значительно возрастает, и именно использование компаниями инноваций в различных функциональных областях логистики позволит достичь этого результата.

Список использованной литературы

1. Кулькова Е.П. Современные тенденции развития инновационных технологий в области складской логистики // Теоретические и концептуальные проблемы логистики и управление цепями поставок : сб. статей II Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза, 2020. – С. 37-40.

2. Шестоперов Д. Пандемия охватила интернет-торговлю. Покупатели начинают привыкать к онлайн-шопингу [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/12/07/2020/5f0850989a794790e959424> (дата обращения: 7.10.2020).

3. Инновации со всего мира в сфере складских технологий [Электронный ресурс] / Компания ABC SKLAD. – Режим доступа: <https://sklad-moscow.ru/novosti/innovaczii-so-vsego-mira-v-sfere-skladskix-technologij.html> (дата обращения: 7.10.2020).

Парфенов А.В., Нью Цзяхуэй

ДЕТЕРМИНАНТЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК В КНР

Одним из глобальных последствий цифровизации мировой экономики является усиление тенденции перевода торговли в электронный формат [4]. Этот вывод распространяется на все ее виды, т.е. и на оптовую, и на розничную торговлю. Цифровой прогресс наиболее быстро идет в секторе B2C, хотя его торговый потенциал (т.е. возможность увеличения объемов товарооборота) по сравнению с сектором B2B намного меньше. Вследствие этого внимание специалистов в большей степени уделяется организации электронного управления цепями поставок в сфере закупок. Вопрос о приоритетах интегральной цифровой трансформации цепей поставок в оптовой торговле остается, соответственно, открытым. Существуют различные причины, обуславливающие необходимость поиска ответа на этот вопрос. Среди них нами выделяется потребность в развитии эффективного торгового сотрудничества между предприятиями РФ и КНР, которое уже давно приобретает цифровой контекст. Исходя из этого положения, рассмотрим детерминанты цифровизации цепей поставок в КНР, к числу которых нами относится формирование в этой стране нового электронного экономического пространства.

Согласно официальным данным бюро статистики КНР, предприятия оптовой и розничной торговли этой страны все чаще используют электронные форматы взаимодействий в своей практике (рис. 1). Однако в отраслевом плане они не являются лидерами (рис. 2). Обращает на себя внимание тот факт, что китайские торговые предприятия по сравнению с производственными, транспортными, складскими и почтовыми предприятиями в закупочной деятельности проводят бо-

лее масштабные операции электронной коммерции (рис. 3, 4). Это, в частности, означает, что организация электронного управления цепями поставок в КНР пока еще носит фрагментарный характер.

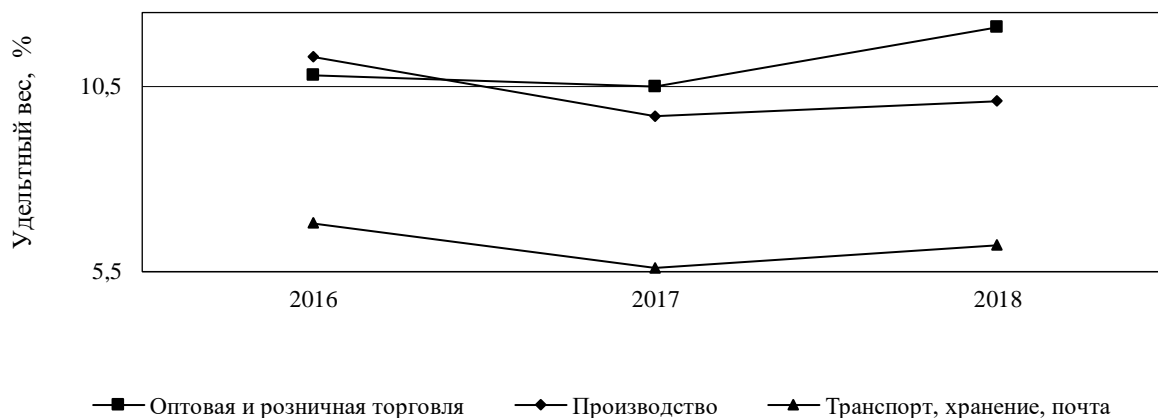


Рисунок 1 – Динамика изменения удельных объемов операций электронной коммерции в деятельности предприятий КНР отдельных отраслей

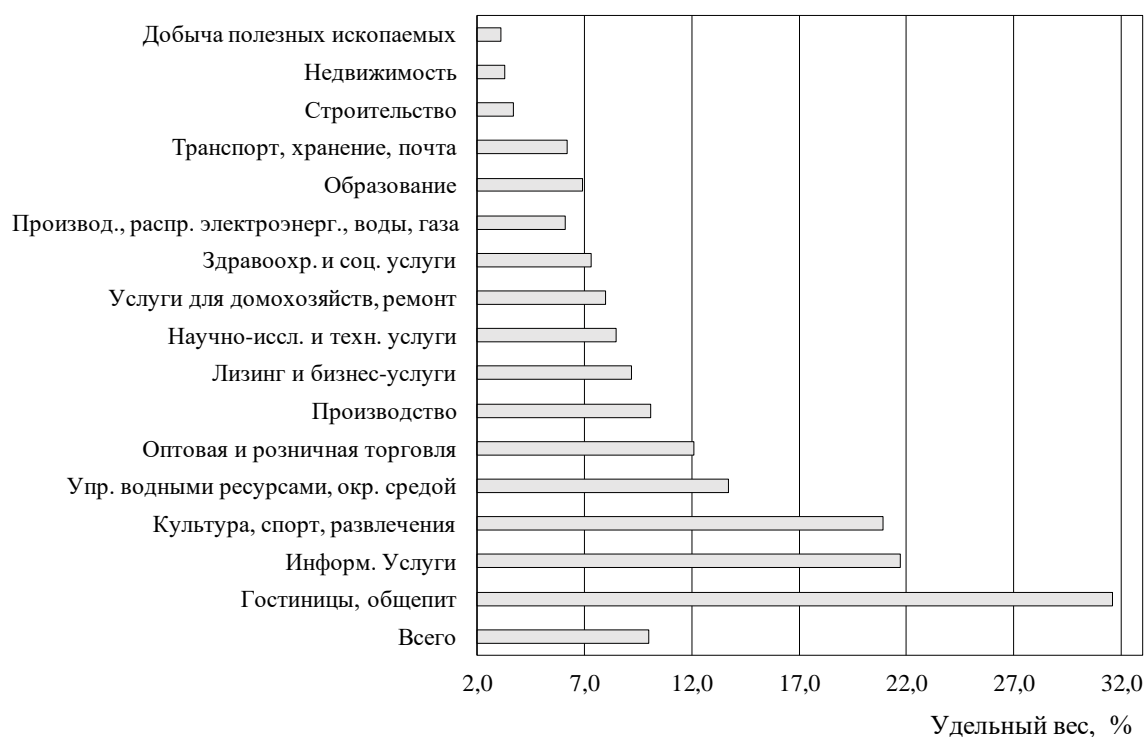


Рисунок 2 – Удельные объемы операций электронной коммерции в деятельности предприятий КНР отдельных отраслей в 2018 году

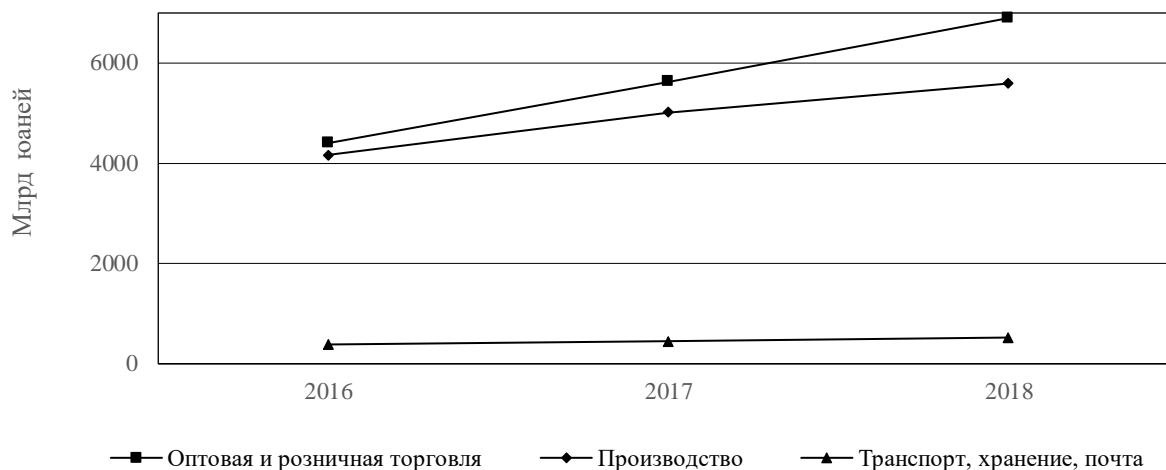


Рисунок 3 – Динамика изменения удельных объемов операций электронной коммерции в закупочной деятельности отраслевых предприятий КНР

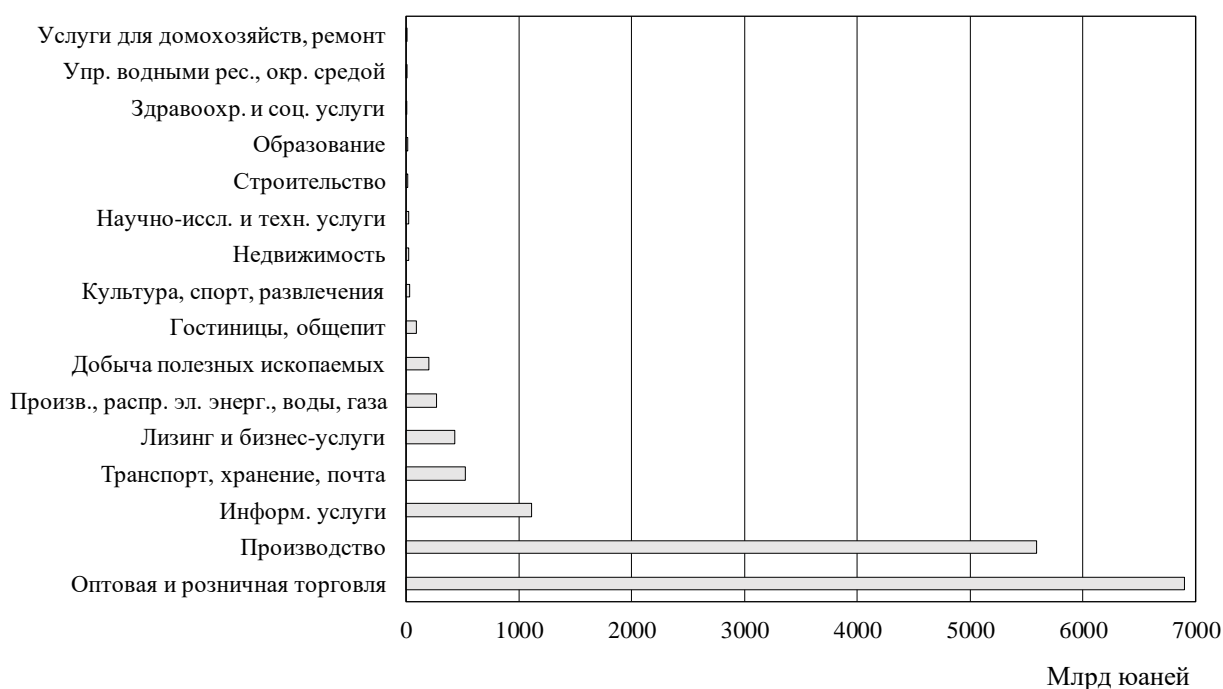


Рисунок 4 – Удельные объемы электронной коммерции в закупочной деятельности предприятий КНР отдельных отраслей в 2018 году

Анализ данных бюро статистики КНР показывает, что торговые предприятия по сравнению с производственными предприятиями этой страны менее инициативны с позиции применения операций электронной коммерции в сфере продаж (рис. 5, 6).

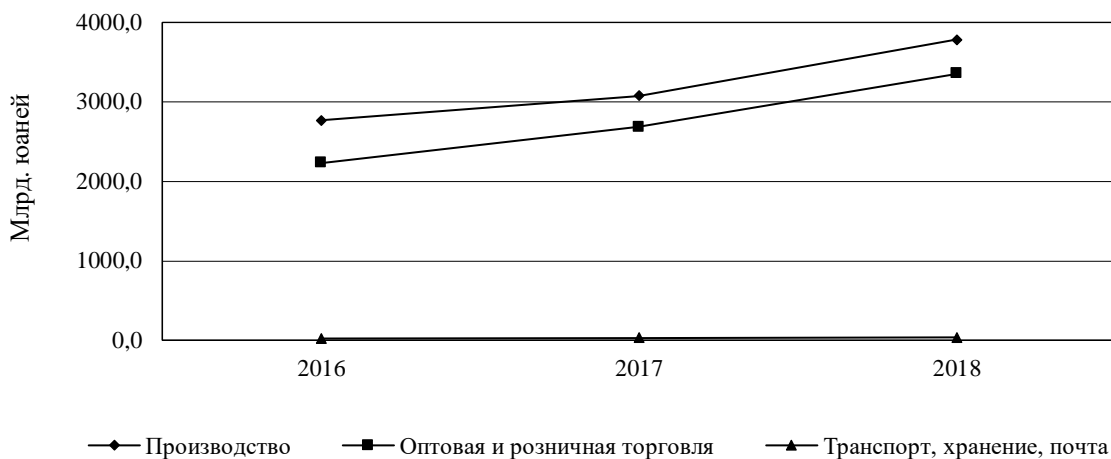


Рисунок 5 – Динамика изменения удельных объемов операций электронной коммерции в сфере продаж на предприятиях КНР отдельных отраслей

Наши исследования, основанные на анализе открытых данных бюро статистики КНР и ФСГС РФ, показывают, что направленность тенденции развития электронной коммерции в Китае и России в принципе одинакова.

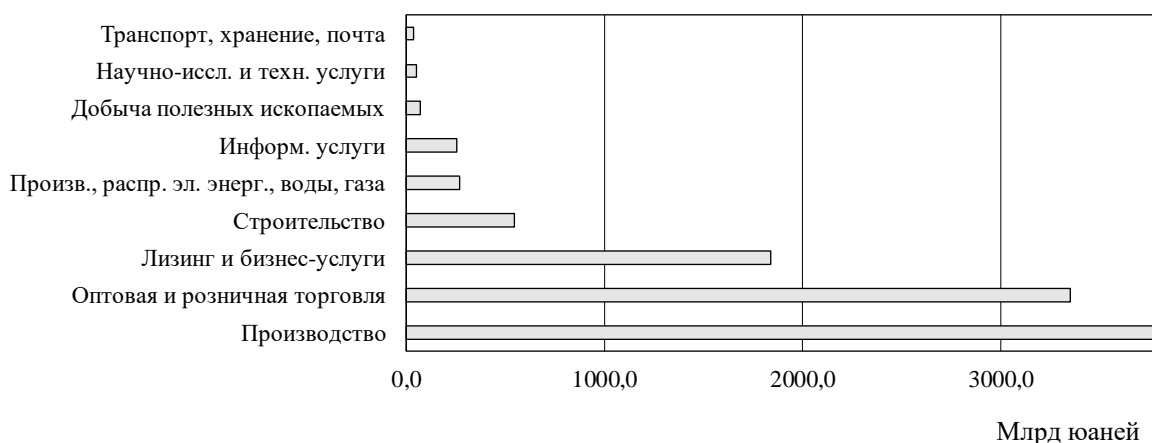


Рисунок 6 – Удельные объемы операций электронной коммерции в сфере продаж на предприятиях КНР отдельных отраслей в 2018 году

Развитие этого сегмента цифровой экономики происходит достаточно быстро. Пандемия, как показывает практика, способствует ускорению этого процесса. Однако предприятия РФ в процессе про-

ектирования цепей поставок в электронной торговле с китайскими контрагентами должны учитывать ряд факторов, к числу которых относятся следующие. Цифровизация коммерческой деятельности в КНР наиболее высокими темпами протекает в промышленности. При этом уместно отметить, что снабжение и сбыт на производственных предприятиях, как правило, осуществляются путем оптовой торговли [1]. В РФ цифровизация наиболее активно происходит в сфере розничной торговли. Развитие электронной оптовой торговли в КНР практически в равной степени затрагивает закупки и продажи. Это означает, что в экономике КНР складываются объективные условия для интенсификации процесса цифровизации цепей поставок в рамках снабженческо-сбытовой деятельности производственных предприятий и основной деятельности предприятий оптовой торговли. Исходя из этого, а также учитывая высокую цифровую активность в сфере розничной торговли в этой стране, можно сделать по крайней мере несколько выводов. Во-первых, в КНР формируется электронная инфраструктура, обеспечивающая необходимые условия для смены прав собственности на товар без возникновения классических транзакционных издержек, т.е. для перемещения товара в виртуальном экономическом пространстве [6]. Во-вторых, следует предположить, что одним из последствий усиления этой тенденции будет снижение не только звенности товародвижения в КНР, но и складской звенности. Затем по мере усиления степени цифровизации оптовой торговли в КНР в ряде ее отраслей начнутся структурные изменения. Существующие конфигурации цепей поставок вследствие этого подвергнутся трансформации. Кроме того, появятся новые логистические риски, обусловленные: 1) замещением классических представителей торгового посредничества цифровыми логистическими платформами, электронно-торговыми площадками и др.; 2) тотальным переносом бизнес-процессов предприятий, в том числе логистических, и институциональных (государственных) функций в виртуальное экономическое пространство [3, 5, 7]. В-третьих, благодаря цифровизации оптовая торговля приобретет статус омниканальной, что актуализирует задачу бесшовной интеграции управления физическим распределением товаров в трансграничных цепях поставок [2].

Список использованной литературы

1. Основы логистики: учебник для вузов / под ред. В. Щербакова. – СПб.: Питер, 2009. – 432 с.

2. Парфенов А.В., Ткач В.В. Логистические императивы формирования омниканальной модели оптовой торговли // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2020. – № 2 (122). – С. 116-121.

3. Парфенов А.В., Кривошеев А.Ю. Применение технологий таможенной логистики в смешанных перевозках внешнеторговых грузов // Аудит и финансовый анализ. – 2015. – № 4. – С. 351-352.

4. Парфенов А.В., Шаповалова И.М. Концептуальные основы формирования глобального логистического пространства в контексте развития цифровой экономики // Аудит и финансовый анализ. – 2017. – № 5-6. – С. 539-542.

5. Ткач В.В. Логистическая контракция как системообразующий фактор построения цепей поставок // Аудит и финансовый анализ. – 2013. – № 3. – С. 156-160.

6. Ткач В.В., Воробьева О.А. Трансакционные ограничения интегрированного планирования поставок // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. – 2017. – № 3. – С. 40-46.

7. Kubasova T., Tkach V., Tsvigun I. Priorities of the logistics risks management in the resource support of construction projects // 2018 International scientific conference «Investment, construction, real estate: new technologies and special-purpose development priorities» (ICRE 2018). (Irkutsk, Russia, 26-27 апреля 2018 г.). EDP Sciences. MATEC Web of Conferences 212, 08010 (2018).

Пивоварова Г.Б., Третьяченко Т.В.

COVID-19: ВЛИЯНИЕ НА ПЕРВИЧНЫЙ РЫНОК ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ РФ

Распространение новой коронавирусной инфекции в начале 2020 года определило экономическое развитие не только РФ, но и мировой экономики в целом. Сглаживание эпидемиологической ситуации за счет перехода на режим самоизоляции и перевод большей части предприятий на удаленную работу способствовали снижению темпов распространения инфекции, недопущению высокого уровня смертности, но привели к ограничению предложений и спроса.

Рецессия мировой экономики, связанная с карантинными мерами, усугубила экономическую ситуацию в России.

Отрицательная динамика темпов роста ВВП Китая в первом квартале 2020 года составила 6,8%, а также отмечалось замедление

роста экономики стран Еврозоны и США. Усугубило ситуацию принятое на заседании 6 марта 2020 года решение стран ОПЕК+ о прекращении договоренности о сокращении добычи нефти. В апреле 2020 года цена нефти марки «Юралс» снизилась до 15 долларов США за баррель. Отток капитала с развивающихся рынков, усиление волатильности валютных и финансовых рынков привели к снижению ВВП России во втором квартале на 8,5% относительно аналогичного периода прошлого года [1]

Целью настоящего исследования является определение степени влияния коронавирусной инфекции на спрос и предложение и определение эффективности мер, предложенных государством в качестве антикризисных.

Новое законодательство в области долевого строительства, ограничительные меры оказали свое влияние и на первичный рынок жилой недвижимости. Отрицательная динамика была ожидаема. Режим ограничения на строительные работы был введен в 44 субъектах РФ, а в Москве и Московской области строительная деятельность почти на месяц была полностью остановлена.

По данным Минстроя, в I полугодии 2020 года ввод жилья составил 26,7 млн кв. м (без учета жилых домов на участках для ведения садоводства), что на 11,4% ниже аналогичного прошлогоднего показателя [2].

На рисунке 1 представлена динамика зарегистрированных ДДУ в I полугодии 2019 и 2020 годов с разбивкой по округам.

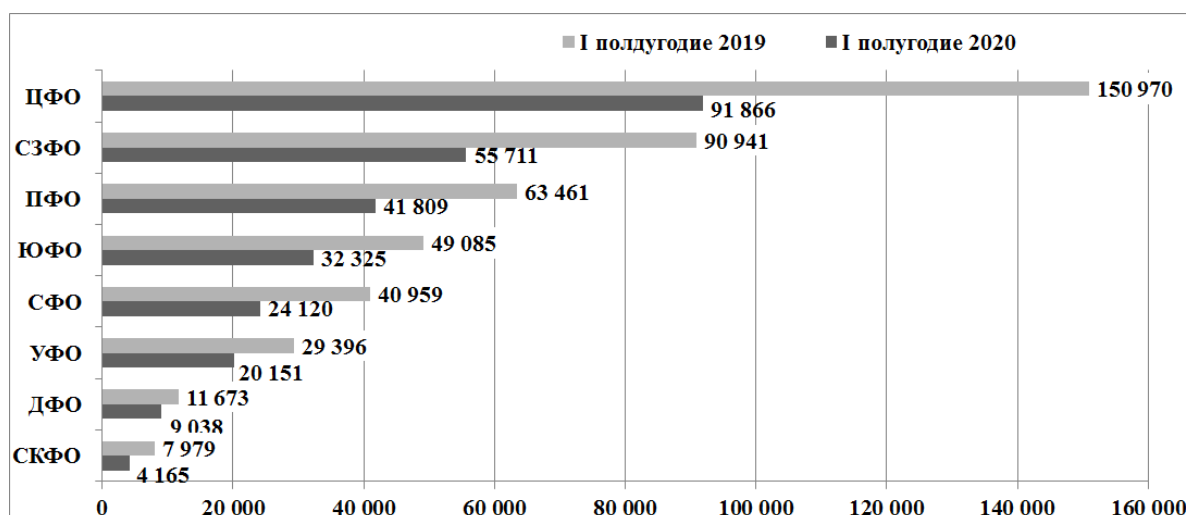


Рисунок 1 – Динамика зарегистрированных договоров долевого участия с разбивкой по округам

По данным Росреестра, зарегистрированное количество договоров долевого участия в РФ в I полугодии 2020 года относительно того же периода 2019 года сократилось на 37,19% – с 444 464 до 279 185 ед. [3].

Сокращение объемов продаж зарегистрировано на всей территории РФ. Максимально сократился спрос в СКФО – 47,81%, минимальное сокращение спроса зафиксировано в ДФО – 22,58%. В других округах спрос сократился в пределах от 31,45 до 41,12%

Сложившуюся ситуацию на рынке недвижимости можно расценивать как кризисную. Финансовые проблемы на строительном рынке жилой недвижимости рассматривали в своих научных трудах С.В. Барулина, Т.В. Грицюк, И.Ф. Гареева, В.С. Кусмарцева, Л.В. Митина и др. Приоритетной, по мнению авторов, в таких ситуациях становится разработка мер по антикризисному управлению. Для строительной отрасли основополагающим становится не извлечение максимальной прибыли, а сохранение бизнеса за счет минимизации затрат. Сегодня время диктует принятие антикризисных мер в отрасли на уровне государства. Оперативность принятия решений и реализация поставленных задач становится ключевым фактором.

В Ново-Огареве на совещании по строительной отрасли 16 апреля 2020 Президент РФ В. Путин отметил: «Мы обязательно поддержим строительный комплекс. Более того, на этапе восстановления экономики именно стройка должна стать одним из локомотивов роста, который потянет за собой и другие секторы» [4].

Для достижения поставленных целей, а именно для сохранения темпов строительства, разработан проект общенационального плана действий по восстановлению российской экономики от 31.05.2020, в котором рассмотрены предложения по направлению «Строительство и ЖКХ». На рисунке 2 представлен перечень инициатив по улучшению деловой активности.

Также для поддержки отрасли рассмотрены варианты субсидирования процентных ставок не выше ключевой для получения кредитов строительными организациями, у которых заключен кредитный договор до 1 мая. Значимой поддержкой эта программа будет для строительных компаний, которые вели строительства без использования эскроу-счетов. На данную программу выделено 12,5 млрд руб.

На решение вопроса по проблемным объектам выделено 30 млрд рублей Фонду защиты дольщиков для завершения строительства и введения в эксплуатацию этих объектов. Вышеперечисленные меры направлены на поддержку отрасли и увеличение количества предложений.

**ЗАПУСК НОВОГО
ИНВЕСТИЦИОННОГО ЦИКЛА**

НОВЫЙ РИТМ СТРОИТЕЛЬСТВА: - ускорение строительных процедур; - реформирование нормативной правовой базы градостроительной деятельности и строительства	ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОТРАСЛИ: - создание единого цифрового пространства в строительстве, применение цифровой модели объекта в течение его жизненного цикла	УСКОРЕНИЕ РАЗВИТИЯ ГОРОДСКИХ АГЛОМЕРАЦИЙ И ГОРОДОВ: - создание программного механизма по ускорению социально-экономического развития городских агломераций и городов, являющихся центрами экономического роста
---	--	--

Рисунок 2 – Предложения по улучшению климата в строительной отрасли

По мнению главного аналитика РГР Г. Стерника, «с точки зрения модели экономического развития, которую пытаются реализовать власти, реакция грамотная. Она основывается на том, что стимулировать надо не спрос, а предложение – производство и строительство. Ведь только реальный сектор может потянуть за собой появление новых рабочих мест, рост доходов и в конечном итоге спрос» [5].

Для стимулирования спроса за счет роста доходов необходимо время, которого сейчас практически нет. Используя опыт прошлых кризисов, государство начало стимулировать спрос за счет ипотечных программ на выгодных условиях. В этом направлении были приняты меры субсидирования процентной ставки до 6,5% для покупателей первичного рынка. В целом предложенные меры оцениваются положительно участниками рынка. Наибольший интерес вызывает программа льготной ипотеки под 6,5%. По предварительным данным аналитического центра Дом.рф, в августе 2020 года объем ипотечного кредитования показал положительную динамику. В денежном выражении было выдано 375 млрд руб., что на 59% больше по сравнению с августом 2019 года [6]. Данные цифры позволяют сделать вывод, что принятые меры поддержки по снижению ипотечной ставки позволили сгладить негативные последствия коронавирусной инфекции.

Список использованной литературы

1. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/313/document/95385> (дата обращения: 09.09.2020).
2. Минстрой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minstroyrf.gov.ru/press/26-7-mln-kv-m-zhilya-vvedeno-v-ekspluatatsiyu-v-i-polugodii-2020-goda/> (дата обращения: 09.09.2020).
3. Росреестр [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://rosreestr.ru/site/open-service/statistika-i-analitika/statisticheskaya-otchetnost/?clear_cache=Y (дата обращения: 09.09.2020).
4. ТАСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/8261871> (дата обращения: 10.09.2020).
5. Информационная система ROSNED.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rosned.ru/ceny_derzhat_nelzya_mozhno_uronit/ (дата обращения: 11.09.2020).
6. Единый ресурс застройщиков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://erzrf.ru/news/v-avguste-zafiksirovan-novyy-rekord-po-vydache-ipoteki--375-mlrd-rub?utm_medium=email&utm_source=UniSender&utm_campaign=239915848 (дата обращения: 15.09.2020).

Пржедецкая Н.В., Борзенко К.В.

ЛОГИСТИКА В УСЛОВИЯХ COVID-19: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РЕШЕНИЯ НА БАЗЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Пандемия COVID-19 нанесла серьезный урон экономике и вызвала кризис, который даже по предварительным оценкам вызовет более глубокую и затяжную рецессию, чем мировой финансово-экономический кризис 2008 г. Логистика является одной из тех сфер хозяйственной деятельности, в которых влияние кризиса COVID-19 проявляется особенно остро. Проблема заключается в том, что, с одной стороны, ограничения на работу транспортно-логистического комплекса призваны остановить распространение эпидемии, но, с другой стороны, парализация данного комплекса вызывает риск дефицита.

Во второй половине 2020 г., когда была зарегистрирована первая в мире российская вакцина от COVID-19, угроза, связанная со здравоохранением, отходит на второй план, уступая место проблеме экономического кризиса, разразившегося во всем мире и, в частности,

охватившего Россию. Этим определяется актуальность изучения влияния кризиса COVID-19 на логистику и поиска способов кризис-менеджмента в логистике. В этой работе выдвигается гипотеза о том, что важную роль в этом процессе должна сыграть цифровизация как перспективный инструмент экономического кризис-менеджмента. Цель исследования состоит в выявлении актуальных проблем логистики в условиях COVID-19 и перспектив их решения на базе цифровизации.

Вопросы развития логистики обсуждаются в многочисленных опубликованных работах российских и зарубежных авторов, среди которых С.Б. Морейская [1], Н.А. Осинцев, А.Н. Рахмангулов, А.В. Сладковский, В.В. Багинова [2], В.И. Сергеев [3], П.В. Солодуха, П.А. Черновалов [4], И. Цзюй [5], Ю.А. Щербанин [6], Сю Баг, С. Гупта, З. Луо [7], Г. Чен, Ю. Лин, Б. Гуо [8], М.Н. Фостер, С.Л.Н.Г. Роден [9]. Тем не менее специфика функционирования логистики в условиях COVID-19 не раскрыта в имеющихся публикациях и потому нуждается в дополнительном исследовании.

В этом исследовании выявлены следующие четыре актуальные проблемы логистики в условиях COVID-19 и перспективы их решения на базе цифровизации. Первая проблема – разрыв цепей добавленной стоимости и непредсказуемость вводимых ограничений на движение логистических потоков из-за изменений в эпидемиологической обстановке разных территорий (регионов России и стран мира). Запреты на логистические связи с определенными территориями вызывают повышенную сложность логистики в условиях кризиса COVID-19.

Умная логистика с применением искусственного интеллекта позволяет решить эту проблему с помощью интеллектуальной оптимизации цепей добавленной стоимости и гибкой маршрутизации. Благодаря умной логистике российские предприятия могут успешно адаптироваться к условиям высокой неопределенности и риска и своевременно принимать рациональные решения о перестройке логистических потоков.

Вторая проблема – повышенные требования к безопасности логистики. В дополнение к стандартным требованиям сохранности грузов, их доставке в срок и т.д. в условиях пандемии предъявляются требования к безопасности грузов для жизни и здоровья людей, поскольку нельзя допустить передачу инфекции через производимые, реализуемые и потребляемые товары и услуги. Ужесточение санитар-

ных норм в период эпидемии увеличивает затраты на логистику и снижает ее эффективность.

Для решения этой проблемы предлагается автоматизация логистики. Сокращение контактов между людьми снижает риски заражения, а автоматизированные на базе роботов и манипуляторов логистические операции характеризуются наиболее высоким уровнем безопасности в аспекте санитарии. Автоматическая погрузка и разгрузка товаров может быть дополнена цифровой геолокацией и повсеместными вычислениями, с помощью которых будет доступна информационная поддержка логистики каждого товара с расширенным описанием соблюдения санитарных норм.

Третья проблема – управление кадрами в условиях нестабильной потребности предприятия в них. Вынужденные простои из-за ограничений, введенных в условиях пандемии COVID-19, приводят к снижению потребности предприятий в работниках и обуславливают убытки, основная часть которых связана с необходимостью выполнения социальных гарантий бизнеса. В качестве рекомендации по решению этой проблемы предлагается перевод части работников на удаленную работу. При автоматизации логистики удаленная работа связана с дистанционным управлением манипуляторами, настраиванием искусственного интеллекта и отслеживанием цифровых данных о логистических потоках.

Четвертая проблема – снижение уровня жизни в условиях кризиса COVID-19 и спад эффективности логистики. Емкость рынка остается прежней, то есть сохраняется высокий спрос на товары и услуги в экономике, но снижается платежеспособность спроса. Это требует снижения себестоимости для удешевления логистических услуг. Перспективным решением этой проблемы является переход от логистики just-in-case (складирование запасов) к логистике just-in-time («точно в срок»).

С помощью интернет-торговли целесообразно получение предварительных заказов, их агрегирование и производство продукции большими партиями для извлечения эффекта масштаба. Это позволит сократить издержки и снизить стоимость логистических услуг при сохранении их высокого качества.

Таким образом, выдвинутая гипотеза доказана в ходе проведения исследования. Обосновано, что логистика в условиях COVID-19 сталкивается с многочисленными проблемами, но все они могут быть системно решены на базе цифровизации. В то же время необходимо

признать, что внедрение цифровых технологий в логистике требует крупномасштабных инвестиций в цифровые инновации, привлечение которых затруднено в условиях кризиса. Также необходимо повышение квалификации работников для освоения ими цифровых компетенций. Это создает финансовые и образовательные барьеры на пути практической реализации предложенных авторских рекомендаций.

Следовательно, необходима расширенная государственная поддержка логистических предприятий в условиях кризиса COVID-19. Эта поддержка должна предусматривать не только финансирование цифровизации, но также образовательную поддержку подготовки цифровых кадров. В этом случае будут особенно полезны и должны быть задействованы интеграционные механизмы развития предпринимательства, ключевыми из которых должны стать кластеризация, государственно-частное партнерство и инновационные сети. Их изучению предлагается посвятить дальнейшие исследования в продолжение представленной работы.

Список использованной литературы

1. Морейская С.Б. Эволюция логистики и подходы к сущности понятия логистики как экономической и управленческой деятельности // Вестник Воронежского института экономики и социального управления. – 2017. – № 1. – С. 45-49.
2. Осинцев Н.А., Рахмангулов А.Н., Сладковский А.В., Багинова В.В. Систематизация принципов зеленой логистики. Ч. 1. Анализ существующих принципов логистики и устойчивого развития) // Бюллетень транспортной информации. – 2019. – № 1 (283). – С. 10-16.
3. Сергеев В.И. Перспективы развития цифровой логистики и SCM в России и роль школы логистики НИУ ВШЭ // Логистика и управление цепями поставок. – 2017. – № 6 (83). – С. 3-14.
4. Солодуха П.В., Черновалов П.А. Логистика в ситуациях кризисов (кризисная логистика) // Вестник Академии права и управления. – 2017. – № 2 (47). – С. 88-92.
5. Цзюй И. Трансформация понятия традиционной логистики в современную логистику // Молодой ученый. – 2017. – № 52 (186). – С. 116-120.
6. Щербанин Ю.А. Логистика и попытки измерения: индекс эффективности логистики // Вопросы новой экономики. – 2017. – № 1 (41). – С. 27-34.
7. Bag S., Gupta S., Luo Z. Examining the role of logistics 4.0 enabled dynamic capabilities on firm performance // The International Journal of Logistics Management. – 2020. – Vol. 31 – No. 3. – P. 607-628.

8. Chen H., Jin Y., Huo B. Understanding logistics and distribution innovations in China // *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. – 2020. – Vol. 50. – No. 3. – P. 313-322.

9. Foster M.N., Rhoden S.L.N.H. The integration of automation and artificial intelligence into the logistics sector: A Caribbean perspective // *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. – 2020. – Vol. 12. – No. 1. – P. 56-68.

Рамазанов Р.А., Пархоменко Т.В.

ЭКОСИСТЕМНЫЙ ПОДХОД В ЛОГИСТИКЕ: НОВЫЕ РЕАЛИИ ПАНДЕМИИ

Для укрепления научного мнения об экосистемности современной банковской логистики приведем пример необанкинга. «Необанк – это усовершенствованный банк, созданный и функционирующий без прикрепления к определенному месту, т.е. работающий на цифровых платформах. Он предоставляет свои услуги клиентам в онлайн-режиме с любых смартфонов, планшетов и персональных компьютеров. Необанк еще называют виртуальным или директ-банком. Идея появления такого банка возникла с целью как можно лучше удовлетворить потребности клиента и избежать проблем, которые возникают при работе с обычными кредитными организациями. Безусловно, чтобы такая система развивалась как нужно, должна быть хорошо развита экономика и технологическая сфера государства, создана и налажена законодательная база и, самое главное, доверие клиентов. Чтобы пользоваться таким банком, достаточно зайти на его официальный сайт или установить приложение на свой цифровой носитель. Сайт или приложение необанка являются его главным и единственным отделением. Здесь можно ознакомиться с предлагаемыми продуктами и услугами, получить ответы на интересующие вопросы и при желании мгновенно воспользоваться ими»¹.

Экосистемный подход объединяет традиционные и виртуальные возможности коммуникации, а в рамках развития глобальной цифровизации экономики обеспечивает предложение продуктов и услуг многомиллионной потребительской аудитории. Так, экосистемный

¹ Рудская Е.Н., Полтавская Ю.Ю. Необанки: мировой опыт и перспективы // *Молодой ученый*. 2016. № 7. С. 959-969.

подход в развитии электронных трансакций в рамках финансового маркетинга предполагает расширение формата предложения, сочетая архитектуру партнерства различных элементов через комплексность (инвестиции, страхование, деятельность в области ценных бумаг и т.д.). С целью формализации комплексного подхода представители многочисленных рыночных субъектов разделяют функционал предложения на основной и дополнительный комплекс, в борьбе за клиента увеличивая радиус системы и функционируя по примеру «предложения товара в крупном торговом маркетплейсе».

Потребитель, как целевой сегмент экосистемы, активный в поиске продукта или услуги, зачастую нуждается в построении устойчивых, надежных отношений с финансовым институтом, позволяющих получить участвующим сторонам обоюдное преимущество. В данном направлении следует конкретизировать, что основой современных электронных коммуникаций выступает удобство клиента.

Теоретико-методические основы электронных коммуникаций в логистической экосистеме получили существенные стимулы к развитию именно в эпоху цифровизации. Информационное обеспечение коммуникационного процесса в рамках развития электронных и мобильных технологий предоставило рыночным игрокам доступ к широкой потребительской аудитории в каждой отрасли экономики. Но более всего, на наш взгляд, развитие цифровизации социально-экономических систем отразилось на финансово-банковском секторе, обеспечив сетевое взаимодействие на абсолютно новом уровне. Каждый индивид опосредованно с рождения выступает потребителем финансовых услуг, и в данный момент инструментарий коммуникаций как социально-сетевого взаимодействия заинтересованных сторон должен совершенствоваться своевременно, так как конкуренция на рынке финансовых услуг возрастает с появлением каждого инновационного новшества.

Вследствие этого при разработке имиджевых характеристик продукта компании нужно не только обнаружить последние, но и системно, доказательно, доступно выложить и донести информацию обо всех наиболее весомых преимуществах (нормативных, технико-технических, экологических, эстетических, а еще о послепродажном обслуживании, в случае если оно нужно в процессе применения) на пути следования продукта до покупателей.

Элементы, непосредственно составляющие ценность для потребителя, такие как доступность, уровень и качество обслуживания, по-

лезный опыт (который отразится на восприятии и останется в долгосрочной памяти и, возможно, приведет к появлению лояльности) и многое другое, составляют существенные плюсы в процессе восприятия покупки клиентом. Но при этом покупатель сравнивает положительные моменты с факторами, отрицательно влияющими на принятие решения о покупке.

Отрицательными элементами выступают затраты, которые включают затраты материального характера, затраты времени на приобретение и даже психологического характера (что можно считать индивидуальной характеристикой). Со стороны психологии воздействия на покупателя посредством коммуникации продавец стремится преподнести наиболее весомые плюсы и завуалировать минусы, поэтому именно коммуникационная активность способна переместить баланс в сторону принятия решения о приобретении.

Обслуживание клиентов через механизмы и технологии коммуникаций в рамках экосистемного подхода предоставляет современному потребителю финансовых услуг возможность существенно упростить процесс их приобретения и реализации, при этом сочетать несколько форматов предложения. Интеграция традиционных банковских институтов, интернет-провайдеров и операторов связи предоставляет клиенту неограниченный доступ к услугам в режиме реального времени, обеспечивая одновременно, например, функционал кредитования, страховых услуг, получения скидок и бонусов в организациях-партнерах, кешбэк и эквайринг.

Практика показала, что традиционный банковский маркетинг, ощущая существенную конкуренцию со стороны инновационных цифровых платформ, все так же функционирует. И необанкинг, и финтех-проекты являются лишь дополнением. Исследуя запросы современного потребителя финансовых услуг, отметим тенденцию, которая прослеживается в развитии финансового маркетинга.

Виртуальный банкинг приходит не на замену, а как результат развития, следующий виток в цепи роста и совершенствования служебного комплекса финансового маркетинга. Таким образом, рассматривая основную аудиторию необанкинга как сегмент покупателей до 40 лет, отметим, что уже через десятилетие представители данной группы клиентов достигнут неоспоримого этапа зрелости в своем развитии, вытеснив в процентном отношении сегмент покупателей, не использующих услуги информационной среды. Таким образом, даль-

нейший рост проникновения необанкинга в рамках развития социально-экономических систем в будущем очевиден.

Охарактеризуем деятельность в области модернизации маркетинговой составляющей банка, обрисовав ее особенности:

- результативным прорывом в развитии информационных технологий и цифровизации деятельности стало появление блокчейн-технологий;

- как следствие – ликвидация офисов банков (на 2020 г. этот показатель в Российской Федерации незначителен, но с дальнейшим развитием он будет постепенно расти);

- создание и стремительное развитие экосистем и маркетплейсов;

- банковский аутсорсинг и автоматизация финансового маркетинга.

Дистанционный маркетинг в финансовой среде удобен и способен охватить комплексно весь спектр предлагаемых услуг. Мобильный банкинг отчасти в форме навязывания не искомой потребителем устной информации постепенно изживает себя, демонстрируя неэффективность. В отличие от него, экосистемный подход финансового маркетинга способен привлекать внимание клиента, но при этом достаточно этично, уважая его суверенитет, подталкивать к приобретению основных и смежных продуктов и услуг.

Именно внедрение цифровых технологий обеспечивает современным финансовым учреждениям экономию затрат в размере не менее 10% в рамках стандартной деятельности, обеспечивая более адекватные условия конкуренции. Благодаря стремительному распространению технологий цифровизации финансовый маркетинг приобретает, по сути, инновационное значение, так как автоматизированные процессы продвижения услуг должны совершенствоваться именно в направлении развития коммуникаций с потребителями.

Именно информационные технологии позволили не только обеспечить оптимизацию внутрифирменных и глобальных сетевых логистических процессов, но и вывести на рыночную арену игроков, которые в силу своих недостаточно больших масштабов деятельности и, соответственно, возможностей раньше не имели шансов конкурировать с крупными представителями бизнеса. Данная ситуация коснулась практически всех рыночных отраслей, но, как мы уже упоминали ранее, в первую очередь инновационное развитие получили финансовые потоковые процессы.

Список использованной литературы

1. Рамазанов Р.А. Посткризисное развитие инновационных стратегий финансового маркетинга // Вестник РГЭУ (РИНХ). – 2017. – № 3 (59). – С. 69-74.
2. Рудская Е.Н., Полтавская Ю.Ю. Необанки: мировой опыт и перспективы // Молодой ученый. – 2016. – № 7. – С. 959-969.
3. Ерохина Т.Б., Пархоменко Т.В. Маркетинговые и логистические коммуникации в процессе распределения продукции // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2019. – № 3 (67).

Рощина Л.Н., Сазонов Д.В.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТАБИЛЬНОСТЬ: МИССИЯ ЛОГИСТИКИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19-20

Цель статьи заключается в определении особой миссии логистики в период пандемии COVID-19-20, связанной с обеспечением социально-экономической стабильности, а также в разработке рекомендаций для успешного практического выполнения этой миссии. Для ее достижения в статье представлен комплекс методов экономической статистики (эконометрики). В результате проведения исследования доказано, что управление развитием логистики в период пандемии COVID-19-20 позволяет установить социально-экономическую стабильность и сохранить ее до 2024 года. В этом процессе ключевую роль должна сыграть экологистика. С юридической точки зрения это означает, что при государственном регулировании логистики в 2020-2024 годах необходимо уделять повышенное внимание вопросам стимулирования экологической ответственности логистических предприятий.

Пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-19, которая началась в 2019 году (первые случаи заражения) и продолжится как минимум до конца 2020 года, стала серьезным и беспрецедентным вызовом для социально-экономической стабильности. Экономика России к 2019 году только успела восстановиться после мирового финансово-экономического кризиса 2008 года, как оказалась подвержена новому кризису на фоне пандемии COVID-19-20. Социально-экономическая стабильность выступает в качестве стратегического приоритета развития России, поскольку определяет, с одной стороны, возможности для экономического роста, инновационного развития и обеспечения гло-

бальной конкурентоспособности и, с другой стороны, уровень и качество жизни населения. Этим определяется актуальность проблемы изучения и определения перспектив сглаживания негативного влияния пандемии COVID-19-20 на социально-экономическую стабильность в России. Рабочая гипотеза состоит в том, что в решении этой проблемы важную роль должна сыграть логистика, которая в период пандемии COVID-19-20 наделена особой миссией – обеспечение стабильности и эффективности транспортных и торговых потоков для предотвращения дефицита в российской экономике. Как показал опыт «первой волны» пандемии весной 2020 года, именно кризис логистики, обусловленный парализацией транспортного сообщения между регионами России и странами мира из-за соображений безопасности и здравоохранения, послужил основной причиной ажиотажного спроса и, как следствие, дестабилизации общества и экономики.

Социально-экономическая стабильность как научная категория рассмотрена в трудах таких ученых, как О.М. Лизина, О.В. Федонина [1], О.Д. Мачкарина, Н.В. Ревенко [2], Д.Н. Муйдинов [3] и М.А. Солодилова [5]. Научные основы современной логистики и ее актуальные тренды раскрыты в работах таких авторов, как Н.А. Осинцев, А.Н. Рахмангулов, А.В. Сладковский, В.В. Багинова [4], П.В. Солодуха, П.А.Черновалов [6] и Й. Цзюй [7].

С помощью метода регрессионного анализа выявляется особая миссия логистики в период пандемии COVID-19-20 посредством установления зависимости проявлений социально-экономической статистики от развития разных видов логистики. Источником эмпирических данных выступили материалы Всемирного экономического форума [8] за 2015-2019 годы и авторский прогноз «при прочих равных условиях» на 2021-2024 годы.

В качестве проявлений социально-экономической статистики для изучения отобранные следующие:

- политическая стабильность (Government ensuring policy stability);
- ответственность государства за изменения (Government's responsiveness to change);
- адаптированность правовой базы к цифровым бизнес-моделям (Legalframework's adaptability to digital business models);
- макроэкономическая стабильность (Macroeconomic stability).

Как можно заметить, в международной статистике статистика рассматривается через призму институтов нормативно-правового обеспечения, юридических основ хозяйственной деятельности и эко-

номической политики государства. Также выделены следующие виды логистики:

- транспортная логистика (Transport infrastructure);
- экологистика (Utility infrastructure);
- цифровая логистика (ICT adoption).

Исходные данные для исследования систематизированы в таблице 1.

Таблица 1 – Социально-экономическая стабильность и логистика в России в 2015-2024 гг., баллы 1-100¹

	Проявления социально-экономической стабильности				Виды логистики		
	Политическая стабильность	Ответственность государства за изменения	Адаптированность правовой базы к цифровым бизнес-моделям	Макроэкономическая стабильность	Транспортная логистика	Экологистика	Цифровая логистика
	У ₁	У ₂	У ₃	У ₄	Х ₁	Х ₂	Х ₃
2015	35,0	35,0	35,0	53,0	44,0	53,0	53,0
2016	36,0	36,0	36,0	43,0	49,0	49,0	49,0
2017	37,0	37,0	37,0	50,0	45,0	53,0	53,0
2018	52,7	52,7	52,7	87,5	55,0	89,3	72,1
2019	44,9	47,4	48,1	90,0	57,7	89,9	77,0
2020*	38,3	42,6	43,9	92,6	60,5	90,5	82,2
2021*	32,6	38,3	40,1	95,2	63,5	91,1	87,8
2022*	27,8	34,5	36,6	97,9	66,6	91,7	93,8
2023*	23,7	31,0	33,4	100,7	69,9	92,3	100,2
2024*	20,2	27,9	30,5	103,6	73,3	93,0	107,0
Среднее	34,8	38,2	39,3	81,4	-	-	-
Стандартное отклонение	9,6	7,5	6,9	23,2	-	-	-

* Прогноз «при прочих равных условиях».

¹ Составлена и рассчитана авторами на основе материалов [8].

В результате анализа данных таблицы 1 получены следующие уравнения множественной линейной регрессии:

- $y_1=43,34-0,08x_1-0,90x_2-0,97x_3$;
- $y_2=33,93+0,02x_1+0,82x_2-0,80x_3$;
- $y_3=31,01+0,06x_1+0,79x_2-0,74x_3$;
- $y_4=-0,98-0,61x_1+0,81x_2+0,70x_3$.

На базе полученных средних арифметических и стандартных отклонений сгенерировано по 100 случайных чисел для всех проявлений социально-экономической стабильности и построены их гистограммы нормального распределения (рис. 1).



Рисунок 1 – Прогноз проявлений социально-экономической стабильности на период до 2024 г.¹

Предположим, что влияние пандемии COVID 19-20 на социально-экономическую стабильность будет умеренным и минимально (следующее значение, меньше прогнозного) ухудшит показатели «при прочих равных условиях» за 2024 год. Тогда в соответствии с данны-

¹ Рассчитан и построен авторами.

ми рисунка 1 политическая стабильность «при прочих равных условиях» составляет 20,2 балла, а под влиянием пандемии она составит 16,20 баллов ($20,2/16,2=1,24$). Ответственность государства за изменения «при прочих равных условиях» составляет 27,9 балла, а под влиянием пандемии он составит 25,57 баллов ($27,9/25,57=1,09$). Адаптированность правовой базы к цифровым бизнес-моделям «при прочих равных условиях» составляет 30,5 балла, а под влиянием пандемии составит 26,52 баллов ($30,5/26,52=1,15$). Макроэкономическая стабильность «при прочих равных условиях» составляет 103,6 балла, а под влиянием пандемии составит 90,44 баллов ($103,6/90,44=1,15$).

В соответствии с приведенными выше уравнениями регрессии при прогнозном («при прочих равных условиях») сочетании уровня развития видов логистики в 2024 году политическая стабильность составит 17,42 балла, ответственность государства за изменения – 26,24 балла, адаптированность правовой базы к цифровым бизнес-моделям – 29,08 баллов и макроэкономическая стабильность – 103,89 баллов. Для полного нивелирования негативного влияния пандемии COVID-19-20 на социально-экономическую стабильность эти показатели должны увеличиться на уровень спада: политическая стабильность до $17,42*1,24=21,67$ баллов, ответственность государства за изменения до $26,24*1,09=28,63$ балла, адаптированность правовой базы к цифровым бизнес-моделям до $29,08*1,15=33,41$ балла и макроэкономическая стабильность до $103,89*1,15=119,03$ балла. С помощью симплекс-метода выявлено, что все эти условия достигаются при увеличении экологистики (x_2) до 93-х баллов.

Таким образом, выдвинутая гипотеза подтверждена и доказано, что управление развитием логистики в период пандемии COVID-19-20 позволяет установить социально-экономическую стабильность и сохранить ее до 2024 года. В этом процессе ключевую роль должна сыграть экологистика. С юридической точки зрения это означает, что при государственном регулировании логистики в 2020-2024 годах необходимо уделять повышенное внимание вопросам стимулирования экологической ответственности логистических предприятий.

Список использованной литературы

1. Лизина О.М., Федонина О.В. Реальный сектор экономики как основа социально-экономической стабильности региона // Московский экономический журнал. – 2020. – № 5. – С. 27.
2. Мачкарина О.Д., Ревенко Н.В. Кооперация как социальный институт и фактор стабильности социально-экономической системы: исторический ас-

пект // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 1 (74). – С. 235-243.

3. Муйдинов Д.Н. Влияние миграционных процессов на политическую и социально-экономическую стабильность в Европе // Вестник Поволжского института управления. – 2019. – № 2. – Т. 19. – С. 41-47.

4. Осинцев Н.А., Рахмангулов А.Н., Сладковский А.В., Багинова В.В. Систематизация принципов зеленой логистики. Часть 2. Синтез принципов логистики и устойчивого развития) // Бюллетень транспортной информации. – 2019. – № 2 (284). – С. 7-16.

5. Солодилова М.А. Концептуальные подходы к промышленной политике и ее роль в обеспечении социально-экономической стабильности // Теории и проблемы политических исследований. – 2019. – № 2А. – Т. 8. – С. 36-41.

6. Солодуха П.В., Черновалов П.А. Логистика в ситуациях кризисов (кризисная логистика) // Вестник Академии права и управления. – 2017. – № 2 (47). – С. 88-92.

7. Цзюй И. Трансформация понятия традиционной логистики в современную логистику // Молодой ученый. – 2017. – № 52 (186). – С. 116-120.

8. The Global Competitiveness Report 2019 [Электронный ресурс] // World Economic Forum. – Режим доступа: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2019/economy-profiles/#economy=RUS> (дата обращения: 15.10.2020).

Троилина А.В.

ИНФРАСТРУКТУРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАК ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЙ ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ

В современных условиях турбулентной экономической среды транспортные и коммуникационные системы являются одним из основных строительных блоков экономики в целом и качества жизни населения в частности. Транспортная отрасль, включающая автомагистрали, железные дороги, авиалинии, морские пути, информационную и коммуникационную инфраструктуру, является одной из фундаментальных составляющих экономики любой страны и базой для ее устойчивого развития.

Транспортный сектор, имеющий собственную внутреннюю структуру, постоянно влияющую на общество экономически и социально, занимает значительное место среди экономических структур

национальных хозяйств с точки зрения того, что он является важной частью производственного процесса и воздействует на уровень инвестиций в экономику. Несомненно, стремление к безопасному, пунктуальному, более быстрому и удобному транспорту, экономика которого выходит на первый план в растущем и обогащающемся глобальном мире, привело к растущему значению и развитию транспортного сектора в последние годы. Несмотря на это, существующая в настоящее время оснащенность транспортной инфраструктуры нашей страны не является достаточной с точки зрения инвестиционной привлекательности в ракурсе транзитного потенциала. Данное заключение сделано на основании аналитических источников оценки развития транспортной отрасли и данных Росстата, где отмечается снижение темпов развития и строительства новых дорог за 2010-2015 годы. Так, в частности, установлено, что за 2010-2018 годы протяженность железнодорожных путей общего пользования увеличилась лишь на 0,7%, а за 2016-2019 годы их протяженность не изменилась. Хотя следует отметить, что протяженность автомобильных дорог все же в 2018 году значительно увеличилась по отношению к 2010 году – более чем на 75,3% (с 1000,4 до 1760 тыс. км). Однако с 2015 по 2018 годы динамика роста была очень низкой – с 1642 до 1760 тыс. км [3]. Из-за растущего спроса и предложения на транспорт во многих странах транспортные затраты стали занимать важное место в общем бюджете. Сегодня при анализе инфраструктуры развитых стран мы видим, что домохозяйства тратят около 10-15% от общего дохода на транспорт и связанные с ним секторы [4], а также констатируем диспропорции в динамике развития инфраструктурного обеспечения конкретных видов транспорта, где наблюдается значительное отставание темпов развития внутреннего водного и железнодорожного транспорта в противовес положительным векторам развития и темпам роста протяженности автомобильных дорог.

Не вызывает сомнения и то обстоятельство, что территориальная диспропорция развития транспортной инфраструктуры диктует необходимость принятия конкретных мер по элиминации данных диспропорций в становлении нашей страны как центра притяжения транзитных потоков. В транспортной отрасли, где потребности и возможности продолжают развиваться благодаря взаимодействию спроса и предложения, важным является обстоятельство, что число работников, занятых в данной отрасли, увеличивается с каждым днем, чтобы обеспечить удовлетворение растущих потребностей. Согласно прове-

денным исследованиям, число людей, занятых в этих секторах, составляет 5% от общего числа занятых в мире [4]. Благодаря развитию науки и техники в занимающей важное место в нашей жизни сфере транспорта и связи транспортные системы в соответствии с растущими потребностями обновляются, а различные виды транспорта интегрируются и продолжают эффективно функционировать. На сегодняшний день при перевозке грузов используется два и более видов транспорта, организационно оформленные в комбинированные, интермодальные, мультимодальные системы, в которых предлагаются комплексные транспортные, экспедиционные и прочие услуги. В последние годы прослеживается развитие инфраструктуры разных видов транспорта не только в странах Ближнего Востока и Европы, но и России. Следует отметить, что автодорожная транспортная инфраструктура находится в восходящем тренде, а показатели развития инфраструктуры железнодорожного транспорта в последние годы снижаются. Несомненно, потребность в эффективных перевозках растет с каждым днем. Рост доходов населения увеличил стоимость общественного времени, что стало движущей силой сокращения времени досягаемости, а следовательно, и повышения скорости перевозок. На наш взгляд, важно учитывать, что кардинальные изменения в развитии железнодорожного транспорта во всем мире не представляются возможными. Даже если отдельно рассматривать изменение размеров колеи в разных странах и приведение всех параметров к единому стандарту по всему миру, в настоящее время и в краткосрочной перспективе такое изменение не представляется возможным, если принять во внимание, что само по себе развитие транспортной системы в мировом масштабе от идеи внедрения нововведения до непосредственной эксплуатации на практике занимает более 100 лет, как свидетельствует ретроспективный анализ в историческом аспекте того же железнодорожного транспорта.

На сегодняшний день общеизвестно, что морской транспорт является наиболее предпочтительным, особенно в отношении межконтинентальных грузовых перевозок. Центральная значимость морского транспорта в нашей стране обусловлена реализацией экспортно-импортных операций и связанными с этим перевозками грузов. Несмотря на то что в 2010-2011 годах осуществляли деятельность 62 морских порта, а в настоящее время – 67 морских портов (с учетом вхождения Крыма в состав РФ), количество технически оснащенных современным оборудованием и технологиями портов недостаточно;

еще одним недостатком являются малые глубины 60% отечественных портов, не позволяющие принимать современные океанские суда [2].

Несмотря на динамичное развитие морских портов за последние несколько лет, в нашей стране в условиях существования высокого уровня спроса фактически нет причалов, отвечающих современным нормам и технологиям обработки грузов и судов, в том числе из-за неспособности принимать морские суда, у которых осадка составляет до 18 метров, а производительность погрузки доходит до 3,5 тыс. тонн в час (150 контейнеров/час на 1 судно) [1].

Транспортная инфраструктура РФ в целом, как и транспорт в частности, будучи частью международных коридоров, должна быть в отличном техническом состоянии для привлечения потоков транзитных грузов. По мнению автора, устойчивому развитию транзитного потенциала страны также мешает тот факт, что отечественные морские порты не владеют нужной комплексной инфраструктурой, с которой они могли бы быть ориентированы на перевозки грузов таких отраслей, как обрабатывающая промышленность, или грузов высокотехнологичных, для которых применяются контейнеры. Инфраструктура отечественных морских портов преимущественно направлена на осуществление перевозки сырья в условиях экспортной ориентированности грузооборота. Также необходимо отметить сдерживающую транзитные грузопотоки слабо развитую инфраструктуру железнодорожно-автомобильных подъездных путей и недостаточное количество и развитость логистических центров. Все это позволяет говорить о крайней необходимости выработки новых векторов развития транзитного потенциала страны на основе научно-практических инновационных разработок и методологий, ориентированных на устойчивое развитие. Модернизация и развитие транспортной инфраструктуры окажет существенное влияние не только на транзитный потенциал страны, но и на общее экономическое развитие.

Для увеличения международной торговли и транзитных перевозок через территорию РФ необходимо улучшить существующую дорожную сеть страны и доступ к морским портам, с тем чтобы их можно было эффективно использовать при перемещении грузов. В рамках международной торговли и развития транзитного потенциала страна неминуемо в ближайшие годы столкнется с увеличением торговых потоков. С учетом того что наибольшие объемы грузов перевозятся наземным транспортом, будь то внутренние направления или участки международных направлений до морских портов, существует настоя-

тельная необходимость не только в расширении, но и в улучшении нынешней автодорожной и железнодорожной сети, а также в модернизации их инфраструктуры на подходах к морским портам.

Список использованной литературы

1. Стратегия развития морской портовой инфраструктуры России до 2030 года. – Москва: Росморпорт, 2015.

2. Кочинов Ю.А., Кочинова Т.В. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности: Учебное пособие. Часть 2. Виды транспорта и перевозок грузов / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». – Пермь: Изд-во «ОТ и ДО», 2014. – С. 44.

3. Транспорт в России. 2018: Стат. сб. / Росстат. – Т. 65. – М., 2018. – С. 33-35.

4. Branchendossier «Logistic und transport» Trends und Consulting Best Practices [Электронный ресурс]. – URL: https://logistik-heute.de/sites/default/files/public/data-fachartikel/branchendossier_logistik_und_transport_pdf__93358.pdf (дата обращения: 20.04.2020).

СЕКЦИЯ 2

ПОСЛЕДСТВИЯ, ГРАДИЕНТЫ И ПРИОРИТЕТЫ ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ НА ЛОГИСТИКУ В РОССИИ И МИРЕ

Борисова В.В., Цзя Сюедун

ПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЙ ПРОКЬЮРЕМЕНТ В КИТАЕ: ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ КОРОНАКРИЗИСА

Для Китая вопросы развития правительственного прокьюремента являются одними из наиболее актуальных. Современная мировая практика правительственного прокьюремента выявляет часто встречающиеся условия закупок товаров, работ и услуг, а также соответствующие этим условиям обязанности сторон государственного контракта осуществлять определенные действия.

Коронакризис выступил катализатором тех или иных социально-экономических процессов: одни ускорил, а другие замедлил. В таких условиях роль государства и целевых государственных контрактов, направленных на решение задач укрепления медицинского суверенитета, поддержку граждан и национальной экономики возрастает в разы.

За время эпидемии коронавируса под угрозой закрытия оказались миллионы предприятий и организаций различных форм собственности. Многие предприятия были вынуждены сократить штат работников, а некоторые прекратили свою работу. Введение режима самоизоляции существенно снизило покупательские способности граждан, обострило проблемы безработицы и здравоохранения.

Под ударом пандемии оказались субъекты малого и среднего бизнеса, которые традиционно являются активными участниками рынка государственных закупок. По экспертным оценкам, 2020 год ознаменовал начало глобального экономического кризиса. Коронакризис высветил важные проблемы современной жизни в узлах глобализации, к которым относится Китай, где и возникла эпидемия.

В Китае правительственный прокьюремент поддерживает инновационные проекты, содействует решению социальных задач, развитию малого и среднего предпринимательства, сокращению безработицы, уменьшению зависимости национальной экономики от иностранного капитала. Такая поддержка особенно важна в кризисной

ситуации. Действия правительства на рынке государственных закупок в условиях коронакризиса созвучны нынешним мирохозяйственным тенденциям.

Выделим наиболее значимые среди них, воздействующие на держательную сторону правительственных контрактов:

- интеллектуализация торговых операций (рост доли нематериальных активов в торгуемой добавленной стоимости, расширение торговли интеллектуальными и креативными услугами, информационными технологиями, образованием и др.);

- универсализация электронной коммерции как формы ведения международного бизнеса, включая правительственные контракты;

- увеличение цифрового контента в трансграничной торговле;

- развитие цифровой логистики, инструментов быстрой и бесконтактной доставки товаров;

- экологизация торговли (повышение доли экологических товаров и услуг и стимулирование на международном уровне такой торговли);

- стандартизация торговли с учетом эпидемиологической ситуации.

Но это не все. Мы стали свидетелями воздействия на международный прокьюремент целого ряда новых факторов. Например, факторы глобальной пандемии, обусловленной коронавирусом. Фактором воздействия на международный прокьюремент стало также проявление жесткого публичного протекционизма и готовности развязывать и вести любого масштаба торговые войны, которые порождают хаос в международной торговле. Например, американо-китайский торговый конфликт.

Продолжает развиваться мегарегионализм, несмотря на выход США из Транстихоокеанского партнерства и заморозку Трансатлантического торгового и инвестиционного партнерства из-за Brexit и политики президента США Трампа. Практически через год после демарша Трампа (март 2018) оставшиеся участники прежнего Трансатлантического партнерства подписали обновленное Соглашение о всеобъемлющем и прогрессивном транстихоокеанском партнерстве. Повышается активность Евросоюза в международной торговле без руководящей роли США.

В таких мирохозяйственных условиях Китай наращивает свое международное влияние. Это происходит в рамках региональных торговых соглашений и интеграционных инициатив.

В совокупности происходящие и намечающиеся глобальные экономико-технологические, политические и другие факторы перемен создают определенное «окно возможностей» и для России, с тем чтобы укрепить ее позиции в международной торговле, реализовать долгосрочную стратегию взаимовыгодного экономического партнерства на большом евразийском пространстве.

В условиях сложной эпидемиологической ситуации использование цифровых технологий способствует оживлению экономической жизни. На рынке государственных закупок расширяется спектр услуг правительственных информационных сервисов. В Китае пандемия коронавируса дала новый импульс развитию цифровых торговых площадок. Китайский информационный сервис государственных закупок работает с 2012 года. Национальный китайский портал государственных закупок www.ccgp.gov.cn введен в действие при поддержке Федерации логистики и закупок Китая (China Federation of Logistics & Purchasing CFLP). Китайская сеть государственных закупок публикует последние разработки в области государственных закупок, политику и правила закупок, объявления о закупках и статистику транзакций закупок, предоставляя участникам закупок информацию, сертификаты безопасности (противодействия инфекции), кредитную отчетность и оценку кредитоспособности.

Китайский портал государственных закупок предоставляет онлайн-услуги по электронным закупкам на торгах, а его субплатформа – полный спектр услуг по электронным закупкам для государственных закупочных агентств, а также на ее основе выстроены электронные торговые центры, которые содействуют центральным закупкам предприятий, международным закупкам и оказанию финансовых услуг.

Цель портала состоит в том, чтобы добиться открытых и справедливых закупок, повысить доверие к партии и правительству Китая, способствовать формированию единого национального рынка государственных закупок, повысить эффективность и результативность государственных закупок и достичь цели государственной политики правительства. Сеть государственных закупок Китая также является внешней платформой связи для сектора государственных закупок Китайской федерации логистики и закупок [1].

Среди особенностей государственной закупочной практики Китая выделим также либерализацию законодательства на местном уровне. В провинциях Китая участники рынка государственных заку-

пок пользуются дополнительными льготами и свободами. Правительство Китая уделяет значительное внимание противоэпидемиологической работе, контролю мер социального дистанцирования, структурным изменениям в поддержке мер безопасности в бесконтактной цепочке поставок. Ориентир информационных технологий на безопасность социально-экономического развития Китая стал частью национальной стратегии развития страны. «Развитие цифрового потенциала рынка государственных закупок Китая активно стимулируется государством в части мотивации местных компаний к использованию цифровых сервисов и программных продуктов» [1].

Постпандемический период в Китае характеризуется активным внедрением системы раскрытия информации о государственных закупках в различных регионах. Так, в провинциях Пекин, Фуцзянь, Гуандун, Тяньцзинь разрабатываются платформы для предоставления информации о государственных закупках, позволяющие не только способствовать раскрытию информации о государственных закупках, но и в целом усилить контроль размещения информации о проектах по закупкам. На отраслевых и региональных маркетплейсах каждый участник рынка имеет возможность безвозмездно разместить карточку своих товаров или услуг.

Китайские виртуальные торговые площадки объединяют миллионы участников рынка. Так, только в провинции Шаньдун, где население 110 миллионов человек, создано около 250 маркетплейсов. Конкуренция китайских цифровых площадок побуждает их участников к оптимизации ценовых параметров сделки, повышению качества товаров и услуг, развитию сервиса [2].

В условиях коронакризиса «расширяются возможности алгоритмов, роботов и иных цифровых активов, обеспечивающих автоматизацию закупочных процедур. Именно поэтому компании, работающие в электронной коммерции, вкладывают много сил и средств в оптимизацию рабочих мест в рамках мероприятий по передаче работ сторонним организациям, их выводу за пределы страны и переводу работы в статус удаленной деятельности. Это происходит, например, через сервис Mechanical Turk, или MTurk, когда компания Amazon создает коллективный рынок краудсорсинга в сети Интернет. Такая оптимизация рабочих мест означает предоставление дополнительных возможностей по замене людей роботами» [3, с. 163].

Правительственный прокьюремент в современной кризисной ситуации демонстрирует различные трансформации процесса закупок

товаров, работ, услуг, обусловленные влиянием пандемии COVID-19. Проведенный анализ показал, что изменения, связанные с постпандемической реальностью, потребовали разработки новых подходов по конструктивному встраиванию цифровых технологий, экологических требований и стандартов безопасности в практику международного прокьюрента.

Данные тезисы доклада подготовлены при поддержке гранта РФФИ – проект № 20-010-00141\20 «Формирование институционального каркаса инфраструктуры региона в цифровой экономике» (The reported study was funded by RFBR, project, № 20-010-00141\20).

Список использованной литературы

1. Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Цифровая логистика : учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2018. – 272 с.

2. Борисова В.В., Цзя Сюедун. Государственный прокьюрент и единство логистических потоков // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2020. – Март. – № 1 (69). – С. 12-17. – С. 110-122.

3. Цзя Сюедун. Государственные закупки Китая как объект логистизации // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2020. – № 4. – С. 158-164.

Будяков А.Н.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ЦЕПИ ПОСТАВОК НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

Происходящий мировой кризис характеризуется не только большим масштабом, но и новыми коммерческими рисками, обусловленными пандемией коронавируса. Статистические данные свидетельствуют о существенном снижении деловой активности в мировой экономике и замедлении темпов ее роста почти на одну треть.

Кризисные явления затронули и нефтегазовую отрасль России, которая является базообразующим сектором экономики страны и выполняет целый ряд не только экономических, но и общественно значимых функций:

– обеспечивает рациональное потребление имеющихся запасов ископаемых;

- осуществляет расширенное применение сырьевой базы нефтегазовой индустрии;
- развивает энергосберегающие технологии;
- рационализирует транспортировку и сбережение ресурсов;
- организует максимальное использование всех полезных компонентов при переработке нефти и газа;
- строит новые центры добычи полезных ископаемых [6].

Реализация вышеперечисленных функций сопровождается возрастанием рискованных ситуаций в проектируемых цепях поставок нефтегазовой отрасли. Это обстоятельство привлекает повышенное внимание к проблеме управления коммерческими рисками в данной сфере экономики. Возникает вопрос о том, насколько сложившаяся неустойчивость параметров цепи поставок является временной характеристикой выхода из кризиса или это будет долгосрочное состояние, связанное с системными изменениями в структуре и модели конфигурации логистических потоков [3]. В любом случае проблема управления рисками обретает дополнительные причины ее актуализации.

Отметим, что управление коммерческими рисками при всем его значении сегодня имеет глубокий теоретический базис в классической экономической науке. Так, А. Смит, исследуя природу и причины богатства, обращает внимание на то, что достижение прибыли всегда связано с риском [5].

Вопросы управления предпринимательским риском обобщены в трудах Й. Шумпетера. Он обращает внимание на необходимость оценки факторов, обуславливающих возникновение риска, отмечает, что риск – составная часть предпринимательской деятельности [7]. Для управления рисками в цепи поставок полезны выводы А. Пигу и А. Маршала относительно оценки условий неопределенности при заключении коммерческих сделок [2].

Выдвигаемые учеными различные рекомендации, направленные на нивелирование коммерческих рисков, тем не менее не позволяют утверждать, что уже сформирована концепция риск-менеджмента, выводящая экономику в фазу устойчивой стабилизации. Случайный характер событий, отсутствие основ для определения ожидаемых результатов по-прежнему сохраняет множество проблемных зон в управлении цепями поставок в нефтегазовом сегменте рынка.

Коммерческие риски в нефтегазовых цепях поставок весьма разнообразны и обусловлены постоянным возрастанием неопределенности конечных результатов развития ситуации в логистической

системе. Усложнение и ускорение логистических процессов добавляет неопределенности в содержательное состояние потоков.

В то же время обратим внимание на такое обстоятельство: риски способны выполнять регулирующую функцию в управлении цепями поставок. Это означает, что опасность возникновения коммерческого риска перерастает в поиск форм и методов предотвращения возможных рисков ситуаций, обоснование создания специальных страховых фондов для преодоления его последствий. Поэтому с точки зрения предупреждения рисков ситуаций возрастает роль логистического риск-менеджмента и прежде всего его контрольных функций мониторинга ключевых параметров цепи поставок [1]. Правда, не стоит забывать о рисках, обусловленных информационной асимметрией и недостатком данных о количественных и качественных характеристиках функционирования цепи поставок. Данное обстоятельство особенно важно, поскольку цифровая трансформация нефтегазовых проектов сопряжена с дополнительными рисками.

Направления инновационного развития нефтегазовой отрасли нашли отражение в следующих проектах: «Интеллектуальные месторождения», «Смарт-контракты и технологическая эффективность», «Сервисное обслуживание и ремонт трубопроводов», «Роботизация бизнес-процессов». Каждый из данных проектов предполагает оценку вероятности наступления риска, требует тщательного анализа альтернатив поставок, выявления приоритетов развития логистической цепочки.

Так, проектируемые цепи поставок в рамках реализации проекта «Интеллектуальное месторождение», направленного на цифровое управление операциями по добыче нефти и газа, обретают виртуальный характер. Принято считать, что набор сервисов и приложений, характеризующих систему управления логистическими операциями в данном проекте, позволяет отслеживать все поставки в режиме онлайн [4], предупреждая возможные рисков ситуации.

В условиях возрастания коммерческих рисков ключевым фактором предупреждения сбоев в работе логистических систем поставок становится цифровая трансформация логистических потоков. На смену автоматизации логистических процессов приходит цифровая экосистема, интегрирующая внутренние и внешние бизнес-процессы. Важным обстоятельством является способ взаимодействия участников логистической цепочки, что логично с учетом совместного созда-

ния ценности и взаимодействия не только людей, но и цифровых агентов [3].

Мировым трендом в нефтегазовой отрасли становится создание цифровых двойников. С точки зрения управления рисками создание цифровых двойников позволяет реализовать превентивные мероприятия и нивелировать наступление рискованных ситуаций путем моделирования поведения звеньев логистической цепочки и принятия оптимальных решений.

Есть еще одно важное следствие управления рисками в цепи поставок. Оно связано не только с реализацией принципов работы «точно вовремя» и «точно в определенной последовательности», но и с комплексной работой по соблюдению международных стандартов, включая выполнение природоохранных мероприятий. Ответственное отношение к окружающей среде – стратегический приоритет «Газпром нефти». Компания осознает ответственность перед обществом в данном вопросе, объективно оценивает и стремится минимизировать экологические риски, наращивает инвестиции в природоохранные программы [6].

Подводя итог проведенного анализа рискованных ситуаций в проектируемых цепях поставок нефтегазовой отрасли, особо подчеркнем, что вопрос о предотвращении рисков сопряжен с внедрением цифровых технологий, ускорением обработки данных, применением интеллектуальных схем товародвижения, цифровых двойников и построением экосистем. Дополнительные возможности в предупреждении коммерческих рисков в цепи поставок обретает и кросс-функциональный логистический менеджмент, направленный на мониторинг отклонений и полноценный контроль параметров развития всех звеньев системы поставок, объединенных в экопространство. Кросс-функциональный логистический менеджмент создает синергию совместных действий и способствует предупреждению коммерческих рисков. Оценка сложившейся в нефтегазовой отрасли системы управления рисками подтвердила вывод о необходимости развития инструментария логистического риск-менеджмента. Для внедрения инструментария логистического менеджмента требуется разработка регламентов, систематизирующих риски, включая алгоритмы анализа альтернатив управленческих решений относительно оценки параметров допустимого, оправданного и правомерного риска в системе поставок. Это актуализирует дальнейшее исследование данной проблематики.

Список использованной литературы

1. Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Цифровая логистика: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2019. – 272 с.
2. Блауг М., Пигу А. 100 великих экономистов до Кейнса – СПб.: Экономикс, 2008. – С. 240-246.
3. Будяков А.Н., Тасуева Т.С. Повышение эффективности закупочных процессов путем параметризации номенклатурных справочников. // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2020. – № 2. – С. 6-10.
4. Власов А.И., Можчиль А.Ф. Обзор технологий: от цифрового к интеллектуальному месторождению // Научно-технический центр «Газпром нефти». – 2018. – № 3 (9). – С. 68-74.
5. Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://schumpeter.ru/wp-content/uploads/2015/11/smit_1.pdf
6. Тасуева Т.С., Будяков А.Н. Особенности закупок средств производства в нефтегазовой отрасли // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – № 2 (70). – 2020. – С. 95-101.
7. Шумпетер Й Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, процента и цикла конъюнктуры). – М.: Прогресс, 1982.

Гвилия Н.А., Лю Сыцзя

АДАПТАЦИЯ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КИТАЯ К ЭКОНОМИЧЕСКИМ ПОСЛЕДСТВИЯМ НОВОЙ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ

До недавнего времени неоспоримым фактом являлось то, что организация производства, поток товаров и услуг, приобретение информации осуществляются в глобальном масштабе, что приводит к высокой степени транснационального разделения труда в производственной цепи и высокой степени глобализации цепи поставок [1].

Распространение коронавируса вызвало кризис в функционировании глобальных цепей поставок в различных отраслях, и Китай как участник глобальной цепи поставок также не смог его избежать. В легкой промышленности, например текстильной и швейной, Китай является крупнейшим в мире экспортером текстиля и одежды [3]. Поэтому для китайских предприятий легкой промышленности, которые полагаются на экспорт, и стран, которые полагаются на импорт из

Китая изделий легкой промышленности, важно, чтобы было снижено воздействие эпидемии и обеспечена открытость, стабильность и безопасность глобальной цепи поставок.

Согласно «Статистическому ежегоднику Китая» [6], легкая промышленность – это отрасль, которая включает в себя текстильную, швейную, пищевую, фармацевтическую промышленность и т. д. В то же время в силу национальных условий Китая продукция легкой промышленности Китая (текстиль, одежда, обувь, изделия из кожи, мебель, игрушки и др.) является в основном трудоемкой и в большинстве своем сосредоточена в густонаселенных юго-восточных прибрежных районах.

В 2019 году общий объем импорта-экспорта Китая составил 31,54 трлн юаней, что на 3,4% больше, чем в 2018 году. Из них экспорт составил 17,23 трлн юаней, увеличившись на 5%; импорт – 14,31 трлн юаней, увеличившись на 1,6%. Китай стал вторым по величине импортным рынком в мире, занимающим эту позицию 11 лет подряд, причем импорт составляет более 10% от общего объема мирового импорта [4].

Рисунок 1 показывает, что в 2019 году Европейский Союз по-прежнему являлся крупнейшим торговым партнером Китая. Но АСЕАН заменила Соединенные Штаты Америки в качестве второго по величине торгового партнера Китая. Кроме того, товарооборот стран, расположенных вдоль маршрута «Один пояс и один путь», составил 9,27 трлн юаней, увеличившись на 10,8%.

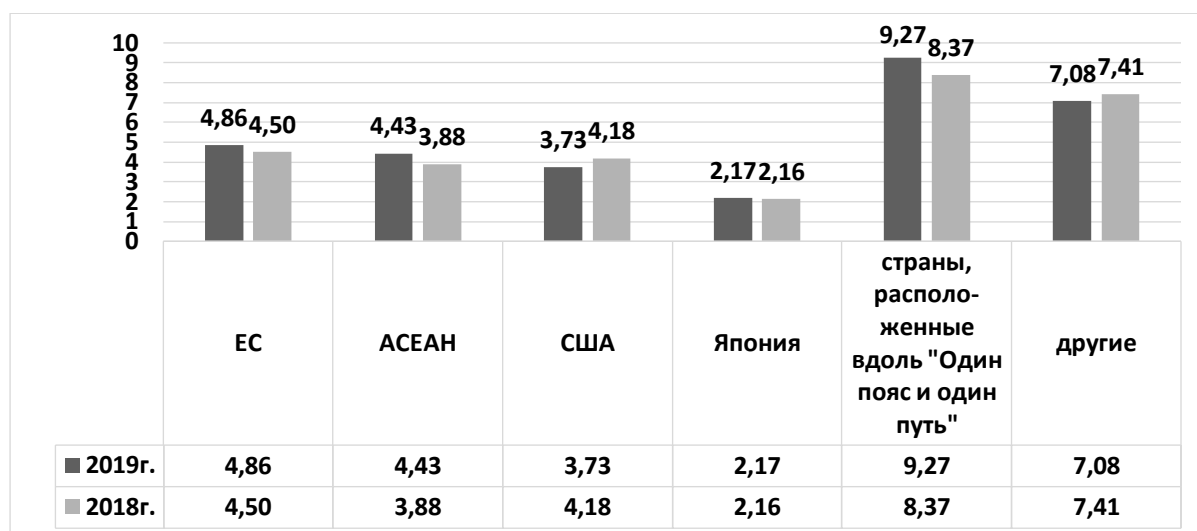


Рисунок 1 – Товарооборот Китая с основными торговыми партнерами за 2018-2019 гг., трлн юаней [4]

В первом квартале 2020 года импорт и экспорт Китая в АСЕАН увеличился на 6,1%, что составляет 15,1% от общего объема внешней торговли Китая. АСЕАН стала крупнейшим торговым партнером Китая; импорт и экспорт в ЕС составили 875,93 млрд юаней, что на 10,4% меньше аналогичного периода прошлого года; импорт и экспорт в США – 668,01 млрд юаней, что на 18,3% меньше аналогичного периода прошлого года; импорт и экспорт в Японию – 465,68 млрд юаней, что на 8,1% меньше аналогичного периода прошлого года [5].

В начале марта эпидемия в Китае пошла на спад, но в остальных странах, в том числе и расположенных вдоль маршрута «Один пояс, один путь», наоборот усугубилась, что оказало значительное влияние на параметры цепей поставок [2]. На наш взгляд, следует выделить основные факторы, влияющие на параметры цепей поставок текстильной промышленности Китая в результате распространения пандемии коронавируса (табл. 1).

Таблица 1 – Факторы влияния пандемии коронавируса на параметры глобальных цепей поставок текстильной промышленности Китая

№ п/п	Параметры цепей поставок	Влияние на параметр ↑ - увеличивает, ↓ - уменьшает	Примечание
1.	Скорость	↓	Введение на границах дополнительных мер контроля. На каждом пункте пропуска организован медицинский осмотр водителей.
2.	Путь	↑	Расстояние между начальным и конечным участником цепи поставок увеличивается за счет поиска альтернативных путей доставки
3.	Время	↑	Ограничение количества рейсов морских, авиа- и ж/д перевозчиков
4.	Мощность (интенсивность)	↓	Увеличилось время занятости человеческих и логистических ресурсов для исполнения первого заказа. Неравномерность отгрузки продукции, простои водителей и транспорта

№ п/п	Параметры цепей поставок	Влияние на параметр ↑ - увеличивает, ↓ - уменьшает	Примечание
5.	Конфигурация (сетевая структура цепи поставок)	↑	Число уровней цепи поставок и число поставщиков/потребителей, входящих в каждый уровень, вынужденно меняется
6.	Надежность	↓	Время доставки сложно спрогнозировать из-за неустойчивой внешней среды, что ведет к недовольству клиентов и срывам графиков. Закрытие компаний – производителей сырья, промышленных предприятий.
7.	Чувствительность (реактивность)	↑	Цепи поставок текстильной промышленности Китая довольно быстро реагируют на изменения внешней среды

Итак, пандемия коронавируса существенно изменила потребительское поведение и конечный спрос на товары и услуги, в том числе и в текстильной промышленности Китая. Путь, время и скорость увеличиваются, из-за падения спроса большинство морских перевозчиков ограничивают количество рейсов. Из-за пандемии очень трудно предсказать точные сроки в связи с непредсказуемостью режимов работы транспортной логистической инфраструктуры и развития ситуации внутри страны. Что касается параметра чувствительности, то текстильная промышленность Китая смогла быстро адаптироваться к внешним изменениям: переконфигурировать цепочки поставок, увеличить сегмент онлайн-торговли и автоматизировать бизнес-процессы, исключив человеческий фактор.

Тем не менее для эффективной адаптации цепей поставок к современной ситуации можно применить следующий комплекс мер (рис. 2).

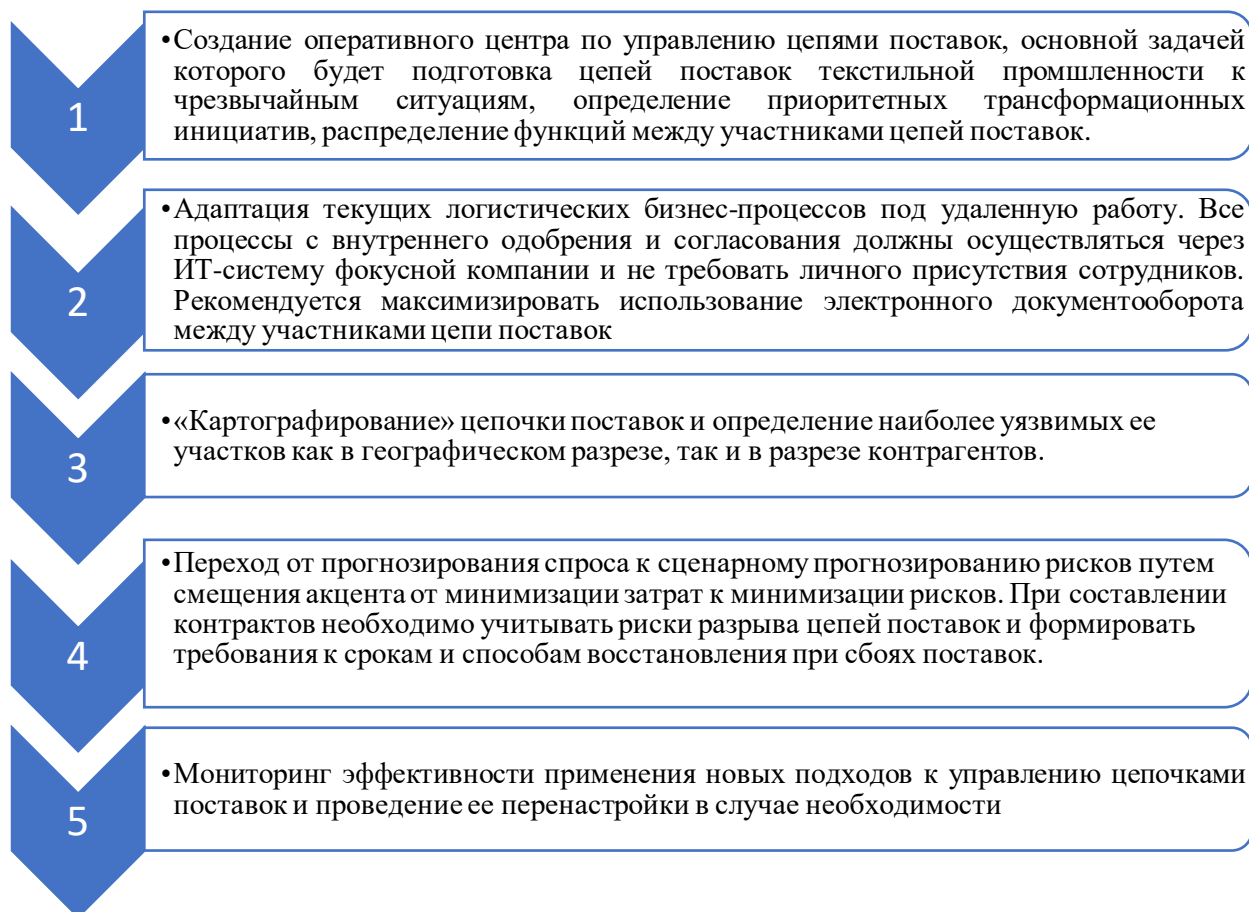


Рисунок 2 – Меры по адаптации цепей поставок текстильной промышленности Китая к современной экономической ситуации

В условиях колоссального напряжения, обусловленного тенденцией снижения экономического роста в условиях пандемии коронавируса, Китай совместно со странами, расположенными вдоль «Одного пояса, одного пути», активно борется с эпидемией и развивает торгово-экономические контакты, чтобы придать импульс глобальной борьбе с коронавирусом и повысить уверенность всего мира в экономике. Кроме того, реализация китайской инициативы также не приостановилась, несмотря на непрерывное распространение пандемии в странах вдоль «Одного пояса, одного пути».

Список использованной литературы

1. Гвилия Н.А., Ключков В.Н. Формирование цепей поставок корпораций в условиях глобализации экономики // Инновационная деятельность. – 2011. – № 4(18). – Вып. 2. – С. 79-84.
2. Гвилия Н.А. Стратегическое планирование цепей поставок: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2015. – 74 с.

3. Гвилия Н.А. «Шелковые сети» китайской логистики // Логистика: современные тенденции развития: материалы XV Междунар. науч.-практ. конф. 7, 8 апреля 2016 г. / ред. кол.: В.С. Лукинский (отв. ред.) и др. – СПб.: Изд-во ГУМРФ им. адм. С.О. Макарова, 2016. – Ч. 1. – 260 с. – С. 70-74.

4. Главное таможенное управление КНР [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.gov.cn/> (дата обращения: 25.09.2020)/

5. Информационное бюро Госсовета провело пресс-конференцию, посвященную ситуации с импортом и экспортом в первом квартале 2020 года году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.china.com.cn/zhibo/content_75924742.htm (дата обращения: 25.09.2020).

6. Национальное бюро статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stats.gov.cn/> (дата обращения: 25.09.2020).

Гусин В.И., Тимонин А.А.

ПРОБЛЕМЫ РАБОТЫ ПАССАЖИРСКОГО АВТОТРАНСПОРТА ВО ВРЕМЯ COVID-19

Вспышка коронавирусной инфекции, за которой последовали карантин и закрытие границ, привела к дестабилизации транспортных процессов и возникновению проблем в процессах пассажирских автотранспортных перевозок.

В транспортном комплексе России работает около 4,5 млн человек. От работы транспортной отрасли зависит деятельность различных организаций и предприятий. Как и многие сегменты экономики, транспорт сейчас проходит весьма трудный этап, вызванный вынужденными ограничениями из-за пандемии.

В регионах РФ, а также на территории Ростовской области решением губернатора с 17.03.2020 был введен режим повышенной готовности [1], в соответствии с которым были запрещены:

- спортивные, культурные и иные мероприятия между образовательными организациями с участием студентов;
- детские межшкольные, межмуниципальные спортивные, культурные и иные мероприятия;
- спортивные, зрелищные, публичные и иные массовые мероприятия с числом участников более 500 человек.

Органам власти и организациям было поручено сократить число проводимых массовых мероприятий, проводя их в видеоформате или без зрителей.

С 05.04.2020 правительством Ростовской области принимается постановление № 272 «О мерах по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Ростовской области в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)» [1], в соответствии с которым были введены различные ограничения по передвижению граждан посредством автотранспорта.

В связи с введением жестких карантинных мер многие предприятия временно закрыли офисы, перевели своих сотрудников на удаленную работу, что привело в первые недели к резкому сокращению объема пассажирских перевозок, которые колебались от 43 до 85%.

Очевидно, что любое сокращение объема пассажирских перевозок оказывает большое влияние на доходы автопредприятий и их владельцев. В сложившейся ситуации реализовался риск сокращения численности подвижного состава, что повлияло на значительное снижение выручки.

30 апреля в постановление Правительства Ростовской области № 272 были внесены очередные изменения [2], которые обязывали граждан носить лицевые маски, а при их отсутствии – респираторы при проезде во всех видах транспорта, в том числе такси, а также на станциях автовокзала, железнодорожных вокзалах, в аэропортах и на остановках всех видов транспорта общего пользования.

4 июня вступили в силу изменения в постановление Правительства Ростовской области № 272, которые прекращают действие справок и разрешений на передвижение в городе Ростове-на-Дону, вместе с тем сохраняется требование соблюдения социального дистанцирования в общественном транспорте и масочного режима.

С 23 июля по 14 сентября проведено 31 контрольное мероприятие на объектах транспорта в 22 муниципальных образованиях Ростовской области. В ходе указанных мероприятий осуществлялась разъяснительная работа с гражданами по соблюдению ограничительных мер по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения.

Мониторинг ситуации транспортного обеспечения осуществлялся министерством транспорта Ростовской области и органами местного самоуправления. В этот период круглосуточно работала го-

рячая линия для граждан, на которую за время ограничительных мероприятий поступило свыше 1100 звонков.

В рамках поддержки областных перевозчиков правительство Ростовской области 3 июня приняло постановление № 515 «О Порядке предоставления субсидии юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, осуществляющим регулярные перевозки пассажиров и багажа автомобильным транспортом и (или) городским наземным электрическим транспортом по муниципальным и (или) межмуниципальным маршрутам на территории Ростовской области». Субсидия предоставляется транспортным предприятиям, осуществлявшим регулярные перевозки пассажиров автомобильным транспортом и городским наземным электрическим транспортом по муниципальным и межмуниципальным маршрутам на территории Ростовской области в апреле и мае 2020 года. Для получения субсидий указаны условия для их получения.

В результате введения строгих мер, призванных сдержать распространение COVID-19, пассажирские перевозки, обеспечиваемые малыми и средними предприятиями, были или почти полностью остановлены, или значительно сокращены объемы перевозок.

Для оценки и анализа работы автотранспортных предприятий на территории Ростовской области были собраны данные функционирования автотранспорта за период, предшествующий чрезвычайной ситуации и после снятия ограничений [3].

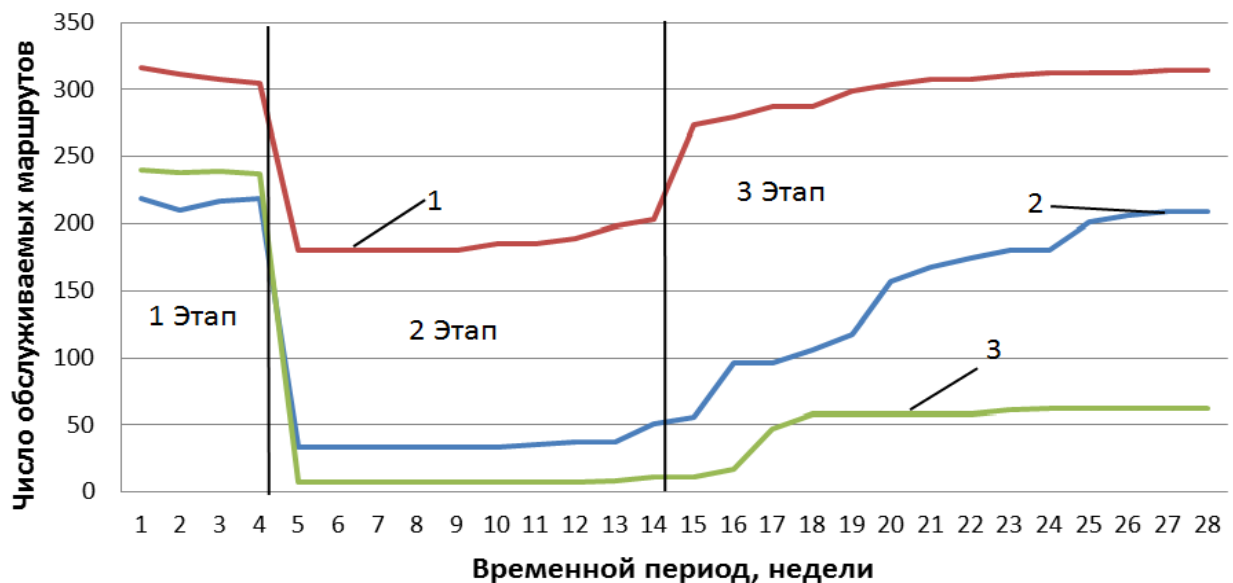
На рисунках 1, 2 приведены временные графики работы транспорта всех видов сообщений.

На представленных графиках выделено три этапа работы транспорта: первый отражает количество маршрутов до возникновения чрезвычайной ситуации в регионе, второй этап характеризует режим самоизоляции и ограничений за период с 06.04 по 31.05.2020, третий этап – снятие жестких ограничений.

Графики наглядно иллюстрируют резкий спад пассажирских перевозок в период самоизоляции. Как видно из рисунка 1 восстановились до прежнего уровня только перевозки на пригородных маршрутах.

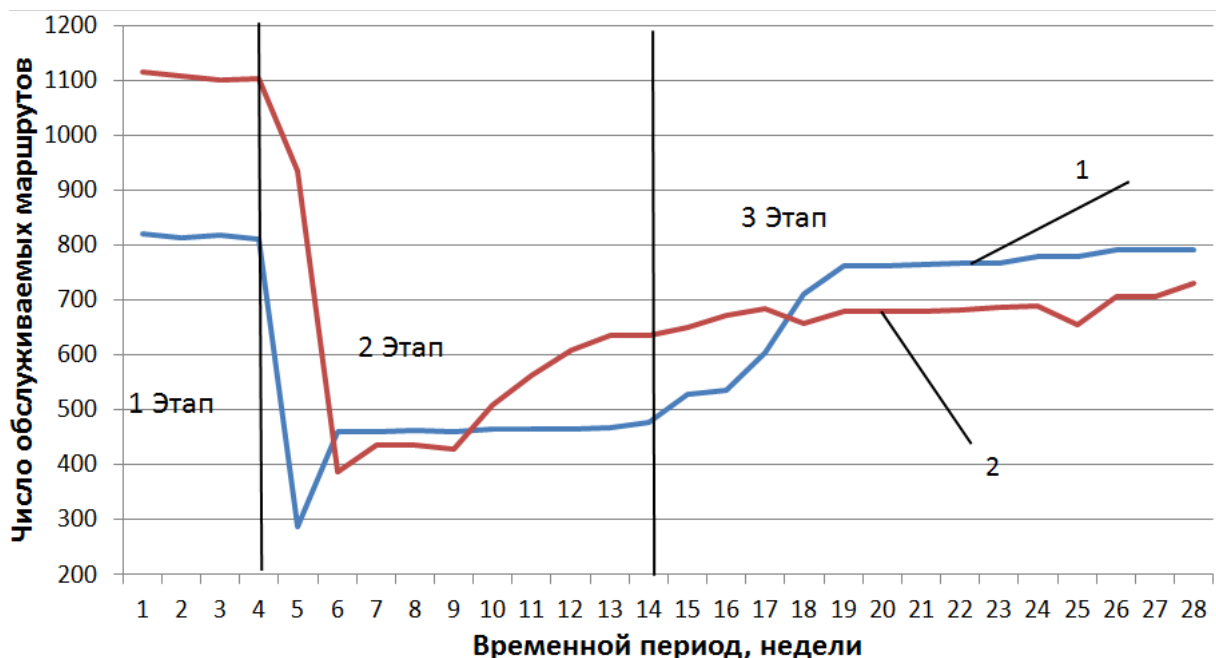
Снятие ограничений привело к восстановлению межмуниципальных, пригородных и муниципальных маршрутов, что наглядно представлено на графиках. Объем перевозок на межрегиональных маршрутах в РО и на маршрутах в г. Ростове-на-Дону снизился на 44-75%. Такое положение, по нашему мнению, следует объяснить тем, что введенные ограничения по всей территории Российской Федера-

ции заставили организации перестраивать бизнес-процессы, которые существенно повлияли на подвижность населения, и, соответственно на загрузку транспортной сферы.



1 – пригородные маршруты, 2 – межмуниципальные маршруты, 3 – межрегиональные маршруты.

Рисунок 1 – Временной график числа обслуживаемых маршрутов



1 – муниципальные маршруты, 2 – маршруты в г. Ростове-на-Дону.

Рисунок 2 – Временной график обслуживаемых маршрутов

После пандемии пассажиры будут постепенно возвращаться к использованию различных видов транспорта, и для восстановления пассажиропотока потребуется несколько лет, что может привести к изменению структуры перевозок.

Представленные статистические характеристики работы транспортных предприятий могут послужить основанием для оптимизации существующей маршрутной сети как региональной, так и в отдельных муниципальных образованиях, а пассажирские автотранспортные предприятия могут пересмотреть многие бизнес-процессы

Список использованной литературы

1. Официальный сайт правительства Ростовской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: donland.ru
2. Сайт стопкоронавирус.рф
3. Отчеты транспортных предприятий и муниципальных образований Ростовской области об объемах перевозок / Материалы Министерства транспорта РО.

Горшакова В.И., Писарева Е.В.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВЕНДИНГОВОЙ ТОРГОВЛИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Стремительное развитие торговли требует регулярного введения новых трендов и направлений. Так, на сегодняшний день все большую популярность приобретает вендинговый бизнес. Данный вид бизнеса представляет собой использование автоматизированных аппаратов для розничной продажи широкого спектра товаров и услуг.

Согласно статистике около 18 млн торговых автоматов по всему миру предлагают потребителям самые разнообразные товары и услуги: от чашки утреннего кофе и банки холодной колы до бананов и вендингового маникюра.

Согласно данным, опубликованным European Vending & Coffee Service Association (Европейская вендинговая ассоциация), Россия занимает 7-е место в мире по количеству вендинговых автоматов. Ассоциация оценивает темп мирового роста рынка вендинга в 2,5-3% в год. При этом российский рынок в 2018 году увеличился на 9,7% [1].

По данным Национальной ассоциации автоматизированной торговли (НААТ), наблюдалась положительная динамика роста количе-

ства торговых аппаратов: с 22 тыс. в 2010 г. до 217 тыс. в 2018 году [2]. Данные показатели свидетельствовали о значительном потенциале вендинговой отрасли в России, однако ограничения, вызванные COVID-19, оказали существенное влияние на рынок вендинга.

По мнению Бориса Белоцерковского, президента Национальной ассоциации автоматизированной торговли и владельца крупнейшего в России вендингового оператора Uvenco, пандемия коронавируса серьезно затронула вендинговую индустрию, поскольку торговые автоматы традиционно ориентированы на места с высокой проходимостью: «Сокращение оборота компании Uvenco составило около 90% по сравнению с началом марта 2020 года. В целом по отрасли цифры аналогичные. Во время самоизоляции торговые автоматы работали в медицинских учреждениях, офисах СМИ, складских помещениях. Но это дало не более 10–30% от оборота по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. После окончания самоизоляции открылись сервисные центры, парки, но продажи по-прежнему далеки от докризисного уровня. Наиболее пострадали с точки зрения снижения оборотов Москва, Санкт-Петербург, крупные города Центрального федерального округа – снижение оборотов вендоров составило 60–80%. В Сибири, на Урале, в Южном федеральном округе – до 60–70% [3]».

Руслан Сагидуллин, директор вендинговой компании «Орион-Вендинг», комментирует ситуацию с пандемией следующим образом: «Фактически мы потеряли порядка 90% выручки за время самоизоляции. Большая часть точек была либо закрыта, либо практически там не шло никакой деятельности. То есть формально точка работает, а проходимость никакой нет, но вопрос о выживании для нас не стоит. Проблема в том, что мы работаем в ноль или небольшой убыток. Большое количество компаний, которые сильно закредитованы, жили не по средствам, совершали управленческие ошибки – они либо полностью уйдут с рынка, либо серьезно пострадают [4]».

Исходя из вышеописанных данных, можно сделать вывод, что пандемия оказала существенное влияние на рынок вендинга, и на сегодняшний день затруднительно сделать прогноз по восстановлению торговли до уровня, предшествовавшего наступлению ограничений.

Одной из мер по борьбе с пандемией и попыткой восстановления торгового оборота со стороны вендинговых компаний в ряде городов стал тренд по установке автоматов в подъездах. Компания «ВкусВилл» начала установку оборудования в подъездах жилых домов уже в апреле 2019 года. Общий ассортимент, предлагаемый для

покупки в торговых аппаратах, представлял около 70 продуктов. Примечательно то, что компания призывает клиентов, желающих осуществить покупку товаров «ВкусВилл» через автомат в их подъездах, оставлять заявки на установку оборудования. Еще в конце апреля 2020 года организация получила более 300 заявок на установку автоматов. Чтобы в подъезде появился автомат, потребуется согласие от 60 до 80% жильцов [5].

Компания «Азбука вкуса» также начала установку торговых автоматов в подъездах. Их оборудование работает по принципу умного холодильника: покупатель проходит идентификацию с помощью приложения, и только тогда открывается электронный замок. Оплатить выбранный товар можно в том же приложении, а система защиты, установленная в холодильнике, сама определит, если товар исчез с полки и не был оплачен. По планам организации, к концу 2020 года общее количество автоматов в жилых домах должно достигнуть 125 штук [6]. Однако поставить автомат получится не в каждом доме. Одно из основных требований – большой холл на первом этаже, чтобы автомат не загораживал проход и не мешал эвакуации из здания в случае пожара.

В целом пандемия нанесла вендинговой отрасли существенный урон, однако некоторым игрокам рынка удалось извлечь прибыль из сложившейся ситуации: в период ограничений существенно вырос спрос на воду и молочную продукцию в автоматах, которые были установлены рядом с жилыми домами в спальных районах. По данным исполнительного директора Национальной ассоциации автоматизированной торговли Галины Замановой, продажи в этом сегменте в период пандемии выросли до 20% [7].

Что касается тенденций, вызванных появлением COVID-19, то отрасль движется в направлении абсолютно бесконтактных автоматов, и, по прогнозам американских аналитиков, подобные автоматы будут обретать все большую популярность. Хотя современные вендинговые аппараты предлагают бесконтактные варианты оплаты, такие как Apple Pay и Google Pay, практически ни один из них не может осуществить продажу без физического контакта, а это значит, что покупателю все равно нужно прикоснуться к торговому автомату, чтобы завершить покупку. При таком резком толчке к бесконтактным транзакциям во всех отраслях просто бесконтактных платежей уже недостаточно. Вендинг как отрасль должен предложить вариант, исключая любой контакт с торговым автоматом, чтобы создать без-

опасную и по-настоящему бесконтактную торговую транзакцию. Чтобы это произошло, решение должно исходить от самой отрасли. Операторам необходимо комплексное решение, позволяющее потребителям не только оплачивать покупки в цифровом виде, но и выбирать товары в непосредственной близости от торгового автомата, не касаясь самого аппарата.

Относительно государственной поддержки вендинга в период пандемии следует отметить, что кризис стимулировал сплочение и активные совместные действия участников рынка. Так, Национальная ассоциация автоматизированной торговли смогла добиться включения вендинга в число наиболее пострадавших от COVID-19 отраслей. Это позволило некоторой части операторов, имеющих вендинговый ОКВЭД, получить финансовую помощь, а также право на снижение либо отмену аренды и получение кредита под 2% [8].

Резюмируя, можно сделать вывод, что в целом пандемия оказала негативное влияние на вендинговую отрасль. Организации, имеющие существенные кредитные, арендные или иные финансовые обязательства, пострадали в большей степени. В отдельных отраслях компании практикуют установку торговых автоматов в подъездах жилых домов, однако, учитывая ряд требований, предъявляемых к помещениям для установки подобного оборудования, подобные меры не в состоянии восстановить торговлю до прежнего уровня.

Список использованной литературы

1. Обзор рынка вендинга: актуальная ситуация и ближайшее будущее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://new-retail.ru/business/obzor_rynka_vendinga_aktualnaya_situatsiya_i_blizhayshee_budushchee6321/
2. Вендинговая Россия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://veq.ru/catalog/analitika-market/doc/2800>
3. Борис Белоцерковский: «Восстановление вендинговой отрасли невозможно без поддержки государства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infovend.ru/2020/09/boris-belotserkovskij-vosstanovlenie-vendingovoj-otrasli-nevozmozhno-bez-podderzhki-gosudarstva/>
4. Орион-вендинг: «Потеряли порядка 90% выручки за время самоизоляции» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infovend.ru/2020/05/orion-vending-poteryali-poryadka-90-vyruchki-za-vremya-samoizolyatsii/>

5. «ВкусВилл» начал ставить автоматы с продуктами в подъездах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.the-village.ru/business/management/380013-vkusvill-v-podezde>

6. «Азбука вкуса» начинает установку торговых автоматов в жилых домах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infovend.ru/2020/04/azbuka-vkusa-nachinaet-ustanovku-torgovyh-avtomatov-v-zhilyh-domah/>

7. Вода в один клик: из-за пандемии растет популярность вендинговых аппаратов в жилых домах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2020/08/03/iz-za-pandemii-rastet-populiarnost-vendingovyh-apparatov-v-zhilyh-domah.html>

8. Как пандемия повлияла на динамику развития вендингового бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://veq.ru/catalog/market-development-news/doc/6505>

Евмодиева Т.Е., Ларионов В.Г.

ПОТЕРИ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ И УСЛОВИЯ ВЫЖИВАНИЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Логистика является одной из активно развивающихся глобальных сфер экономической деятельности, подверженной воздействию контролируемых и неконтролируемых факторов, оказывающих влияние на эффективность ее участников. 2020 г. характеризуется чередой событий, вызвавших коллапс в современных реалиях. На фоне кризисных явлений большое количество предприятий разной страновой и отраслевой принадлежности, профиля деятельности были остановлены в административном порядке из-за коронавируса, что привело к нарушению привычных циклов производства, распределения и потребления вне зависимости от степени интегрированности субъектов бизнеса в глобальные производственно-сбытовые цепи. С последствиями таких нарушений столкнулись все страны, однако в большей мере пострадали экономически развитые государства. Предполагается, что в среднем ВВП развитых стран сократится на 6,1 процента в текущем году, в то время как снижение данного показателя в развивающихся странах составит около 1 процента. В целом эксперты Международного валютного фонда (МВФ) полагают, что снижение мирового ВВП в 2020 г. будет гораздо большим по сравнению с кри-

зисным периодом 2008–2009 гг. и станет самым значительным со времен Великой депрессии – 3 процента [1].

Текущие экономические условия осуществления логистических операций в период изоляции, вызванной пандемией коронавируса, заметно усложнились и наложили определенные отпечатки на технологию их реализации. Современные эксперты подсчитывают убытки логистических предприятий, вызванные нарушением привычных циклов бизнес-операций из-за ограничений, продиктованных административными рычагами управления (вводимые странами меры безопасности по сокращению распространения коронавируса на границах стран, ведущие к приостановке движения товаро- и грузопотоков между странами, приостановке производств, снижению внешнеэкономического обмена и т.д.). Потери инфраструктурных отраслей Российской Федерации от эпидемии, по оценкам InfraOne, в мае достигали примерно 507 млрд руб., из которых на транспортную сферу приходится почти 50%, или 230,3 млрд руб. [5], что вызвано более быстрой реакцией транспортно-логистической отрасли на усиление макроэкономической нестабильности и снижение спроса по сравнению с другими отраслями экономики. По оценке M.A. Research, в 2020 г. темпы роста российского рынка транспортно-логистических услуг в реальном исчислении войдут в зону отрицательных значений [4]. Наиболее сильно падение спроса сказалось на международных грузоперевозках (авиа и морские). Что касается морских перевозок, то в большей степени пострадали линейные перевозки, сегменты ро-ро (перевозки накатных грузов). Это связано с мировым падением потребления и переизбытком предложения судов на мировых рынках, т.е. с совпадением экономического и шиппингового кризисов. В тяжелой ситуации оказались ствидоры и автотранспортные предприятия, работающие в сфере международных перевозок. По данным Росстата, количество перевозок автотранспортом за 6 месяцев 2020 г. зафиксировано на 5 процентов ниже уровня 2019 г. Грузооборот российского транспорта за 7 месяцев 2020 г. снизился по всем видам транспорта. Транзитные перевозки через территорию Российской Федерации сократились на 43 процента в сравнении с аналогичным периодом 2019 г [3]. Режим самоизоляции негативно сказался и на транспортных предприятиях, работающих в LTL-перевозках (доставка грузов с частичной загрузкой транспортного средства). Объем перевозок здесь снизился на 30–40 процентов по сравнению с прошлым годом. В сложившихся условиях более высокую устойчивость по-

казал железнодорожный транспорт в результате переноса на него основных внутренних и внешних грузопотоков, компании, осуществляющие автомобильные доставки, и операторы, работающие на последней миле.

Следует отметить достаточно устойчивые позиции в сегменте складской логистики. Этому способствовали следующие факторы:

1) доминирование длительных контрактов на аренду складских площадей между операторами и потребителями складских услуг;

2) увеличение численности арендаторов, функционирующих в сфере электронной коммерции (фулфилмент-операторы, маркетплейсы, непосредственно online-ритейлеры), на долю которых в первом полугодии 2020 г. пришлось половина всех заключенных сделок по аренде складских площадей;

3) клиентоориентированность складского сегмента логистики, выражающаяся в строительстве складских площадей под конкретные требования заказчиков (в России это 70 процентов от возводимых складских комплексов), и наличие разнообразных форматов складов, открытых до пандемии (склады последней мили, дарк-сторы и т.д.), на фоне дефицита качественных современных складских площадей.

В области логистики коронавирус привел к доминированию следующих приоритетов, позволивших логистическим предприятиям адаптироваться к реалиям экономической жизни.

1. Скорость реакции на происходящие изменения. На плаву удержались те предприятия, которые оказались готовы к максимально быстрому реагированию на изменения рынка (изменению в структуре спроса, способах установления взаимоотношений, гибкой политике обслуживания) и минимальным срокам обслуживания потребителей.

2. Затраты. В условиях невозможности реализовать свою продукцию из-за карантинных мер, приведших к недееспособности каналов товародвижения и временному закрытию рынков сбыта, и на фоне снижения платежеспособного спроса компании должны были иметь достаточный финансовый рычаг прочности, чтобы продолжить свое существование на рынке. В связи с этим проблема оптимизации затрат и поиска новых действенных и низкорентабельных действий стала реперной точкой при осуществлении компаниями своих функций.

3. Прозрачность и безопасность логистических процессов. Это касается возможности любого участника логистической деятельности отслеживать бизнес-операции в любой момент времени с целью кон-

троля и управления ими, а также возможности бесконтактного взаимодействия с участниками цепи поставок.

Определим основные логистические тренды, рассматриваемые как перспективные с точки зрения возможности восстановления отрасли в ближайшей перспективе и оказывающие дальнейшее влияние на развитие логистики. На наш взгляд, их целесообразно рассматривать с позиции действий государства по поддержке логистического сектора и общеэкономических тенденций развития (макроуровень) и с позиций оперативных действий субъектов логистического рынка (микроуровень).

Повышение логистической активности на макроуровне возможно посредством:

1) активной поддержки государством развития зеленого сектора экономики и благодаря этому достижения сбалансированности объемных и структурных перемещений товарных потоков экологически чистых отраслей производства и снижения зависимости от сырьевых отраслей, которые, по оценке экспертов Рейтингового агентства «Национальные кредитные рейтинги» (НКР), будут выходить из кризиса от 3 до 5 лет (добыча нефти и газа, черная металлургия, производство минеральных удобрений и т.д.);

2) цифровизации логистики, позволяющей изменить концепции оперативной деятельности субъектов рынка, установить более тесные взаимоотношения с клиентами, сократить продолжительность деловых циклов, уменьшить затраты в процессе основной деятельности, повысить качество оказываемых логистических услуг. Текущая ситуация способствует более широкому внедрению робототехники и искусственного интеллекта в производственно-сбытовые цепочки и созданию единых технологических платформ для взаимодействия независимых участников рынка (поставщиков, производителей, логистических посредников). Это, в свою очередь, снизит участие людей в процессах производства и сбыта, уменьшит риск передачи инфекции и зависимость от кадровых ресурсов, позволит быстро адаптироваться к внезапному сокращению или увеличению спроса.

К сожалению, для многих отечественных предприятий цифровые технологии пока носят пилотный характер. Поэтому наряду с выполнением перечня рекомендаций, способствующих стабилизации работы логистических компаний, которые включают: более глубокое освоение внутреннего рынка; применение бесконтактной курьерской доставки при обслуживании потребителей; соблюдение

санитарных норм дезинфекции оборудования и транспортных средств; изменение логистического менеджмента в целом; изменение технологий бизнес-коммуникаций; следует повысить активность цифровизации логистики на микроуровне. Сделать это необходимо посредством:

1) применения интеллектуальных средства отслеживания транспорта в реальном времени, что позволит устранить сбои в цепочках поставок, контролировать активы субъектам бизнеса и свести к минимуму потерю ценных грузов;

2) освоения технологии аддитивного производства. Данная технология применима в производственной логистике и имеет следующие ключевые преимущества: придание уникальных характеристик производимой продукции, экономия ресурсов (в частности, экономия расходных материалов), возможность мобильного производства и быстрого обмена данными;

3) использования беспилотников в сфере складской логистики в процессе проведения инвентаризационного и складского учета, а также в сфере транспортной логистики при доставке «последней мили». Применительно к российской действительности доставка продукции дронами может начать осуществляться не ранее 2025 года. Однако грузовые беспилотные автомобили уже стали работать в тестовом режиме;

4) усиления безопасности транспортировки грузов с помощью внедрения телематических решений, позволяющих оптимизировать маршруты доставки, графики работы водителей, снизить порожние пробеги и т.д.

Таким образом, в сложившейся ситуации индустрии логистики не остается ничего другого, кроме как пройти через технологическую трансформацию. Преимущества получают те компании, которые укрепят свой бизнес надежными цифровыми решениями, обеспечат видимость транспорта и отслеживание груза в реальном времени. Инновационные технологии позволят компаниям стать лучше конкурентов, а положительный эффект от их внедрения будет ощущаться на протяжении долгого времени после завершения пандемии.

Список использованной литературы

1. Воздействие пандемии COVID-19 на промышленность и экологию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ach.gov.ru> (дата обращения: 01.09.2020).

2. Грузооборот российского транспорта, 7 месяцев 2020: снижение по всем видам транспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://seanews.ru/2020/09/01/ru-gruzooborot-rossijskogo-transporta-7-mesjacev-2020-snizhenie-po-vsem-vidam-transporta/> (дата обращения: 01.09.2020).

3. Объем транзитных контейнерных перевозок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://portnews.ru/news/301688/> (дата обращения: 01.09.2020).

4. Пандемия COVID-19 и рынок транспортно-логистических услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://logistics.ru/upravlenie-logistikoy-i-kompaniey/pandemiya-covid-19-i-rynok-transportno-logisticheskikh-uslug> (дата обращения: 01.09.2020).

5. Транспорт движется сквозь карантин. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4320861> (дата обращения: 27.09.2020).

Ерохина Т.Б.

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ О COVID-19 КАК СПЕЦИФИЧЕСКОЕ ПРОЯВЛЕНИЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Сегодня в информационное пространство вторглась всемирная проблема COVID-19, агрессивно влияя на формирование общественного мнения и определяя общественное сознание по многим вопросам под углом угрозы ущерба здоровью, непосредственно затрагивая политические, государственные, правовые, нравственные и другие проблемы. Роль связей с общественностью в данной ситуации переоценить невозможно: зная структуру и особенности функционирования общественного мнения, можно спасти общество от паники, всевозможных недовольств, страхов и угроз, предоставить правдивую информацию в доступной форме для всех групп населения, избежать дезинформации и манипулятивных технологий. Общественное мнение – это одна из ключевых категорий не только для связей с общественностью, права, политики, но и социологии, психологии и других наук, которые помогают проникнуть в сознание людей и направлять формы их активности, подсказывая без навязывания, только правдиво информируя оптимальный вариант поведения.

Интерес к информации и сводкам СМИ о количестве больных и умерших от COVID-19 у населения колеблется, люди, утомившись от избытка сведений, перестают напряженно следить за ситуацией, но в период всплеска заболевания у них повышается чувство страха, усиливаются тревоги за себя и близких, возникает гнетущее состояние от ограничений, которое на многих людей действует разрушительно. В PR-деятельности важную роль относительно формирования позитивного общественного мнения по поводу проблемы играет информация о самом событии, ее распространении, движении и последствиях.

Общественное сознание населения как членов социума обладает определенной структурой (нравственный и обыденный уровень), имея тенденцию преобразовываться в общественное мнение, проявляя себя как побудительная сила для действия групп людей, зачастую в заданном направлении. Направленность и содержание общественного мнения формирует интересы различных групп людей, поскольку общественное сознание функционирует как совокупность сознаний каждого отдельного человека, будучи целостным явлением, обладающим определенной структурой. Одной из особенностей общественного мнения является тот факт, что его носителем выступает определенная группа людей, имеющая взаимосвязи в конкретной социальности; их суждения проявляются как оценочные о происходящих событиях и фактах.

Механизм формирования общественного мнения соответствует определенным критериям: это объекты, связанные с событиями, процессы, явления, факты, которые отвечают интересам общества, поэтому объектом могут стать лишь те данные, которые затрагивают личные интересы практически каждого человека, определенной социальной группы или всего общества в целом как мирового пространства.

Полезно для правильного формирования общественного мнения о COVID-19 знать, что около 40% переносят это заболевание сравнительно легко, но они ходят и заражают других людей, поэтому стало ясно, что удержать методами карантина заболевание не удастся. Особенностью коронавируса является зависимость заражения от масштаба: сто вирусов – болезнь с легкими симптомами или бессимптомно; тысяча – серьезное недомогание, десять тысяч – очень тяжелое, угрожающее протекание. Изоляция, масочный режим, социальное дистанцирование не дают гарантированной защиты, но обеспечивают резкое снижение последствий заражения, существенно повышая шансы на выживание, и если люди правильно информированы и через обще-

ственное мнение у них сложилось свое собственное, они будут исполнять предписания.

Многозначное и неоднозначное толкование проблемы не способствует формированию общественного мнения, в соответствии с этим отстаиваются объекты, которые нуждаются в дополнительном толковании и должны быть доступны осмыслению людей, составляющих субъект общественного мнения.

Общественное мнение обладает множеством функций, но базовой является оценочная (кроме нее, существуют: регулятивная, воспитательная, нормативно-аналитическая, консультативно-экспрессивная, директивная и другие), которая связана с формой проявления суждения в вербальном и невербальном выражении.

Выделяют три компонента в структуре общественного мнения: рациональный, эмоциональный и волевой.

Основу рационального компонента составляют знания об объекте, где полнота, достоверность и точность преобладают, например без информации общественность не предполагала бы, что повторное заражение коронавирусом возможно, по наблюдениям, примерно через полгода это может произойти, антитела формируются, но уходят в течение 3-4 месяцев.

Эмоциональные переживания порождают групповые настроения, длительное состояние имеет либо положительную, либо отрицательную направленность и проявляется в оценочных суждениях. В начале пандемии все очень переживали за детей, но время показало, что они «вообще переносят эту инфекцию бессимптомно, то есть инфекция есть, иммунный ответ получен, а болезни нет. В будущем детям, инфицированным COVID, эта напасть не страшна. И когда появится новый, более опасный вид коронавируса (а он обязательно появится, возможно, уже через несколько месяцев), их иммунная система даст отпор инфекции. Их дети будут иметь иммунитет, полученный от родителей. Дети же являются и главными распространителями коронавируса, который опасен для четко определенных групп риска – стариков и хроников»¹.

Волевой компонент существует как элемент психики человека, способствует выбору цели, затрачивает внутренние усилия, поэтому связан с рациональным и эмоциональными компонентами, вместе они раскрывают сущность объекта общественного мнения и производят

¹ Клуб ФУП [Электронный ресурс]. – URL: https://forum.pravda.com.ua/index.php?action=print_page&topic=1071018.0.

его социальную оценку, выступают неким стимулом для рационализации восприятия и реализуются в различных формах массового поведения субъекта общественного мнения о COVID-19, оно должно располагать такой, например, информацией: на сегодняшний день микробиологи выявили менее 0,001% существующих на Земле вирусов, а вообще о наличии вирусов узнали только в конце XIX века. Попадая в живое существо, вирусы вырабатывают ответную реакцию организма – иммунитет, который перестраивает жизнь, творя новые архетипы: приобретая антитела иммунная система защищает организм.

Структура общественного мнения в полной мере дает представление о массовых акциях, имеющих поддержку действий, событиях, явлениях осуществления связей с общественностью как обуславливающих сложный процесс, который имеет свою динамику и характеризуется определенными стадиями, проходит условные этапы и имеет механизмы формирования, то есть жизненный цикл.

Стадия возникновения и формирования начинается с кристаллизации общей точки зрения: объективно проявляется широкий интерес к социальному субъекту, происходит формирование индивидуальных заинтересованных оценочных суждений, возникает потребность выразить свою оценку, обменяться мнением с другими индивидами – происходит активное обсуждение, столкновение мнений в форме дискуссий и споров, интеграция всех или большинства мнений вокруг единой точки зрения, которая сформировалась в процессе обсуждения проблемы на основе совпадающих оценочных мнений. Примером может служить парадокс – болеть полезно, хотя от болезни иногда умирают, но убивает она отдельного человека, а иммунитет приобретает человечество, что делает популяцию в целом более жизнеспособной и сильной; переболевший укрепляет свой собственный иммунитет, в его организме вирус меняется (мутирует), а исходный вирус становится более слабым, менее вирулентным. Именно благодаря мутации вируса и большому количеству переболевших, невосприимчивых к нему повторно, эпидемии и пандемии затухают.

Механизм формирования общественного мнения включает: внушение, убеждение, заражение, подражание и другие составляющие. Включенная активность масс происходит в момент сформировавшегося общественного мнения от отражательного состояния к преобразующим, у людей включается блок готовности, который характеризуется выработкой социальной оценки, в актах поведения наблюдаются массовые действия в поддержку суждений и социальных действий.

Спад, или отмирание общественного мнения, происходит как снижение интереса к объекту у большинства людей, что вызывается различными факторами, в нашем случае выработкой коллективного иммунитета – достаточно, чтобы примерно 60% населения проиммунизировалось (популяция подверглась заражению или получила вакцину), чтобы эпидемия пошла на убыль, выработался коллективный иммунитет. «Если суждение (мнение) теряет качество общественного, оно превращается в конгломерат оценочных суждений разрозненных индивидов и отдельных групп, объект общественного мнения перестает представлять интерес; качественных характеристик, где учитывается не только динамика, но и характеристика, отражающая определенность проблемы»¹.

Социальная поддержка общественного мнения служит мерилom управления. Компетентность в технологиях, изучение ориентации индивидов в ценностях, мониторинг устойчивости представлений об объекте и сформированной предрасположенности на основе жизненного опыта обеспечивают устойчивое взаимодействие с сознанием.

Вирус COVID-19 породил изначально вирус массовой общественной паники, противостоять распространению которого возможно с помощью положительно направленной, сформированной с определенной целью информации, транслируемой через связи с общественностью, выступающие единственным механизмом влияния на общественное сознание.

Замараева Е.Н.

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА ОБЪЕМ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК ПО МАРШРУТУ МТК «ВОСТОК – ЗАПАД»

Международный транспортный коридор «Восток – Запад» (МТК «Восток – Запад») – один из трех панъевропейских транспортных коридоров, проходящих по территории России. МТК «Восток – Запад» имеет важнейшее значение для развития международной торговли и отрасли транзитных услуг, поскольку данный маршрут проходит из Китая в страны Европы, и основная его часть находится на территории России.

¹ Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс]. URL: <https://e.lanbook.com/book/63794/>

Развитие МТК «Восток – Запад» предусмотрено положениями Транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 года. Управление МТК «Восток – Запад» осуществляется АНО «Дирекция международных транспортных коридоров» (ДМТК), учредителем которой является Минтранс России.

Основой центральной части коридора «Восток – Запад» является Транссибирская магистраль (ТС), проходящая по трем веткам (Екатеринбург – Москва через Пермь и Нижний Новгород; Екатеринбург – Москва через Казань; Челябинск – Москва через Уфу и Сызрань) с выходом к сетям железных дорог, автодорог, речным и аэропортам Европейской части России, и панъевропейский транспортный коридор №2 направления Берлин – Нижний Новгород через Варшаву, Минск и Москву [3]. На западе МТК «Восток – Запад» пересекается с МТК «Север – Юг», точки пересечения: Москва, Волгоград, Санкт-Петербург, Воронеж, Ростов-на-Дону.

Маршрут «Восток – Запад» состоит из центрального, западного и восточного участков. Центральная часть проходит по российской территории, западная – это европейские транспортные сети, восточный участок проходит по территории Китая и Кореи. К преимуществам маршрута относится возможность перевозки грузов между Европейскими странами и Китаем, Казахстаном, Северной Кореей и Монголией (рис. 1).



Рисунок 1 – Структура МТК «Восток – Запад» на российской территории

Технология организации движения специализированных контейнерных поездов на Транссибирской магистрали позволяет на 10-15 суток сокращать сроки доставки грузов, в сравнении с доставкой грузов по Трансокеанскому маршруту.

Основные грузопотоки МТК «Восток – Запад» складываются из российских экспортных и импортных грузопотоков и транзитных грузопотоков между странами Азии и европейскими странами, в том числе контейнерных. В 2019 году объем перевозок по маршруту МТК «Восток – Запад» составил около 100 млн тонн. После проведения запланированных Транспортной стратегией Российской Федерации на период до 2030 года мероприятий (по модернизации маршрута) ожидалось увеличение объема перевозок на 55 млн тонн [3]. Однако кризис, вызванный пандемией COVID-19, внес изменения в развитие международных грузоперевозок, связанные с массовыми вспышками заболеваний, закрытием государственных границ, ограничениями в работе предприятий, перераспределением средств и т.д. Отрицательное влияние кризиса на результаты деятельности предприятий наблюдается во всех отраслях: согласно оценкам мировых экспертов, вспышка новой коронавирусной инфекции привела к снижению международных грузоперевозок и оказала негативное влияние на транспортно-логистическую отрасль, при этом в большей степени пострадали железнодорожное и авиасообщение [2].

По данным Банка России, за первое полугодие 2020 года внешнеторговый оборот России снизился на 83% по отношению к первым шести месяцам 2019 года, и составил 267,1 млрд долларов США, при этом падение объемов экспорта оказалось гораздо существеннее, чем падение объема импорта (83% к первому полугодию 2019 года и 77,1% к первому полугодию 2019 года аналогично) [5].

Вместе с тем прошедший период показал рост транзитных перевозок из Китая в страны Европы. В большей мере рост объема транзита обеспечивается увеличением контейнерных перевозок. Объем контейнерных перевозок из Китая в Европу за шесть месяцев 2020 вырос на 33,7% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. По данным государственной железной дороги Китая, количество грузовых поездов, отправленных в страны Европы за первое полугодие 2020 года, вдвое больше количества поездов за аналогичный период прошлого года. При этом наиболее востребованным маршрутом для выполнения данных перевозок оказался маршрут Транссиба (67% от всего объема), что объясняется ограничениями в авиа- и морском со-

общениях. В данных условиях МТК «Восток – Запад» становится приоритетным маршрутом для транзитных грузоперевозок и имеет перспективы в разы увеличить объемы грузоперевозок.

Сегодня большинство компаний возвращается к работе в условиях, отличающихся от прошлогодних, поэтому компаниям необходимо разрабатывать новые стратегии развития с учетом данных о воздействии кризиса на отрасль, в которой они работают. Разработка новой стратегии включает в себя сбор и анализ информации о влиянии конкретных факторов на экономический результат в определенном секторе рынка, определение возможных сценариев действий в зависимости от развития ситуации, разработку стратегии для быстрого реагирования на изменения [1].

В транспортно-логистической отрасли также необходимо учесть результаты анализа объемов грузоперевозок и скорректировать направления развития, сделав акцент на привлечении транзитных грузов за счет перераспределения объемов транзитных грузов с морского маршрута на маршрут МТК «Восток – Запад». Сделать маршрут более привлекательным можно за счет выполнения запланированных мероприятий по увеличению скорости грузоперевозок, модернизации тоннелей, мостов и портов, электрофикации Транссибирской магистрали, формированию мощной транспортно-логистической инфраструктуры вдоль всего маршрута и т.д.

Список использованной литературы

1. Condon J., Gailus S., Neuhaus F., Peña-Alcaraz M. Global freight flows after COVID-19: What's next? – 02.07.2020.
2. Mazareanu E. Transportation & Logistics»Logistics Coronavirus: impact on the transportation and logistics industry worldwide // Statistics & Facts Published by E. Mazareanu. – 10.09.2020.
3. Замараева Е.Н., Хмельницкая З.Б. Повышение эффективности российской экономики в контексте международных транспортных коридоров // *Juvenis scientia*. – 2019. – № 7.
4. Информационное агентство РЖД-Партнер.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rzd-partner.ru/zhd-transport/news/obem-konteynernogo-tranzita-iz-kitaya-cherez-rossiyu-pokazal-sushchestvennyu-rostv-2020-godu> (дата обращения: 19.09.2020).
5. Официальный сайт ФТС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://customs.gov.ru/press/federal/document/226112> (дата обращения: 04.09.2020).

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В настоящее время роль транспортно-логистической системы (далее – ТЛС) крайне трудно переоценить. Для каждой страны и ее экономики транспорт представляет собой «кровеносную систему», необходимость постоянного и сбалансированного совершенствования которой выступает основой стабильного социально-экономического развития в долгосрочной перспективе, увеличения объемов как внешней экономической деятельности, так и внутри страны.

Относительно Российской Федерации можно сказать, что уровень логистики, если сравнивать с государствами с развитой экономикой, значительно ниже [4], в связи с тем что доля производственных издержек в разрезе логистических услуг является одной из самых существенных в мировой экономике и достигает 20% ВВП, при этом в Китае она составляет 15%, а в Европейском союзе около 7-8% [2].

Различия между отечественными и зарубежными показателями отчасти объясняются значительной площадью территории нашей страны, но главной причиной является низкий уровень эффективности ее ТЛС, что подтверждается данными Всемирного банка, формируемыми каждые два года по специальному показателю – Logistics Performance Index (индекс эффективности логистики), рассчитываемому по шести критериям, представленным на рисунке 1.

При этом отметим, что по итогам 2018 года Российская Федерация заняла 75-е место в рейтинге среди 160 стран, по которым производился расчет, и поднялась с 99-го места в 2016 г. (рис. 2), что свидетельствует о положительной динамике развития транспортно-логистической системы страны.

Транспортно-логистическая система Российской Федерации, включающая в себя железнодорожный, водный, воздушный и автомобильный виды транспорта, их инфраструктуру, играет значимую роль в реализации внутренних и внешних хозяйственных связей страны. Отечественная транспортная система характеризуется существенной протяженностью дорог для железнодорожного транспорта (3-е место в мире после Соединенных Штатов Америки и Китая – 87 тыс. км.) и автомобильного (5-е место в мире – 1198 тыс. км). Значение

ТЛС в отечественной экономике достаточно велико, по данным Министерства экономического развития Российской Федерации, доля транспортно-логистического сектора в увеличении валового внутреннего продукта за прошлый год составила 0,12% [2]. При этом снижение объемов международной торговли и торможение развития отечественной экономики оказали воздействие на падение темпов роста не только внешних, но и внутристрановых перевозок.



Рисунок 1 – Динамика индекса эффективности логистики в Российской Федерации в 2007–2018 гг. по данным Всемирного банка [5]

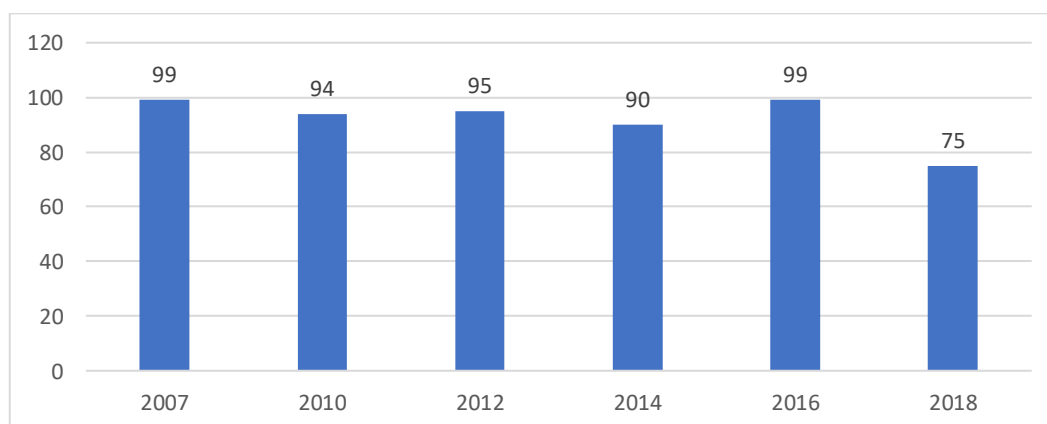


Рисунок 2 – Динамика места в рейтинге стран по уровню LPI, рассчитываемому Всемирным банком [5]

По данным Федеральной службы государственной статистики РФ, суммарный объем торговых грузоперевозок в разрезе всех видов транспорта в 2019 году снизился на 4,7% (исключение составляет

только трубопроводный) и составил 8302 млн т, грузооборот вырос незначительно – на 0,4%, составив 5673,4 млрд т-км (рис. 3).

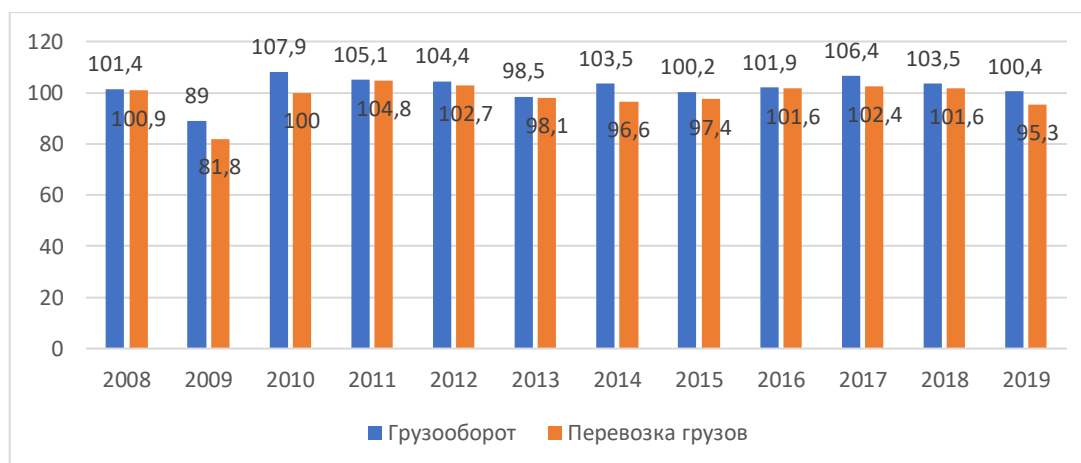


Рисунок 3 – Динамика роста грузооборота и перевозок грузов в 2008-2019 гг., % [6; 7]

В 2019 году максимальная доля грузоперевозок, как и ранее, пришлось на автоперевозки (69,1% в 2019 г.). На протяжении анализируемого периода (2000–2019 гг.) мы видим постепенный рост объемов перевозок, исключение составляет 2019 г. – произошло снижение объема перевозок по всем видам транспортно-логистических услуг.

В структуре грузооборота за прошедший год преобладают трубопроводный и железнодорожный виды транспорта, их доля составила 47,34% и 45,86% соответственно. Наибольшая доля трубопроводного транспорта обусловлена спецификой отечественного экспорта, где преобладает торговля углеводородами, добыча которых происходит далеко от основных стран-покупателей.

В 2020 произошло ухудшение положения мировой и российской экономики по различным причинам, в т.ч. из-за потерь, спровоцированных распространением новой коронавирусной инфекции COVID-19, что оказывает негативное воздействие на внешнеторговые отношения и динамику развития транспортно-логистической системы.

Пандемия COVID-19 нарушила налаженные экономические взаимоотношения между товаропроизводителями и нанесла серьезный ущерб мировой и национальной логистике, осуществлению цепочки поставок материалов и уже готовых товаров. Кризис нарушил равновесие различных грузопотоков в связи с изменением потребительского спроса, остановкой производственных предприятий и введенных ограничительных мер [4]. Произошло падение объемов грузопотока

в международном и национальном масштабе по причине закрытия границ государств, приостановки работы торговых площадей, роста курса резервных валют по отношению к рублю, самоизоляции граждан, падения спроса и доходов населения, а также из-за наличия страха в обществе и ощущения неопределенности.

Постепенно в новых реалиях начали формироваться новые тренды развития транспортно-логистической системы в России: ценовая война на рынке транспортно-логистических услуг; банкротство слабых конкурентов; развитие взаимодействия и кооперации различных транспортно-логистических компаний и сервисов; снижение доли нового транспорта и рост спроса на услуги по его ремонту и техническому обслуживанию; рост доли «сборных грузов» в коммерческих грузоперевозках; увеличение доли внутривосточных грузоперевозок и цепочек поставок; применение передовых цифровых технологий (блокчейн, Big Data, облачная логистика, физический интернет, интернет вещей, сенсорика, робототехника, автономный транспорт, предиктивная аналитика и искусственный интеллект) в целях увеличения эффективности использования больших объемов данных, разработки новых сервисов для оптимизации процессов в транспортно-логистической системе [1].

В заключение отметим, что применение инновационных цифровых технологий в практической деятельности компаний транспортно-логистического сектора экономики создает предпосылки к трансформации устоявшихся бизнес-моделей и развитию стратегического планирования в отрасли; повышает качество взаимодействия всех субъектов транспортно-логистического процесса и дает конкурентные преимущества всем субъектам и объектам транспортно-логистической системы; способствует повышению производительности объектных и субъектных узлов ТЛС страны за счет расширения их функциональных возможностей в рамках цифровизации.

Список использованной литературы

1. Алферов В.В. Цифровая логистика перевозки грузов // Логистика: современные тенденции развития: материалы XVII Междунар. науч.-практ. конф. (4, 5 апреля 2019 г.). – СПб., 2019. – Ч. 1. – С. 12-16.
2. Грузовые перевозки в России: обзор текущей статистики // Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики. – 2019. – № 53 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ac.gov.ru/archive/files/publication/a/24196.pdf>

3. Логистические тренды 2020–2021 гг.: влияние пандемии COVID-19 на перевозки // Eurasian Rail Alliance Index [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://index1520.com/analytics/logisticheskie-trendy-2020-2021-goda-vliyanie-pandemii-covid-19-na-perevozki/>

4. Осипов В.А. Проблемы развития логистики в России // Молодой ученый. – 2016. – № 13.1. – С. 75-77.

5. Официальный сайт Всемирного банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lpi.worldbank.org/international/global/2018.%202019?sort=asc&order=Customs#datatable>

6. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/>

7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/>

Парфенов А.В., Ли На

ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ В РЕГИОНАХ РФ В РАМКАХ ПРОГРАММЫ «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»

Реализация программы «Один пояс – один путь» инициирует, прежде всего, глобальные прогрессивные преобразования национальных транспортно-логистических инфраструктур стран, которые являются ее участниками. Руководствуясь этой логикой, в научных публикациях, посвященных рассматриваемой проблематике, первоочередное внимание уделяется обеспечению связности указанных инфраструктур КНР и РФ. В рамках их исследования акцент делается на оценке величины транзитного потенциала России и обосновании мер по повышению логистической привлекательности ее территории для Китая. Кроме того, обсуждаются особенности сближения национальных транспортно-логистических инфраструктур стран – членов ЕАЭС и направления координации их развития, позволяющего обеспечить баланс интересов участников программы «Один пояс – Один путь». На этом фоне обращает на себя внимание, по крайней мере, один факт. Программа «Один пояс – Один путь» в том числе определяет новые перспективы развития трансграничной логистической деятельности на территории этих госу-

дарств, в частности, в РФ. Однако это обстоятельство не находит должного научного отклика. Здесь необходимо отметить, что логистический бизнес в пространственном контексте не соотносится нами только с приграничными регионами. В условиях пандемии целесообразно обратить внимание на перспективы проникновения трансграничного логистического бизнеса по всей линии «Экономического пояса Шелкового пути» глубже в РФ, т.е. далеко за пределы приграничных регионов. В пользу этого утверждения приведем ряд положений.

«Сухопутный пояс» от КНР в ЕС должен проходить через регионы РФ, которые не имеют развитой транспортно-логистической инфраструктуры. Однако товарные рынки в этих регионах имеют высокий потенциал. Одним из свидетельств такого их состояния следует считать устойчивое возрастание вклада розничных торговых сетей в общий объем розничной торговли в регионах к востоку от Урала [2]. Нужно учитывать, что потребительские товары на эти рынки с логистической точки зрения более целесообразно доставлять из КНР, чем с европейской части России. Поставки товаров для государственных нужд мы в данной статье не рассматриваем.

Наши исследования показывают, что розничные торговые сети в азиатской части России преимущественно являются локальными, поскольку федеральные структуры подобного типа за Уралом представлены крайне фрагментарно. Это означает следующее. Торговые предприятия, которые дислоцированы на этих территориях, не имеют той мощной централизованной системы товароснабжения, которой обладают аналогичные предпринимательские структуры, размещенные вблизи крупных агломерационных центров на европейской части России. Иными словами, товарные рынки ряда регионов РФ, через которые должен пройти «сухопутный пояс» от КНР в ЕС, не имеют ни только должной транспортно-логистической, но и торговой инфраструктуры. Перспективы освоения их высокого потенциала развития связаны, прежде всего, с преодолением изоляции от наиболее развитых региональных рынков страны, т.е. с построением товаропроводящей сети, которая равномерно покрывает всю территорию РФ. Достижение этой цели связывается, в том числе, с реализацией национальной транспортной стратегии, которая предусматривает: 1) повышение роли транспортно-логистической инфраструктуры в организации товародвижения; 2) трансформацию логистических транспортных центров в управляющие элементы си-

стемы товародвижения [4]. Согласно этой стратегии планируется строительство опорных логистических центров по всей стране на базе ОАО «РЖД», которые должны быть интегрированы с местными региональными логистическими системами. Проект формирования опорной сети логистических центров на базе ОАО «РЖД» был разработан еще в 2010 году, однако до сих пор так и остался нереализованным. Между тем ввод в эксплуатацию таких центров в особенности на условиях их интеграции с региональными логистическими системами и придания их деятельности активного, а не пассивного характера, по нашему мнению, может кардинально изменить к лучшему уровень транспортно-логистического обслуживания в стране. Заметим, что цель упомянутого нами проекта заключалась в повышении степени конкурентоспособности железнодорожного транспорта по сравнению с автотранспортом. Однако такая постановка целеполагания не совсем соответствует императивам транспортно-логистического обслуживания. Услуги грузоперевозок железнодорожным транспортом в таких центрах должны быть интегрированы с услугами местных логистических провайдеров. Это обусловлено в том числе тем, что нередко ОАО «РЖД» экономически нецелесообразно содержать в таких центрах собственные автотранспортные парки и складские мощности.

Таким образом, можно утверждать, что сегодня существуют объективные предпосылки для совместного развития китайскими и российскими предприятиями логистического бизнеса по маршруту «сухопутного пояса», проходящего через территорию РФ. По нашему мнению, он должен заключаться в организации работы логистических центров вблизи транспортных узлов. В последнем контексте необходимо отметить, по крайней мере, несколько положений.

Во-первых, мировая практика свидетельствует о том, что удельный вес транспортных услуг в общем объеме логистических услуг превышает 50%. В РФ ситуация иная: 90% логистических услуг приходится на услуги по перевозке грузов, т.е. на транспортные услуги. Уместно отметить, что в США объем услуг, предоставляемых складами общего пользования, в стоимостном исчислении превышает объем транспортных услуг, оказываемых железнодорожным транспортом, более чем в 2 раза. В ОАО «РЖД» логистические услуги соотносятся с терминально-складскими и экспедиционными услугами. Спрос на них постоянно растет. Однако представление таких услуг

осуществляется на основе принципа «ожидания спроса», т.е. ОАО «РЖД» занимает пассивную позицию.

Во-вторых, наши исследования показывают, что на региональных рынках РФ спрос на индивидуальные складские и транспортные услуги превышает предложение.

В-третьих, логистические центры, созданные под эгидой российских и китайских предприятий, должны функционировать в режиме «ответа на спрос» на услуги. Достижение этой цели предусматривает: 1) разработку управления товарными запасами на основе запросов клиентов; 2) обеспечение непрерывности пополнения товарных запасов; 3) использование отсрочки выполнения логистических операций; 4) повышение оборачиваемости товарных запасов; 5) создание экономических и логистических сервисных выгод для своих клиентов; 6) обеспечение вертикального и горизонтального перемещения грузов; 7) гарантирование точного учета товарно-материальных ценностей; 8) оказание широкого спектра транспортно-логистических услуг; 9) обеспечение конкурентного логистического обслуживания потребителей.

Необходимо отметить, что логистический центр, работающий в активном режиме, в том числе должен стать торговым посредником на пути поставок китайских товаров в Россию, а также выполнять функции логистического провайдера не ниже 4PL-уровня. Это означает, что он должен принимать участие в формировании цепей поставок (логистических цепей) в пределах своей территориальной ответственности.

В-четвертых, потребность в формировании логистических центров по маршруту «сухопутного пояса», проходящего через территорию РФ, во многом предопределяется ростом объема оптовых и розничных продаж в стране посредством сети Интернет, т.е. электронной торговли [3]. Следует отметить, что в научных публикациях проблемы обоснования проектов логистических центров обсуждаются достаточно широко. Однако преимущественно они рассматриваются с позиций обслуживания транспортных узлов, т.е. как логистические центры в транспортной системе, решающие специфические, прежде всего, отраслевые задачи. Внетранспортные эффекты при этом должным образом не учитываются. В силу этих причин в концепции построения таких центров отчетливо просматривается направленность организации их работы на повышение провозной способности желез-

нодорожной транспортной системы, а не на логистическое обслуживание потребителей.

Все это актуализирует необходимость обоснования и оценки инвестиционного замысла проекта формирования логистических центров, функционирующих в «ответ на спрос» при поставках товаров из КНР. В рамках решения этой задачи целесообразно использовать методологический подход, предложенный в работах [1, 5, 6]. Кроме этого, особое внимание необходимо уделять: 1) оценке пространственной востребованности локальных логистических центров на маршруте «сухопутный пояс» с учетом перспектив развития розничной торговли в регионах, которые он пересекает; 2) прогнозам выхода подобных инфраструктурных объектов на безубыточный режим функционирования; 3) обоснованию возможности налаживания китайскими предприятиями торговых и логистических взаимодействий с предприятиями РФ, дислоцированными вдоль маршрута «сухопутный пояс».

Список использованной литературы

1. Основы логистики: Учебник для вузов / Под ред. В. Щербакова. – СПб.: Питер, 2009; Развитие науки и научно-образовательного трансфера логистики / Под науч. ред. В.В. Щербакова. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019.

2. Парфенов А.В., Цзин У. Теоретическое обеспечение проектирования логистических сетей в международной торговле // Аудит и финансовый анализ. – 2018. – № 2. – С. 434-439.

3. Парфенов А.В., Ткач В.В. Логистические императивы формирования омниканальной модели оптовой торговли // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2020. – № 2 (122). – С. 116-121.

4. Прокофьева Т.А., Сергеев В.И. Логистические центры в транспортной системе России: Учеб. пособие. – М.: Экономическая газета, 2012.

5. Ткач В.В. Оценка инвестиционного замысла (идеи) проекта логистической системы // Российское предпринимательство (окончание). – 2005. – № 4. – С. 73-76.

6. Ткач В.В. Оценка инвестиционного замысла (идеи) проекта логистической системы // Российское предпринимательство. – 2005. – № 2. – С. 60-65.

ПОСЛЕДСТВИЯ ВЛИЯНИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ОТРАСЛЬ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ

Пандемия COVID-19 и последовавшие за ней ограничения оказали значительное влияние на изменение мирового рынка. Так, многие предприятия были вынуждены приостановить свою деятельность, часть из них попросту ликвидировалась, практически в половину сократился пассажиропоток, что сильно сказалось на работе транспортной отрасли, претерпели изменения взаимоотношения контрагентов, предприятия общественного питания и досугово-развлекательного сектора были вынуждены остановить свою деятельность, наблюдается снижение масштабов офлайн-торговли и др.

Однако помимо негативных факторов есть и положительные моменты. Эксперты Всемирной торговой организации отмечают трансформацию рынка и его адаптацию к новым реалиям, обусловленным пандемией: «констатируется рост масштабов электронной коммерции, поскольку потребители вынуждены приспособливаться к карантину и мерам социального дистанцирования» [5]. Отмечается, что сложившиеся рыночные условия создадут благоприятную почву для сотрудничества между странами в области электронной торговли, что, в свою очередь, позволит создать комфортную среду для ведения малого бизнеса, организации перемещения товаров и услуг между государствами, а также будет способствовать сокращению цифрового разрыва. Оказавшись в определенных рамках, потребители были вынуждены изменить свою покупательскую модель поведения – покупки стали совершаться через различного рода приложения, интернет-магазины, социальные сети, все это привело к росту рынка формата В2С и увеличению объемов электронной коммерции формата В2В.

Компании онлайн-сферы в США и Великобритании констатировали в первом квартале 2020 года общее увеличение объема продаж в годовом исчислении на 53%, в Корее – на 45%, в Испании – на 30%, во Франции – на 13%, в Италии – на 85%. Справедливо мнение о том, что пандемия в целом пойдет на пользу рынку онлайн-торговли. Многие эксперты сходятся на мнении, что, найдя товары высокого спроса среди покупателей, можно достичь более высоких показателей деятельности, чем это было в докоронакризисный период. Кроме того, прогнозируется ускорение процесса диджитализации, это говорит о том, что цифровизация и

оптимизация бизнеса есть главный критерий успешности компании, работающей на рынке электронной торговли.

Стоит сказать, что есть сегменты онлайн-торговли, в которых произошел спад потребительского спроса, к ним относятся сервисы для бронирования жилья, авиабилетов. Отрасль онлайн-торговли столкнулась с некоторыми и негативными факторами, которые оказали существенное влияние на нее: увеличение логистических задержек, отмена заказов, необоснованное повышение цен, проблемы кибербезопасности и мошенничества, а также безопасности продукции.

Говоря о ситуации, сложившейся на российском рынке онлайн-торговли, необходимо отметить, что люди, совершающие покупки таким образом, появились еще до рассматриваемого кризиса, а сложившиеся обстоятельства и условия ограничений дали еще больший толчок развитию данного направления не только в сфере товаров первой необходимости, но и товаров, которые дают возможность людям вести комфортный и приближенный к привычному образ жизни.

«Доля интернет-торговли на российском рынке ретейла впервые превысила 10% по итогам первого полугодия, полагают в АКИТ. Объем рынка составил 1,654 трлн рублей (рис. 1)» [6].



Рисунок 1 – Показатели российского рынка интернет-торговли в период с 2010 по 2020 гг., млрд руб.

«Онлайн-канал в 2020 году продемонстрировал фантастические темпы роста и в апреле-мае 2020 года достиг 3,3% от всего рынка, а в июне 5%. Такие значения мало кто мог себе представить еще в начале этого года» [6].

Отмечается рост продаж товаров для детей, занятий спортом, а также хобби. Кроме того, констатируется резкое увеличение онлайн-покупок товаров, способствующих укреплению иммунитета, поддержанию здоровья, различного вида витаминов, санитайзеров и т.д.

Сфера общественного питания также претерпела некоторые изменения, спровоцированные пандемией. Стоит сказать, что большинство предприятий общественного питания вынужденно перешли на работу в формате доставок, чтобы нивелировать потери, связанные с введенными ограничениями.

Сервисы, специализирующиеся на доставке еды, констатируют большой рост заказов, а также размера среднего чека. Рост отмечается как в секторе готовой еды, так и в доставке продуктов длительного хранения. Однако эксперты отмечают, что резкий рост спроса на доставку продуктов питания, товаров первой необходимости и готовой еды спровоцировал ряд проблем: увеличение времени доставки до потребителя, сокращение ассортимента, невозможность выбора удобного времени доставки, а также снижение качества предоставляемых услуг. Следствием этого явилось снижение покупательской удовлетворенности, лояльности потребителей. Есть опасность, что после возврата к прежним условиям жизни, отмены всяческих ограничений на передвижение многие потребители могут не вернуться к такой модели поведения. Поэтому компании, работающие в данной отрасли, вынуждены предпринимать все возможные усилия для удержания клиентов: расширять штат курьеров и сборщиков заказов, отдавать часть логистических функций на аутсорсинг, увеличивать количество складских помещений, закупать новое оборудование. Это все ведет к увеличению издержек компании, а большая часть прибыли вынужденно инвестируется в капитальные затраты с целью наращивания производственных мощностей.

В связи с тем что предприятия стремятся снизить свои издержки, происходит изменение всей логистической структуры, начиная получением товара со склада и заканчивая вручением этого товара покупателю. Все чаще компании следуют по пути как можно меньшего привлечения людей к осуществлению массовых рутинных операций и оповещения, стараются выстраивать свои логистические

процессы таким образом, чтобы водители и курьеры могли осуществлять доставку заказов как можно большему количеству покупателей с достижением максимального уровня качества оказываемых услуг.

Исходя из всего вышесказанного можно сделать вывод, что кризисные условия ведения бизнеса создают возможности для роста. Компании, которые смогут подстроиться под новые реалии, получат возможность совершить рывок вперед, а те участники рынка, которые примут выжидательную позицию, останутся за пределами нового изменившегося рыночного пространства.

Список использованной литературы

1. BFM.ru – Деловой интернет-портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bfm.ru/news/439012>, свободный (дата обращения: 11.10.2020).

2. Дмитриева А.Д. Экономические последствия эпидемии COVID-19 [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – 2020. – № 24 (314). – С. 174-177. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/314/71594> (дата обращения: 11.10.2020).

3. Ретейл на волнах пандемии: Как изменился ландшафт российской розницы. Журнал об электронной коммерции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/riteyl-na-volnakh-pandemii-kak-izmenilsya-landshaft-rossiyskoj-roznitsy.html>, свободный (дата обращения: 11.10.2020).

4. РосБизнесКонсалтинг – информационное агентство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/12/07/2020/5f0850989a794790e959424d>, свободный (дата обращения: 12.10.2020).

5. Росконгресс – Социально ориентированный нефинансовый институт развития, крупнейший организатор международных, конгрессных, выставочных, деловых, общественных, спортивных мероприятий и событий в области культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://roscongress.org/materials/elektronnaya-kommertsiya-torgovlya-i-pandemiya-covid-19> (дата обращения: 12.10.2020).

6. Спрос на услуги сервисов доставки растет [Электронный ресурс] // Коммерсантъ: последние новости России и мира. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4318258?query> (дата обращения: 15.10.2020).

ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА ИЗМЕНЕНИЕ СПРОСА НА РЫНКЕ FMCG И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

Мировой рынок 2020 года столкнулся за долгое время со сложной ситуацией, а именно с влиянием пандемии вируса COVID-19 на жизнь, потребности, здоровье миллионов людей в разных уголках планеты и, соответственно, с большими изменениями на рынках разных видов продукции. Многие компании столкнулись с неизбежностью решения вопросов и проблем выхода из кризиса с минимальными потерями.

Если говорить о рынке FMCG как высоколиквидном, поскольку он связан с продукцией короткого жизненного цикла для частного потребления, то результаты исследований компании GfK (институт исследования рынка, Германия) показывают следующие тенденции:

– 52% потребителей приобретают больше продукции про запас, что связано не с паническим спросом в марте 2020 г., а скорее со смещением покупательских взглядов на приобретение продукции в период пандемии [1]. Это не что иное, как систематическое смещение покупательских взглядов на приобретение товаров питания в период пандемии [1]. Например, данные GfK, которые показывают рост спроса на холодильники и морозильные камеры для хранения запасов в России, демонстрируют взволнованность во время периода вспышки вируса, что надолго закрепит запасливое поведение у большей части потребителей. По их мнению, такое «запасливое поведение» говорит о том, что последствия могут быть серьезными и быстро не исчезнут;

– запланированные покупки, т.е. реже покупать необходимое количество и за короткий промежуток времени;

– резкий спрос на онлайн-закупки, анализируемые недельные тренды начиная с марта-апреля 2020 г. показали рост онлайн-покупок, количество которых, по мнению специалистов, и далее будет расти. Если в 2019 г. доля электронных продаж (e-commerce) в России составляла 1,9% в денежном выражении, то в марте 2020 г. уже достигла 3,2% [1]. Это говорит об интенсивном развитии и спросе на различные сервисы по доставке продукции. Производители FMCG и ретейлеры, которые в период карантина активно использовали схемы аутсорсинга e-commerce, организации поставок онлайн-заказов

(Сбермаркет, Igoods и др.), имели преимущества по сравнению с такими крупными компаниями онлайн-ритейла, как «Перекресток», «Утконос», Ozon, которые не сразу справились с неожиданным для них всплеском спроса на доставку. Приоритетным стали KPI Service level сбор заказа, время доставки, оценка качества сервиса клиентом;

– политика исключения посредников как один из вариантов создания дополнительной ценности для потребителя посредством изменения цепи добавленной стоимости. Прослеживается развитие прямого ритейл-канала от производителя среди таких FMCG-брендов, как «Чистая линия», «Долина овощей», «Московский» (доставка овощей и фруктов), «Победа» (шоколад), «Умалат» (сыры) и др. [2].

В то же время необходимо учитывать негативные факторы, влияющие на развитие бизнеса как производителей, так и FMCG-ритейлеров. Более 80% производителей и ритейлеров FMCG прогнозируют снижение эффективности бизнеса на более чем 5–20% в 2020 г. Производители и ритейлеры выделяют девальвацию рубля как основную причину в краткосрочной и долгосрочной перспективах (67 и 77%), проблемы в платежной дисциплиной (56 и 31%), снижение спроса на производимые товары (44%), падение трафика в магазинах (77%) отмечают ритейлеры, перебои в поставках, наименьший процент в списке выделенных факторов – проблемы с логистикой и недостаточные объемы поставок [3].

Изменения на рынке на фоне пандемии коронавируса в 2020 г. связаны не только с колебаниями спроса на продукцию FMCG, но также с влиянием на цепи поставок (далее – ЦП) производителей и ритейла. Приоритетными направлениями в управлении цепочками поставок становятся следующие:

- дальнейшее развитие онлайн-продаж с акцентом на совершенствовании учета и контроля запасов, повышении уровня сервиса;
- расширение локальных поставок, снижение зависимости от импорта, формирование базы локальных поставщиков, системы оценки поставщиков и рисков;
- стратегия крупных ритейлеров на расширение товаров СТМ;
- развитие систем самообслуживания в торговых точках (Auchan Pay, Iscan, кассы самообслуживания, магазины без касс и продавцов);
- развитие динамичных цепочек поставок с комплексной системой проверки поставщиков, оценки рисков и мониторинга ситуации на рынке.

Предлагаются новые подходы к управлению ЦП в сложившейся ситуации. По мнению CEO ассоциации по управлению цепочками поставок (Association for supply chain management, ASCM) Эйба Ашке-нази, одним из ключевых подходов перестройки цепочек поставок должно стать так называемое картографирование (Supply chain mapping) – визуализация максимальной цепочка поставок. Это необходимо для анализа не только своих контрагентов 1-го уровня, но и поставщиков своих контрагентов 2-3-го уровней, т.е. всей ЦП: от необработанного сырья до производства и дистрибуции конечной продукции.

Картографирование ЦП, по мнению ряда специалистов, позволяет системно оценить географическое положение поставщиков, распределительных центров, транспортных маршрутов и основных рынков сбыта.

Марк Уэбба (управляющий директор консультационного портала Future Purchasing.com) считает, что для повышения устойчивости в условиях непредвиденных ситуаций бизнесу, помимо картографирования цепочек поставок, необходимо также исследовать подходы к снабжению у контрагентов и проводить стресс-тестирования непрерывности ведения бизнеса. Первое направление позволяет оценить качество взаимодействия своих контрагентов с их поставщиками на 2-3-м уровнях и совместно определить стратегии снабжения для снижения рисков у своих контрагентов.

Второе направление позволяет бизнесу оценить, что может произойти с ЦП по каждому конкретному товару в случае реализации сценариев так называемых черных лебедей, т.е. ситуаций маловероятных, но несущих громадные потери. Подобная оценка позволяет подготовить план действий при наступлении каждого стрессового сценария и выстроить цепочки поставок с учетом выявленных рисков [4].

На наш взгляд, важным направлением в принятии решений должен быть тренд на координацию (коллаборацию) партнеров в ЦП для разработки интегрированных предложений для клиентов, дальнейшего развития сервисных услуг, мониторинга КРІ ЦП и оценки рисков в ЦП. В более ранних публикациях мы отмечали необходимость и возможность использования механизмов координации в ЦП с ключевыми поставщиками [5; 6]. Соотношение и приоритетность механизмов координации может меняться в связи с меняющейся ситуацией на рынке, изменением спроса на товары, состава поставщиков, сужением или расширением рынка продаж разных категорий продук-

ции. Напомним, что нами были выделены такие важные механизмы, как совместное планирование, согласование операционных функций, управление руководящей документацией, единое информационное пространство, совместное управление персоналом, совместное использование материальных ресурсов и мотивация персонала. Исследование механизмов координации также включает оценку их влияния на основные экономические показатели участников/партнеров ЦП, такие как рентабельность, оборачиваемость оборотных средств, затраты на закупки, валовая прибыль, длительность цикла закупок, доля совершенного заказа, доля нарушений поставок, уровень согласованности планов закупок и продаж и др.

Кроме того, возрастает потребность в формировании эффективной системы управления рисками, которая может быть встроена в состав механизмов координации в ЦП. Современная парадигма управления рисками ориентирована в большей степени на процессный подход в управлении, который представляет собой некую альтернативу системному подходу, исходя из практического опыта управления рисками как на отечественных, так и на зарубежных предприятиях – участниках цепей поставок.

Актуальность управления рисками в цепях поставок является важной задачей в связи с новыми условиями ведения бизнеса, ограничениями, вызванными экономическими санкциями, а также пандемией COVID-19.

Обязательным условием построения эффективного механизма управления рисками является перевод миссии и общей стратегии ЦП в систему четко поставленных целей, задач и показателей, определяющих степень достижения этих целей. Система управления рисками в ЦП должна учитывать не только количественные, но и качественные показатели, без которых невозможно описать объективную картину функционирования цепи поставок.

Ключевым вопросом при формировании организационно-экономического механизма управления рисками в ЦП становится вопрос оценки уровня риска и анализа факторов, влияющих на него.

Поскольку создание такого механизма требует больших затрат времени, финансовых ресурсов и высокого уровня профессионализма работников, возможно формирование механизма управления отдельными видами рисков, который в будущем может перерасти в интегрированную систему управления рисками. Использование такого механизма для непрерывного и динамического управления рисками в

ЦП открывает хорошие возможности для малого и среднего бизнеса, который испытывает значительные трудности в условиях современного кризиса. Так как бизнес-процессы в управлении цепями поставок достаточно универсальны, то этот механизм может быть использован и крупными торговыми сетями. Минимизация рисков в цепях поставок приводит к оптимизации материальных и финансовых потоков, что в целом повышает устойчивость и конкурентоспособность всех участников ЦП.

Предлагаемый механизм управления рисками может базироваться на одном из трех основных подходов к управлению рисками: активном, адаптивном и консервативном. Однако, по нашему мнению, на сегодняшний день наиболее предпочтительным является активный подход, ориентированный на профилактику и предупреждение возникновения рисков. Что касается выбора модели управления, то следует учитывать, что статические модели целесообразно использовать при стабильной экономической ситуации, поэтому однозначно выбор падает на динамические модели, которые возможно реализовать только в рамках активного подхода к управлению рисками.

Таким образом, ситуация на рынке России и мировом рынке, связанная с пандемией коронавируса в 2020 г., оказывает огромное влияние на снижение финансово-экономической стабильности различных участников рынка и ЦП. Это ставит перед производителями, ретейлерами, логистическими компаниями, поставщиками серьезные задачи взаимодействия в ЦП, выбора новых подходов к управлению бизнесом и гибких решений для снижения рисков и потерь.

Список использованной литературы

1. Режим доступа: <https://www.cossa.ru/news/265581/>
2. Режим доступа: <https://roscongress.org/materials/koronavirus-i-fmcg-trendy-v-rossii-novaya-realnost-i-novye-vozmozhnosti/>
3. Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/nielsen-kak-covid-19-izmenit-rynok-fmcg/>
4. Витвицкий М., Ахмятов Р. Как бизнесу управлять ЦП в условиях пандемии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kursiv.kz/news/biznes/2020-04/kak-biznesu-upravlyat-serpochkami-postavok-v-usloviyakh-pandemii>
5. Абрамова Е.Р., Проценко И.О. Метод оценки качественных параметров межорганизационной координации в цепях поставок / The method of assessing the quality parameters of interorganizational coordination in supply chains / Ph. D. (C) Elena Richardovna Abramova, Dr. Inga Olegovna Protsenko

// Revista Inclusiones, Ciencia en los Nuevos Tiempos, Revista de Humanidades y Ciencias Sociales. – Volumen 7 / Número Especial / Julio – Septiembre. – 2020. – P. 48-65.

6. Абрамова Е.Р., Проценко И.О., Теренина И. В. Влияние механизмов координации на показатели закупочной деятельности участников цепей поставок / Abramova E.R., Protsenko I.O., Terenina I.V. The influence of coordination mechanisms on the procurement performance indicators of supply chains participants // International Journal of Supply Chain Management. – No. 9 (4). – P. 695-702.

Рамазанов Р.А.

НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ И МАРКЕТИНГА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Именно системный подход, являющийся основой логистики, обеспечивает включение финансовых институтов в экономический контур практически каждой рассматриваемой экосистемы. Как любая логистическая система, экосистема ориентирована на запросы клиента, его стремление к формированию удобного финансового сервиса. Современные рыночные механизмы, разрабатываемые и реализуемые на основе логистики и маркетинговых подходов, уже не просто удовлетворяют запросы потребителя – они формируют спрос, ориентируя предложение на различные группы сегментов.

По сути, финансовые учреждения, предлагая потребителю комплекс услуг не только банковского, но и смежного характера, через смежные продукты не всегда афишируют присутствие сторонних игроков, действующих в данной экосистеме, и в данной части процесса реализации услуг присутствие логистики так же очевидно.

В рамках взаимосвязи логистики и маркетинга в финансовой среде охарактеризуем основы экосистемного подхода, применимого в логистике. «Основные признаки экосистемности: единый «генетический» интерфейс и способы его построения вне зависимости от продуктовой среды, с которой соприкасается клиент; единые способы идентификации; бесшовная передача данных; бесшовный цикл перемещения между фронтальными средами – от приема трафика до предоставления услуги в модели единого окна. Ключевое сходство подходов при формировании маркетплейсов в розничном и корпоративном сегментах – это умение упаковать под цифровым фасадом

банка продажу услуги стороннего поставщика. На этом сходства подходов заканчиваются. Маркетплейс – это не конкретный «софт», это прежде всего идеология дистрибуции. Что актуально для розничного клиента, помимо основного банковского сервиса? Конкретное товарное предложение, для которого ему нужен финансовый продукт. Что актуально для корпоративного клиента, помимо расчетно-кассового обслуживания (РКО)? Интегрированность информационной среды, связанной с РКО, в собственные бизнес-процессы и информационные системы, получение дополнительных продуктов, органично вписанных в структуру РКО или в процесс ведения бизнеса. Разница этих подходов формирует запрос на создание различных продуктовых фронтальных сред, различных внутренних команд в банке и ролей в них, различных товарных матриц и различных способов дистрибуции чужого товарного предложения»¹.

«В современных условиях банковские учреждения предлагают новые услуги, ориентированные на определенные целевые группы. Их разновидность обусловлена потребностями этих сегментов. При этом можно констатировать, что в российской практике нечасто применим метод силового финансового давления, основой которого является навязывание финансовых продуктов»². Такая практика более применима европейскими финансовыми учреждениями и массово реализуется через возможности цифровизации и развития контента. «Можно с уверенностью утверждать, что цели и задачи финансового маркетинга и логистики заключаются в совершенствовании услугового комплекса, максимизации уровня и качества обслуживания клиентов. При этом глобальная цель каждого финансового учреждения содержит повышение уровня прибыли и ликвидности. Ориентация на рыночные запросы, четко выявленные в результате маркетинговых исследований, может существенно упростить деятельность коммерческих банков, приспособить их усилия к реальной маркетинговой среде и дать возможность достигнуть желаемой цели»³, умело используя логистические возможности, которые именно благодаря экосистемному подходу представляются наиболее эффективными.

¹ Расчеты и операционная работа в коммерческом банке. URL: http://futurebanking.ru/reglamentbank/article/4586?access_key=L10EMU&fbclid=IwAR0bVe-2inupL1DQokE6DZltGnyO-Usvs0DIJYC2H23WSxDF5YZer8kPjOY (дата обращения: 13.12.2019).

² Рамазанов Р.А. Посткризисное развитие инновационных стратегий финансового маркетинга // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2017. № 3 (59). С. 69-74.

³ Рамазанов Р.А. Посткризисное развитие инновационных стратегий финансового маркетинга // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2017. № 3 (59). С. 69-74.

«Отметим, что для каждого финансового учреждения потребности индивидуальны, но грамотное управление деятельностью в первую очередь предполагает использование инструментария логистики и маркетинга. Большинство мотивов зависит от масштабов рыночного охвата, специализации, но при этом, не исследуя рынок, невозможно достигнуть желаемого результата. Именно сейчас, на наш взгляд, персонификация спроса достигла значимого уровня, поэтому финансовые учреждения вынуждены, повышая уровень рентабельности, привлекать и удерживать клиентов посредством развития информационной составляющей маркетинга»¹.

«Интернет-технологии выглядят презентабельно в условиях массового потребления банковских услуг, которые возрастают с каждым годом, позволяют набирать обороты, в том числе за счет развития IT-технологий, электронного банкинга и обслуживания интернет-торговли. Именно поэтому современным, инновационно активным финансовым учреждениям так важно работать и развиваться в данном направлении»². «Развивая виртуальные рынки, приобретающие черты современной рыночной среды, финансовый маркетинг как катализатор изменений помогает ближе исследовать требования конечного звена с целью увеличения прибыли и показателей ликвидности коммерческого банка, а финансовая логистика позволяет эффективно выполнять распределительные функции, поддерживая принцип экосистемности. Автоматизация интернет-систем современных банков существенно упростила многие операции, при этом сложный процесс взаимосвязи с клиентом также упрощается за счет использования инструментария маркетингового воздействия. Особенности банковских продуктов предполагают их активное продвижение и адаптацию, в зависимости от меняющихся потребностей рынка»³.

В период кризиса, который мировые и российские социально-экономические системы переживают с очевидной регулярностью (в данный момент дестабилизация вызвана пандемией COVID-19), рыночная среда, как правило, активизируется и запрашивает инвестиции для стимулирования инновационной активности. Корректируются процессные логистические инновации, развивается страховая инве-

¹ Рамазанов Р.А. Посткризисное развитие инновационных стратегий финансового маркетинга // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2017. № 3 (59). С. 69-74.

² Рамазанов Р.А. Посткризисное развитие инновационных стратегий финансового маркетинга // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2017. № 3 (59). С. 69-74.

³ Рамазанов Р.А. Посткризисное развитие инновационных стратегий финансового маркетинга // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2017. № 3 (59). С. 69-74.

стиционная деятельность, и рэнкинг банковской активности, как отмечает ряд маркетинговых агентств, с каждым годом корректируется. Рынок запрашивает оптимальный доступ к денежным ресурсам, предполагая во время ликвидации последствий кризиса необходимость активизироваться в развитии конкурентной среды и повышении результативности отраслей хозяйственного комплекса¹.

«Методы ценовой и неценовой конкуренции в рамках современного рыночного пространства охвачены интегрированными системами маркетинговых коммуникаций, управляемы логистическими сервисами и инновационными механизмами в достижении потребительской лояльности и стратегического лидерства. Для того чтобы деятельность коммерческого банка была эффективной, необходимо управление интеллектуальными ресурсами и персонализация виртуального информационного пространства. Современный потребитель не согласен рисковать, поэтому предпочитает полностью изучить информацию о финансовом продукте и услугах, предлагаемую в рамках конкурентного выбора»². «В результате российская и мировая практика показывает, что современные тенденции развития финансового рынка основаны на применении комплексной системы логистики и маркетинг-менеджмента, плотно интегрированных в рамках инновационного развития с платформами IT-технологий»³.

С уверенностью можно констатировать, что современная логистика отчасти виртуальна, так как логистические компании, провайдеры услуг, работающие на самом высоком уровне 5PL, практически полностью виртуальны. Это, по сути, системные интеграторы, не имеющие собственных активов, не являющиеся владельцами или совладельцами крупных складских комплексов и внушительных автопарков. Но при этом логистические провайдеры такого уровня, находясь в любой точке мира, эффективно управляют потоковыми процессами за тысячи километров. Единственный актив логистического провайдера уровня 5PL – это сайт или электронная платформа для коммуникации с клиентами и контрагентами, посредниками.

¹ Рамазанов Р.А. Посткризисное развитие инновационных стратегий финансового маркетинга // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2017. № 3 (59). С. 69-74.

² Рамазанов Р.А. Посткризисное развитие инновационных стратегий финансового маркетинга // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2017. № 3 (59). С. 69-74.

³ Рамазанов Р.А. Посткризисное развитие инновационных стратегий финансового маркетинга // Вестник РГЭУ (РИНХ). 2017. № 3 (59). С. 69-74.

Список использованной литературы

1. Расчеты и операционная работа в коммерческом банке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://futurebanking.ru/reglamentbank/article/4586?access_key=L10EMU&fbclid=IwAR0bVe-2inupL1DQokE6DZltGnyO-UsVs0DIJYC2H23WSxDF5YZer_8kPjOY (дата обращения: 13.12.2019).
2. Рамазанов Р.А. Посткризисное развитие инновационных стратегий финансового маркетинга // Вестник РГЭУ (РИНХ). – 2017. – № 3 (59). – С. 69-74.
3. Рудская Е.Н., Полтавская Ю.Ю. Необанки: мировой опыт и перспективы // Молодой ученый. – 2016. – № 7. – С. 959-969.

Сковороднева Е.В.

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕРВИСНОЙ ЛОГИСТИКИ ДОРОЖНО-СТРОИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ ПОСЛЕ COVID-19

Пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 стала самым неожиданным и непредсказуемым стихийным явлением в 2020 году. Безусловно, это оказало влияние на многие сферы хозяйственно-экономической деятельности. В условиях пандемии необходимо отметить роль цифровой экономики и технологических средств, которые сгладили появившиеся негативные факторы. Цифровые средства позволили: трансформировать многие процессы трудовой, хозяйственно-экономической, финансовой, коммерческой, логистической и другой деятельности в цифровое пространство; минимизировать риски распространения COVID-19; создать условия для соблюдения режима самоизоляции; осуществлять многие виды деятельности в дистанционном режиме. Можно отметить, что пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-19 стала индикатором технологического развития всех сфер хозяйственно-экономической деятельности и трансформации основных процессов в цифровое пространство.

Пандемия оказала влияние в том числе и на логистические процессы дорожно-строительной деятельности. С теоретической стороны, актуализировано понимание термина цифрового логистического сервиса дорожного строительства.

Цифровой логистический сервис дорожного строительства – комплекс логистических услуг и информационных технологий, предлагаемых участникам дорожно-строительного проекта, с целью управления ключевыми процессами, ориентированных на повышение эффективности деятельности, реализуемых на принципах логистической и информационной интеграции и удовлетворения потребностей участников дорожно-строительного проекта [1].

С практической стороны следует выделить риски и несколько векторов перспективного развития сервисной логистики дорожно-строительной деятельности.

Несмотря на неблагоприятные условия, сфера дорожного строительства сохранила устойчивый уровень развития. В некоторых случаях потребовалось строительство дополнительных объектов дорожной инфраструктуры, необходимых для обеспечения мобильного перемещения к нововозведенным медицинским центрам. Многие дорожно-строительные организации вошли в состав системообразующих предприятий российской экономики, относящихся к непрерывно действующим компаниям. Например, пресс-службой АО «Доназдорстрой» (группа строительных компаний «Дон») было заявлено, что в период пандемии выполнялись все взятые обязательства по строительству, ремонту, реконструкции дорог и искусственных сооружений. Непрерывно осуществлялись работы по строительству первых трех этапов обхода города Аксая, на федеральной трассе М-4 «Дон», автотранспортного обхода города-героя Волгограда, реконструкция федеральной трассы М-5 «Урал» и другие инфраструктурные проекты [2].

Негативное влияние на предприятия дорожно-строительной сферы оказало падение курса рубля, зависящего от снижения цен на нефть. Существует зависимость дорожно-строительного рынка России от импортной дорожно-строительной техники, комплектующих деталей и лабораторного оборудования. По статистическим показателям ассоциации «Росспецмаш», объем импортной техники составляет более 70% от общего объема дорожно-строительных технических ресурсов. Некоторые технические средства отечественного производства (например, российский бульдозер ЕС10 оснащается двигателем Deutz, трансмиссией DANA и бортовым редуктором Bosch-Rexroth) зависят от зарубежных комплектующих деталей. Возможно импортозамещение на дорожные катки и грейдеры, в то время как достойных аналогов многих иностранных асфальтоукладчиков, ресайклеров, пе-

регружателей асфальтобетона и некоторой другой техники не существует [3].

Существуют валютные риски, связанные с падением курса рубля относительно доллара или евро. В этом случае закупка высококачественной иностранной дорожно-строительной техники значительно дороже для российских предприятий сферы дорожного строительства.

Новые перспективы для развития нашей страны открываются благодаря завершению строительства нового автомобильного моста между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой. Открытие транспортного сообщения из Благовещенска через реку Амур в китайский город Хэйхэ (провинция Хэйлунцзян) откладывалось из-за карантинных ограничений. В мае 2020 года было получено разрешение на эксплуатацию российско-китайского автомобильного моста через реку Амур (Благовещенск-Хэйхэ). Длина нового моста составляет 1080 метров. Строительство осуществлялось одновременно с двух берегов реки. В итоге с российской и китайской сторон было построено по 540 метров моста. Данный инфраструктурный проект оценивается в 19 млрд рублей. Срок окупаемости проекта – 16 лет. Пограничный мостовой переход через Амур, который возведен за внебюджетные средства, будет платным. В предмостовой зоне планируется функционирование автомобильного пункта пропуска и таможенного логистического терминала. Сначала через мост будут пропускать только грузовой транспорт. Прогнозируемый поток грузов составит до 6 миллионов тонн в год. Планируемый пассажиропоток составит до 2,5 миллиона в год [4]. Также завершен строительный проект российской части совместного железнодорожного моста Нижнеленинское (Еврейская автономная область) – Тунцзян (провинция Хэйлунцзян) через реку Амур. Кроме того, Российская Федерация и Китайская Народная Республика планируют реализовать новый инфраструктурный проект к 2021 году по строительству первой в мире трансграничной канатной дороги [5].

Названные международные дорожно-инфраструктурные проекты открывают новые возможности и перспективы развития международной логистической деятельности, торгово-экономической, социальной и др.

Выделив последствия, риски, новые возможности развития логистики дорожно-строительной деятельности, необходимо подчеркнуть перспективы, которые открываются перед Российской Федерацией. По мнению представителя предпринимательно-инвестиционного

холдинга «Автобан» Алексея Андреева, «отказ от строительства новых магистралей, от реконструкции дорог и развязок грозит не только банкротствами дорожно-строительных компаний, но и долгосрочным спадом российской экономики и сокращением занятости населения. И, напротив, финансирование активного дорожного строительства со времен Великой депрессии в США остается признанным как один из наиболее эффективных инструментов стимулирования экономики и преодоления кризиса» [2].



Рисунок 1 – Схема международного дорожно-инфраструктурного проекта между Россией и Китаем (Благовещенск-Хэйхэ) через реку Амур

Сфера дорожного строительства является основой для развития основных сфер хозяйственно-экономической деятельности. Цифровизация дорожно-строительной сферы способствует развитию дорожного строительства России, выводит его на новый уровень эффективности и качества. Это подчеркивает актуальность и целесообразность внедрения технологий цифровой сервисной логистики, создавая условия для эффективного развития дорожно-строительной сферы.

Список использованной литературы

1. Сквороднева Е.В. Становление цифровой парадигмы сервисной логистики в дорожном строительстве // Российский экономический интернет-журнал. ИТКОР. ВАК. – 2019. – № 4.
2. Брылева В. Дорожные компании в условиях пандемии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://dorinfo.ru/99_detail.php?ELEMENT_ID=83832.
3. Расходы дорожно-строительных компаний вырастут на 20% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2020/04/21/rashodi-dorozhno-stroitelnih-kompanii-virastut-na-20
4. Китай стал ближе. Новый автомобильный мост между двумя странами собираются открыть в конце лета // Автомобильные дороги. – 2020. – № 7(1064).
5. Завершено строительство моста между Россией и Китаем [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ekd.me/2019/11/zavershenostroitelstvo-mosta-mezhdu-rossiej-i-kitaem>

Украинцева Д.В.

ИНТЕГРАЦИЯ ЛОГИСТИКИ И МАРКЕТИНГА В РАМКАХ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЦЕССА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Как разновидность адаптивного по своей сути маркетинга, посткризисный маркетинг, развивающийся в условиях введения и отмены запретов, основан на коммуникации с изменившимся потребителем. Его доминантные потребности остались идентичными прежним, но пути и методы их удовлетворения существенно скорректировались, разнообразились.

Касаясь в научном поиске проблематики коммуникаций с потребителем, исследуя характеристики и особенности современного клиента, переживающего или, условно можно обозначить, пережившего текущий кризис, обратимся к психологии человеческого познания. Так, в психологии самоизоляция является одной из доминирующих причин возникновения и развития депрессии. Также изоляции являются мерой наказания, воздействия на психику человека в условиях исполнения наказаний по уголовным правонарушениям. На наш взгляд, вынужденная и абсолютно оправданная самоизоляция, являющаяся результатом эффективного государственного управления и

обеспечившая глобальную возможность населению не увеличивать стремительно количество инфицированных, имеет уже ощутимо значимые положительные результаты в виде относительно невысоких темпов роста заболеваемости в корреляции к низкой смертности. Но для потребителя это не просто несколько недель вынужденных выходных, это перелом старых привычек, изменение возможностей бизнеса, адаптация к новому. Сможет ли теперь потребитель вернуться в бывшие еще несколько месяцев назад привычными реалии, будут ли условия жизнедеятельности будущего соответствовать устоявшимся до кризиса 2020 года меркам, сможет показать только время.

В текущем году рецессия таких отраслей экономики, как авиакомпании, туриндустрия, гостиничный бизнес и подавляющего числа иных организаций, выступает в качестве заданного условия измененной реальности, предположить и спрогнозировать элементы развития которых не смог бы ни один экономист. Условия современных социально-экономических отношений изменились навсегда, к ним можно только приспособиться, их нет возможности изменить. Они и есть та экономическая социальная константа постпандемийного общества, и каждая компания может либо соответствовать реалиям, либо покинуть рынок. °

Облачая условия сложившейся ситуации в научные рамки, следует констатировать, что перемены, произошедшие в экономике и обществе, повсеместны. Привычка формируется у человека как индивида за 21 день. Если потребитель, даже вынужденно, несколько недель подряд приобретает продукты питания в одном месте, находит определенные приложения и медийный контент, проявляет активность в социальных сетях, он доволен набором их качественных и стоимостных характеристик, то он имеет все основания считаться в будущем потенциальным клиентом определенной компании, магазина, бренда. Он может сохранить привычки изоляции, привнести их в обычный формат жизнедеятельности, избрав для себя наиболее эффективно удовлетворяющие определенные потребности.

Развитие экономических кризисов в мире сопровождается появлением определенных особенностей. В России каждый кризис на начальной стадии ознаменован ажиотажной скупкой круп, избирательным (согласно номенклатуре в зависимости от причины) спросом на медикаменты, предметов личной гигиены и санитайзеров. Но никогда ранее потребитель не был изолирован радиусом доступной для покупок территории в метрах.

С экономической точки зрения, следует отметить общую тенденцию спада экономики, замедления или стагнирования роста отраслей производства и специальных операций, связанных с ними. Так, в 2020 году ситуация в стране и системе распределения доходов бюджета существенно изменилась. Объективно оценить особенности и тенденции текущего состояния, обеспечивая реально эффективные варианты развития экономики, и своевременно реагировать на изменения рыночной среды позволяют маркетинговые исследования рынка, его отраслевой специфики и деятельности компании, но в основном каждая организация все так же заинтересована в анализе поведения потребителей.

Рассматривая с помощью теоретико-методического подхода особенности произошедших кардинальных перемен в жизни общества, исследуя изменения систем государственного управления и бизнеса, появившиеся в период возникновения и распространения коронавируса в мире, необходимо разработать комплекс посткризисных мер, позволяющих рыночным представителям удержаться на плаву в сложных условиях изменения рыночного поля. В данной статье постараемся представить наиболее значимые тренды развития маркетинга и логистики в экономическом пространстве постпандемии.

Анализируя состояние и перспективы развития социально-экономических систем в России и мире, отметим, что негативных последствий, повлекших за собой массовый социальный и в не меньшей мере экономический дисбаланс, достаточно много. От изоляции и пандемии пострадали семьи и экономические отрасли в каждой стране, именно поэтому необходимо мониторить и исследовать в рамках различных научных направлений, анализировать ситуацию, проектируя альтернативы безопасности выхода из кризиса, применяя максимально эффективные меры поддержки бизнеса, развития экономической среды и как части изменившихся реалий новых коммуникаций с потребителем.

Относительно коммуникационной активности как части процесса коммуникаций необходимо подчеркнуть, что за последние несколько месяцев существенно увеличилось потребление и участие потребителя в цифровой среде. Так, за февраль-апрель 2020 года существенным образом возрос интерес общества к вопросам возникновения, распространения вируса, а самоизоляция в определенной мере породила или актуализировала поиск информации, приложений и контентов, способных разнообразить досуг.

Существенно увеличивается заинтересованность покупателя в ответственности организаций в социальном плане, это возможность для последних проявить заботу об обществе, участвуя и будучи сопричастным к лучшим. Высокая социальная значимость сервисного обеспечения значительно возросла в период пандемии: доставка продуктов питания пожилым людям, партнерские отношения с волонтерским движением, многие социальные посты и репосты, элементы и составляющийся ежедневно медийный контент усовершенствованы в невозвратном порядке, как и сам потребитель.

Непосредственно тематическая и справочная литература по тематике эпидемиологического характера увеличилась в спросе. Но следует подчеркнуть, что инфолента новостных СМИ, большая часть контента и иных медиаканалов содержит в совокупности приблизительно половину достоверных сведений, при этом остальная часть может быть с уверенностью отнесена к категории информационного шума, не интересного или излишне эмоционально окрашенного восприятия актуальной, наиболее распространенной проблематики. Такое положение моделирует возникновение нескольких категорий последствий «переживания вируса» в сознании потребителя.

В системе коммуникационного воздействия с потребительской аудиторией также происходят значительные перемены. Электронные коммуникации изменили подход к решению вопросов бесконтактного взаимодействия. Использование, к примеру, бытовых дронов уже не ограничивается рамками доставки заказов, они применимы в новых реалиях для отслеживания места нахождения граждан, санитарной обработки улиц и во многих других областях.

Электронная коммерция стремительно развивалась с каждым годом, но сейчас ощущает рост, который прогнозировался только через 5 лет. Электронная коммерция сегодня как никогда нуждается в соответствующем логистическом и маркетинговом сопровождении, так как для данных отраслей в отношении совершенствования организационно-функциональной активности можно обозначить еще много возможностей и перспектив развития. Главное осознание научно обоснованного постулата и реалии той мысли, что мир в социальном и экономическом содержании уже никогда не будет прежним. Глобально и на долгосрочную перспективу условия социально-экономического бытия субъектов и объектов рынка скорректировало влияние кризиса Covid-19. Основным игрокам рынка удалось (в определенном смысле с помощью государственной поддержки) беспрецедентно модифицировать

свои организационно-производственные контуры для выживания и дальнейшей работы в сложившихся условиях.

С началом пандемии региональные и федеральные, даже местные организации стали прибегать к возможности использования профильных компаний, оказывающих услуги по доставке грузов. Крупные игроки поспешили подключиться к доставочным сервисам, даже на базе «Яндекс. Такси» стали доступны услуги по практике доставки без контакта – безопасного взаимодействия курьеров с покупателем, получателем товара, посылки. В 2019, по результатам исследований компании, отмечается рост потребительской активности в области доставки до дома, именно поэтому возросли данные показатели в период пандемии коронавируса. Согласно аналитике рынка, такие сервисы, как доставка до двери или бесконтактная доставка, существенно увеличились в процентном соотношении к показателям прошлых месяцев, хотя следует отметить, что раньше у большинства современных потребителей даже само понятие «бесконтактная доставка» могло вызвать легкую степень недоумения.

Можно предположить, что покупатели в большей части продуктового ретейла и соответствующего ассортимента товаров непродуктового бытового назначения существенно усовершенствовали свой функционал в условиях самоизоляции даже в отношении использования доставочных сервисов, которые в связи с пандемией и изоляцией развиваются стремительно и повсеместно. У покупателя уже навсегда останется выбор, выходить ли из дома для приобретения необходимых товаров, либо сделать онлайн-заказ и ожидать прибытия на дом курьера. А рыночные игроки при этом посредством вынужденного налаживания своего медиаприсутствия в онлайн (определенная часть магазинов, бутикового, к примеру типа) могут и не вернуться к работе офлайн либо существенно сократить наличие реальных точек продаж. Возникла возможность работы организаций ресторанного типа в виртуальном пространстве современного рынка, развития онлайн-коммуникаций на новом уровне. К примеру, большинство небольших ресторанов и кафе в ОАЭ работают именно в формате доставки еды на дом.

Варианты доставки продуктов и готовых блюд, одежды и аксессуаров через виртуальные сервисы не ограничены территориальным разобщением, возможностями перевозки, не имеют (если они больше определенного минимума) никакого ценового эквивалента и вряд ли исчезнут как временная мера. Они уже вошли в сознание потребите-

ля, на их основе у определенного сегмента покупателей сформировались привычки.

Также условия бесконтактности и опасности заражения надолго вошли в жизнь современного покупателя, они сформировали привычки и навыки, которые покупатель коррелирует с короткими временными характеристиками обеспечения удобства и иными условиями жизнедеятельности, что подтверждает необходимость развития маркетинга, рекламы, продвижения и логистики как инструментов и механизмов теоретико-прикладного, научно обоснованного совершенствования экономики.

Новость номер один в мире ежедневно привлекает внимание каждого из нас, обескураживает, предъявляет динамично изменяющиеся факты, которые несколько месяцев назад невозможно было предположить. На наш взгляд, в сложившейся ситуации каждый индивид в качестве реакции на проявления внешней среды выбирает для себя три стандартных, условно возможных варианта поведения.

Психологическая реакция на стрессовые условия разделила аудиторию в зависимости от характеристик поведения и привычек покупателей на три соответствующие группы: вирус паники; вирус отрицания паники и константа как часть общества, условно устойчивая к проявлению кризисных ситуаций. Таким образом, в сознании современного покупателя возможность совершать покупки из дома и работать «на удаленке» останется навсегда как альтернатива. И новая эра коммуникационной активности содержит креативные коммуникационные технологии и механизмы воздействия на сознание индивида, элементы высокоскоростной медиаактивности.

Важно эмоциональное состояние активной аудитории, возможности обойтись без технологий навязывания, которое являлось нормой в эпоху докризисных реалий активности брендов. По нашему мнению, необходимо сконцентрировать внимание на невозможности эффективно функционировать по-старому, когда условия социально-экономического функционирования изменились, и вернуться в прошлое состояние не представляется возможным. Само поведение потребителей еще ни разу не менялось настолько стремительно, но теперь гораздо легче удастся поддерживать контакт, иницируя распространение посредством массовой коммуникации уникальных предложений, позволяющих эффективно функционировать с участием соцсетей, инновационных технологий передачи и отслеживания ин-

формации, управляя ежедневной работой с Bigdata и искусственным интеллектом.

Список использованной литературы

1. Ерохина Т.Б., Пархоменко Т.В. Маркетинговые и логистические коммуникации в процессе распределения продукции // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2019. – № 3 (67).

Халын В.Г.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНТЕГРАТИВНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

В ракурсе исследования развития транзитного потенциала территории на основе логистического управления потоками транзакций, влияния логистического сервиса на конечные результаты деятельности бизнеса и государства необходимо отметить, что эффективность процессов распределения зависит от того, насколько рационально выстроены подсистемы, процессы и операции.

Иницилируя научно-прикладные исследования в области организации и развития логистических систем распределения транзитного характера, следует остановиться более подробно на изучении теоретико-понятийного аппарата в ракурсе избранной тематики. Охарактеризуем логистические системы распределения. Отметим, что в теоретико-методическом определении логистических систем в понимании российских и зарубежных ученых существуют определенные различия, которые в основном сконцентрированы в названии. Исследуемая нами область российскими учеными интерпретируется как логистическая система, тогда как иностранные специалисты характеризуют понятие схожего профиля и называют его цепью продаж.

В отношении развития теоретико-методологического обеспечения интегративных логистических систем распределения, моделирования сетевой структуры логистических систем распределения хотелось бы более подробно охарактеризовать сервисно-услужобный комплекс, который осуществляют склады, традиционно подразделяя его на несколько групп:

– материальные – включают комплекс операций по обеспечению технико-технологической готовности, предполагают процедуры обработки товарной массы, в зависимости от запросов поставщиков; в большей части эти действия ориентированы на конечное потребление, то есть приведение груза в форму товара для конечной продажи;

– информационно-коммерческие – комплекс действий, обеспечивающих инфраструктурные элементы бесперебойной эффективной деятельности по складированию и грузопереработке;

– непосредственно складские – ответственное хранение, в соответствии с условиями консолидации определенных товарных групп, материальных ценностей на временное хранение, сдачей в аренду складских площадей;

– транспортно-экспедиционные – обеспечивающий комплекс услуг, связанных с доставкой товаров.

Теоретико-методологическое обеспечение интегративных логистических систем распределения может и должно быть усовершенствовано в процессе развития систем товародвижения как на мировом, так и на внутристрановом и региональном уровнях, что предоставит существенные перспективы для развития транзитных возможностей исследуемого региона.

«Актуальность логистики в России состоит в том, что огромные пространства отделяют производителей и потенциальных потребителей друг от друга. Состояние транспортной инфраструктуры и развитие транспорта являются сдерживающими факторами в национальном макроэкономическом масштабе. Роль логистики в экономике России определяется системным взаимодействием основных факторов: экономического, организационно-экономического, информационного, технического и специфического, связанного с регулированием хозяйственных процессов» [1].

«Возникшие проблемы с организацией логистических процессов в текущих обстоятельствах в разы увеличили риски мошеннических действий на рынке грузоперевозок. Сложившаяся ситуация с COVID-19 привела к дефициту рабочих ресурсов из-за вынужденной изоляции или болезни работников. Многие компании вынуждены переводить своих сотрудников на удаленную работу, обрабатывая большой объем заказов на перевозки грузов. Обычные бизнес-процессы компаний нарушены и испытывают дополнительную нагрузку, что становится благоприятной ситуацией для мошенников. В современной

цифровой бизнес-среде существует масса возможностей, позволяющих мошенникам на протяжении определенного периода следить за жертвой и совершать свои преступления с минимальными для себя рисками» [2].

Совершенствование императивов логистических процессов распределения готовой продукции предполагает развитие новых форматов логистических операций по распределению, складированию и грузопереработке.

«Пандемия коронавируса нарушила привычные связи между производителями и потребителями во всем мире и внесла серьезные изменения в бизнес транспортных и логистических компаний. Только в России убытки транспортного сектора могут превысить 230 млрд рублей на начало мая, причем большая часть придется на авиационный сегмент, практически остановивший операции. В тяжелой ситуации оказались железнодорожные операторы, стивидоры и автотранспортные компании. Вместе с тем есть и те, кому пандемия принесла новые перспективы: логисты отмечают, что мировым трендом является смещение грузопотоков на железнодорожный транспорт [3].

В рамках логистического анализа регионального распределительного комплекса, отметим, что одной из тенденций текущего времени является расширение географии складского рынка. Качественные складские комплексы появляются в городах, не являющихся крупными логистическими центрами, или городах с высокой численностью населения и представляют собой преимущественно распределительные центры крупных торговых сетей.

Методология оценки эффективности процессов в цепях поставок обосновывает, что добиться сокращения непроизводственных затрат и прочих издержек в процессе оптимизации операционной логистической деятельности и системах распределения, возникающих в складском хозяйстве, можно следующими способами.

1. Применение логистических теоретико-методологических инструментов и технологий поставок при переориентации снабжения с обеспечения максимальных запасов ТМЦ на обеспечение на основе планирования поставок, исходя из прогноза сбыта ТМЦ или производства готовой продукции под потребности конечных потребителей. Снижение запасов ТМЦ до оптимальных размеров приведет к снижению всех издержек складского хозяйства.

2. Оптимизация структуры хранения ТМЦ и максимальное использование объемов складских помещений.

3. Минимизация внутри- и межскладских перемещений ТМЦ.
4. Приобретение и применение складского и подъемно-транспортного оборудования, исходя из оптимального соотношения их цены и требуемого качества.
5. Приобретение и применение требуемой тары, средств упаковки, расходных материалов и спецодежды для персонала складского хозяйства, исходя из оптимального соотношения их цены и качества.
6. Мониторинг и оптимизация состава складского персонала и оплаты труда, исходя из реальной потребности в интенсивности и объемах складских операций.
7. Устранение издержек от потери количества и качества ТМЦ при:
 - физических повреждениях ТМЦ от падений, столкновений, деформаций;
 - несоблюдении условий хранения и превышении сроков годности;
 - приемке на склад ТМЦ с истекающим сроком годности;
 - недостаточном техническом обслуживании или неправильной эксплуатации оборудования, зданий и сооружений;
 - создании условий, необходимых для устранения хищений, а также потерь от вредителей;
 - применении принципов зеленой логистики в рамках распределительных процессов.

Пути минимизации рисков и затрат при организации и осуществлении складского технологического процесса в региональном логистическом распределительном центре (на примере ООО «СКЛП») на основе развития методологии логистики в сфере услуг и цифровизации операционной деятельности, на наш взгляд, заключаются в следующем.

1. Процедура приемки товара включает в себя выгрузку товара из транспортной единицы и перемещение его в зону приемки, идентификацию и маркировку, приведение товара к стандарту складского хранения, контроль качества поступившего товара, пересчет товара.
2. Маркировка товара с использованием штрихкодирования позволяет однозначно идентифицировать товар на всех стадиях складского хранения и минимизирует вероятность ошибки.

3. Размещение товара в закрепленные в результате анализа зоны позволяет снизить затраты по последующей отборке и обработке товара.

4. Хранение товара осуществляется на универсальном стеллажном оборудовании в несколько уровней с максимальным использованием высоты и объема склада. Используемая техника позволяет размещать грузы на достаточно большой высоте (до 15 метров полезной высоты хранения).

5. Для полного удовлетворения потребностей клиента при хранении товара, логистический провайдер также должен оказывать услуги по: утилизации товара; переупаковке и маркировке товара согласно стандартам различных торговых сетей; подготовке продукции к проведению рекламных и маркетинговых мероприятий; построению универсальных отчетов по движениям и остаткам товара на складе в любых разрезах; проведению инвентаризации без значительной временной остановки работы склада.

Сегодня в России слабо представлены отечественные логистические провайдеры уровня 4PL (уровня 5PL практически не существует), обеспечивающие основное достоинство данного уровня – комплексный, взаимоувязанный подход к решению всех задач, стоящих перед отдельными звеньями (транспорт и транспортная логистика, складская логистика, управление поставками и отгрузками и т.п.).

РЛРЦ по определению должны отвечать уровню 3PL, т.к. через управление материальным потоком, в том числе транспортировкой, складированием, запасами продукции, достигается оптимальная оборачиваемость материальных ресурсов и, как следствие, через снижение издержек – повышение конкурентоспособности и рентабельности бизнеса поставщика. Рассматривая перспективы развития логистики через призму классификации логистических провайдеров, необходимо отдельно представить ближайший востребованный уровень 4PL, применение деятельности которого с целью повышения показателей эффективности всей логистической системы распределения базируется на предоставлении услуг в полноценном рыночном обслуживании эквиваленте. Другими словами, 4PL-оператор выступает в качестве координатора в процессе управления цепями поставок.

Для выполнения услуг по логистике 4PL логистические провайдеры привлекают 2PL- и 3PL-операторов, имея при этом свою собственную интеллектуальную базу и информационную (цифровую) систему. В

целом спектр услуг 4PL-оператора очень широкий: от разработки стратегии управления процессами до ее внедрения (осуществления).

Список использованной литературы

1. Дыбская В.В., Сергеев, В.И. Логистика : учебник: В 2-х ч. – М.: Юрайт, 2016. – Ч. 1.
2. Режим доступа: <http://eurostatica.com> (дата обращения: 23.05.2020).
3. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4320861> (дата обращения: 25.07.2020).

Хмельницкая З.Б., Сизов П.Л.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Пандемия COVID-19 изменила бизнес-процессы для многих компаний и людей по всему миру, подчеркнув необходимость быстро реагировать, адаптироваться и создавать универсальные механизмы кризисного управления в ситуациях неопределенности. Поскольку жесткие ограничения создали множество проблемных ситуаций в бизнес-среде, которые требовали незамедлительного разрешения в первые месяцы пандемии, то сейчас многие компании начинают переходить в режим восстановления и планирования на длительную перспективу.

Общее влияние пандемии COVID-19 и связанные с ней чрезвычайные меры еще предстоит узнать и осознать в полной мере. Однако очевидно, что компании столкнулись со значительными сбоями в работе и производственной деятельности, которые включали множество проблем: от сокращения поставок до разрушения некоторых логистических цепей, изменения работы поставщиков, препятствий в выполнении договорных обязательств перед клиентами [1].

Пандемия пролила свет на важность инвестирования в устойчивость цепей поставок для создания стабильных долгосрочных операций. В последние десятилетия оптимизацию цепей поставок рассматривали в первую очередь с точки зрения экономической эффективности и коммерческих результатов. Однако, как показывает 2020 год, будущие цепи поставок должны будут учитывать в расчетах устойчивость и адаптируемость к новым условиям или чрезвычайным ситуациям [1].

Авторы научного исследования «Влияние коронавируса на глобальные цепочки поставок» пишут о проблемах и возможных изменениях в продовольственном обеспечении населения разных стран: «Существенное влияние коронавируса может оказать на глобальные цепочки поставок продовольствия. При этом в большей мере пострадают страны, в которых велика доля импорта. Отмечается, что во всем мире в ближайшее время может ощущаться дефицит на некоторые виды товаров. Причина в том, что из-за пандемии коронавируса и связанных с ней ограничений производители и поставщики вынуждены менять схемы работы. Эти изменения не могут не сказаться на потребителях. Резкий рост потребления в связи с распространением коронавируса в одних странах может привести к голоду в других. Чтобы избежать дефицита продовольствия, правительства должны укреплять механизмы социальной защиты для поддержания доступа к продовольствию, поддерживать национальное сельское хозяйство» [1].

За последние десятилетия большая часть производственных процессов во всем мире была организована в так называемые глобальные цепочки поставок. Сырье и полуфабрикаты могут отправляться по всему миру не один раз по различным направлениям. Конечная продукция реэкспортируется конечным потребителям как на развитых, так и на развивающихся рынках. Для многих товаров Китай находится в центре цепей поставок. Например, как основной производитель дорогостоящих продуктов и компонентов, как крупный покупатель глобальных товаров и промышленных товаров, а также как крупный потребительский рынок. Китай также производит много полуфабрикатов и отвечает за операции по обработке и сборке. Сборочные предприятия Китая производят продукцию для многих ведущих мировых производителей электроники, среди которых Apple, Intel и Sony.

В декабре 2019 года в китайской провинции Хубэй началось заражение тогда еще неизвестным коронавирусом. Китайские власти отреагировали на эту вспышку, наложив серьезные ограничения на передвижение людей, фактически введя комендантский час и карантин по всей стране с конца января. Это обязательно повлияло на экономику, поскольку многие производственные площадки закрылись, чтобы уменьшить возможные контакты между людьми [1].

Экспорт из Китая снизился во все регионы мира. Это снижение было серьезным во всем мире, за исключением Северной Америки, где торговля уже снижалась более года из-за продолжающихся торговых споров между США и Китаем. Картина резкого снижения коли-

чества товаров, поступающих из Китая, аналогична, если посмотреть на многие отдельные европейские страны, включая Австрию, Францию, Германию, Италию и Испанию. Коллапс производственной деятельности обязательно имеет последствия для производителей и потребителей в странах, расположенных дальше вверх и вниз по цепочкам создания стоимости продуктов [1].

Как показала мировая практика 2020 года, лишь немногие предприятия были готовы адаптироваться к изменениям без существенных потерь. Компании, которые еще не сделали этого, терпят убытки и сегодня, но в любом случае должны уделить первоочередное внимание своим логистическим системам и управлению цепями поставок, чтобы понять, какие потребуются внести изменения или принять меры для смягчения последствий будущих сбоев. По мнению авторов, такой анализ должен включать: договорные обязательства, новую оценку форс-мажорных обстоятельств, налоговые и трудовые последствия изменений, возможные затраты на переезд для персонала, активное внедрение средств обеспечения дистанционного контроля без вмешательства человека, цифровые технологии, обеспечивающие прозрачность процесса и возможность его быстрой трансформации, и др.

Также на внедрение новых технологий и на изменение цепей поставок в период пандемии в работе «Сценарий развития мирового рынка в условиях развития коронавирусного кризиса» П.А. Есин отмечает следующее влияние: «Микроэкономическое наследие. Кризисы, включая эпидемии, могут стимулировать внедрение новых технологий и бизнес-моделей. Вспышка атипичной пневмонии в 2003 году часто приписывается принятию онлайн-покупок среди китайских потребителей, что ускоряет рост Alibaba (китайский холдинг, работающий в сфере интернет-коммерции)» [2].

Также авторы в некоторых работах отмечают усложнение процесса перевозок, усиленный контроль и задержки на границах, в каких-то случаях совсем отсутствие возможности доставки по ранее налаженным маршрутам [3; 4; 5].

Радикально изменить существующие цепи поставок не так просто, как может показаться, поскольку для создания надежной и безопасной системы потребуются сбалансировать требования к экономической эффективности наряду со сбоями, вызванными чрезвычайными ситуациями (в частности, пандемия COVID-19). Однако новые процессы, которые проектируются и запускаются в логистических системах, могут стабилизировать текущую обстановку на мировых рын-

ках и снизить эффект от сложившейся паники. В ближайшем будущем ожидается, что компании начнут искать более диверсифицированную базу поставщиков, одновременно стремясь разработать гибкую, но рентабельную цепь поставок, провести цифровую трансформацию там, где это возможно, внедрить новейшие технологии с учетом целесообразности и без ущерба для человечества и экологии.

Список использованной литературы

1. Литвинов Е.А., Савинов Ю.А., Тарановская Е.В., Булыгина Н.Ю. Влияние коронавируса на глобальные цепочки поставок // Российский внешнеэкономический вестник. – 2020. – № 6. – С. 89-104.
2. Есин П.А. Сценарий развития мирового рынка в условиях коронавирусного кризиса // Известия вузов. ПНД. – 2020. – Т. 28. – № 2.
3. Савушкина Ю.В. Железнодорожная индустрия в условиях COVID-19 // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 6. – С. 291-293.
4. Режим доступа: <https://www.tks.ru/logistics/2020/05/06/0003>.
5. Плещенко В.И. Закупочная деятельность во время и после эпидемии коронавируса: как работать дальше? // Стратегии бизнеса. – 2020. – Т. 8. – № 5.

Ян Чжэнь

ЗОЛОТОЕ ПРАВИЛО ЛОГИСТИКИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КНР В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

После начала реформ в КНР туристская индустрия страны стала активно развиваться и оказалась важной частью национальной экономики. По данным Всемирной туристской организации ООН (UNWTO), в 2018 году по всему миру путешествовали 149,7 млн китайских туристов. До 2020 года это был самый быстрорастущий рынок выездного туризма: за несколько лет китайцы опередили даже такие путешествующие нации, как немцы (108,5 млн) и американцы (92,6 млн). За последние 10 лет число поездок китайских туристов за рубеж выросло более чем в три раза, и к концу 2019 г. [3] КНР занимала первое место в мире по выездному туризму и туристскому потреблению. При этом по состоянию на ноябрь 2019 года в первую десятку популярных среди китайских туристов стран попали Таиланд, Япо-

ния, Вьетнам, Сингапур, Малайзия, Индонезия, США, Камбоджа, Филиппины и Россия.

Начало пандемии COVID-19 в стране в конце 2019 года – начале 2020 года внесло серьезные коррективы в этот процесс и привело к серьезному кризису этой отрасли экономики. Множество авиарейсов было отменено, известные туристические аттракторы были закрыты на карантин, а люди вынуждены были находиться дома на самоизоляции. Однако желание китайцев путешествовать никуда не делось, и как только пик заболеваемости был пройден, туристский рынок стал понемногу оживать.

Однако уже в мае 2020 г. на первомайских пятидневных каникулах туристский поток Китая составил 115 млн туристических поездок, объем поступлений от внутреннего туризма достиг 47,56 млрд юаней (примерно 6,73 млрд долларов США) [6]. При этом, как предполагают аналитики одного из крупнейшего в Азии онлайн-турагентства Китая Trip.com, из-за пандемии COVID-19 какое-то время среди китайских туристов будут практически не востребованы зарубежные направления, в то же время значительно увеличится поток внутренних туристов. И в подтверждение этому на китайский праздник середины осени в октябре 2020г. около 600 млн туристов, или 40% населения Китая, произвели бронирование предлагаемых крупнейшим китайским туристским онлайн-турагентством Strip туристических маршрутов.

По нашему мнению, в целях обеспечения высокого уровня сервиса и эпидемиологической безопасности китайских туристов стали активно применяться семь правил логистики. Рассмотрим их несколько подробнее.

Сегодня логистика представляет собой «специфический способ управления материальными и связанными с ними информационными, финансовыми и сервисными потоками в сферах производства и обращения» [1, с. 18].

Туристская индустрия представляет собой сложный многоотраслевой комплекс, объединяющий разнообразные по технологии производства и предоставления услуг (товары, работы) предпринимательские структуры, относящиеся к различным видам экономической деятельности и, соответственно, отраслям экономики. По мнению Коль О.Д., одной из важнейших ее особенностей с точки зрения логистики является тот факт, что материальным потоком в туризме выступает туристский поток, т.е. туристы. С точки зрения логистики

именно они выступают материальным потоком, который генерирует остальные – информационный, финансовый, кадровый, сервисный [4, с. 106].

Как известно, функционирование предприятий индустрии туризма непосредственно направлено на удовлетворение потребностей клиентов – туристов. Данная цель с точки зрения логистического подхода может быть достигнута, если выполнено золотое правило логистики, то есть востребованная туристская услуга необходимого качества предоставлена в нужное время, в нужном месте и с минимальными затратами (или нужной стоимости).

Интерпретация правил логистики 7R, сформулированных сначала А.М. Гаджинским [2], а затем дополненных Л.Б. Миротиным [5], применительно к туристской деятельности приведена в таблице 1.

Таблица 1 – Семь правил логистики применительно к туристской деятельности

Логистическая деятельность	Туристская деятельность
right product – нужный товар	нужная туристская услуга (турпродукт)
right quantity – нужное количество	необходимое количество
right condition – нужное качество	соответствующего качества
right place – нужное место	в конкретной туристской дестинации (туристском центре, аттракторе)
right time – нужное время	нужное время и продолжительность предоставления услуги
right cost – нужная стоимость	нужная стоимость (или минимальные затраты)
right customer – нужный потребитель	конкретный турист (клиент)

Рассмотрим, как некоторые из вышеприведенных правил были применены в КНР в качестве основных инструментов, позволяющих принять и обслужить туристов и при этом обеспечить их эпидемиологическую безопасность.

Например, бронирование билетов на экскурсии предварительно на сайтах или через мобильные телефоны, что позволило ограничить поток посетителей до 30% от максимального. Именно этот режим стал играть большую роль при посещении китайских достопримечательностей и позволил предотвратить массовое скопление людей. Как сообщили администраторы многих туристских дестинаций (турист-

ских центров) и аттракторов, реализация данного обязательного правила потребовала от них выработки соответствующих превентивных мер по подготовке к приему, управлению и обеспечению безопасности туристов в соответствии с количеством полученных заказов. Кроме того, оно позволило многим туристским дестинациям осуществлять оперативный мониторинг турпотока и принимать своевременные меры для регулирования количества прибывающих туристов. [6]

Онлайн-турагентство Fliggy, функционирующее при китайском портале электронной торговли «Алибаба», провело соцопрос относительно необходимости усиления противоэпидемических мер, которые в настоящее время стали действовать во многих китайских туристских дестинациях, центрах, достопримечательностях, отелях и т.д. По итогам данного опроса, подавляющее большинство потенциальных туристов готовы предъявлять повышенные требования к санитарным нормам на экскурсионных объектах, в отелях, хостелах, ресторанах и транспортных средствах во время путешествия. При этом около две трети участников опроса готовы платить больше за тур с более «чистыми» условиями. То есть в данном случае будут реализованы сразу несколько правил логистики: туристская услуга необходимого качества, с нужной стоимостью и для конкретного туриста.

Также следует отметить, что появился и новый вид «нужного» продукта (услуги) – облачный туризм, который потребовал создания специальной логистической системы для «нужного» туриста. Например, на майские праздники в приморской туристской дестинации Чжуцзяцзянь, расположенной на архипелаге Чжоушань в восточнокитайской провинции Чжэцзян, местные живописные островные пейзажи, нежные пляжи, белую пену волн и летающих чаек под синим небом впервые официально «переместили» на экраны мобильных телефонов. Местный экскурсовод показывал зрителям в прямом эфире экскурсионные ресурсы и развлекательные проекты дестинации, что в первый же день онлайн-трансляции привлекло более 50 тыс. человек [7].

В заключение необходимо отметить, что в настоящее время победа над эпидемией и восстановление экономики Китая и всех стран мира является общей и неотложной задачей. Но при этом именно пандемия COVID-19 позволила разработать и внедрить в туристскую индустрию новые инструменты логистики. Причем многие краткосрочные меры, принятые во время чрезвычайной ситуации, в будущем могут стать неотъемлемой частью туристской индустрии.

Список использованной литературы

1. Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Логистика снабжения: учебник для вузов. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2016. – С. 18.
2. Гаджинский А.М. Логистика: учебник. – М.: Маркетинг, 2000. – 408 с.
3. Какими будут последствия эпидемии китайского коронавируса для мирового туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/66530/ (дата обращения: 08.10.2020).
4. Коль О.Д. Особенности использования интегрированной логистики в управлении туристкой дестинацией // Логистика и управление цепями поставок: сборник научных трудов / под ред. В.В. Щербакова, Е.А. Смирновой. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. – Вып. 1 (14). – С. 103-108.
5. Транспортная логистика: учебник для транспортных вузов / под общ. ред. Л.Б. Миротина. – М.: Экзамен, 2002. – С. 8.
6. Туризм и коронавирус: каким путем пойдет туриндустрия Китая после пандемии? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://russian.news.cn/2020-06/10/c_139128422.htm (дата обращения: 08.10.2020).
7. Туризм и коронавирус: каким путем пойдет туриндустрия Китая после пандемии? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://travelvesti.ru/novosti/turizm-i-koronavirus-kakim-putem-pojdet-turindustriya-kitaya-posle-pandemii.html> (дата обращения: 08.10.2020).

СЕКЦИЯ 3

30 ЛЕТ РЫНОЧНЫМ РЕФОРМАМ НА ДОНУ: ОЖИДАНИЯ, ДОСТИЖЕНИЯ, РЕЗУЛЬТАТЫ

Авакян С.А.

РЫНОЧНЫЕ РЕФОРМЫ АГРАРНОГО СЕКТОРА ДОНА: ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Рыночные трансформации отечественной экономики были масштабными и кардинальными преобразованиями одной из крупнейших мировых хозяйственных систем. В ходе преобразований менялась система управления и собственности, создавались новые для российского общества политические, социальные и экономические институты. Первое десятилетие реформ сопровождалось острым социально-политическим и экономическим кризисом, что выразилось в высокой криминализации общественных процессов, разрыве хозяйственных связей, резком обнищании населения, неблагоприятном инвестиционном климате. В этих сложных условиях происходило становление многоукладной экономики, когда бывшие государственные предприятия обретали новые организационно-правовые формы и активно рождались новые субъекты хозяйственной деятельности.

Последствия наиболее сложного первого десятилетия рыночных реформ продолжают сказываться на функционировании социально-экономической системы и спустя тридцать лет, но в целом их удалось преодолеть и спустя 30 лет можно констатировать, что в стране сложилась полноценная рыночная система с действенным государственным регулированием.

Все отмеченные выше процессы воплотились и в трансформации донской экономики, которая является достаточно крупным сегментом российской социально-экономической системы – по численности населения регион занимает шестое место, а валовый региональный продукт приближается к 1,5 трл рублей [5].

Предприятия области прошли рыночную трансформацию, и в 2018 году 85% составляли частные производители товаров и услуг. Рыночные преобразования происходили сложно, и многие предприятия прекратили свое существование. Так, крупный производитель сельскохозяйственного оборудования «Красный Аксай» прекратил

деятельность. Сложное состояние было и у ведущего предприятия отечественного сельскохозяйственного машиностроения – завода «Ростсельмаш», но он смог перейти на рыночные механизмы хозяйствования и в настоящее время выпускает востребованную потребителями продукцию.

В сельском хозяйстве, как и в промышленности, весь период реформ происходили сложные процессы становления новых форм собственности – образование частных индивидуальных и коллективных хозяйств. Преимущественно это выражалось в преобразовании колхозов и совхозов в товарищества различных типов и в активном развитии крестьянско-фермерских хозяйств.

Если на начало реформ основу аграрного сектора области составляли 408 колхозов и 443 совхоза, то в 2019 г. в регионе функционировала уже 1791 сельхозорганизация и 10 тыс. крестьянско-фермерских хозяйств [5]. Как следует из данных показателей, произошло разукрупнение сельскохозяйственных предприятий, что выражается в уменьшении площади, обрабатываемой одной сельхозорганизацией: если в 1990 г. это было 10,2 тыс. га, то в 2016 г. – уже 3,4 га, т.е. в 3 раза меньше. Площадь, обрабатываемая одним крестьянско-фермерским хозяйством, составляет 0,3 тыс. га, что в десять раз меньше, чем у сельхозорганизации. Разукрупнение предприятий привело к распылению производственных мощностей, которые уже были сильно изношены перед началом реформ и нуждались в капитальном обновлении, что требовало высокой концентрации капитала.

Результатом разукрупнения сельскохозяйственных предприятий стало резкое сокращение посевных площадей – с 1990 года каждые пять лет они сокращались на 10-15%, и только с 2000-х годов началась стабилизация площади обрабатываемых земель [5]. Структурная перестройка сельхозпредприятий проявилась и в производственной эффективности их работы – урожайность в первое десятилетие реформ упала практически в два раза, и только с 2000-х годов она стала постепенно нарастать, достигая и превосходя по отдельным позициям дореформенные уровни.

За период реформ изменился отраслевой состав аграрного сектора региона – отдельные культуры стали лидировать в темпах роста производства (например, подсолнечник), а отдельные агропроизводства резко сократились (в частности, консервная промышленность).

По итогам реформирования сельскохозяйственного сектора Ростовской области можно констатировать, что его производственная

база восстановилась и обладает значительным потенциалом роста – об этом свидетельствуют высокие урожаи зерна в 2016-2019 годах, активное развитие животноводства. Кроме того, сельскохозяйственные предприятия Донского региона активно применяют современные аграрные технологии и осваивают новые рынки.

В институциональном плане можно с уверенностью констатировать, что в стране в целом и в регионе в частности сложился рынок сельскохозяйственной продукции, обеспечивающий полноценное воспроизводство аграрного сектора и продовольственную безопасность страны, что обеспечивается действенной системой государственного регулирования [4], [5]. В отраслевом разрезе аграрные рынки животноводческой и растениеводческой продукции показывают различную степень совершенства функционирования рыночных институтов, однако они продолжают свою эволюцию и активно адаптируются к постоянно изменяющимся условиям функционирования.

Успех рыночных реформ проявляется в выходе отечественных производителей на мировые рынки, в частности зерновой продукции. Переход аграрного сектора страны от импортной модели к экспортной отражает достижения в экономических преобразованиях и позволяет высоко оценивать итоги рыночной трансформации.

Не будет преувеличением утверждение, что возможность импорта продукции в значительной степени позволила смягчить негативные последствия рыночных преобразований, обеспечить сельхозтоваропроизводителям не только возврат вложенных средств, но и получение высокого дохода, который может быть инвестирован в расширение производства, что стало одним из ключевых моментов становления отечественного рынка зерна [2] во всех регионах страны [1]. Импорт зерна позволил сформировать новые каналы распределения произведенной сельскохозяйственной продукции, освоить передовые технологии возделывания культур. В то же время ориентация на импорт не должна привести к моноспециализации хозяйств и формированию их высокой зависимости от условий мирового рынка зерна. Для этого отечественный зерновой рынок должен обладать эффективными механизмами адаптации к изменениям мировой конъюнктуры.

Данная задача формирования высокоадаптивного зернового рынка может рассматриваться как следующий этап развития рыночных реформ, который реализуется в условиях уже состоявшегося рынка – речь идет о повышении его эффективности и устойчивости. Если первые этапы реформ были связаны с обретением базовых ор-

ганизационно-управленческих механизмов агровоспроизводства, то дальнейшее развитие должно ориентироваться на их совершенствование, что предполагает расширение информационно-аналитического инструментария управления, в частности использование маркетинга.

В настоящее время маркетинг наиболее полно используется для прогнозирования конъюнктуры рынка зерна, для изучения новых рынков, отслеживания конкурентной обстановки. Преимущественно данная работа проводится зернотрейдерами для оценки перспектив своей деятельности и при прогнозировании рисков. Однако потенциал маркетинга значительно шире, и необходимо его использовать для выстраивания эффективной системы коммуникации между всеми участниками зернового рынка: производителями, потребителями, посредниками, органами регулирования, поставщиками материальных и финансовых ресурсов. То есть необходимо формирование единой маркетинговой системы зернового рынка, обеспечивающей предоставление своевременной и достоверной информации по всем аспектам производства и сбыта зерна, установление взаимовыгодных отношений между участниками рынка. Единая маркетинговая система зернового рынка может инициировать комплекс мероприятий по расширению инфраструктуры рынка, в частности развитие агрострахования и долгосрочного кредитования, условием использования которых является информационная открытость рынка и добросовестность его участников.

Создание единой маркетинговой системы зернового рынка региона станет логичным продолжением курса реформ, обеспечит закрепление успехов и позволит достичь нового уровня развития сельского хозяйства региона.

Список использованной литературы

1. Белова Т.Н., Крылатых Э.Н. Экспорт российского зерна в контексте формирования региональной экономической политики // Экономика региона. – 2018. – Т. 14. – №3. – С. 778-790.
2. Жидков С.А. Приоритетные направления развития рынка зерна в России. – Мичуринск: ООО БИС, 2018. – 313 с.
3. Курдюмов А.В., Маслаков В.В. Методы государственного регулирования аграрного сектора экономики: теоретический аспект // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 7 (84). – С. 968-971.

4. Мигунов Р.А. Институциональные механизмы стабилизации агропродовольственной конъюнктуры на рынке зерна // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2017. – №10. – С. 64-69.

5. Пульс реформ на Дону: 30 лет спустя: Стат. сб. / Ростовстат. – Ростов н/Д, 2020. – 118 с.

Арустамов И.А.

ОПТИМИЗАЦИЯ ДИСЛОКАЦИИ СУХИХ ПОРТОВ В ДЕЛЬТАХ РЕК

В современный период в Российской Федерации насчитывается более 60-ти морских портов, и треть из них являются устьевыми. Грузооборот портов ежегодно растет (рис. 1), что, в общем случае, соответствует прогнозным значениям, отраженным в Транспортной стратегии РФ на период до 2030 года [1]. Соответственно, нужны современные подходы (концепции и технологии, например «сухой порт») для увеличения пропускной способности причалов, в том числе уменьшение коэффициента занятости причалов, наиболее оптимальное значение которого будет достигаться применением высокотехнологичных специализированных комплексов.

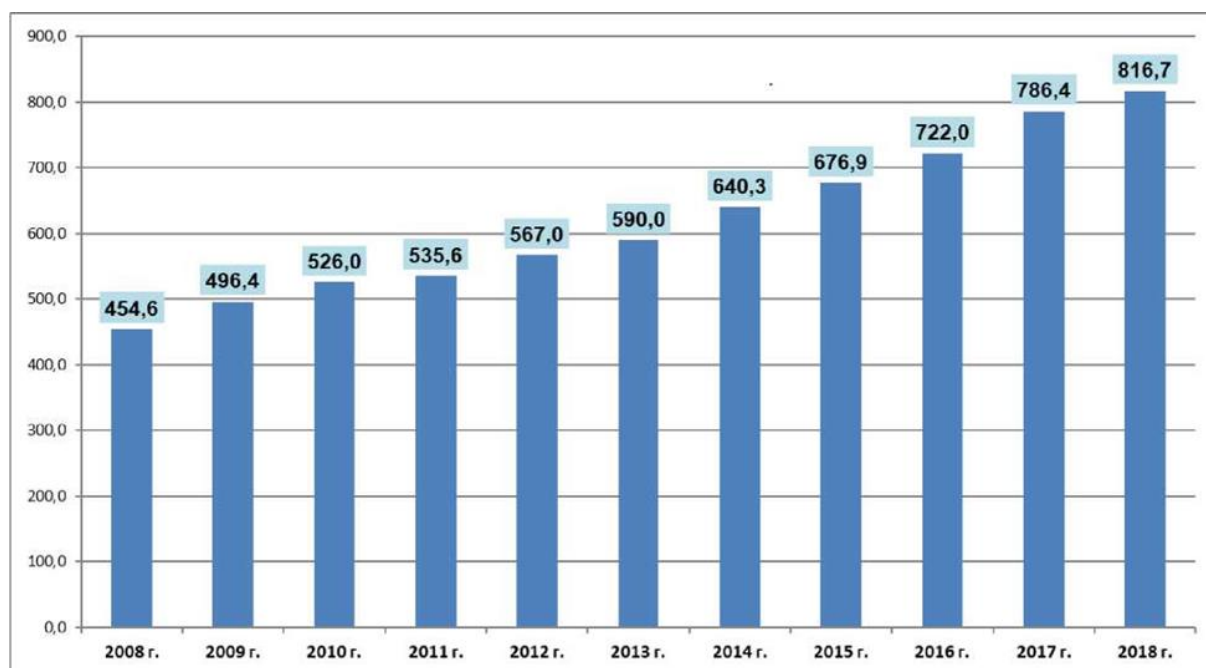


Рисунок 1 – Грузооборот морских портов России (млн т) [2]

В условиях непрерывного развития морских перевозок в Российской Федерации устьевые порты, такие как: Азов, Ростов-на-Дону, Санкт-Петербург и другие, принимающие на себя большую часть грузов, находятся под воздействием неблагоприятных факторов, таких как: дефицит земли для расширения территории по обработке грузов, негативное экологическое воздействие прибывающего в порт транспорта на городские агломерации. Для решения этих проблем заинтересованные стороны создают и используют сухие порты, являющиеся внутренними распределительными центрами, которые расположены на удалении от береговой черты, но тесно связаны с устьевым портом различными видами транспорта, обеспечивая при этом складские, таможенные, логистические услуги. Это способствует увеличению пропускной способности устьевого порта при снижении сквозных транспортных расходов, а также развитию экономики внутренних районов страны. В международной практике сухие порты стали технологической составляющей, обеспечивающей конкуренцию устьевых портов с портами, расположенными на морском побережье.

Выбор места дислокации сухих портов является транспортно-экономической задачей, попытка решения которой предпринималась российскими и зарубежными учеными с использованием различных методов. Эти методы можно объединить в две группы. К первой можно отнести систематическую сетевую модель и данные по грузопотокам между устьевыми портами и внутренними районами для расчета локации и сетевой структуры сухих портов при условии минимальных логистических задач. Ко второй – систему индикаторов оценки местоположения сухих портов, в том числе с использованием процесса аналитической иерархии и кластерного анализа. У этих групп факторов есть свои плюсы и минусы. Так, первая группа базируется на реальных данных грузопотоков, которые могут ежегодно меняться. А вторая, более теоретическая, не учитывает реальные грузопотоки в условиях межтерриториальных рынков, в том числе транспортных. Оптимальное расположение сухих портов, обслуживающих устьевые порты в современных условиях хозяйствования, включает в себя множество элементов и данных, требуемых для принятия решений.

По нашему мнению, наиболее оптимальным подходом к определению дислокации сухого порта будет метод процесса аналитической иерархии (АИР) [3]. Он моделирует сложную многоцелевую задачу принятия решений как систему и разбивает ее на несколько целей или критериев, а затем выбирает оптимальное решение из множества аль-

тернативных посредством количественного анализа качественных показателей.

Первым шагом решения будет создание системы индикаторов оценки дислокации сухого порта, которая будет включать региональные транспортные условия и инфраструктуру, особенности их экономического развития и государственную поддержку. В ходе исследования необходимо разработать составной индекс и систему индикаторов дислокации сухого порта, которые можно представить в виде таблицы.

Таблица 1 – Система индикаторов выбора дислокации сухого порта

Объективный вес	Все разделы	Элемент индикатора
Региональная транспортная инфраструктура	Величина регионального транспорта	Объем ж/д перевозок
		Объем автоперевозок
		Объем перевозок морским транспортом
	Транспортная инфраструктура	Количество автострад
		Количество государственных автомагистралей
		Количество муниципальных автомагистралей
		Сеть железных дорог
Региональное экономическое развитие и зарубежная торговля	Региональное экономическое развитие	ВВП
		Стоимость валовой продукции промышленных предприятий
		Всего инвестиций в основной капитал
	Региональная внешняя торговля	Фактическое использование иностранных инвестиций
		Общий объем импорта
		Общий объем экспорта
Политика развития и внешние условия	Условия политики	Национальный комплексный транспортный узел
		Национальный автомобильный транспортный узел
	Условия ж/д транспорта	Центр обработки контейнеров
		Станция обработки контейнеров

Во втором шаге каждому показателю должен быть присвоен вес по оценке экспертов. Экспертами могут являться как ученые-специалисты в сфере транспорта, так и практические работники. Обработку данных можно осуществлять с помощью информационных технологий, систем обработки данных.

В третьем шаге все данные, имеющие положительное значение, и, как следствие, нормализованные, будут определены по формуле:

$$Z_i = \frac{A_i - A_{min}}{A_{max} - A_{min}},$$

где Z_i – нормализованные данные;

A_i – фактическое значение индикатора;

A_{min} – минимальное значение индикатора;

A_{max} – максимальное значение индикатора.

Затем рассчитываем сводные индексы всех городов (мест), которые могут быть использованы в качестве дислокации сухого порта. Наибольший системный индекс города будет свидетельствовать о целесообразности его выбора в качестве сухого порта.

Формула расчета сводного индекса имеет вид:

$$C_i = \sum_{i=1}^n Z_i \cdot G_i,$$

где C_i – сводный индекс дислокации сухого порта в i -м городе (месте);

Z_i – нормированное значение i -го элемента,

G_i – вес i -го элемента.

Приоритет отдается месту дислокации с более высокими значениями индикаторов. Являясь крупной транспортно-логистической инфраструктурой, сухой порт в основном обслуживается городом, рядом с которым он расположен. Поэтому его дислокация должна учитывать и экономические особенности этого города и, что немаловажно, – научно обоснованное пространственное распределение. Сводный индекс локации сухого порта отражает порядок приоритета во всех регионах. Чем выше индекс города, тем более вероятно, что он будет рекомендован для дислокации сухого порта. Вместе с тем необходимо отметить, что индекс указывает только на предпочтение, а пространственное распределение сухих портов зависит и от ряда других факторов, например, при получении схожих индексов соседних городов. Так, города, находящиеся на юге Ростовской области, имеют максимальное количество грузопотоков, тогда как города в центральной ее части (Шахты, Новошахтинск и Донецк) этих проблем не испытывают. Соответственно, целесообразность дислокации сухого порта требует оптимального выбора с учетом пространственного распределения, а каждый город следует рассматривать отдельно в рамках

пространственно-распределительной зоны обслуживания при условии альтернативного выбора.

Создание сухого порта также требует активного сотрудничества с местными властями и собственниками устьевых портов. А для достижения оптимальной локации сухого порта требуется портовая система, опирающаяся на государственную поддержку развития депрессивных (например, шахтерских) моногородов, позволяющая решать множество социальных и прикладных транспортных задач. При этом создаваемый сухой порт должен располагаться вблизи транспортных осей (коридоров).

Список использованной литературы

1. О внесении изменений в Транспортную стратегию Российской Федерации на период до 2030 года: Распоряжение Правительства РФ от 12.05.2018 № 893-р, утв. Распоряжением Правительства РФ от 22.11.2008 № 1734-р // Собрание законодательства Российской Федерации. – 2008. – № 50. – Ст. 5977; 2014. – № 25. – Ст. 3349.

2. Динамика количественных показателей грузооборота и мощности морских портов России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.morport.com/sites/default/files/inline/files/gruzooborot_i_moshchnost_0.pdf

3. Саати Т.Л. Принятие решений для лидеров: процесс аналитической иерархии для решений в сложном мире. – Белмонт, Калифорния : Уодсворт, 1982.

Миронова О.А., Богданова Р.М.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Критериями обеспечения продовольственной безопасности России на федеральном и региональном уровнях являются удельный вес сельскохозяйственной продукции и продовольствия отечественного производства в общем объеме товарных ресурсов внутреннего рынка, наличие доступа качественных продовольственных товаров на внутренний рынок страны и ее регионов, а также доступность данной продукции для малоимущих слоев населения [1]. В то же время для каж-

дого конкретного региона уровень продовольственной безопасности определяется рядом особенностей природно-климатического характера, спецификой социально-экономического развития данной территории и состоянием ее АПК, наличием развитого продовольственного рынка и соответствующей ему инфраструктуры, рядом других факторов. Таким образом, продовольственная безопасность страны определяется возможностью ее регионов противостоять и минимизировать опасности и угрозы своей продовольственной безопасности и обеспечивать ее необходимый уровень в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

В настоящее время к числу данных угроз можно добавить угрозу снижения уровня продовольственной безопасности страны и ее регионов в условиях новой коронавирусной инфекции (2019-nCoV), глобальное распространение которой поставило страну перед новыми вызовами во многом непредвиденного характера. Далее проанализируем состояние, проблемы и перспективы обеспечения продовольственной безопасности на мезоуровне в условиях новой коронавирусной инфекции на примере конкретного региона – Ростовской области.

На начало 2020 г. производством сельскохозяйственной продукции в Ростовской области занимаются 1,2 тысячи сельскохозяйственных организаций различных форм собственности, более 7,7 тысячи крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей, 546 тысяч личных подсобных хозяйств граждан. Среднегодовая численность занятых в агропромышленном комплексе составляет 263 тысячи человек. Удельный вес Ростовской области в общероссийском производстве продукции сельского хозяйства составляет 5%. При этом показатель самообеспеченности региона сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием, обозначенными в Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации, составляет более 90%.

В настоящее время в целях создания условий для продовольственной безопасности и обеспечения перерабатывающих предприятий области сырьем сельхозтоваропроизводители региона активно ведут сельскохозяйственные работы. Из посеянных площадей озимых зерновых культур (2,8 млн га) в хорошем и удовлетворительном состоянии находится 96%. Весенние полевые работы в Ростовской области ведутся в соответствии с планами. Посеяно яровых культур более 76% от плановых значений, что превышает показатель аналогичного периода прошлого года.

В Ростовской области обеспечено развитие многоформатной товаропроводящей системы, включающей порядка 42 тысяч торговых объектов. Отрасли, курируемые департаментом потребительского рынка Ростовской области, формируют порядка 20% валового регионального продукта и около 30% налоговых поступлений в бюджетную систему, обеспечивают рабочими местами более 470 тысяч человек. По итогам 2019 года розничный товарооборот составил почти 976 млрд рублей, оборот общественного питания – 42 млрд рублей, объем оказанных населению бытовых услуг – 50 млрд рублей [2].

Введение ограничительных мер, направленных на предупреждение завоза и распространения новой коронавирусной инфекции на территории Ростовской области, привело к временному приостановлению деятельности 62% объектов розничной торговли и 83% предприятий общественного питания. Объекты потребительского рынка, продолжившие функционировать в период введения ограничительных мер, осуществляют деятельность в соответствии с санитарно-эпидемиологическими требованиями.

В целях оперативного реагирования на изменения конъюнктуры продовольственного рынка Ростовской области проводится мониторинг ситуации на потребительском рынке региона. Пиковый потребительский спрос наблюдался преимущественно во второй половине марта 2020 года, что связано с тревожными ожиданиями граждан в отношении снижения объемов производства и реализации продовольственных товаров в условиях новой коронавирусной инфекции. Однако оперативно принятые меры со стороны как государственных органов, так и хозяйствующих субъектов позволили сформировать запасы продовольственных и непродовольственных товаров в достаточном количестве для удовлетворения спроса граждан в полном объеме.

В результате во всех населенных пунктах Ростовской области была обеспечена бесперебойная поставка продовольственных и непродовольственных товаров, что позволило предотвратить дефицит и снизить ажиотажный спрос. В настоящее время в регионе имеются в наличии продуктовые товары длительного хранения. На распределительных центрах торговых сетей Ростовской области создан необходимый запас продовольственных товаров и товаров первой необходимости на период от 20 до 300 дней в зависимости от категории товаров. Торговые сети осуществляют постоянный контроль за наличием товаров на торговых прилавках. Ежедневно осуществляется пополнение товарных запасов.

В условиях сохранения угрозы распространения новой коронавирусной инфекции в Ростовской области еженедельно проходят заседания оперативного штаба по мониторингу и реагированию на изменение конъюнктуры продовольственного рынка (распоряжение Правительства Ростовской области от 21.01.2015 № 16). В целях обеспечения реализации мероприятий по предотвращению распространения новой коронавирусной инфекции в ежедневном режиме функционирует рабочая группа, курирующая направление продовольственной безопасности и обеспечения товарами первой необходимости (распоряжение губернатора Ростовской области от 04.04.2020 № 72). Предприятиям агропромышленного комплекса незамедлительно направляются документы, разработанные Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (письма от 20.04.2020 № 02/7376-2020-24 и № 02/7374-2020-32, от 29.04.2020 № 02/8260-2020-27), которые регламентируют действия организаций и населения в условиях распространения новой коронавирусной инфекции.

Министерством сельского хозяйства и продовольствия Ростовской области, департаментом потребительского рынка Ростовской области организован мониторинг финансово-экономического состояния системообразующих организаций агропромышленного комплекса и потребительского рынка федерального и регионального уровня. Ведется работа по выявлению проблемных вопросов в условиях распространения коронавирусной инфекции, а также принятию мер по их решению.

В целях поддержки перерабатывающих предприятий, производящих социально значимые продовольственные товары, в 2020 году в областной бюджет внесены изменения в части увеличения выделяемых средств на 200 млн рублей (Областной закон Ростовской области от 16.12.2019

№ 256-ЗС «Об областном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов»). Данная мера позволит предприятиям просубсидировать приобретаемое оборудование, модернизировать производственные мощности и обеспечить бесперебойное производство социально значимых товаров.

Обеспечение продовольственной безопасности Ростовской области в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (2019-nCoV) является сегодня одной из приоритетных задач, стоящих перед экономикой Ростовской области. Выполнение мероприятий, из-

ложенных в перечне поручений и рекомендаций Правительства Ростовской области, не потребует выделения дополнительных бюджетных ассигнований. Это позволяет сделать вывод о том, что, несмотря на всю сложность эпидемиологической ситуации, регион оказался способным противостоять новым вызовам и обеспечивать необходимый уровень продовольственной безопасности и жизнеобеспечения своих граждан.

Список использованной литературы

1. Миронова О.А. Проблемы обеспечения национальной и экономической безопасности России в условиях современных геополитических вызовов // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 8 (49). – С. 115-125.

2. Об обеспечении продовольственной безопасности Ростовской области в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (2019-nCoV) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.donland.ru/result-report/672> (дата обращения: 23.09.2020).

Отроков О.Ю.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ МОНОГОРОДОВ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Действующие критерии отнесения муниципальных образований Российской Федерации к монопрофильным (моногородам) установлены Постановлением Правительства Российской Федерации в 2014 году [2]. На уровне федерального законодательства вопросы классификации, поддержки и особой системы отношений с подобными муниципалитетами не установлены. В Постановлении Правительства содержится исчерпывающий перечень оснований, соответствие которым позволяет городским округам получать статус монопрофильных и претендовать на меры государственной поддержки в различных форматах. При этом определяется также и категория моногорода, в зависимости от рисков ухудшения их социально-экономического положения:

1. Моногорода с наиболее сложным социально-экономическим положением (в том числе во взаимосвязи с проблемами функционирования градообразующих организаций).

2. Моногорода, в которых имеются риски ухудшения социально-экономического положения.

3. Моногорода со стабильной социально-экономической ситуацией.

Отдельным Распоряжением Правительства Российской Федерации от 29.07.2014 № 1398-р утвержден перечень монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов), включающий 319 территорий. К 1-й категории отнесено 94 муниципальных образования, ко второй – 154, к третьей – 71. Три территории, находящиеся в Ростовской области, вошли в данный перечень: города Донецк и Зверево, которые отнесены ко 2-й категории, и город Гуково – 1-й категории [3].

В моногородах Ростовской области проживает почти 130 тысяч человек. При этом наиболее многочисленным является город Гуково – более 63 тысяч человек, и именно в этом городе самая тяжелая социально-экономическая ситуация, что стало основанием для присвоения территории 1-й категории.

Большое внимание поддержке моногородов начало уделяться на государственном уровне в период кризисных явлений 2008-2009 годов. Первый перечень моногородов был сформирован в конце 2009 года Минрегионом России, в него вошло 335 моногородов, от Ростовской области – города Гуково и Зверево. Город Донецк включен в перечень дополнительно в 2011 году после подтверждения соответствия критериям. Все моногорода Ростовской области были частью большого угольного бассейна Восточного Донбасса с большим количеством угольных шахт, которые стали не востребованы в период реструктуризации угольной промышленности в 1990-е годы. Сами города росли вокруг шахт для обеспечения возможности компактного проживания шахтеров и их семей, а после закрытия шахт жители остались без работы, а города без источников пополнения бюджета.

В России создана система мониторинга социально-экономического состояния моногородов для оперативного реагирования в случае ухудшения ситуации. Система включает такие параметры, как: численность населения, безработица, количество новых рабочих мест, трудовая миграция, оборот предприятий, торговли, объем выделяемых средств из бюджетов различного уровня, частные инвестиции. Результаты мониторинга направляются в Правительство ежегодно не позднее 1 марта и 1 сентября, однако в открытых источниках информация из отчетов не размещается.

Частью системы мониторинга является министерство экономического развития Ростовской области, которое обрабатывает данные

динамики развития моногородов региона и передает эти сведения в минэкономики России с параллельным внесением данных в Государственную автоматизированную систему «Управление».

На федеральном уровне в 2016 году утвержден паспорт приоритетной программы «Комплексное развитие моногородов»¹, которая будет реализовываться до 2025 года. Одна из важнейших задач программы – обеспечить координацию усилий всех заинтересованных сторон, федеральных и региональных мер поддержки, а также вовлечение общественности для развития моногородов. Каждый моногород России должен разработать свою программу развития, включающую меры по диверсификации экономики, улучшению городской среды, развитию человеческого капитала и т.п.

План предусматривает создание 100 территорий опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР); в 150 моногородах – реализацию инвестпроектов; в 200 – разработку программы поддержки малого и среднего бизнеса.

В 2014 году на федеральном уровне государственной корпорацией развития «ВЭБ.РФ» учреждена некоммерческая организация «Фонд развития моногородов». Цель создания – формирование необходимых условий для создания рабочих мест и привлечения инвестиций в монопрофильные муниципальные образования, развитие городской среды, улучшение и (или) стабилизация социально-экономического положения в моногородах².

Фондом реализуется комплекс мер поддержки моногородов:

1. Субсидия на создание объектов инфраструктуры инвестпроектов.
2. Льготный заем для юридических лиц и ИП на инвестиции в основной капитал.
3. Содействие в получении мер поддержки проектов.
4. Льготный заем для юридических лиц и ИП на инвестиции в моногородах, в которых был введен режим Чрезвычайной ситуации федерального характера от 5 до 250 млн рублей.
5. Льготный заем для создания и (или) реконструкции объекта концессионного соглашения.

¹ План утвержден президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и приоритетным проектам (протокол от 30.11.2016 № 11).

² Устав НО «Фонд развития моногородов». Утвержден решением единственного учредителя от 9.10.2014 года №1

6. Субсидия на строительство и (или) реконструкцию объектов социальной инфраструктуры в моногородах с численностью постоянного населения до 50 тыс. человек.

7. Субсидия на строительство, модернизацию объектов соц. инфраструктуры в рамках ГЧП/МЧП.

Поддержка моногородов Ростовской области осуществляется и на региональном уровне. В рамках государственных программ Ростовской области проводится работа по обеспечению инвестиционных площадок моногородов инженерной инфраструктурой, которая создаст условия для создания и эффективного развития новых производств на территории, что позволит обеспечить занятость населения.

Совместно с федеральным фондом развития моногородов реализуются программы подготовки проектных команд для развития моногородов. Участие в обучении приняли команды всех моногородов региона в 2016 и 2017 годах. На постоянной основе команды получают необходимые консультации и участвуют в совместных мероприятиях для обмена лучшими практиками работы и реализации совместных образовательных проектов.

В 2017 году в рамках федеральной приоритетной программы «Комплексное развитие моногородов» в Гуково, Донецке и Зверево реализованы отдельные инфраструктурные проекты в сфере здравоохранения, благоустройства и ремонта дорог с софинансированием федерального и регионального бюджетов. В последующие периоды прямое выделение средств на проекты развития социальной инфраструктуры не осуществлялось. Вектор поддержки сместился в формирование комфортных условий для привлечения частных инвестиций и развития инженерной инфраструктуры в части, необходимой для развития производств и одновременно социальных объектов.

В феврале 2018 года принята региональная программа комплексного развития моногородов [1]. Аналогично федеральной программе, на областном уровне меры поддержки моногородов объединены в единый документ и синхронизированы с другими приоритетными проектами: «Здравоохранение», «Образование», «Жилищно-коммунальное хозяйство и городская среда», «Безопасные и качественные дороги» и др.

В рамках региональной программы предусмотрено выделение средств трем моногородам региона в общем объеме 6,3 млрд рублей на период 2018-2020 годов, при этом 4,8 млрд рублей – средства областного бюджета, 1,2 – федерального и 0,3 – местные бюджеты.

Для содействия развитию моногорода Гуково путем привлечения в моногород инвестиций и создания новых рабочих мест, не связанных с деятельностью градообразующих предприятий, инициировано создание территории опережающего социально-экономического развития. В 2016 году Правительством Российской Федерации принято решение о создании такой зоны. В 2018 году ТОСЭРы созданы в городах Донецк и Зверево. Каждый город получил свои приоритетные направления развития, которые отражаются в направлении предоставления определенных видов преференций для резидентов ТОСЭР и учитывают специфику муниципального образования, логистические возможности и другие особенности.

Благодаря реализации всех перечисленных мер поддержки до 2025 года в Гуково должно быть создано 5 тысяч новых рабочих мест и привлечено более 6 млрд рублей инвестиций. Донецк и Зверево до 2027 года – более 800 рабочих мест и 1,5/1,3 млрд рублей инвестиций соответственно.

Дальнейшее развитие монопрофильных муниципальных образований возможно лишь при практическом развитии инфраструктуры территорий. Именно изношенность сетей водо-, газо-, электроснабжения не позволяет эффективно развиваться новым предприятиям и привлекать на территории инвесторов, даже с учетом действующих льготных режимов налогообложения и кредитования. Вопрос развития моногородов остается одним из приоритетнейших как в национальном, так и региональном масштабе.

Список использованной литературы

1. Программа «Комплексное развитие моногородов Ростовской области». Утверждена Советом по проектному управлению при Губернаторе Ростовской области (протокол от 08.02.2018 № 1) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://conference.donstu.ru/docs/presentations.ПапушенкоМ.В.pdf>

2. «О критериях отнесения муниципальных образований Российской Федерации к монопрофильным (моногородам) и категориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов) в зависимости от рисков ухудшения их социально-экономического положения»: Постановление Правительства Российской Федерации от 29.07.2014 № 709.

3. О перечне монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов): Распоряжение Правительства РФ от 29.07.2014 № 1398-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/70707138>.

СИСТЕМА ЦЕЛЕПОЛАГАНИЯ ПРИ СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

Все большее количество территорий ведет работу по стратегическому планированию своего социально-экономического развития. Можно выявить ряд причин, обуславливающих обращение регионов и городов к разработке стратегии развития: усложнение механизмов управления, стремление решить какие-либо определенные структурные проблемы или преодолеть трудности социально-экономического характера, потребность повысить свою конкурентоспособность в ожидании значительных перемен в будущем [5]. Стратегия должна выступать рабочим инструментом управления развитием территории [4].

Авторы статьи в 2018 году выступали участниками большого научного коллектива по выполнению научно-исследовательской работы, целью которой являлась разработка проекта Стратегии социально-экономического развития города Ростова-на-Дону на период до 2035 года и проекта Плана мероприятий по ее реализации, соответствующих положениям Федерального закона от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации», решения Ростовской-на-Дону городской Думы от 24.11.2015 № 43 «Об утверждении Положения о стратегическом планировании в городе Ростове-на-Дону».

Рассмотрим основные методологические подходы в части целеполагания, которые были применены при стратегическом планировании социально-экономического развития крупного города.

В процессе разработки документов по целеполаганию первоначально было определено, что миссия Ростова-на-Дону состоит в создании умного пространства для жизни, предоставлении равенства возможностей для развития бизнеса, науки и творчества, сохранении и преумножении культурного наследия и традиций Тихого Дона. Затем она была уточнена по итогам форсайт-сессии, прошла через онлайн-голосование и в результате всех общественных слушаний была переформулирована.

Сложность социально-экономической системы определяет необходимость структурирования миссии по ключевым направлениям, которые должны быть конкретизированы на уровне целей.

Одним из главных требований Закона о стратегическом планировании в Российской Федерации является количественная измеримость целей, что обеспечивает возможность количественной оценки состояния объектов управления и степени достижения поставленных целей.

Таким образом, цели – это желаемый результат реализации Стратегии. Они были обоснованы с точки зрения:

- обеспечения основных полномочий органа местного самоуправления;
- достижения целей, определенных в федеральных, региональных и муниципальных документах стратегического планирования, в т.ч. в муниципальных программах;
- учета приоритетов, определенных Президентом Российской Федерации, в том числе в рамках проектного управления, губернатором Ростовской области [2, с. 141; 6, с. 87-88], главой города Ростова-на-Дону и главой администрации города Ростова-на-Дону;
- ответов на запросы общества и бизнеса.

Система целей структурирует цели развития относительно социально-экономической системы и, соответственно, включала три уровня.

Целеполагание на первом (верхнем) уровне определяет цели для социально-экономической системы города в целом и представлено показателями, которые обобщают результаты реализации Стратегии. Цели верхнего уровня представлены в виде параметрической модели, предназначенной для системного представления целевых значений основных показателей экономического, социального и пространственного развития города в долгосрочной перспективе и отражающей сопряжение взаимообусловленного влияния социального, экономического и пространственного развития города.

Целеполагание на втором уровне определяет цели устойчивого развития в рамках трех политик или сфер: экономика, социальная сфера, территория.

Каждая политика имеет четыре цели, направленные на:

- обеспечение социального благополучия населения (человека);
- повышение конкурентоспособности Ростова-на-Дону во внешней среде;
- обеспечение реализации целей двух смежных политик.

Целеполагание на третьем, так называемом отраслевом, уровне формируется исходя из реализации приоритетов и представлено ключевыми результирующими показателями, которые в наилучшей степени позволяют охарактеризовать эффективность работы городской системы по отраслям экономики, социальным сферам и системам пространства.

Достижению целей препятствуют проблемы, необходимость решения которых предопределяет постановку задач для органов местного самоуправления. Задача – это запланированная деятельность субъекта стратегирования, результатом которой является решение проблемы на уровне ресурсов развития. Далее по каждой задаче определяется комплекс мероприятий, которые должны быть конкретны и выполнимы, иметь ресурсное обеспечение и назначенных ответственных.

Важный момент, на который необходимо обратить внимание, – это возможность измерения эффективности реализации Стратегии, что требует наличия наблюдаемых органами местного самоуправления и муниципальной статистики показателей. Именно с этой проблемой столкнулись при проведении мониторинга по итогам первого года реализации Стратегии. Действительно, основная часть показателей доступна для анализа, однако были и такие, к оценке которых были привлечены эксперты. Эта ситуация обозначилась на этапе анализа результатов итогов социально-экономического развития города за пятилетний период, предшествующий году разработки Стратегии [1]. На данном этапе научно обоснованная оценка специалистов была уместной, нами было выдвинуто предложение уточнить формулировки некоторых показателей при включении их в Стратегию. Тем не менее некоторые из них сохранились, так как традиционно указывались в ряде документов, связанных с городской системой планирования. Цифровизация экономических процессов [3] позволяет решить эту проблему по мере внедрения систем умного города и других информационно-телекоммуникационных технологий.

В целом концептуальной основой Стратегии Ростова-на-Дону выступила идея устойчивого развития – такой процесс экономических и социальных изменений, при котором эксплуатация природных ресурсов, направление инвестиций, ориентация научно-технического развития, развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений.

Представленные методологические подходы целеполагания, безусловно, должны совершенствоваться с учетом новых вызовов.

Список использованной литературы

1. Альбеков А.У., Вовченко Н.Г., Бердников С.В. и др. Комплексный анализ социально-экономического развития города Ростова-на-Дону: сравнительная динамика и ключевые тренды : монография. – Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2019. – 575 с.

2. Джуха В.М., Боев В.Ю. Эффективный механизм формирования системы приоритетов устойчивого развития производственной сферы регионов // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. – 2017. – № 5 (95). – С. 140-145.

3. Иванова О.Б., Андреева О.В. Цифровизация экономических процессов как новая парадигма развития российской экономики // Статистика – язык цифровой цивилизации : сб. докладов II Открытого российского статистического конгресса. В 2-х томах. – 2018. – С. 147-151.

4. Короткова Е., Мокрушина К., Куричева Е., Журавлев С., Ирбитская И. Управление пространственно-экономическим развитием города: скрытые ресурсы [Электронный ресурс] / Центр городских исследований бизнес-школы Сколково. – М., 2016. – 192 с. – Режим доступа: https://urbc.skolkovo.ru/downloads/documents/SUrbC/Research_Reports/SKOLKOVO_UrbC_Research_2016-06_ru.pdf (дата обращения 02.09.2020)

5. Макарова М.Н., Некрасов А.А., Суворова А.В. Пространственно-временная парадигма развития крупнейших городов и регионов России / отв. ред. Академик РАН А.И. Татаркин. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2016. – 234 с.

6. Шеховцов Р.В., Тамбовцев С.Н., Абдуллаев Р.А., Норкина А.Г., Рыбкина А.С. Государственная политика развития инвестиционной сферы региона: на материалах Ростовской области // Бизнес информ. – 2014. – № 5. – С. 86-93.

Кузнецов Н.Г., Авакян С.А.

МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ СТАБИЛИЗАЦИИ ЗЕРНОВОГО РЫНКА РЕГИОНА

Рыночные трансформации отечественной экономики были масштабными и кардинальными преобразованиями одной из крупнейших мировых хозяйственных систем. В ходе преобразований менялась система управления и собственности, создавались новые для российско-

го общества политические, социальные и экономические институты. Первое десятилетие реформ сопровождалось острым социально-политическим и экономическим кризисом, что выражалось в высокой криминализации общественных процессов, разрыве хозяйственных связей, резком обнищании населения, неблагоприятном инвестиционном климате. В этих сложных условиях происходило становление многоукладной экономики, когда бывшие государственные предприятия обретали новые организационно-правовые формы и активно рождались новые субъекты хозяйственной деятельности.

Последствия наиболее сложного первого десятилетия рыночных реформ продолжают сказываться на функционировании социально-экономической системы и спустя тридцать лет, но в целом их удалось преодолеть, и спустя 30 лет можно констатировать, что в стране сложилась полноценная рыночная система с действенным государственным регулированием и достаточно мощным синергетическим потенциалом.

Все отмеченные выше процессы воплотились и в трансформации донской экономики, которая является достаточно крупным сегментом российской социально-экономической системы: по численности населения регион занимает шестое место, а валовой региональный продукт приближается к 1,5 трлн рублей [5]. Переход на новые уровни развития системы управления хозяйственным комплексом региона невозможно осуществить без использования инструментария маркетинга, который является основой осуществления любой последовательной и системной деятельности на рынке. Отечественный маркетинг уже прошел ряд значимых этапов в своем развитии и в настоящее время обретает качественно новые аспекты своего экономического и общественного влияния.

Последовательные эволюционные этапы развития отечественного маркетинга: «ориентация на производство» - «ориентация на сбыт» - «ориентация на потребителя» - «ориентация на общество» – также отражают изменение социальной роли и значимости маркетинговых подходов, позволяют рассматривать их как важный фактор развития экономических отношений. Представляется очевидным, что дальнейшее эволюционирование маркетинга будет связано с усилением социального эффекта от его функционирования [6].

Маркетинг позволяет активизировать воздействия на рыночные взаимодействия производителей и потребителей агропродукции, поэтому его применение крайне важно для стабилизации агропроду-

вольственного рынка. Важно отметить, что маркетинг ориентирован не на локальное и единичное побуждение к конкретным действиям, а на системное и комплексное взаимодействие с контрагентами с достижением совокупного синергетического эффекта на основе формирования длительных партнерских отношений.

Маркетинговые трансформации профильные и сопряженные с агросектором предприятия области уже частично прошли еще в 2018 году, сформировав мощный производственный потенциал, 85% которого составляют частные производители товаров и услуг. Однако рыночные преобразования происходили сложно, и многие предприятия прекратили свое существование. Так, крупный производитель сельскохозяйственного оборудования «Красный Аксай» прекратил деятельность. Сложное состояние было и у ведущего предприятия отечественного сельскохозяйственного машиностроения – завода «Ростсельмаш», но он смог перейти на рыночные механизмы хозяйствования и в настоящее время выпускает востребованную потребителями продукцию.

В сельском хозяйстве, как и в промышленности, весь период реформ происходили сложные процессы становления новых форм собственности – образование частных индивидуальных и коллективных хозяйств. Преимущественно это выражалось в преобразовании колхозов и совхозов в товарищества различных типов и в активном развитии крестьянско-фермерских хозяйств.

Если на начало реформ основу аграрного сектора области составляли 408 колхозов и 443 совхоза, то в 2019 г. в регионе функционировало уже 1791 сельхозорганизация и 10 тыс. крестьянско-фермерских хозяйств [5]. Как следует из данных показателей, произошло разукрупнение сельскохозяйственных предприятий, что выражается в уменьшении площади, обрабатываемой одной сельхозорганизацией: если в 1990 г. это было 10,2 тыс. га, то в 2016 г. – 3,4 га, т.е. в 3 раза меньше. Площадь, обрабатываемая одним крестьянско-фермерским хозяйством, составляет 0,3 тыс. га, что в десять раз меньше, чем у сельхозорганизации. Разукрупнение предприятий привело к распылению производственных мощностей, которые уже были сильно изношены перед началом реформ и нуждались в капитальном обновлении, что требовало высокой концентрации капитала.

Результатом разукрупнения сельскохозяйственных предприятий стало резкое сокращение посевных площадей: с 1990 года каждые пять лет они сокращались на 10-15%, и только с 2000-х годов нача-

лась стабилизация площади обрабатываемых земель [5]. Структурная перестройка сельхозпредприятий проявилась и в производственной эффективности их работы: урожайность в первое десятилетие реформ упала практически в два раза, и только с 2000-х годов она стала постепенно нарастать, достигая и превосходя по отдельным позициям дореформенные уровни.

За период реформ изменился отраслевой состав аграрного сектора региона: отдельные культуры стали лидировать в темпах роста производства (например, подсолнечник), а отдельные агропроизводства резко сократились (в частности, консервная промышленность).

По итогам реформирования сельскохозяйственного сектора Ростовской области можно констатировать, что его производственная база восстановилась и обладает значительным потенциалом роста – об этом свидетельствуют высокие урожаи зерна в 2016–2020 годах, активное развитие животноводства. Кроме того, сельскохозяйственные предприятия донского региона активно применяют современные аграрные технологии и осваивают новые рынки.

В институциональном плане можно с уверенностью констатировать, что в стране в целом и в регионе в частности сложился рынок сельскохозяйственной продукции, обеспечивающий полноценное воспроизводство аграрного сектора и продовольственную безопасность страны, что становится возможным благодаря действенной системе государственного регулирования [4; 5]. В отраслевом разрезе аграрные рынки животноводческой и растениеводческой продукции показывают различную степень совершенства функционирования рыночных институтов, однако они продолжают свою эволюцию и активно адаптируются к постоянно изменяющимся условиям функционирования.

Успех рыночных реформ проявляется в выходе отечественных производителей на мировые рынки, в частности зерновой продукции. Переход аграрного сектора страны от импортной модели к экспортной отражает достижения в экономических преобразованиях и позволяет высоко оценивать итоги рыночной трансформации.

Не будет преувеличением утверждение, что возможность импорта продукции в значительной степени позволила смягчить негативные последствия рыночных преобразований, обеспечить сельхозтоваропроизводителям не только возврат вложенных средств, но и получение высокого дохода, который может быть инвестирован в расширение производства, что стало одним из ключевых моментов становления

отечественного рынка зерна [2] во всех регионах страны [1]. Импорт зерна позволил сформировать новые каналы распределения произведенной сельскохозяйственной продукции, освоить передовые технологии возделывания культур. В то же время ориентация на импорт не должна привести к моноспециализации хозяйств и формированию их высокой зависимости от условий мирового рынка зерна. Для этого отечественный зерновой рынок должен обладать эффективными механизмами адаптации к изменениям мировой конъюнктуры.

Данная задача формирования высокоадаптивного зернового рынка может рассматриваться как следующий этап развития рыночных реформ, который реализуется в условиях уже состоявшегося рынка – речь идет о повышении его эффективности и устойчивости. Если первые этапы реформ были связаны с обретением базовых организационно-управленческих механизмов агровоспроизводства, то дальнейшее развитие должно ориентироваться на их совершенствование, что предполагает расширение информационно-аналитического инструментария управления, в частности использование маркетинга.

В настоящее время маркетинг наиболее полно используется для прогнозирования конъюнктуры рынка зерна, для изучения новых рынков, отслеживания конкурентной обстановки. Преимущественно данная работа проводится зернотрейдерами для оценки перспектив своей деятельности и при прогнозировании рисков. Однако потенциал маркетинга значительно шире, и необходимо его использовать для выстраивания эффективной системы коммуникации между всеми участниками зернового рынка: производителями, потребителями, посредниками, органами регулирования, поставщиками материальных и финансовых ресурсов.

То есть необходимо формирование единой маркетинговой системы зернового рынка, обеспечивающей предоставление своевременной и достоверной информации по всем аспектам производства и сбыта зерна, установление взаимовыгодных отношений между участниками рынка. Единая маркетинговая система зернового рынка может инициировать комплекс мероприятий по расширению инфраструктуры рынка, в частности развитие агрострахования и долгосрочного кредитования, условием использования которых является информационная открытость рынка и добросовестность его участников.

Создание единой маркетинговой системы зернового рынка региона станет логичным продолжением курса реформ, обеспечит за-

крепление достигнутых успехов и позволит достичь нового уровня развития сельского хозяйства региона.

Список использованной литературы

1. Белова Т.Н., Крылатых Э.Н. Экспорт российского зерна в контексте формирования региональной экономической политики // Экономика региона. – 2018. – Т.14. – № 3. – С. 778-790.
2. Жидков С.А. Приоритетные направления развития рынка зерна в России. – Мичуринск: ООО БИС, 2018. – 313 с.
3. Курдюмов А.В., Маслаков В.В. Методы государственного регулирования аграрного сектора экономики: теоретический аспект // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 7 (84). – С. 968-971.
4. Мигунов Р.А. Институциональные механизмы стабилизации агропродовольственной конъюнктуры на рынке зерна // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2017. – № 10. – С. 64-69.
5. Пульс реформ на Дону: 30 лет спустя: стат. сб. / Ростовстат. – Ростов н/Д, 2020. – 118 с.
6. Федько В.П. Макромаркетинг: государственно-территориальный аспект. – М.: ИНФРА-М, АКАДЕМЦЕНТР, 2018. – С. 284.

Ахмадов М.А.

ТЕНДЕНЦИИ, ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Основная задача развития экономического потенциала в посткризисных условиях означает возможность эффективного функционирования хозяйственного комплекса в состоянии мобилизации всех ресурсов и средств, включая научно обоснованную стратегическую перспективу развития потенциально привлекательных объективных условий среды, факторов производства, основанных приоритетно на новейших достижениях науки и техники, учитывающих закономерности и особенности функционирования экономики России как основы интеграции взаимосвязанных экономических районов и факторов природной среды, ресурсов промышленного и сельскохозяйственного производства.

Инструментарий пространственных экономических исследований, обеспечивающий результативность стратегического развития

территорий, нуждается в своевременной актуализации для формирования траектории устойчивого роста эффективности производственного и организационно-управленческого функционала на национальном, межрегиональном, региональном и муниципальном уровнях.

В развитии региональных экономических систем стабильно обеспечивающие отрасли основаны на использовании запасов нефти и газа, промышленной добычи угля, руд черных и цветных металлов, золота, алмазов, и многих других отраслях специализации. Региональные особенности социально-экономических систем и институциональных условий развития определяют плодородные земли и курортные зоны Российской Федерации как приоритетные отрасли, инициирующие процессы самообеспечения и развития полюсов и центров роста в региональном развитии.

Рассматривая данный постулат, необходимо отметить, что стратегическое развитие региональных социально-экономических систем предполагает отклонение от идеального равновесия, объективное отсутствие баланса. Именно по этой причине достижение искомого условий для соблюдения искомого, хоть и относительного равновесия – цель деятельности социально-экономических систем на любом уровне их организации. При этом локальный уровень, условно региональный, позволяет решать глобальный объем проблем более эффективно, чем вышестоящие системные действия. Также следует отметить, что макросистемы естественно влияют на микроуровень, формируя динамичное состояние искомого равновесия.

В рамках анализа региональных особенностей развития социально-экономических систем и институциональных условий их жизнедеятельности отметим, что понятие «ресурсы» имеет дуальную сущность. Так, изначально пришедшее из французского языка, понятие «ресурсы» включает достаточно много дефиниций. Это и денежные средства, и сырье, и материалы, а также работники, источники дохода и многое другое. При этом общей характеристикой выступает номинальная возможность их ролевого участия в процессах производства и потребления общественно значимых благ. Например, при разработке экономико-математических моделей ресурсы воспринимаются так же комплексно – это сырье, продукция, как готовая, так и незавершенное производство. В очередной научной трактовке ресурсам дается возможность участвовать в процессе создания не только общественно значимых благ, но и духовных ценностей, что также кажется интересным в рамках научно-исследовательского поиска.

Анализ региональных особенностей развития социально-экономических систем и институциональных условий их стратегического роста предполагает, что изучение понятия «регион» основано на исследовании факторов, тенденций и проблем функционирования рассматриваемой территориальной социально-экономической системы, а также разработке моделей и эффективных механизмов управления. Региональная социально-экономическая система любого территориального охвата взаимосвязана и взаимозависима с выше- и нижестоящими системными элементами.

В данный момент в связи с развитием социально-экономического дисбаланса и кризисных явлений, связанных с распространением вируса COVID-19, интересно проследить, каким образом «в экономике нашей страны формируется модель, которая согласно взглядам современных ученых учитывает возможность и необходимость регулирования рыночной экономики со стороны международных институтов, но это эффективно не всегда, а зачастую приводит страны к определенному рода трудностям, запретам, санкциям, экономическим и финансовым обязанностям. Анализируя широкий мировой опыт, следует отметить, что научные позиции ученых по данному вопросу реализуются с помощью теоретико-методического обеспечения, информационной поддержки развития экологической и социально ориентированной экономики территориальных образований» [1].

В результате можно обосновать что региону, для того чтобы успешно развиваться в создавшихся условиях цикличности возникновения экономических кризисов, необходимо теоретико-методическое обеспечение стратегического развития, основанное на поддержке развития экологической, социально ориентированной экономики территориальных образований, адаптивное к мировым экономическим и социальным процессам, предполагающее достижение равновесия более целенаправленными механизмами национального развития.

«Следует условно отметить необходимость формирования прогнозов высокой точности, что связано с обеспечением инфраструктурного развития экономических субъектов, законодательно-правовой базой как на общероссийском уровне, так и в рамках региональных социально-экономических производственных систем. Эта достаточно сложная задача – отвечать за точность реализации прогнозных данных и возможность развития четко выверенного сценария – находится

в зоне полномочий как государственных структур, так и рыночных организаций.

Концептуальная основа исследования в области реализации прогнозов не является абсолютным условием его точности. В процессе современного усложнения торгово-экономических процессов системы глобального товарного обмена, которое мы наблюдаем с осени 2014 года, с зимы 2020 года существенно усложняется в том числе и со стороны падения цен за баррель нефти. С точки зрения развития национальной экономики на современном этапе формируется устойчивый тренд зависимости производственно-сбытовых цепей от стабильности формирования качественного прогноза, которая может быть условной, что объясняется необходимостью формирования устойчивой, а в данных рыночных условиях и адаптивной модели экономического роста» [1].

Тенденции, факторы и условия функционирования и развития экономики региона в рамках научно обоснованного анализа формируют стратегию как системный процесс совершенствования институтов и региональной политики, интегрирующий региональные особенности социально-экономического развития.

Развитие пространственной и региональной экономики, столкнувшееся с массой форс-мажорных обстоятельств в связи с распространением коронавирусной инфекции, нуждается в полномасштабном исследовании реакций региональных социально-экономических систем на изменение макроэкономических характеристик в классическом понимании регионалистики в социальном, экономическом и экологическом характере.

В условиях трансформации внешнеэкономической конъюнктуры вопросы образования интегрированной торгово-экономической системы и гиперэкономического баланса предусматривают адекватную реакцию на дестабилизирующие воздействия, соблюдая стратегические ориентиры грядущего развития. Проблематика образования интегрированной торгово-экономической системы и гиперэкономического баланса регионов России, актуализированная с курсом на модернизацию и инновационное развитие научно-методических и прикладных аспектов, базируется на активном росте системообразующих отраслей и определении концептуальных приоритетов развития в посткризисный период.

«Конструировать развитие региональных социально-экономических систем отечественные производители смогут без навязывания правил игры иностранных импортеров. Это, на наш взгляд, существенный плюс. Ведь импортеры строят свой бизнес на массовизации поставок, в которой возможную часть брака покрывают объемы поставок. Но российский рынок, как и рынок любой другой страны, скрывает угрозы, риски, материализованные в финансовые потери. Поэтому следует эффективно организовать альтернативные процессы развития социально-экономических систем. В этом отношении вариантов развития может быть несколько, в зависимости от участия региональных производителей.

Участники отечественных социально-экономических систем, сбытовых цепей и корпоративных сетей распределения могут чувствовать себя в состоянии рыночного приоритета, обслуживая материальные потоки на пути их следования по территории России.

Формирование альтернативных направлений развития социально-экономических систем в условиях действия санкций временно усложнено относительной отлаженностью и эффективностью существовавших ранее, ориентированных на Европу торговых операций. Но при этом, рассматривая условия сотрудничества в альтернативе, следует научно оценить, представить с точки зрения региональной экономики возможности новых партнеров, которые профессионально предлагают товары и выстраивают оптимальные системы распределения, разумно учитывая запросы внутреннего российского рынка. Ранее существовавшие каналы и сети были построены с учетом коммерческих и общеэкономических условий, продиктованных иностранными компаниями-контрагентами, которые существенно ограждали себя от рисков и затрат, связанных с транспортировкой по территории России» [1].

Список использованной литературы

1. Ахмадов М.А. Механизмы наращивания воспроизводственного потенциала и развития социально-экономической системы региона // Инфраструктура рынка: проблемы и перспективы : уч. зап. – Ростов н/Д : изд-во РГЭУ (РИНХ), 2019. – Вып. 25.

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЫНКА СТРОЙМАТЕРИАЛОВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Современные кризисные и карантинные меры формируют особые условия для функционирования рынка строительных и отделочных материалов. Пандемия тормозит и не позволяет осуществлять полноценную торгово-коммерческую деятельность, коммуникационное воздействие на потребителя, продвигать компании или создавать новые. Важно проанализировать эту ситуацию и сформировать определенные моменты для дальнейшего существования строительного сектора.

В последние несколько лет представители строительного сегмента начали активно приобретать новое оборудование, расширять ассортимент производимых товаров, географию поставок, во многом ориентироваться на экспорт, а также внедрять новые технологии. Пандемия внесла свои коррективы в развитие строительной отрасли: снизился спрос, изменились географические цепочки, где-то и вовсе разорвались, начались финансовые потери, следствием чего стало сокращение производства и банкротство некоторых предприятий.

Пандемия коронавируса, начавшаяся весной в России, нанесла удар по всем сферам малого бизнеса, по крупным компаниям и предприятиям. Все отрасли должны были резко перестраиваться на удаленный режим работы, учиться работать в новых сложившихся условиях. Также пандемия повлияла на покупательную способность населения – она начала снижаться. Люди в период кризиса становятся более осторожными в своих инвестициях, особенно приобретая строительные и отделочные материалы [3].

С марта 2020 г. была приостановлена любая коммерческая деятельность на территории Ростовской области, что было вызвано вирусом COVID-19 и последующими карантинными мерами.

Сложившаяся кризисная ситуация на рынке стройматериалов негативно повлияла на товарный оборот и реализацию строительной продукции, прекратились логистические поставки и транспортные доставки, остановилось производство и изготовление строительно-отделочных материалов – эти моменты отрицательно влияют на весь коммерческий процесс на рынке.

После окончания периода самоизоляции торгово-коммерческая деятельность на рынке стройматериалов возобновилась, но с последующими карантинными мерами, выражающимися:

- в обязательном соблюдении ношении масок;
- в обработке средствами дезинфекции рабочих поверхностей;
- в подержании на предприятиях и заводах санитарно-гигиенического режима;
- в переводе работников на удаленную работу.

Для осуществления нормальной работы и предотвращения негативного влияния на функционирование рынка стройматериалов в период пандемии необходимо выделить следующие моменты:

- реализовывать электронную торговлю посредством организации интернет-магазина, онлайн-доставки и реальной связи со специалистом;
- заинтересовывать потребителей выгодными, стимулирующими предложениями и поощрениями;
- продолжать осуществлять коммуникационный процесс между продавцом и потребителем с помощью интернет- и цифровых технологий;
- поддерживать, удерживать постоянных клиентов;
- формировать продолжительную обратную связь между участниками строительного рынка.

Формирование и стремительное развитие интернет-торговли на рынке стройматериалов позволит многим строительным предприятиям, компаниям незамедлительно реагировать на непредвиденные внешние обстоятельства, форс-мажорные ситуации, когда обычная реализация товаров и материалов запрещена, но можно использовать и осуществлять электронную торговлю. Эта возможность позволит многим производителям, продавцам на рынке стройматериалов не прекращать свою предпринимательскую и торговую деятельность, а продолжать существовать на строительном рынке и не превратится в банкротов. С помощью интернет-коммуникаций и цифрового маркетинга можно осуществлять онлайн-торговлю не выходя из дома, получать консультации от менеджеров компании в режиме реального времени через видеосвязь.

Важно отметить, что приоритетной маркетинговой коммуникацией на рынке стройматериалов является Интернет, позволяющий перевести торговый процесс в электронный формат и осуществлять деловые переговоры, профессиональные консультации в дистанцион-

ном формате. Благодаря электронной деятельности торговый и коммуникационный процесс на рынке стройматериалов не прекращается и имеет возможность продолжать свое функционирование, обладая способностью быстрого восстановления и возобновления предпринимательских действий.

Использование различных инструментов цифрового и интернет-маркетинга способствует интерактивному коммуникационному взаимодействию между компанией и потребителем, налаживанию долгосрочных отношений.

Когда обратная связь хорошо организована и продолжительна, получается эффективное средство для принятия различных точек зрения, продуктивных идей, ценных предложений с целью повышения прибыльных продаж, уровня обслуживания или улучшения качества товара. Потребитель ценит и любит, когда его мнение, предложения слышат и используют для исправления отрицательных моментов в работе фирмы. Важно подчеркнуть, что компании должны отслеживать как положительную обратную связь, так и отрицательную. Делать это следует осторожно и внимательно, чтобы не поддаваться на провокации конкурентов. Обязательное правило для компаний при работе с обратной связью – это поощрение и выделение более активных потребителей.

Слаженный коммуникационный процесс, вырабатывающий эффективную обратную связь между продавцами, поставщиками, потребителями позволяет эффективно действовать онлайн/офлайн-инструментам для дальнейшей нормализации торгово-коммерческой деятельности рынка строительных и отделочных материалов.

Для этого рынка существуют свои уникальные особенности и одновременно проблемы, например, такие как:

- сезонность.

Снижение активности деятельности на рынке стройиндустрии из-за сезонности происходит у всех участников. Начало строительного сезона приходит на весенние месяцы, пик торговли – на лето, спад коммерческого оборота протекает в осенние и зимние месяцы. Этапы стратегий продвижения, меры по реализации строительных товаров на каждом этапе сезона варьируются. Производителям и продавцам следует последовательно выстраивать маркетинговые планы для осуществления успешного коммуникационного процесса между всеми участниками рынка строительных материалов;

- конкуренция.

В условиях высокого уровня конкуренции строительные компании должны быть хорошо проинформированы о текущей ситуации на рынке для определения коммерческих способностей, выявления методов борьбы с конкурентами, коммуникационных способов воздействия и продвижения.

Конкуренция на рынке строительных и отделочных материалов должна соответствовать закону, быть урегулированной и не допускать использования нечестных методов ведения бизнеса.

Причины высокой конкурентоспособности рынка стройматериалов:

1. Качество строительной продукции.
2. Финансовый потенциал компании.
3. Разная ценовая политика на предприятиях.
4. Автоматизированное производственное оснащение.
5. Предоставление кредитных условий.
6. Стимулирующие скидочные предложения.
7. Рынок перенасыщен товарами.
8. Закупка импортного высокотехнологичного оборудования.
9. Территориальное размещение производственных мощностей.
10. Коммуникационные каналы продвижения и воздействия.
11. Уровень квалификации персонала.

Выделив вышеперечисленные особенности, важно отметить, что от них зависит успешная коммерческая деятельность на строительных предприятиях, высокий спрос на товары, эффективное коммуникационное воздействие на потребителя, интенсивное или ослабленное продвижение, увеличение торговли и нарастание прибыли.

Рынок строительных и отделочных материалов – это среда, позволяющая удовлетворять все необходимые потребности для строительства, ремонта жилых домов, различных зданий, реконструкций исторических объектов и других специализированных работ, услуг. После ослабления карантинных мер рынок возобновляет свою активную деятельность по продажам различных строительных товаров и имеет возможность выйти на новый виток для достижения целей завоевания различных коммерческих и маркетинговых ниш. У населения постепенно будет нарастать потребность в приобретении материалов для своих нужд. Пандемия снизит высокий уровень конкурентоспособности из-за выхода слабых участников, и это даст возможность другим игрокам продолжать осуществлять и формировать дальнейший коммерческий и коммуникационный процесс.

Список использованной литературы

1. Ерохина Т.Б., Гринченко К.В. Перетекание интегрированных маркетинговых и омниканальных коммуникаций // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – № 3 (71). – 2020. – С. 85-90.

2. Ерохина Т.Б., Гринченко К.В. Эволюционная метаморфоза коммуникационного процесса маркетинга воздействия // Инфраструктура рынка: проблемы и перспективы: ученые записки. – Ростов н/Д, 2020. – Вып. 26.

3. Режим доступа: <http://www.vestnikstroy.ru/articles/building/stroymaterialy-i-krizis-kak-postradala-promyshlennost-v-period-pandemii/>

СЕКЦИЯ 4

СТРАТЕГИИ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ ЗЕЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Ахмедова Г.Т.

ПЕРЕРАБОТКА ОТХОДОВ КАК ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РАЗВИТИЯ МИРА В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

Нынешняя ситуация эпидемиологического характера в мире вообще и в нашей стране в частности является отягчающим условием не только в социальной сфере для населения, но и в экономической для предприятий в том числе.

Всеобщая пандемия охватила все сферы жизнедеятельности, оказывая на них влияние. Многие субъекты подстраиваются под новейшие реалии, внося в привычный режим определенные новшества. Стоит отметить, что, несмотря на коронавирус, активная производственная деятельность не стоит на месте, развивается и отрасль строительства, т.к. население не перестанет ни во время, ни после коронавирусной пандемии организовывать себе более комфортные условия для жизнедеятельности, а именно приобретать жилье в новостройках, переезжать в крупные города и т.д. Потребность в улучшении жилищных условий неисчерпаема, однако она может быть удовлетворена в меньших масштабах.

Именно в такое трудное с экономической позиции время для бизнеса и предприятий необходимо искать пути экономичного использования производственных ресурсов. Одним из наиболее верных решений в данном вопросе можно назвать переход к переработке отходов и использование в производственном процессе вторичных материальных ресурсов, которые имеют множество плюсов не только в экономическом плане, но и относительно аспекта влияния на экологическую составляющую и поддержку природно-ресурсного потенциала.

Преобразование свежего сырья в новые продукты, необходимые для процесса производства, требует больших затрат энергии, т.к. включает в себя несколько различных процессов. Однако если говорить о переработке использованного продукта или сырья, то есть отходов в новые продукты, то трудозатратность в совокупности и в

сравнении с первым вариантом окажется намного меньше и энергозатратность, соответственно, тоже.

При производстве новых продуктов многие отрасли промышленности тратят больше энергии на добычу, переработку, транспортировку и переработку сырья, которое будет пригодно для использования в производстве, особенно эти аспекты касаются строительной отрасли. В то время как переработка отходов обеспечивает промышленность готовыми материалами для производства, минуя традиционные стадии подготовки этого сырья и, соответственно, уменьшая энергетические затраты.

Например, от 90 до 95% энергии, необходимой для производства алюминия из бокситовой руды, можно сэкономить за счет переработки аналогичных алюминиевых отходов. Кроме того, 33 банки переработанного алюминия экономят до 7 киловатт-часов (кВт-ч) электроэнергии, в то время как 20 переработанных алюминиевых банок могут быть произведены с той же энергией, которая требуется для производства одной алюминиевой банки из первичного источника – бокситовой руды. Однако, к сожалению, реальность ряда стран такова, что условно все эти тысячи алюминиевых банок будут выброшены на свалки, тем самым нанеся экономический ущерб предприятиям, не говоря об экологической составляющей вопроса. Ведь выброшенные банки занимают территорию на пространствах для свалки, тем самым способствуя расширению этих территорий в перспективе, что негативно отражается на окружающей среде.

Переработка отходов имеет множество преимуществ для окружающей среды планеты и ее природных ресурсов. Наша окружающая среда – один из бесценных компонентов Земли, поддерживающих существование человека и всего, что в ней находится.

Окружающая среда Земли включает в себя природные ресурсы, которые симбиотически защищают экосистему планеты. Природные ресурсы также необходимы для удовлетворения человеческих потребностей. Стоит учитывать, что возобновляемость природных ресурсов является исчерпаемым фактором. То, что сегодня добывается легко, завтра может быть в дефиците. Именно поэтому переработка отходов производства является значимым аспектом не только с экономической точки зрения, но и с позиции ориентированности на экологичность.

Стоит обратить внимание, что экосистема Земли связана в очень сложную сеть. Таким образом, чрезмерная эксплуатация определен-

ного природного ресурса создает дисбаланс в экосистеме и, более того, разрушает многие другие. По этой причине мы переживаем сильные наводнения, засухи и другие неблагоприятные климатические изменения.

Неверная ориентировка на вопрос производства и отказ от перехода к процессам замещения ресурсов на вторичные продукты является неблагоприятным процессом человеческой деятельности, отрицательно влияющим на окружающую среду с возможностью разрушения экосистемы и природных ресурсов в угоду удовлетворения потребностей человека.

Такая практика, как сжигание отходов, не имеет ничего общего с защитой и очисткой окружающей среды. Скорее она увеличивает концентрацию парниковых газов, таких как углекислый газ, в атмосфере Земли, что в конечном итоге способствует глобальному потеплению и изменению климата. Безусловно, практика переработки отходов в значительной степени способствует снижению глобального потепления.

Кроме того, переработка отходов приносит большую пользу для сохранения природных ресурсов. Серьезной угрозой для окружающей среды является большое количество срубов деревьев, которые в краткие сроки не возобновляется, для этого требуется больше времени. Древесина в качестве сырья пользуется повышенным спросом в различных отраслях промышленности, в том числе и в строительной отрасли в повышенных масштабах.

Если промышленность будет искать другие альтернативы, такие как переработанные материалы, это будет иметь большое значение для сокращения обезлесения и предотвращения эрозии земель. Влияние другой деятельности человека (такой как горнодобывающая промышленность и разработка карьеров) на окружающую среду можно было бы еще больше снизить, если бы переработанные отходы рассматривались как альтернативные ресурсы.

Переработка приносит пользу экономике несколькими способами. Она способствует созданию новых рабочих мест и увеличению доходов. Новые рабочие места и предприятия могут быть созданы в области транспортировки и продажи рекуперированных отходов. Компании также могут перерабатывать регенерированные отходы и делать их пригодными для использования как качественных вторичных материалов, необходимых компаниям-производителям при производстве новых продуктов.

Исследование показывает, что 10 000 тонн отходов, сброшенных на свалку, могут создать 6 рабочих мест, в то время как переработка 10 000 тонн отходов может создать не менее 36 рабочих мест. Таким образом, рост рабочей силы может быть произведен за счет вторичного использования. Перспектива подобной практики колоссальна.

Расточительство в деятельности человека всегда остается аспектом человеческого общества. Несомненно, в сфере переработки отходов всегда будут нужны квалифицированные рабочие, такие как технологи и химики, водители грузовиков, диспетчеры и т.д., спектр необходимых кадров высок.

В некоторых странах, таких как США, Калифорния, на предприятия по переработке отходов приходится высокий уровень занятости – 8500 рабочих мест. Ежегодно реализуется товаров и услуг на сумму более 10 миллиардов долларов.

Помимо создания новых рабочих мест, прибыль от торговли переработанными материалами может быть очень полезной для страны, занятой в этой отрасли. Причина в том, что некоторые страны не имеют собственных природных ресурсов, но вынуждены импортировать отходы для своей обрабатывающей промышленности. Например, Япония и Китай зависят от переработанных материалов как альтернативы, чтобы справиться с их ограниченными природными ресурсами. Пока есть спрос, существует рынок вторичных материалов и, следовательно, большой потенциал для получения дохода.

На протяжении веков свалки были самым старым и наиболее распространенным методом удаления отходов. Отходы либо захораниваются, либо складываются на специально отведенном участке для целей обращения с отходами, где без укрепления такие участки становятся постоянным хранилищем мусора и представляют угрозу как для здоровья последующих поколений, так и для окружающей среды.

Проблемы, связанные с практикой накопления отходов на полигонах в течение нескольких лет, трудно решить из-за сосредоточения трудно удаляемых вредных веществ, которые становятся составной системой окружающей почвы, воды и воздуха. Таким образом, создавая опасность для здоровья жителей.

Хотя полностью избежать свалок невозможно, повторное использование отходов посредством вторичной переработки может в большой степени сократить количество свалок. Небиоразлагаемые материалы, такие как пластмассы, не должны храниться достаточно долго, чтобы выделять вредные газы в окружающую среду. Другие

отходы, такие как бумага, металлические отходы, кожа, продукты питания и т.д., также могут быть переработаны, чтобы сократить загрязнение земли и воды.

Производство новых продуктов из переработанных материалов – это рентабельный способ управления производственными затратами. Для большинства производителей тара и упаковка составляют одну из основных статей расходов при производстве. Можно сэкономить больше денег, если производители будут использовать переработанные материалы для упаковки.

В конце концов огромное количество упаковки попадает в отходы потребителей. Изделия из вторсырья также дешевле своих аналогов.

Переработка приносит пользу экономике за счет сокращения расходов, необходимых для очистки полигонов от свалок. Кроме того, можно было бы сэкономить миллионы, если бы такие свалки были резервированы для других целей получения дохода.

Безусловно, эти и другие преимущества делают переработку отходов, которые негативно сказываются на экологии, достойной наших усилий по их минимизации и, более того, экономят финансовые затраты в производстве, что как никогда важно для предприятий именно в нынешний период экономического кризиса, явившегося последствием всеобщей пандемии.

Коронавирус и его последствия для всех сфер жизнедеятельности стали определенным рычагом для развития, важно только быть готовым к деятельности в кризисной ситуации и воспринимать ее позитивно – как отправной пункт для улучшения аспектов деятельности предприятий и поисков новых способов решения старых задач!

Барауля Е.В., Петренко А.М., Коваленко В.А.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИИ В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ

Современные цифровые способы взаимодействия компании с целевой аудиторией постоянно эволюционируют. В связи с этим новые интеллектуальные информационные технологии находят прикладное применение в маркетинговой практике компаний [2, 7].

В настоящее время блокчейн – это не только технология, относящаяся к биткойну. Она оказывает огромное влияние на все отрасли,

а не только на криптовалюту. Возможности блокчейна не ограничиваются эмиссией криптовалют и осуществлением транзакций, неподконтрольных третьим лицам. Биткойн продемонстрировал относительную масштабируемость блокчейн-технологии, а также привлек к ней внимание со стороны финтеха, традиционных финансовых институтов, органов государственного регулирования и бизнеса [5]. Одна из основных областей, в которой блокчейн бурно развивается, – цифровой маркетинг.

Суть технологии блокчейн сводится к хранению и распространению цифровой информации. В маркетинге использование данной технологии устраняет цифровых посредников, повышает прозрачность и дает потребителям контроль над обменом информацией [4]. Важнейшими аспектами технологии блокчейн является то, что он обеспечивает децентрализованную связь между разными сторонами, а также благодаря ей все документируется и проверяется.

Медиа – самая очевидная сфера применения блокчейна в рекламе и маркетинге, поскольку требует работы с данными, доверие к которым постоянно подвергается сомнению. В ситуации с блокчейном участники уверены в том, что предоставленные данные реальны, потому что могут посмотреть всю цепочку данных и убедиться в том, где и как они получены [8].

Блокчейн устраняет посредника в цифровом маркетинге. Цифровой маркетинг использует посредников, которые контролируют территорию между рекламодателями и пользователями. Одна из причин, по которой веб-сайт может выбрать показ баннеров Google на своем сайте, а не поиск рекламодателей, заключается в том, что Google является источником доверия. Если компания проверена в контекстно-медийной сети Google, то вполне вероятно, что это надежный бизнес, который не нанесет ущерба бренду веб-сайта. Google также обрабатывает транзакции, так что владельцу веб-сайта справедливо платят за клики, произведенные по объявлению рекламодателя. В этом случае Google, по сути, является посредником между рекламодателем и владельцем веб-сайта. По этой причине они получают часть прибыли [1].

Рассмотрим поисковый маркетинг (SEM) через блокчейн. Владелец веб-сайтов не нужно будет искать рекламодателей в контекстно-медийной сети Google, потому что каждый пользователь уже будет проверен и подтвержден. Рекламодатель будет знать, что он платит за настоящие клики, а владелец сайта может быть уверен, что

сумма, которую ему платят, справедлива. Все сводится к уменьшению дополнительных затрат и увеличению прибыли.

Блокчейн повышает доверие благодаря прозрачности. Одна из проблем, с которой сталкиваются многие компании, особенно крупные, – это доверие потребителей. Компании завоевывают доверие благодаря прозрачности, которую маркетинг с помощью блокчейнов может обеспечить в отличие от других технологий.

Еще одно ценностное предложение блокчейна – это уровень, на котором все документируется и проверяется. Например, покупатель может «заглянуть за кулисы» цепочки поставок розничного продавца и узнать, как именно был произведен продукт. Прозрачность позволяет потребителю узнать, заслуживает ли компания доверия к своим заявлениям или нет. Например, компания Walmart объединилась с IBM в проекте по повышению прозрачности процесса цепочки поставок [3]. Благодаря тому, что блокчейн в цифровом виде отслеживает происхождение их продуктов из свинины, начиная с розничной сети в Китае, потребители получили доказательства, необходимые для того, чтобы доверять тому, что им продавал Walmart [9].

Блокчейн способствует общественной подотчетности. Прозрачность и документация блокчейна могут использоваться для создания оцифрованных контрактов, которые общественность может просматривать и использовать для привлечения компаний к ответственности.

Блокчейн дает потребителю контроль над собственной информацией. Одна из проблем цифрового маркетинга состоит в том, чтобы сбалансировать рекламу и заботу о потребителях. Уже существует несколько сервисов, которые предлагают пользователю полный контроль над своей идентичностью и историей транзакций, например uPort, MetaMask и Keybase [9]. Это означает, что маркетологам придется зарабатывать разрешение клиента совершенно другим способом, чем раньше: блокчейн позволяет потребителям взимать плату за свою контактную информацию и внимание.

В будущем маркетолог может в конечном итоге заплатить пользователю за использование его рекламных материалов. Например, когда бренд обращается к пользователю, чтобы подписаться на его еженедельную рассылку новостей, покупатель может ответить, указав цену за эту информацию. Все это может осуществляться с помощью микроплатежей.

Блокчейн обеспечивает преимущества для брендинга. Например, наличие удобного для биткойнов метода оплаты и/или использо-

вания блокчейна для формализации цифровых переговоров между компаниями. Компания, которая внедряет новые технологии, считается инновационной и может создать PR-стратегию вокруг перехода на блокчейн.

Но есть также технические ограничения, препятствующие внедрению блокчейна в сферу цифрового маркетинга. Во-первых, блокчейн до сих пор не принят индустрией в качестве стандарта. Работа технологии зависит от многочисленных узлов, функционирование которых обеспечивают участники сети либо заинтересованные стороны. Если в сети мало участников, она не будет эффективной и работоспособной. Во-вторых, блокчейн – во многом теоретическая разработка, практическое использование которой остается пока достаточно нишевым явлением. В-третьих, серьезное техническое ограничение – это масштабируемость блокчейн-транзакций в различных отраслях и сферах деятельности [5, 6].

Таким образом, можно сделать вывод, что в ближайшие годы блокчейн изменит многие отрасли, удалив посредников и позволив различным игрокам взаимодействовать с помощью смарт-контрактов. Хотя блокчейн тесно связан с криптовалютой, эта технология может использоваться в цифровом маркетинге в части повышения прозрачности и привлечения большего числа клиентов по более низкой цене.

Список использованной литературы

1. Dave N. 42 Digital Marketing Trends You Can't Ignore in 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.singlegrain.com/digital-marketing/digital-marketing-trends-2020/>

2. Ivanchenko O.V., Mirgorodskaya O.N., Baraulya E.V., Putilina T.I. Marketing Relations and Communication Infrastructure Development in the Banking Sector Based on Big Data Mining // International Journal of Economics and Business Administration. – 2019. – Т. 7. – № S1. – С. 176-184.

3. Беспятая М.Н. Возможности использования технологии blockchain в цифровом маркетинге [Электронный ресурс] // Вестник Института экономических исследований. – 2018. – № 3 (11). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-ispolzovaniya-tehnologii-blockchain-v-tsifrovom-marketinge> (дата обращения: 13.10.2020).

4. Блокчейн в маркетинге и рекламе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/gid-po-blokchejnu-v-marketinge-i-reklame-34046.html>

5. Блокчейн для «честного» маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/crypto/26736-blockchain-digital>

6. Еремеев М.А., Курзин С.Ю. Актуальность применения блокчейна в digital-маркетинге // Фундаментальные и прикладные исследования гуманитарных и естественных наук: экономические, социальные, философские, политические, правовые, общенаучные аспекты : материалы междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. Н.Н. Понарина, С.С. Чернов. – Ч. 2. – Саратов: Академия управления, 2018. – 165 с.

7. Иванченко О.В. Интеллектуальный анализ больших данных в развитии маркетинга отношений в банковской сфере // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2019. – № 10 (108). – С. 283-288.

8. Примеры блокчейна в рекламе и медиа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cossa.ru/trends/184591/>

9. Что такое цифровой маркетинг на блокчейне? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.singlegrain.com/blockchain/blockchain-digital-marketing-101/>

Дзотцоева К.А., Егоров И.С.

ДЕФИНИЦИЯ ПОНЯТИЙ «ЗЕЛЕНый МАРКЕТИНГ» И «ЭКОМАРКЕТИНГ»

Актуальность вопроса рассматривается отечественными и зарубежными авторами на протяжении последних десятилетий и во многом отражается на разработке стратегии деятельности предприятий, которые на первое место ставят потребителя, собственный имидж и позиции на профессиональном рынке.

Зеленый маркетинг – достаточно широкое и многогранное понятие, которое не только включает защиту окружающей среды и потребителя от некорректного производства товаров и услуг посредством соблюдения концепции социально-этичного маркетинга, описанной еще Ф. Котлером, но и подразумевает современный, технически и технологически обеспеченный подход к развитию отдельного бренда и его поведение по отношению к своим потребителям.

Экомаркетинг многими понимается как создание продуктов под неким ореолом биологически чистых, произведенных в особых экологических местностях, обладающих повышенными характеристиками, уникальных и потому наделенных повышенной стоимостью. Последнее как раз и формирует тот самый миф о статусности таких товаров и услуг, чего и добиваются производители, одновременно транслируя его в СМИ, что позволяет извлекать дополнительную прибыль.

Зарубежными и отечественными авторами анализируемые понятия часто рассматриваются как смежные, что подтверждают научные публикации Траута Дж., Райса Э., Grant J., Дергуновой М.И., Костроминой Е.А., Беспаловой А.Г., Акулич Т.В., Смирновой Е.В. и многих др. В данной статье упор делался на авторские исследования и публикации последних 3 лет. Более того, смешение понятий «зеленый маркетинг» и «экомаркетинг» не совсем корректно как на современном этапе развития маркетинговой деятельности брендов, так и в контексте самих преамбул «зеленый» и «эко».

Зеленый маркетинг – это глобальный тренд, своего рода проект, навязываемый потребителю через призму социально-этичного маркетинга. Современные потребители устали от традиционных продуктов, которые не только не обладают заявленным качеством, соответствующим их цене, но и фактически не делают представленный на полках ассортимент товаров унифицированным, осознанно воспринимают навязываемые экотренды, поддаваясь маркетинговой стратегии каждого бренда и всеобщей моде на эко. Именно такой вектор дает развитие зеленому маркетингу.

В то же время «экомаркетинг даже не доминирует на отдельно взятой территории. Он доминирует по своей концепции, в основу которой сегодня закладываются производственные ноу-хау, коммуникационные технологии, психологическая мотивация потребления, и доминирует глобально. Для производителя это, например, отказ от использования некачественного и низкостоймостного сырья, консервантов, запрещенных в России. Для потребителя это выбор вектора здорового образа жизни, переход на более высокую социальную ступень потребления. Для торговых предприятий это получение большей прибыли за счет увеличения добавочной стоимости экопродуктов» [2, с. 9].

Научной новизной данной статьи является не только выявление дефиниции понятий «зеленый маркетинг» и «экомаркетинг», но и формулирование единого понятия, отражающего концепт развиваю-

щегося маркетингового тренда в отношении использования «зеленой темы» в маркетинговой деятельности современных предприятий. Например, использование зеленого цвета и натуральной символики в логотипах – это не отражение экологичности продуктов и/или услуг бренда, это только некий акцент на том, что компания стремительно развивается, она ориентирована на смену своего рекламного образа и т.п. Зеленый цвет – это цвет молодости, развития, радости, имеющий еще множество значений как с психологической, дизайнерской, рекламной, так и с концептуальной точки зрения.

Итак, и экомаркетинг, и зеленый маркетинг направлены на поддержание концепции социально-этичного маркетинга, отстройку от многочисленных конкурентов и формирование клиентской лояльности к продуктам и услугам отдельного бренда на конкретном рынке за счет экопродуцирования.

В то же время этот концепт пропагандируется по всему миру, следовательно, можно говорить о глобализации экомаркетинга под эгидой зеленого маркетинга. Примеров множество, начиная от McDonald's, Samsung и заканчивая Toyota. В данном случае подразумевается не только пропаганда здорового образа жизни, борьба за охрану окружающей среды, забота о здоровье нации, клиентоориентированность, предоставление масштабного комплекса информационно-коммуникационных услуг, но и поддержание имиджа брендов, репозиционирование, ребрендинг, чтобы таким образом привлечь новые аудитории, обратить на себя внимание и завуалированно сформировать новый образ бренда, в том числе под эгидой эко.

Когда бренд ведет себя таким образом, выделить четкую грань между экомаркетингом и зеленым маркетингом на глобальном уровне достаточно сложно. С одной стороны, забота о социуме в лице каждого потребителя естественным образом является концепцией социально-этичного маркетинга, который сегодня трактуется под эгидой экомаркетинга. То же самое можно выделить и в отношении зеленого маркетинга – производство натуральных продуктов, разработка натуральной упаковки, повышение качества обслуживания, увеличение информирования потребителей о жизнедеятельности бренда (производителя), достоверность информации и далее все то, что подразумевает интеграцию взаимодействия бренда и его аудитории.

С другой стороны, поддержка зеленых фондов, формирование бюджетов на защиту окружающей среды, создание ассоциаций, союзов защиты прав потребителей, лоббирование зеленых законов и т.п.

дает компаниям повышенный бонус на профильном рынке и приоритет над конкурентами. Также это становится важным для потребителей, которые активно реагируют на такого рода информацию и отдают свои предпочтения в пользу таких брендов. В этом случае уместно говорить о социально-этичном маркетинге, который в настоящей трактовке более похож на экомаркетинг.

Таким образом, дефиниция понятий «зеленый маркетинг» и «экомаркетинг» фактически сглаживается, так как на практике они тесно переплетаются и создают обобщенное смысловое явление.

В предыдущих авторских статьях (Дзотцоева, 2017–2019) уже рассматривалась тема зеленого маркетинга, экомаркетинга, при этом основной упор делался на утверждение, что бренды (то же самое – производители), «... ориентируя покупателя в мире товаров, интенсивнее стимулируют его к покупке новых, точнее, улучшенных продуктов, которые при использовании новых технологий производства и продажи способны предложить покупателю условия потребления, отличные от его опыта ...» [3, с. 118], что часто вменяется в рекламе как экологически чистые, совершенные товары и услуги, формируя так называемое излишнее, гипертрофированное потребление. «Для этих целей используются все возможные и доступные инструменты продвижения и продаж гипертрофированного характера, не позволяющие потенциальному покупателю самостоятельно делать выбор в пользу того или иного предлагаемого продукта» [3, с. 119].

Однако актуальнее звучит утверждение, что «главная задача экомаркетинга заключается не в том, чтобы сделать стандартные продукты экологичными, а в том, чтобы сделать экологичные продукты стандартными» [4, с. 100]. Ранее упоминалось, что продукты под эгидой экомаркетинга продаются с завышенной стоимостью и тем самым формируют к бренду иное, предвзятое отношение.

Авторский мониторинг и эмпирические исследования показывают, что тема не только популярна и обсуждается разными по своим сегментационным характеристикам аудиториями, но также не имеет четких границ определения анализируемых понятий. Потребители часто не находят разницы между понятиями «зеленый маркетинг» и/или «экомаркетинг». Так, опрошенные в соцсетях респонденты на этот счет дали достаточно неоднозначные ответы. Из группы в Facebook численность 553 человека 209 считают, что разница между понятиями «зеленый маркетинг» и «экомаркетинг» есть, нет разницы – 244 респондента. Из 553 респондентов имеют непосредственное отношение

к маркетингу 117 человек, это преподаватели вузов, маркетологи и др., 446 респондентов прямого отношения к маркетингу не имеют, но все респонденты в своей совокупности являются потребителями товаров и услуг. Из общего количества опрошенных 190 человек согласны с данными концепциями и покупают товары под эгидой «эко», в то время как остальные относятся к такой концепции достаточно скептически, что связано в первую очередь с завышенной стоимостью товаров и излишней пропагандой экостимулов, не соответствующих реальным свойствам продаваемых товаров и услуг.

Несмотря ни на что, у экомаркетинга есть определенный потенциал стремительно развиваться, превалируя над другими маркетинговыми концепциями, и в конечном итоге стать одним из наиболее доходных и успешных направлений в долгосрочной перспективе [1, с. 73].

Возможно, в настоящее время нет смысла четко разграничивать понятия «зеленый маркетинг» и «экомаркетинг», так как при определенных условиях оба выполняют концепцию социально-этичного маркетинга в современном видении производителей и потребителей товаров и услуг. С другой стороны, это фактически разные направления деятельности и/или концепты брендов.

Таким образом, зеленый маркетинг – это управленческая миссия и стратегия деятельности бренда, экомаркетинг – это маркетинговая, производственная и поведенческая концепция деятельности производителей на профессиональном рынке.

Список использованной литературы

1. Дергунова М.И., Говорова М.С., Мельникова А.В., Мельникова В.Л. Зеленый маркетинг и его особенности [Электронный ресурс] // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (Москва, июнь 2015 г.). – М.: Буки-Веди, 2015. – С. 72-74. – Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/134/7965/> (дата обращения: 29.09.2020).

2. Дзотцоева К.А. Глобализация проблемы создания продуктов под эгидой эко-маркетинга // А-фактор: научные исследования и разработки. Гуманитарные науки. – 2018. – № 4. – С. 9.

3. Дзотцоева К.А., Пиливанова Е.Г. К вопросу гипертрофированного продвижения продуктов под эгидой трендовых приставок маркетинга // Технологические инициативы в достижении целей устойчивого развития: материалы международной научно-практической конференции. – Ростов н/Д: ИПК РГЭУ (РИНХ), 2019. – С. 118-121.

4. Костромина Е.А. Экомаркетинг – концепция 21 века // Материалы XIII международной научной конференции / под ред. А.В. Семенова, Н.Г. Малышева, Ю.С. Руденко. – М.: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2017. – С. 99-106.

Тяглов С.Г., Родионова Н.Д.

РАЗВИТИЕ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ НАИЛУЧШИХ ДОСТУПНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ¹

В настоящее время экономические, социальные и экологические потребности российских регионов тесно связаны с развитием зеленых технологий, которые способны обеспечить направления модернизации отраслей народно-хозяйственного комплекса России. Они усиливаются в связи с возникшими новыми вызовами, обусловленными изменениями климата по причине возрастающего загрязнения атмосферы выбросами вредных веществ и мировой пандемией коронавирусной инфекции. Вследствие этого инновационное развитие экономики напрямую стало связано с процессами цифровизации и экологизации как драйверов перехода к удаленному компьютерному доступу работы и выполнению санитарно-гигиенических требований всех жителей населенных пунктов Российской Федерации.

Реализация политики цифровизации активизировала технологическую перестройку всей народно-хозяйственной системы страны. Преобразования целесообразно проводить с учетом требований устойчивого развития, что представляется возможным при условии выполнения принципов «зеленой» экономики, базирующихся на согласовании экономических, социальных и экологических интересов российских регионов.

В Ростовской области сегодня получила развитие зеленая экономика в реализации новых проектов, направленных на снижение негативного воздействия от эксплуатации растущего количества транспортных средств в силу происходящих процессов урбанизации и

¹ Публикация подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00860 «Формирование организационно-экономического механизма управления устойчивым развитием региональных инновационных систем на основе наилучших доступных технологий».

увеличения потребностей в коммунальных услугах при успешной тенденции развития жилищного строительства.

Ростовская область является одним из пилотных регионов по осуществлению перехода на возобновляемые источники энергии (ВИЭ), при этом электроэнергию вырабатывают не только тепловые и атомные станции, но наряду с ними набирают обороты солнечная и ветроэнергетика. Так, в 2019 и 2020 годах введены в промышленную эксплуатацию Сулинская, Каменская и Гуковская ветроэлектростанции. До конца текущего, 2020 года ожидается запуск ветропарка в Азовском районе. Создание всех основных компонентов ветроэнергетических установок также осуществляется на донских предприятиях. Созданы мощности по производству башен, модульных башен, гондол, генераторов, что свидетельствует о перспективе дальнейшего развития ветроэнергетики Ростовской области. Всего в Ростовской области появятся семь ветропарков общей мощностью более 700 МВт. Объем инвестиций в отрасль составляет более 60 млрд рублей. Кроме того, на Дону внедряют новые энергоэффективные технологии. В частности, на улицах Каменска-Шахтинского появились современные светодиодные светильники. Таким образом, следует отметить перспективность этого направления зеленой экономики и современного тренда развития экологической политики Ростовской области. При этом, на наш взгляд, снизить объем традиционной электроэнергетики в ближайшей перспективе не представляется возможным в связи с несовершенством технологической и технической баз ветроэнергетики, ее достаточной зависимостью от климатических условий. Поэтому прогрессивные зеленые технологии энергетической отрасли требуют дальнейшего развития при выделении существенных инвестиций – зеленых облигаций и других финансовых инструментов зеленого инвестирования.

В наших многочисленных публикациях проанализировано состояние, динамика и перспективы развития альтернативной энергетики в Российской Федерации и ее регионах, обоснована роль внедрения наилучших доступных технологий (НДТ) и возможности формирования отраслевых справочников, что будет способствовать поддержке «зеленых» технологий в электроэнергетике [1-4].

Важным направлением внедрения НДТ в рамках современных направлений зеленой экономики является вторичная переработка сырья, что позволит упорядочить сбор и утилизацию твердых коммунальных отходов (ТКО). Рост и диверсификация ТКО объясняется в

первую очередь происходящими процессами урбанизации, повышения культуры производства и потребления продовольственных товаров, прогрессом в сфере изготовления упаковочных материалов, инновационными решениями в технологиях переработки сырья, в особенности на предприятиях пищевой и легкой промышленности.

Таким образом, проблема городского хозяйства – сбор и переработка ТКО переходит в плоскость задач зеленой экономики – вторичного использования ресурсов, которому предшествует этап отдельного сбора отходов с помощью специальных мусорных контейнеров. Это означает, что возникла потребность в новых зеленых технологиях производства, направленных на переработку, например, пластиковых и картонных ТКО. Следовательно, эти технологии должны быть подкреплены возможностью их рассмотрения в качестве НДТ с целью включения их в справочники по НДТ.

В настоящее время в Ростовской области сформированы и действуют различные предпринимательские площадки производственной сферы, в основе которых лежит поддержка социально ориентированных предприятий. Именно их развитие должно учитывать требования зеленой экономики, состоящие в модернизации производства в направлениях зеленой логистики, зеленого строительства и зеленых технологий в промышленной и агропромышленной сферах. Это возможно при внедрении НДТ в транспорт, строительство, промышленность и сельское хозяйство.

Следовательно, включение экологически чистых технологий в число потенциально возможных НДТ способствовало бы, с одной стороны, усилению поддержки проектов государством, а с другой стороны, повышало бы их инновационность. Однако существуют проблемы формирования справочников НДТ: от выбора объектов и оформления перечня систематизации разработок в сфере экологизации производства и потребления до методического их обеспечения и сопровождения внедрения в практику. Поэтому принципы зеленой экономики могли бы послужить научным фундаментом их развития и оптимизации.

С другой стороны, внедрение наилучших доступных технологий, по нашему мнению, позволит осуществлять рациональное природопользование и запустить механизмы экологизации в российских регионах.

Таким образом, стратегия развития «зеленой» экономики в Ростовской области опирается на выделение экологических трендов, учет

требований к реализации национальных проектов, стратегии социально-экономического развития региона на ближайшую и долгосрочную перспективу.

Доказана возрастающая роль НДТ в решении многих социально-экономических проблем, обозначены пути их внедрения в производственной и непроизводственной сферах экономики российских регионов. При рассмотрении состояния дел в данном направлении в Ростовской области отмечен положительный эффект от развития новых направлений: ветроэнергетики, вторичного использования природных ресурсов, созданы условия для формирования зеленых кластеров, способных аккумулировать финансовые и производственные ресурсы региона.

Следует отдельно выделить экологические проблемы крупных городов, например Ростова-на-Дону, где наиболее ощутимы экологические проблемы, связанные с перегруженностью городских магистралей транспортными средствами, приводящие к образованию «пробок» и увеличению негативных последствий от химического и шумового загрязнения атмосферы мегаполиса.

Эти экологические вызовы привели к необходимости осуществления перевода транспорта на газовое топливо и использования электрической энергии в электрокарах и электромобилях, что, в свою очередь, требует развития новых видов транспортной инфраструктуры: газозаправочных станций, зарядных электрических станций, дислокация которых в городе должна быть достаточной для жизнеспособности этого вида транспортных средств. В настоящее время отсутствуют справочники НДТ, охватывающие вопросы экологически чистого транспорта. Отметим, что их формирование – важная задача экологической политики, на которой следует сконцентрировать усилия как экологов, так и специалистов по транспорту и их инфраструктурных подразделений.

Таким образом, развитие зеленой экономики Ростовской области опирается на инновационные программы с преобладанием высокотехнологичных производств как основного компонента в реализации экологической политики региона.

Список использованной литературы

1. Кузнецов Н.Г., Тяглов С.Г., Пономарева М.А., Родионова Н.Д. Развитие региональных инновационных систем на основе активизации внедрения наилучших доступных технологий // Финансовые исследования. – 2019. – №1 (62). – Март. – С. 116-125.

2. Кузнецов Н.Г., Тяглов С.Г., Пономарева М.А., Родионова Н.Д. Анализ инструментов и методов оценки экономической эффективности внедрения наилучших доступных технологий // Вестник РГЭУ (РИНХ). – 2019. – №2 (66). – Июнь. – С. 50-60.

3. Tyaglov S, Sheveleva A., Guseva T. Justification of the Need and Feasibility of Switching to Renewable Energy Sources for the Implementation of Sustainable Development Principles // International Conference on Sustainability and Climate Change: IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science. – 2019. – №317. – 01.2004.

4. Тяглов С.Г., Бугаян С.А., Парада Е.В. Развитие ветроэнергетики как одного из направлений повышения энергоэффективности российских регионов // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2019. – №9. – С. 19-26.

Лавренченко С.С.

РАЗВИТИЕ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

За последние годы российский агропромышленный комплекс набрал высокие, опережающие темпы и укрепляет свои позиции как современная отрасль с хорошим потенциалом качественного роста.

Сегодня в непростых условиях, в которых оказалась российская экономика, важно сохранить набранную динамику в агропромышленном комплексе.

«Сельское хозяйство оказалось в меньшей степени затронуто ограничениями из-за эпидемии коронавируса, чем другие отрасли экономики. К сложной экономической и эпидемиологической ситуации в стране российский АПК подошел в окрепшем состоянии – его закалили действующие много лет санкции, развитие стратегии и импортозамещения и укрепила государственная поддержка»¹.

Несмотря на это, в агропромышленном комплексе сохраняются риски снижения доходов, увеличения производственных затрат.

«На развитие агропромышленного комплекса в условиях пандемии оказали влияние следующие факторы.»²

¹ Вестник агропромышленного комплекса [Электронный ресурс]. URL: <https://vestnikaprk.ru/>

² Петриков А.В. Адаптация агропродовольственного сектора к постпандемической реальности // Научные труды ВЭО России. 2020. Т. 223. С. 99-104.

1. Сокращение спроса на продовольствие из-за снижения реальных доходов населения, как следствие, приводит к снижению прибыльности производства.

2. Сбои в поставках ресурсов и услуг для сельского хозяйства, а также в «продовольственных цепочках» из-за ограничений в работе транспорта, усложнения логистики, закрытия розничных рынков.

3. Увеличение издержек сельхозпроизводителей в силу роста цен на импортные средства производства и материалы.

4. Нарушение функционирования глобальных агропродовольственных рынков в связи с ограничениями экспорта.

5. Уменьшение государственной поддержки и инвестиций в сектор вследствие бюджетных ограничений как государства, так и частных инвесторов. Основными факторами, ограничивающими инвестиционную деятельность, являются неопределенность экономической ситуации, высокий процент коммерческих кредитов»¹.

«Есть и положительные эффекты влияния пандемии коронавируса на сельскую экономику. Прежде всего это может выразиться в развитии внутрироссийского туризма, краткосрочном и долгосрочном миграционном приросте населения из городов в сельскую местность. Как следствие, на сельских территориях может начаться более активное развитие местной торговли, производство местных товаров, восстановление социальной инфраструктуры»².

Можно выделить несколько направлений по повышению устойчивого развития сельского хозяйства и агропродовольственного рынка в условиях пандемии.

Во-первых, для того чтобы отечественные продукты и продовольствие пользовались растущим спросом как внутри страны, так и за рубежом, необходимо повышать конкурентоспособность российской сельхозпродукции. Достичь этого можно путем формирования кооперативной торговли и сбыта, повышая тем самым доступность для потребителя продукции малых предприятий и фермерских хозяйств.

Во-вторых, развитие АПК – это не только решение производственных задач, это создание новых рабочих мест, повышение дохо-

¹ Маслова В.В., Авдеев М.В. Современные аспекты развития инвестиционного процесса в АПК России // Научные труды Вольного экономического общества России. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-aspekty-razvitiya-investitsionnogo-protssessa-v-apk-rossii> (дата обращения: 14.10.2020).

² Закшевский В.Г., Гаврилова З.В. Возможности и перспективы развития сельских территорий после пандемии // Научные труды ВЭО России. 2020. Т. 223. С. 496-500.

дов, качества жизни миллионов людей. Поэтому одной из приоритетных задач является увеличение темпов развития инфраструктуры, социальной сферы села, включая системы здравоохранения, образования, культуры, решение жилищных вопросов сельчан.

В-третьих, обеспечение стабильного снабжения населения сельхозпродукцией и продовольствием. Особое внимание должно быть уделено отраслям, по которым еще не достигнуты критерии продовольственной независимости. Так, по производству говядины, молока, овощей и фруктов существенна доля импорта.

В-четвертых, активизировать работу по доведению средств господдержки до аграриев. Этот вопрос является особенно актуальным в текущих условиях и в первую очередь для малых и средних сельскохозяйственных товаропроизводителей, а также регионов, где могут столкнуться с дополнительными сложностями из-за природных факторов.

Таким образом, для выхода из сложившейся ситуации необходима существенная модернизация сельского хозяйства и всего агропродовольственного рынка, повышение эффективности их функционирования, широкое внедрение инноваций и IT-технологий.

Список использованной литературы

1. Вестник агропромышленного комплекса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vestnikapk.ru/>

2. Маслова В.В., Авдеев М.В. Современные аспекты развития инвестиционного процесса в АПК РОССИИ // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2020. – № 4. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-aspekty-razvitiya-investitsionnogo-protssessa-v-apk-rossii> (дата обращения: 14.10.2020).

3. Петриков А.В. Адаптация агропродовольственного сектора к постпандемической реальности // Научные труды ВЭО России. – 2020. – Т. 223. – С. 99-104.

4. Закшевский В.Г., Гаврилова З.В. Возможности и перспективы развития сельских территорий после пандемии // Научные труды ВЭО России. – 2020. – Т. 223. – С. 496-500.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ЗЕЛЕНОГО РАЗВИТИЯ ЕС

Одним из локомотивов исполнения обязательств по международным договорам в области борьбы с изменением климата и «озеленения» экономических моделей стран являются государства Европейского Союза. Более того, ЕС предлагает свои стандарты для повышения эффективности использования топлива и сокращения выбросов.

Долгосрочная цель ЕС заключается в достижении уровней качества воздуха, которые не приводят к недопустимому воздействию на здоровье человека и окружающую среду и к риску его возникновения. Основные климатические и энергетические цели ЕС установлены на краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный периоды – до 2020, 2030 и 2050 года соответственно [5].

Для достижения цели устойчивого зеленого роста в рамках Стратегии «Европа 2020» в 2010 г. в Брюсселе Европейская комиссия презентовала стратегию «Энергия 2020: стратегия конкурентоспособной, устойчивой и безопасной энергетики» с весьма амбициозными целями [1]. Однако уже в 2014 году Европейская комиссия установила пороговые значения, которые должны быть достигнуты странами ЕС к 2030 году. Более того, после принятия Парижского соглашения и по результатам Конференции UNFCCC в г. Катовице в 2018 году (COP24) значения 2014 года также были повышены: сокращение выбросов парниковых газов как минимум на 55% по сравнению с уровнями 1990 года к 2030 году (ранее – на 40%); увеличение доли возобновляемых источников энергии в конечном потреблении энергии до 32% к 2030 году (ранее – до 27%); повышение энергоэффективности на 32,5% к 2030 году (ранее – на 27%) [10].

Помимо этого, за последние десятилетия ЕС инициировал широкий спектр инициатив в сфере природоохранного законодательства [8].

1. Пересмотренная система торговли выбросами ЕС (ETS) (от 2005 г.) является первой в мире такого рода международной системой, которая стремится сократить выбросы парниковых газов из энергетического сектора и авиации и основных отраслей промышленности с минимальными затратами, установив рыночную цену на выбросы путем применения ограничений и торговой политики.

2. Решение об обмене усилиями устанавливает обязательные годовые цели для каждого государства – члена ЕС по сокращению выбросов парниковых газов в секторах, не включенных в ETS.

3. Национальные цели в области возобновляемых источников энергии. Эти цели зависят от использования возобновляемых источников энергии каждой страной и потенциала увеличения их производства, варьируясь от 10% на Мальте до 49% в Швеции.

4. Добыча и хранение углерода – директива, создающая правовую основу для экологически безопасного использования технологий добычи и хранения углерода.

5. Адаптация к изменению климата, требующая принятия национальных планов по борьбе с неизбежными последствиями изменения климата.

6. Финансовая поддержка мероприятий по защите климата (не менее 20% бюджета ЕС).

В конце 2019 г. в Евросоюзе была представлена законодательная инициатива EU Green Deal, в основе которой – достижение 100% климатической нейтральности государствами Евросоюза к 2050 г. [2]. В рамках европейского «Зеленого соглашения» (европейской «зеленой сделки») разрабатывается амбициозный пакет мер (от сокращений выбросов до инвестиций в передовые исследования и инновации, в сохранение природной среды Европы), который должен позволить европейским гражданам и предприятиям извлечь выгоду из устойчивого зеленого перехода [6]. В декабре 2019 г. Еврокомиссией был предложен механизм пограничного углеродного регулирования (Carbon Border Adjustment Mechanism). По сути, предлагается ввести дополнительный сбор на некоторые энергоемкие виды продукции, импортируемой в Европу, который бы учитывал ее углеродный след, и таким образом исправить ситуацию, при которой не отягощенный жесткими экостандартами и потому более дешевый импорт имеет конкурентное преимущество перед продукцией европейских поставщиков. Рассматриваются разные формы механизма: углеродный налог (на импорт и на внутреннюю продукцию); углеродная таможенная пошлина; налог на импорт; расширение Европейской системы торговли разрешениями на выбросы (EU ETS). Вероятным препятствием на пути к реализации данной инициативы станет ее приведение в соответствие с требованиями ВТО, запрещающими ставить в неравное положение внешних и внутренних производителей схожих товаров. Законопроект, как ожидается, будет готов к середине 2021 г. [9].

На настоящий же момент европейскую экологическую политику до 2020 года определяет Седьмая программа действий по охране окружающей среды (7EAP), на смену которой должна прийти Восьмая программа действий в области окружающей среды (8EAP) до 2030 года [3, 4].

Параллельно с вышеобозначенными стратегиями и инициативами в феврале 2015 года Европейская комиссия запустила новую стратегию устойчивого Энергетического союза с перспективной политикой в области изменения климата [7]. Цель Энергетического союза – предоставить потребителям в ЕС – домашним хозяйствам и предприятиям – безопасную, устойчивую, конкурентоспособную и доступную энергию. Стратегия состоит из следующих пяти тесно взаимосвязанных и взаимоподкрепляющих направлений [1].

– Безопасность, солидарность и доверие – диверсификация источников энергии в Европе и обеспечение энергетической безопасности посредством солидарности и сотрудничества между странами ЕС.

– Полностью интегрированный внутренний энергетический рынок – обеспечивает перемещение энергии внутри ЕС посредством соответствующей инфраструктуры без технических и/или нормативных барьеров.

– Энергоэффективность – для снижения зависимости от импорта энергии, снижения выбросов, а также стимулирования рабочих мест и роста.

– Климатические действия, декарбонизация экономики – для сохранения своего лидерства в области возобновляемых источников энергии.

– Исследования, инновации и конкурентоспособность – поддержка прорывов в низкоуглеродных и чистых энергетических технологиях путем приоритезации исследований и инноваций для стимулирования энергетического перехода и повышения конкурентоспособности.

Энергетический союз стремится предоставить потребителям безопасную, устойчивую, конкурентоспособную и доступную энергию. Это достигается путем перестройки европейских энергетических и климатических систем и политики, что ставит ЕС на передний план в решении глобальных проблем возобновляемых источников энергии и изменения климата.

Подводя итог, отметим, что с пересмотром основ политики в области климата и энергетики на 2030 год и, в частности, переговоров

по управлению Энергетическим союзом в ЕС открылось «окно» возможностей. При этом, однако, климатические и энергетические рамки ЕС до 2030 года не соответствуют его долгосрочным климатическим амбициям, которые сами должны быть расширены для выполнения обязательств по Парижскому соглашению. Во-первых, долгосрочные амбиции ЕС должны быть увеличены в соответствии с целью Парижского соглашения и нацелены на чистые нулевые выбросы к 2050 году. Во-вторых, климатические и энергетические рамки 2030 года должны быть согласованы с этими возросшими долгосрочными амбициями.

Для приведения рамок политики ЕС в области климата и энергетики в соответствие с Парижским соглашением до 2030 года могут быть определены несколько рекомендаций: 1) правильное установление долгосрочных климатических целей ЕС с учетом целей Парижского соглашения; 2) определение рамок климатической и энергетической политики в соответствии с долгосрочными целями на уровне ЕС и на национальном уровне; 3) обеспечение согласованности политических рамок и смягчение противодействующих взаимодействий.

Список использованной литературы

1. 2020 Energy Strategy. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ec.europa.eu/energy/en/topics/energy-strategy-and-energy-union/2020-energy-strategy> (дата обращения: 06.10.2020).

2. 2050 long-term strategy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/clima/policies/strategies/2050_en (дата обращения: 08.10.2020).

3. 7th EAP – The new general Union Environment Action Programme to 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ec.europa.eu/environment/action-programme/index.htm> (дата обращения: 06.10.2020).

4. CAFÉ Reference Documents [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ec.europa.eu/environment/archives/cafe/general/keydocs.htm> (дата обращения: 06.10.2020).

5. Climate strategies and targets [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/clima/policies/strategies_en (дата обращения: 06.10.2020).

6. Communication on The European Green Deal [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/info/publications/communication-european-green-deal_en (дата обращения: 08.10.2020).

7. Energy Union [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ec.europa.eu/energy/en/topics/energy-strategy/energy-union> (дата обращения: 06.10.2020).

8. European policies on climate and energy towards 2020, 2030 and 2050 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/631047/IPOL_BRI\(2019\)631047_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/631047/IPOL_BRI(2019)631047_EN.pdf) (дата обращения: 06.10.2020).

9. Explainer: What an EU carbon border tax might look like and who would be hit [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.reuters.com/article/us-climate-change-eu-carbontax-explainer/explainer-what-an-eu-carbon-border-tax-might-look-like-and-who-would-be-hit-idUSKBN1YE1C4> (дата обращения: 08.10.2020).

10. POL | Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/631047/IPOL_BRI\(2019\)631047_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/631047/IPOL_BRI(2019)631047_EN.pdf) (дата обращения: 06.10.2020).

Хакимова М.

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РИЛЕЙШНЗ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

В работе рассматриваются основные инструменты инвестор-рилейшнз в период введения ограничений в связи с распространением коронавирусной инфекции.

Пандемия коронавирусной инфекции внесла коррективы во все отрасли экономики мира, однако мы сконцентрируемся на точечном изучении проблемы в рамках Южного федерального округа, показывающего динамичные изменения на протяжении нескольких лет. По данным Росстата [4], в первом полугодии 2020 года Ростовская область показала прирост инвестиций 36,5%, Краснодарский край, наоборот, снизил объем до 2%. Ситуация в поле стартапов и маленьких инвестпроектов, напротив, показывает отток втрое по ЮФО, в целом – более 12 млрд по всей стране.

Основным инструментом для поддержания инвестиционной активности на Юге России был Российский инвестиционный форум в Сочи, привлечший в Ростовскую область 44,5 млрд рублей, в Краснодарский край – 298 млрд рублей, остальные регионы показали значительно меньшие результаты, однако весной 2020 года все изменилось: пандемия свела возможности масштабного продвижения на меропри-

ятиях к нулю, оставив инвестпроектам только продвижение по точечным «теплым» контактам.

Запрет на проведение массовых мероприятий коснулся всех регионов Южного федерального округа, что привело к переводу коммуникаций в онлайн-формат, но говорить об эффективном взаимодействии, учитывая отсутствие личного контакта, не представляется возможным. По этой причине те инвестпроекты, которые были ориентированы на адресное привлечение инвесторов, не сбавили темпов по притоку инвестиционных капиталов, в то время как новые проекты и проекты, ориентированные на масштабное продвижение, были вынуждены прибегнуть к цифровизации коммуникативных процессов либо вовсе приостановили свою деятельность. Если рассматривать инвестор-рилейшнз как классическую коммерческую сделку, то процесс привлечения инвесторов можно условно разделить на «холодные» и «теплые» продажи. Под «холодными» продажами подразумевается представление проекта инвестиционному сообществу на выставках, конференциях, рекламные и PR-кампании, выставочная деятельность в рамках мероприятий, организация специализированных мероприятий для инвесторов в формате, схожем с западным road-show. «Теплые» продажи – адресное обращение к инвесторам, предполагающее наличие широкой сети деловых контактов и возможность привлечения административных ресурсов.

Введение ограничений вынуждает искать способы привлечения инвесторов через ряд диджитал-инструментов, при этом чаще всего к таким методам прибегают, реализуя относительно небольшие инвестпроекты, не требующие административных ресурсов и поддержки государства и государственных корпораций, то есть ориентированные на привлечение частного капитала и небольших, до 10 млн рублей, сумм. К таким инструментам относятся:

- 1) таргетированная реклама с предложением для инвесторов. Методология построения рекламной кампании основана на создании аудитории с интересами в области финансов и инвестиций, парсинге аудитории сообществ со схожей тематикой, создании сегментов через синхронизацию адресов электронных почт и мобильных телефонов участников тематических мероприятий. Безусловными плюсами являются как возможность захвата целевых групп за рубежом, так и продвижение зарубежных инвестпроектов: получение «золотых» паспортов на Кипре, инвестиции в страны Карибского бассейна с целью получения гражданства, инвестиции в строительство гостиничных ком-

плексов на территории Грузии и пр. Основными продуктами для продвижения выступают услуги инвестиционных брокеров, в том числе от банков («Мои инвестиции» от ПАО ВТБ, инвестиции «Премьер-БКС» и ПАО «ФК Открытие», «Тинькофф инвестиции» и пр.), а также инвестиции в непрофильные активы, в том числе с целью получения преференций от государства, на территории которого находится инвестпроект;

2) создание виртуальных комьюнити для инвесторов и продвижение в социальных сетях. Основным активом для комьюнити являются члены клуба – инвесторы с большим капиталом, а также всевозможные активности в рамках клуба: встречи, чаты, закрытые конференции и т.д.;

3) контекстная реклама в поисковых системах. По аналогии с таргетированной рекламой в социальных сетях контекстная реклама в поисковых системах способна продвигать сайты и лендинги, посвященные инвестпроектам;

4) специализированные ресурсы для поиска инвесторов. К ним относятся как специализированные листинги, так и региональные инвестиционные порталы, обычно контролируемые Министерством экономического развития и краевыми/областными администрациями.

Далее в статье проводится анализ существующих профильных инвестиционных ресурсов с целью выявления недостатков, которые стали особенно очевидны в период пандемии и сопутствующей экономической ситуации.

В таблице 1 представлен список самых крупных русскоязычных ресурсов.

Таблица 1 – Самые крупные русскоязычные ресурсы

Название / ссылка на ресурс	Тематика публикаций	Стоимость размещения	Недостатки
beboss.ru	– франшизы; – инвестиции в готовый бизнес для получения пассивного дохода; – продажа готового бизнеса;	1800 руб. в год в статусе VIP, покупка необязательна	– ограниченное количество действий для бесплатных тарифов.

	<ul style="list-style-type: none"> – продажа товаров; – продажа бизнес-идей; – услуги для бизнеса: логистика, связь, образование, обслуживание зданий и территорий; – коммерческая недвижимость (аренда, продажа) 		
businessesforsale.ru	<ul style="list-style-type: none"> – продажа готового бизнеса в России, СНГ и за рубежом; – продажа активов предприятия 	3000 руб. в месяц для брокеров, 1500 руб. в месяц для объявлений	<ul style="list-style-type: none"> – устаревшие объявления, много рекламы МФО, торгов по банкротству, сетевого бизнеса; – нет бизнес-экспертизы; – нет комьюнити
business-platform.ru	<ul style="list-style-type: none"> – продажа готового бизнеса; – франшизы; – заявки от инвесторов 	От 1000 руб. за размещение бессрочного объявления	<ul style="list-style-type: none"> – много рекламы интернет-МФО, криптовалюты; – большинство проектов еще на стадии MVP, но нет бизнес-экспертизы
start2up.ru	<ul style="list-style-type: none"> – продажа готового бизнеса; – заявки от инвесторов; – продажа коммерческой недвижимости; – франшизы; – поиск партнера 	Полностью бесплатно, за исключением рекламных возможностей	<ul style="list-style-type: none"> – архивные объявления идут вместе с новыми; – нет бизнес-экспертизы; – нет комьюнити.
Angellist.angellist	<ul style="list-style-type: none"> – продажа готового бизнеса; – продажа ком- 	Требуется оплата при получении	<ul style="list-style-type: none"> – нет бизнес-экспертизы; – нет гарантий, что

	мерческой недвижимости; – франшизы; – поиск брокера	контактов	контакты инвесторов реальны
investclub.ru/invest_in/	Поиск и привлечение инвестиций, при этом следует отметить присутствие зарубежных и венчурных инвесторов	Полностью бесплатное размещение	Информация обновляется неравномерно, продвижения у портала нет
Авито и ЦИАН	Продажа готового бизнеса, привлечение инвесторов	От 169 руб.	Подходит только для простых инвестиций: МФО, ломбарды, парикмахерские, общепит и пр.

После изучения представленных в таблице 1 порталов был выделен ряд недочетов от их использования:

- отсутствие адекватной коммуникации: контакты инвесторов либо скрыты, либо модерируются и удаляются с целью продажи, либо связь осуществляется только через комментарии и формы заявки;
- требование гарантий возврата инвестиций в слишком короткие сроки, неготовность к рискам;
- требование получения большой доли прибыли, путаница между понятиями доли и займа;
- отсутствие глубокой бизнес-экспертизы и результатов независимой оценки рисков (дью-дилидженс) у большинства инвестпроектов, сами порталы не публикуют никаких аналитических материалов по перспективным отраслям и пр.

Далее был проведен выборочный анализ 324 запросов на инвестиции в Ростовской области, опубликованных на ресурсах, представленных в таблице 1, в результате которых были выявлены следующие результаты (рис. 1).



Рисунок 1 – Структура инвестпроектов Ростовской области

Как видно из рисунка 1, основная доля запрашиваемых средств приходится на IT-проекты (97 проектов, включая киберспорт), на втором месте находится торговля, третье место занимает сфера АПК, включая инновационные решения в отрасли.

При детальном анализе было выявлено, что из 324 проектов лишь 12 имеют результаты независимой бизнес-экспертизы и лишь 53 проекта размещают информацию о себе в деловых СМИ, выступают в качестве спикеров и экспертов, а также активно ведут социальные сети и публикуют информацию о финансовых результатах деятельности. Лишь 5 из 17 проектов на стадии MVP не имеют результатов маркетинговой и экономической экспертизы относительно потенциальной емкости рынка и прогнозируемого спроса.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы: несмотря на пандемию и вызванные ею ограничения, инвестиционная активность не прекратилась, а перешла в онлайн-формат, однако новые форматы не выполняют все функции инвестор-рилейшнз в полной мере. Современная реальность требует разработки нового подхода к коммуникациям с инвесторами в онлайн-формате, включающим в себя не только описание проекта с расчетом доходности, но также комплексное PR-продвижение, профессиональное комьюнити инвесторов, участие в стратегических сессиях и акселерационных программах.

Список использованной литературы

1. Петрова А.Д., Калимуллина Э.Р., Минеева В.М. Проблемы развития малого и среднего бизнеса в Российской Федерации // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2018. – № 2 (24). – С. 113-118.
2. Сайт Российского экономического форума в Сочи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: rusinvestforum.org (дата обращения: 20.10.2020).
3. Режим доступа: expert.ru/south/2020/02/investportfel-yufo-2020--usushka---ne-samoe-strashnoe/
4. Режим доступа: rbc.ru/economics/13/04/2020/5e9451489a79479e5a66d28e
5. Режим доступа: vc.ru/finance/160972-issledovanie-investicii-v-rossiyskie-startapy-umenshilis-v-tri-raza-na-fone-pandemii-do-184-mln-zapolgoda

Хапилин А.Ф., Хапилин С.А.

ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ ТАМОЖЕННОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ ЕАЭС В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Цифровые технологии открывают новые возможности для повышения скорости принятия государственными органами решений и их качества. Цифровизация социально-экономических процессов изменяет формат системы государственного регулирования экономических процессов, позволяет существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи товаров и услуг. Перспективность и актуальность цифрового развития экономик государств – членов ЕАЭС нашли отражение в основных направлениях реализации цифровой повестки ЕАЭС до 2025 года, где цифровая трансформация выступает в качестве ключевого фактора развития.

Цифровая повестка оказывает непосредственное влияние как на бизнес-процессы, так и на государственные органы, государственные учреждения и организации, которые участвуют в решении социально-экономических вопросов, в том числе по контролю внешнеторговой деятельности. Соответственно, она в полной мере оказывает влияние и на процессы таможенного администрирования. В настоящее время сфера ВЭД находится на передовых рубежах цифровой трансформа-

ции, в ней находят применение новейшие технологии машинного обучения, робототехники и искусственного интеллекта [1].

Каждым государством – членом ЕАЭС сформулированы цели и задачи цифровизации в сфере таможенного регулирования ВЭД, преимущественно в форме стратегических документов развития национальных таможенных служб.

По направлениям и генеральным целям повестки государств – членов ЕАЭС в области цифровизации таможенного администрирования отличаются друг от друга незначительно и концентрируются по следующим ключевым направлениям [2]:

- информационное взаимодействие таможенных органов с иными органами исполнительной власти в электронном виде;
- внедрение технологий авторегистрации и автовыпуска деклараций на товары;
- совершенствование технологий уплаты таможенных платежей;
- реализация систем маркировки и прослеживаемости товаров;
- предоставление таможенными органами участникам внешнеэкономической деятельности услуг в электронной форме;
- совершенствование технологий межведомственного информационного взаимодействия в пунктах пропуска в целях сокращения сроков совершения таможенных операций.

В рамках реализации данных направлений в «Таможенном кодексе ЕАЭС» были заложены стратегические нормы, соответствующие концепции «цифровой таможни», изложенной в «Стратегическом руководстве Всемирной таможенной организации в области информационных технологий» (2018 г.), и позволяющие обеспечить реализацию цифровой повестки ЕАЭС в сфере таможенного регулирования в рамках единой концепции [3]:

- переход на электронный документооборот в таможенной сфере (закрепление юридической значимости электронного документа, использование электронной цифровой подписи, внедрение систем электронного документооборота);
- совершенствование технологий электронного таможенного декларирования с переходом на возможность совершения таможенных операций, связанных с регистрацией деклараций и выпуском товаров информационными системами таможенных органов автоматически, исключая человеческий фактор;

- использование электронного предварительного информирования в качестве ключевого фактора обеспечения безопасности внешней торговли, с одной стороны, и содействия ее развитию, с другой;
- внедрение систем единого окна, позволяющих получать необходимые разрешительные документы в электронном виде от компетентных органов, имеющих отношение к вопросам внешней торговли, через единую систему.

В перспективе формирование эффективно функционирующего контура механизма таможенного администрирования Евразийского экономического союза предполагает необходимость унификации применяемых государствами – членами ЕАЭС подходов к модернизации пунктов пропуска через таможенную границу на основе принципов цифровой повестки ЕАЭС. Базовым элементом функционирования «интеллектуального» пункта пропуска является наличие единой информационной системы, предусматривающей:

- возможность ее функционирования в качестве точки приема предварительной информации для всех контролирующих органов;
- интеграцию информационной системы с программными средствами, обеспечивающими функционирование инспекционно-досмотровых комплексов, систем весогабаритного контроля, контроля за перемещением делящихся радиоактивных материалов;
- «интеллектуальный» контроль за перемещением транспортных средств (системы визуализации с функцией считывания и распознавания регистрационных номеров транспортных средств и контейнеров, диспетчеризацию их перемещения);
- полномасштабную систему контроля за транзитными перевозками с использованием навигационных пломб;
- систему электронной очереди;
- электронный документооборот, в том числе использование электронных накладных (e-CMR) в автомобильных пунктах пропуска.

Основой функционирования данной модели должна стать единая для всех контролирующих органов и иных участников логистического процесса информационная система.

Текущие межгосударственные процессы и внедряемые проекты в рамках ЕАЭС, разработанные и разрабатываемые современные мировые стандарты формируют базис для дальнейшего развития таможенного регулирования за счет максимально возможного применения инновационных методов и цифровых технологий, что в полной мере подразумевает применение новых подходов и к организации работы и

требует усилий как на уровне Союза, так и на национальном уровне. В рамках цифровой трансформации ЕАЭС открываются новые возможности для трансформации механизма таможенного администрирования, связанные с расширением использования BIG DATA, использованием инновационных способов получения и обработки таможенной информации (спутниковое слежение, радиочастотная идентификация, технология биометрии), внедрением технологий искусственного интеллекта в процессы таможенного контроля и используемые при его проведении технические решения в пунктах пропуска через таможенную границу, формирование на основе систем единого окна цифровых торговых платформ, обеспечивающих концепцию непрерывного торгового процесса.

Список использованной литературы

1. Договор о Евразийском экономическом союзе (Подписан в г. Астане 29.05.2014) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/

2. Решение Высшего Евразийского экономического совета от 29.05.2014 № 68 «Об основных направлениях развития механизма «единого окна» в системе регулирования внешнеэкономической деятельности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.base.consultant.ru>

3. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 22.08.2017 № 100 «Об утверждении Стратегии развития интегрированной информационной системы Евразийского экономического союза на период до 2025 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.base.consultant.ru>

Чернобай О.С.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ И SMART-ЭКОНОМИКА

Одно из стратегических направлений для нашей страны – это создание инновационной экономики, что невозможно без интеллектуальных ресурсов. Экономика, основанная на знаниях, инновациях, и есть инновационная экономика. И тут особая роль отводится научным знаниям. Инновационная экономика может развиваться только при наличии интеллектуальной составляющей, в том числе высшей школы, которая выступает мощной опорой инновационного процесса. Особенно если она находится в тесном взаимодействии с наукоемкой

и высокотехнологичной промышленностью [1]. Наука и образование дают всей инновационной системе идеи, а также снабжают рынок труда талантами. Таланты и идеи являются источником инноваций [2, с. 107-150].

В современном мире идет непрерывное интеллектуальное развитие каждого отдельного человека, происходит глобальная интеллектуализация общественно-экономических процессов. И на первое место ежедневно выходят интеллектуальные ресурсы и интеллектуальный капитал. Интеллектуализация экономики, smart-экономика, экономика знаний становятся актуальными темами исследований. Экономика, в которой знания приобретаются, накапливаются и применяются, чтобы в дальнейшем повысить экономическое развитие, и есть экономика знаний [3].

Необходимость перехода к smart-экономике имеет много причин, одна из которых – возрастающий спрос общества на духовные ценности, для людей все более важен становится образ и стиль жизни, качество предоставляемых услуг, организация работы, быта и отдыха. Ранее проведенные исследования говорят о том, что обществу нужны уже более качественные товары, которые удовлетворяют эстетические запросы. Организациям все больше требуются высококвалифицированные работники, которые разносторонне развиты, способны генерировать креативные идеи.

С каждым днем повышается необходимость применять в повседневной жизни новейшие технологии, прежде всего информационно-коммуникационные – цифровые.

Рост научно-исследовательских разработок, которые внедряют в производство и во все сферы жизни человека, и есть интеллектуализация. Это также и развитие интеллектуального потенциала каждого человека, постоянное накопление знаний в результате непрерывного образования, что, как правило, приводит к появлению творческого подхода, иначе говоря, креативности при выполнении разного рода задач [4, с. 63-71].

У интеллектуальной экономики есть еще одно немаловажное на сегодняшний день направление – экологизация.

Состояние окружающей среды – это в настоящее время одна из самых актуальных проблем в современном мире. Несмотря на все декларации о правах человека на благоприятную для здоровья и жизни окружающую среду, в данный период экономические интересы по-прежнему преобладают над экологическими. В результате истощают-

ся природные ресурсы, окружающая среда все больше загрязняется, ухудшается здоровье и нравственное состояние общества.

Экологизация же направлена на реализацию эколого-экономических интересов, чтобы защитить, сохранить и рационально использовать природные ресурсы, а также совершенствовать экологическую инфраструктуру, повышая тем самым и экологическую культуру населения.

По мнению различных ученых, экспертов, футурологов и др., цифровизация (интеллектуальные инновации) неоднозначно влияет как на экономику, так и на экологию. Большинство выражает мнение о благотворности такого влияния. Но есть и те, которые предостерегают о тяжелых последствиях, особенно экологических, так как повсеместное внедрение цифровых технологий накладывает дополнительную нагрузку на окружающую среду, зачастую нанося прямой ущерб здоровью людей. Поэтому в обществе складывается неоднозначное отношение к цифровизации, что выражается в протестах при установке оборудования и др. Тем не менее этот процесс неотвратим, именно поэтому необходимо исследовать его отрицательные эффекты с целью их возможной минимизации для экологии.

Итак, одной из составляющих Smart-экономики является развитие зеленой экономики [5]. А экологические инновации стали ее приоритетным направлением развития. Экологические инновации реализуются в виде новых товаров и процессов, при которых в меньшей степени используются естественные ресурсы и наносится минимальный экологический вред.

Они включают в себя:

- разработку и применение ресурсосберегающих технологий;
- создание экопродуктов;
- внедрение новых экологически чистых способов организации производства;
- экоофисы и зеленое строительство;
- экотуризм и др.

Например, в электросбережении используют энергосберегающие лампы вместо ламп накаливания, подключают системы автоматического контроля освещения, датчики движения и др., что позволяет снижать потребление электроэнергии. В водоснабжении устанавливают водосберегающие приспособления [6]. Безусловно, все эти разработки – результат интеллектуального труда.

Отдельно хочется сказать о внедрении автоматизированных систем, с помощью которых осуществляется сбор, хранение, анализ экологических данных в городе, регионе. В результате ведется экологический мониторинг, наблюдение и аналитика многих данных.

Вся экологическая информация считывается с цифровых устройств, передается через Интернет мгновенно, что позволяет обрабатывать большое количество информации, а значит, управлять различными ресурсами, что, в свою очередь, может служить средством предотвращения различных экологических нарушений. Все новые инновационно-технологические решения окажут положительное влияние на окружающую среду [7, с. 72-78].

Основные зеленые инновации связаны с технологиями, снижающими уровень загрязнения, и переработкой мусора. Они должны проникнуть во все сферы жизнедеятельности человека, но прежде всего востребованы в строительстве, энергетике, логистике, транспорте. Так как зеленые технологии повышают экономическую и экологическую эффективность, снижают негативное воздействие на окружающую среду, требуются глубокие научные исследования, экспертные обсуждения, а также принятые на их основе политические решения для усиления зеленых трендов. Огромную роль приобретают и экологические направления корпоративной социальной ответственности, особенно компаний, которые имеют крупные производства со значимым влиянием на окружающую среду.

Экологические инновации дают возможность устойчивого развития и зеленого экономического роста, без которого экономика не может считаться smart-экономикой.

Список использованной литературы

1. Попов А.И. Инновационная экономика: лекция. – Тамбов: Из-во Тамбов. гос. техн. ун-та, 2008. – 24 с.
2. Праздничных А.Н. Построение инновационной экономики для будущего. Практика менеджмента Strategy Partners Group, Евразийский институт конкурентоспособности // Российский журнал менеджмента. – 2013. – Т. 11. – № 2. – С. 107-150.
3. Building Knowledge Economies. – World Bank, DC, 2007.
4. Максимова В.Ф. Smart- (интеллектуальная) экономика: цели, задачи и перспективы // Открытое образование. – 2011. – № 3. – С. 63-71.

5. Зеленая экономика: модернизация социально-экономической системы юга России : монография / А.У. Альбеков и др. – Ростов н/Д, 2017. – 276 с.

6. Алгоритм перехода на «зеленый офис» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wwf.ru/resources/news/arkhiv/v-rossii-royavitsya-pervuyu-reyting-zelenykh-ofisov/> (дата обращения: 10.10.2020).

7. Митяков С.Н., Митякова О.И., Митяков Е.С., Аленкова И.В. Инновационное развитие регионов России: экологические инновации // Инновации. – 2018. – № 3 (233). – С. 72-78.

СЕКЦИЯ 5
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ:
ИННОВАЦИОННАЯ ПРАКТИКА
И ДИАЛОГ ПОКОЛЕНИЙ

Березовская Г.П.

ИДЕНТИЧНОСТЬ БРЕНДА ТЕРРИТОРИЙ
В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ 2020

Бренд территории – это набор определенных характеристик, которыми обладает данная территория и которые постоянно востребованы. От бренда всегда зависит имидж территории, а имидж – это всегда эмоции потребителей, в нашем случае – целевая аудитория, для которой разрабатывается бренд.

Когда разрабатывается и апробируется территориальный бренд, всегда учитывается уникальность территории, ее неповторимость, стратегия развития, ценности. В архитектуру бренда всегда входят ассоциации, которые создают вокруг него некую легенду, делают его притягательным, например богатство природных ресурсов. В результате разработки бренда территории складывается имидж.

Эмоциональной составляющей территориального бренда является имидж. Имидж всегда строится на рекламе, общественном мнении, но немаловажная роль в нем отводится историческим корням территории, ее особенностям. Для создания имиджа, образа всегда требуется немало времени. Для того чтобы сформировать положительный образ, требуется от трех лет. За этот промежуток времени образ начинает работать на подсознании людей, место становится узнаваемым. Но если имидж нужно переделать, сломать стереотипы целевой аудитории, временной промежуток значительно увеличивается, так как происходит замена основных составляющих, таких как PR, эмоциональное восприятие, пропаганда и многое другое.

Для того чтобы разработать территориальный бренд и сделать узнаваемый имидж, необходимо подумать над качественным брендбуком.

При разработке брендбука территории необходимо учесть следующие аспекты.

Изучение целевой аудитории – это самый важный и неотъемлемый процесс в брендинге. Под целевой аудиторией чаще всего подразумевают туристов, инвесторов, местных жителей. Именно они оценивают эффективность проделанной работы над территорией.

Когда будет четко выявлена целевая аудитория, то на втором этапе учитываются ее проблемы, т.е. та «боль», которую должен решить качественный бренд и точно сформированный имидж.

Далее уделяется внимание философии бренда, определяется место проблемы. Выявляются ценности целевой аудитории.

И после того как будут выявлены все проблемы и определены пути их решения, разрабатываются так называемые теги – смыслы, которые ассоциируются с определенными элементами, придающими уникальность бренду.

Для продвижения территории существует множество способов. Чтобы начинать позиционировать и продвигать территорию, необходимо выбрать правильную стратегию. Стратегия – это всегда начало движения любого процесса, и в данном случае она необходима для того, чтобы сделать образ территории узнаваемым и востребованным как для целевой аудитории, так и для инвесторов и туристов. Также важно оценивать близость целевой аудитории к стратегии продвижения бренда.

Существует несколько видов позиционирования и продвижения территориального бренда. Рассмотрим несколько из них.

Основной вид всегда направлен на решение общих вопросов, на раскрутку имиджа, рекламу, поиск партнеров и инвесторов и т.п. Оценить такой вид продвижения очень сложно.

Вторичное направление – это взаимодействие с определенной целевой аудиторией. Это определенное взаимодействие с инвесторами, с предпринимателями и субъектами власти. В нашей стране данное направление слабо развито в силу того, что очень мало внимания уделяют качественному развитию территориальных брендов. По большому счету хорошо развиты только бренды таких городов, как Москва, Санкт-Петербург и Сочи. Остальные города остаются в тени.

После проработки всех вариантов продвижения любого бренда всегда ставится экспертная оценка. Это показатель того, насколько эффективно было запущено продвижение, каким образом оно подействовало на целевую аудиторию. Проводится сравнительный анализ всех тактик. Продвижение считается эффективным тогда, когда прослеживается четкая связь со стороны экономических и политиче-

ских показателей. Здесь также немаловажно учитывать мнение и связь с целевой аудиторией, так как именно от восприятия бренда целевой аудиторией зависит его жизненный цикл, и каким бы сильным ни было продвижение, если образ будет воспринят негативно, то, к сожалению, все попытки создать благоприятное впечатление от бренда будут тщетны и неэффективны.

На практике существует множество принципов анализа продвижения территориального бренда, рассмотрим основные.

Во-первых, это когда бренд развивается за счет восприятия целевой аудиторией. И только целевая аудитория определяет его нужность и востребованность.

Во-вторых, когда продвижение тривиального бренда осуществляется путем влияния со стороны политики и публичности. Как правило, экономические показатели развитости очень разнятся с первым вариантом, так как в данном случае активно решаются социальные вопросы и обще территориальные моменты. Здесь имеется в виду качественная постройка дорог, школ, социальные выплаты, поднятие уровня жизни населения и т.п.

Развитие и продвижение территориального бренда имеет место быть тогда, когда общество осознает его нужность, его эффективность. Когда администрация города выделяет средства на развитие города не только по праздникам, а это происходит последовательно и неединоразово, тогда прослеживается положительный результат всех сфер общества: экономические, социальные и даже политические показатели становятся значительно выше. Тогда коммерческие и политические организации работают значительно эффективнее.

Бренд всегда строится на фундаменте истории и индивидуальности территории. Так как именно имидж, т.е. образ, несет сообщение о культуре, обычаях, традициях той или иной местности, о том, как хорошо или плохо развиты сферы жизни на данной территории. Бренд всегда указывает на социальное и экономическое развитие местности.

Очень важную роль в развитии бренда играет определенность и последовательность. Это означает согласованность взаимодействия всех структур: предпринимательских, политических и социальных. Без взаимодействия этих кластеров развитие успешного образа, бренда просто невозможно. Развитие малого и среднего бизнеса также влияет на продвижение территории, так как это указывает на разные стороны политических возможностей.

Разработка бренда территории – это очень трудоемкий, долгий, но необходимый процесс, так как именно сложившийся образ может повлиять на качество жизни в данной местности, на ее развитость. К сожалению, не всем это нужно. Органы власти и местного самоуправления не всегда оценивают преимущества наличия территориальных брендов в какой-то степени из-за халатного отношения, а в какой-то – из-за отдельной статьи расходов на такое мероприятие.

В данной статье хотелось бы наглядно проиллюстрировать модель идентичности бренда, которая изображена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Модель идентичности бренда территории¹

На данном рисунке наглядно изображены все сферы, которые затрагивает бренд территории. При разработке территориального бренда учитываются: география, ценности местного населения, индивидуальные особенности территории, атрибуты (культурные, исторические) и, конечно же, позиционирование бренда, которое является важной составляющей любого процесса, так как территориальный бренд всегда направлен не только на внешних носителей, но и на внутреннюю аудиторию, в данном случае – местных жителей.

¹ Визгалов Д.В. Брендинг города. М.: Институт экономики города, 2013. 160 с.

Местоположение, природно-ресурсный потенциал и национально-культурные особенности являются базовыми факторами привлекательности, но только благодаря уникальной концепции развития и подачи территории можно получить конкурентное преимущество в условиях сложившейся ситуации в мире.

Вовченко Н.Г., Сопченко А.А.

РОСТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ: ЗАКОНОМЕРНОСТИ ДОЛГОВОЙ СПИРАЛИ

Масштабный перелом мировой финансовой архитектуры, вызванный пандемией COVID-19, спровоцировал значительное увеличение дефицитов бюджета и коэффициентов государственной задолженности в России и мире.

Согласно прогнозам Международного валютного фонда (МВФ) мировой долг в 2020 году достигнет рекордно высокого уровня – почти 100% мирового ВВП.

При этом в развитых странах, согласно подсчетам экспертов, данный показатель составит 122,4% ВВП, в том числе 131,1% ВВП в США, 97,4% ВВП в зоне евро, 251,9% ВВП в Японии, 95,7% ВВП в Великобритании и 109,5% ВВП в Канаде. В быстроразвивающихся странах и странах со средним уровнем дохода госдолг достигнет 62% ВВП, в том числе 17,9% ВВП в России и 64,9% ВВП в Китае. В развивающихся странах с низким уровнем дохода показатель составит 47,4% ВВП [2].

По сравнению с показателями 2019 года в 2021 году ожидается повышение средних коэффициентов задолженности на 20% ВВП в странах с развитой экономикой, на 10% ВВП в странах с формирующимся рынком и на 7% ВВП в странах с низкими доходами. Данное повышение происходит на фоне уровней долга, которые уже являются рекордно высокими. В то время как у большинства стран с развитой экономикой по-прежнему сохраняется потенциал для привлечения заемных средств, страны с формирующимся рынком и страны с низкими доходами оказываются в условиях более жестких ограничений в отношении их способности выдержать дополнительную задолженность. Отметим, что примерно в половине стран с низкими дохо-

дами и некоторых странах с формирующимся рынком уже проявлялся долговой кризис или отмечался высокий риск его возникновения. Опыт предшествующих долговых волн указывает на решающую роль в выборе мер финансовой политики и дает возможность перенять лучшую мировую практику в преодолении последствий финансовых шоков, вызванных пандемией COVID-19 [1].

В таблице 1 обобщены ключевые долговые периоды в странах с формирующимся рынком и развивающихся странах на период с 1970 по 2009 г.; сравнение периодических данных позволяет определить трендовые меры в преодолении текущего долгового кризиса.

Следует обратить внимание, что в представленных долговых волнах прослеживаются некоторые закономерности: они начинались в периоды низких реальных процентных ставок и часто стимулировались финансовыми инновациями или изменениями на финансовых рынках, которые способствовали росту заимствований. Данные периоды завершились широкомасштабными финансовыми кризисами и совпали с глобальными рецессиями и экономическими спадами. За финансовыми кризисами обычно следовали реформы, призванные ограничить факторы уязвимости (в том числе путем более активного накопления резервов) и укрепить основы политики. По завершении финансовых кризисов многие страны с формирующимся рынком начали применять таргетирование инфляции, перешли к более гибкому обменному курсу, внедрили бюджетные правила или усиленный надзор над финансовым сектором [2].

Таблица 1 – Базовые причины возникновения долговой спирали мировой финансовой системы¹

Период	Причины возникновения	Ответные меры
1970–1989 гг.	Сочетание низких реальных процентных ставок и быстрого растущего рынка синдицированных займов на протяжении большей части 1970-х годов побудило правительства латино-	Меры по облегчению бремени задолженности и ее реструктуризации в рамках Плана Брейди ² , инициативы в отношении долга бедных стран с высоким уровнем задолжен-

¹ Составлено авторами на основе: М. Айхан Кесе, Франциска Онсорге, Питер Нэйгл, Наотака Сугавара Под натиском долговой волны // Финансы и развитие. 2020. Июнь.

² Основа плана – частичное прощение долга и снижение процентной ставки при условии, что страна-должник согласится на осуществление экономических реформ. План подразумевал предоставление дополнительного финансирования со стороны МВФ и Всемирного банка и выпуск долговых ценных бумаг (облигаций Брейди) с целью покрытия оставшейся суммы долга за счет их продажи на мировом рынке.

	американских стран и стран с низкими доходами обратиться к массивным заимствованиям, ввиду чего спровоцировало череду финансовых кризисов в начале 1980-х годов	ности и инициативы по облегчению бремени задолженности на многосторонней основе (при поддержке МВФ и Всемирного банка).
1990–2001 гг.	Либерализация финансовых рынков и рынков капитала позволила банкам и предприятиям в Восточной Азии и Тихоокеанском регионе, а также правительствам стран Европы и Центральной Азии привлекать значительные объемы заимствований (преимущественно в иностранной валюте), однако с ухудшением настроений инвесторов данный процесс перерос в кризис 1997–2001 гг.	Реструктуризация частного долга потребовала оказания экстренной финансовой помощи крупным банкам и компаниям (во многих случаях при участии Всемирного банка и МВФ).
2002–2009 гг.	Рост заимствований частного сектора в Европе и Центральной Азии у крупнейших банков, базирующихся в ЕС, последовал за либерализацией нормативного регулирования (когда мировой финансовый кризис 2007–2009 гг. нарушил систему банковского финансирования, экономика нескольких стран этих регионов вошла в рецессию).	Урегулирование долговой ситуации потребовало общеевропейских усилий и международной помощи.

В ходе текущей волны острой финансовой напряженности и глобального накопления мирового долга в связи с наступлением пандемии COVID-19 необходима выработка комплексных решений, направленных на облегчение долгового бремени с учетом неоднородных долговых ситуаций в разных странах мира, а также принятие индивидуальных мер политики, в том числе направленных на повышение способности стран достигать цели устойчивого развития (ЦУР).

В то же время любая программа по облегчению долгового бремени должна избегать повсеместного замораживания кредитных рын-

ков, что нанесет ущерб развивающимся странам с низким бременем задолженности. Некоторые развивающиеся страны не ставят перед собой цель добиваться облегчения долгового бремени в рамках программы, поддерживаемой Группой двадцати из опасений, что это может нанести ущерб их кредитным рейтингам и будущему доступу на рынки [5].

Необходим комплексный подход с участием всех соответствующих кредиторов и всех стран, сталкивающихся с проблемами ликвидности и платежеспособности в связи с кризисом. В связи с вышеизложенным представляется целесообразным:

1. Продление инициативы по приостановлению выплат в счет обслуживания долга на 2021 год. Продление срока действия инициативы должно создать стимулы к превентивным мерам по урегулированию проблем экономически неприемлемого уровня долга (срок продления может увязываться с программами МВФ и Всемирного банка, направленными на уменьшение факторов уязвимости в связи с долгом) [4].

2. Странам, имеющим факторы уязвимости, создаваемые долговой ситуацией, необходимо в срочном порядке предпринять усилия по их устранению за счет сочетания мер в области управления долгом и мер по восстановлению экономического роста. В соответствующих случаях реструктуризация также должна включать требования частного сектора [4].

3. Необходима реформа международной архитектуры долга, касающаяся суверенных долговых контрактов, организаций, таких как МВФ и Парижский клуб, и основ политики, поддерживающих упорядоченную реструктуризацию долга [4].

Решение структурных проблем в архитектуре международного долга для предотвращения дефолтов, ведущих к затяжным финансовым и экономическим кризисам, следует рассматривать как третью фазу, учитывая срочность и безотлагательность действий перед последствиями коронакризиса.

Новая международная архитектура долга должна основываться на принципах своевременных, упорядоченных, эффективных и справедливых решений, закрепленных в Программе финансирования устойчивого развития.

Таким образом, опираясь на опыт предшествующих экономических шоков, можно сделать вывод, что решающую роль в предотвращении долгового кризиса и выстраивании траектории устойчивого

роста играет эффективное международное сотрудничество и грамотная внутренняя политика страны.

Список использованной литературы

1. Айхан Кесе М., Онсорге Франциска, Нэйгл Питер, Сугавара Наотака Под натиском долговой волны // Финансы и развитие. – 2020. – Июнь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imf.org/external/russian/pubs/ft/fandd/2020/06/pdf/COVID19-and-debt-in-developing-economies-kose.pdf>.
2. Международный валютный фонд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imf.org/external/russian/index.htm>.
3. Обзор рисков финансовых рынков: информационно-аналитический материал / Центральный банк Российской Федерации, сентябрь 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cbr.ru/collection/collection/file/29346/orfr_2020-8_september.pdf.
4. Срочно требуется реформа международной архитектуры долга / МВФ, 2 октября 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.imf.org/ru/News/Articles/2020/10/02/blog-reform-of-the-international-debt-architecture-is-urgently-needed>
5. Debt and COVID-19: A Global Response in Solidarity, 17 April 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/un_policy_brief_on_debt_relief_and_covid_april_2020.pdf

Гузенко Н.В., Кононова А.Д.

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА ИЗМЕНЕНИЕ ТРЕНДОВ РЕАЛИЗАЦИИ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ

Глобальные изменения, происходящие в современной экономической экосистеме, обеспечиваются уверенным развитием и применением информационных технологий в различных сферах деятельности. Цифровая трансформация экономики обеспечивает инновационный вектор развития технологического пространства, формируя новую операционную модель логистики. Подобные инновационные логистические технологии обеспечивают повышение эффективности взаимодействия всех участников цепи поставок, сокращение логистического цикла, автоматизацию логистических операций. Благодаря внедрению цифровых логистических решений во все звенья логистической цепи обеспечивается горизонтальная интеграция цепи созда-

ния стоимости. За счет чего гарантируется наилучший доступ клиентов к системам производства и реализации.

Вспыхнувшая пандемия коронавируса внесла свои коррективы в трансформационные процессы, изменяя и адаптируя логистические цепи поставок. Закрытие границ, нарушение налаженных поставок, а также вынужденная изоляция направила потребителей в цифровое пространство, которое становится более адаптивным и быстро подстраивающимся под потребности клиента. Эпидемия коронавируса внесла коррективы в устои современного бизнеса и дала возможность для увеличения объемов продаж онлайн-торговли.

Согласно данным исследования Ipsos «Tracking the coronavirus», проведенного с 12 по 14 марта, 50% китайских и 31% итальянских потребителей «чаще покупают в Интернете» вместо того, чтобы покупать в обычном магазине. В других странах также заметили рост использования электронной коммерции: Вьетнаме (57%), Индии (55%) и России (27%). В Великобритании только 18% респондентов заявили, что стали чаще пользоваться интернет-магазинами, причем почти половина из них сообщила, что привычка покупать в Интернете была и раньше [1].

Увеличение объема продаж пришлось на разные товарные категории, в том числе и алкогольную продукцию. Причем следует отметить достаточно серьезный скачок роста данного сегмента торговли в развитых странах.

Так, по данным маркетинговой компании Nielsen, в России в последнюю неделю марта продажа виски, водки и пива выросли на 47%, 31% и 25% соответственно. Та же тенденция отмечена в США, Британии и Франции [2].

В Российской Федерации с 2007 г. онлайн-продажа алкогольной продукции ограничена. Предполагалось, что с начала 2020 г. начнется легализация онлайн-торговля алкоголя: с 1 января – продажа вина с защищенным географическим указанием и наименованием места происхождения, а до 2023 г. планировали позволить продавать через Интернет пиво, пивные напитки, сидр, медовуху, пуаре и продукцию сельскохозяйственных компаний. Однако данный законопроект не был поддержан Минздравом, Роспотребнадзором и МВД РФ.

Ассоциация предприятий онлайн-торговли (далее – АПОТ) неоднократно обращалась к правительству со своими предложениями об организации механизма онлайн-торговли алкоголем, которые она

сделала, основываясь на международном опыте онлайн-продаж. Согласно мировой практике существует ряд механизмов, регулирующих сбыт алкогольной продукции через сеть:

1. Правом продавать алкоголь через Интернет должны обладать те же субъекты, которые имеют право на розничную продажу соответствующего вида алкогольной продукции. При этом доставка продукции должна осуществляться только в тот период времени, когда возможна розничная продажа алкоголя в магазине, и только при предъявлении удостоверения личности, подтверждающего возраст покупателя (паспорт, водительское удостоверение и т.п.).

2. Европейский опыт онлайн-торговли отражает два формата: домашнюю доставку и *click & collect* (заказ с самовывозом). Первый формат более распространен в Бельгии и Франции, второй более популярен в Великобритании. Что касается риска продажи несовершеннолетним, то действует стандартное правило: курьер обязан проверить возраст принимающего заказ, если у него есть сомнения в совершеннолетии получателя. То есть реально работающий механизм реализации всех тех ограничений, который есть и при розничной продаже, уже существует и успешно применяется в ряде стран. Данный механизм также опробован и работает в Сингапуре [3].

Также требования предъявляются и к сайтам интернет-магазинов: размещение информации в описании товаров о реализации товара лицам старше установленного законодательством возраста, а также предупреждение о том, что товар может быть отпущен в случае, если возраст покупателя подтвержден во время доставки; наличие всплывающего окна с контрольным вопросом о возрасте посетителя сайта (при переходе в категории, где имеется возрастное ограничение); указание на соответствующие правила реализации алкогольных напитков в пользовательском соглашении; обязательное условие проверки возраста лица, принимающего заказ (в котором имеются алкогольные напитки) [3].

Поскольку интернет-торговля алкоголем легализована во многих странах мира (рис. 1), то на мировом рынке алкоголя сложилась другая ситуация, отличная от России.

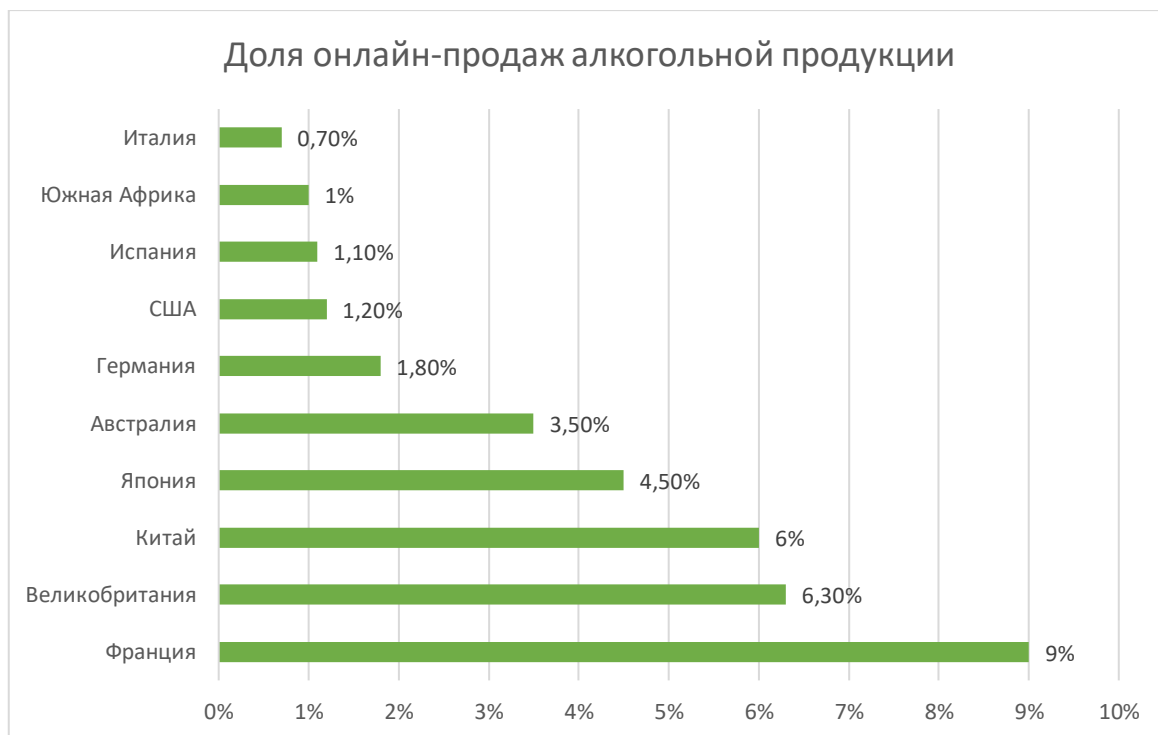


Рисунок 1 – Доля онлайн-продаж алкогольной продукции в странах, где она легализована

Мировой рынок стремится удовлетворить новые запросы потребителей в алкогольной и смежных отраслях за счет развития дополнительного сервиса по следующим направлениям:

- «не приносят вреда мне и планете» – ответственное потребление и ненанесение вреда окружающей среде;
- «идеально налить напиток» – стартапы от датчиков розлива пива до датчиков объемов потребления;
- «еда, которую можно выпить» – тенденция на коктейли из растительных продуктов;
- «открытия и эксперименты» – от поиска напитка до индивидуальных подарков;
- «в нужный момент» – доставка;
- «сделано специально для меня» – потребитель напрямую влияет на итоговый продукт;
- «персонализация» опыта.

Крупные стартапы появились в основном на рынке США, например, Saucey – это маркетплейс, сфокусированный только на алкогольной продукции, который доставляет заказ в течение 30 минут. Главное преимущество сервиса – это наличие большого выбора местной продукции и сезонных напитков, ставка делается на локаль-

ных производителей [4]. TapRm доставляют в тот же день инновационные сорта пива в Нью-Йорке, которые продаются только у них, как правило, дешевле, чем в розничном магазине. TapRm имеют эксклюзивные соглашения с большинством своих торговых партнеров. 97% брендов, продаваемых на TapRm, недоступны в онлайн на других маркетплейсах. Компания делится данными о клиентах и трендах со своими поставщиками и розничными партнерами для улучшения клиентского опыта и оптимизации предложений [5]. Saloonbox работает по принципу ежемесячной подписки. За подписку покупатель будет получать раз в месяц комплект для изготовления коктейлей для двух человек. Компания параллельно доставляет алкоголь отдельно от коктейлей [6]. Diageo запустили The Bar – веб-сайт, который помогает готовить разнообразные коктейли с использованием продукции Diageo дома [7].

Брендовые онлайн-бары и площадки для вечеринок позволяют покупателю получать высокий уровень сервиса и атмосферу бренда даже из дома. Ожидается, что данные площадки будут иметь выраженную сезонность, поэтому бренду крайне важно в правильное время находится в контакте с потребителем. Брендовые онлайн-бары и площадки для вечеринок позволяют бренду предоставить покупателю дополнительную полезную информацию, например о приготовлении коктейлей, хранении открытого алкоголя. Стоит отметить, что данная тенденция отмечена и в России.

Таким образом, пандемия внесла изменения в повседневную жизнь потребителей, из-за чего многие производители, ретейлы и маркетплейсы сделали ставку на индивидуальный подход к клиенту. На мировом рынке алкогольной продукции тоже произошли изменения, более наглядно они проявились в США, где стали появляться новые игроки, предлагающие покупателям уникальный опыт и сервис. На российском рынке алкогольной продукции крупных изменений в период пандемия Covid-19 не произошло, одной из причин этого стали законодательные ограничения сбыта алкоголя.

Список использованной литературы

1. Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/118008-obzor-statistiki-vliyanie-koronavirusa-na-marketing-elektronnyu-kommerciyu-i-reklamu>
2. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2020/04/08/827537-rossiyane-alkogolem>

3. Режим доступа: <http://apot.by/mezhdunarodnyj-opyt-po-onlajn-prodazham-alkogolnyh-napitkov/>
4. Режим доступа: <https://www.saucey.com/>
5. Режим доступа: <https://taprm.com/>
6. Режим доступа: <https://www.saloonbox.com/>
7. Режим доступа: <https://www.the-village.ru/food/food-news/378567-diageo-proekt>

Дмитриева В.Д.

К ВОПРОСУ О ПРЕПЯТСТВИЯХ НА ПУТИ К ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМУ ПРОРЫВУ

Формирование российской экономической ментальности связано с особой ролью государства как института защиты и обеспечения единства. Любые инновации и модернизации в России исторически обусловлены суровой необходимостью и желанием «догнать и перегнать» западные страны. Отсутствие собственных образцов приводит к тому, что зачастую инновации и трансформации носят искусственный и при этом принудительный характер и не соответствуют существующим социально-экономическим институтам [1]. В результате принимаются неэффективные технологические стандарты, а под них формируются (трансформируются) неэффективные институты.

Государственные реформы, начиная от Крещения Руси и заканчивая современностью, в большинстве случаев не пользуются популярностью у населения (хотя результаты голосования показывают обратное). Так, выбор между инертным развитием российской экономики и ее модернизацией вот уже более 25 лет решается в пользу инертной модернизации [4], в ходе которой неизбежно снова возникает необходимость «что-то починить то здесь, то там».

В 2000-е гг., когда возникла идея перехода развитых стран на так называемый инновационный путь развития, а также на волне очередного интереса к проблеме модернизации российской экономики в отечественной научной литературе появилось понятие «принуждение к инновациям», которое применяется в контексте рассуждений о том, как государство стремится повысить инновационную активность бизнеса, обязав его разрабатывать программы инновационного развития. Считается, что централизованное решение позволяет избегать серьезных проблем и социальных потрясений [6].

Переход к инновационной экономике в России происходит медленно и прерывисто. Само понятие «инновация» в отечественной экономической теории и практике достаточно размыто (ибо заимствовано) и связано скорее с коммерциализацией научных разработок, нежели с самими разработками: «инновации – это не про технику, а про деньги» [2]. К сожалению, коммерциализация инноваций зачастую рассматривается как главная цель инновационной деятельности крупных компаний и условие выживания многих организаций научно-исследовательской сферы. Как отмечает профессор И.Е. Дискин, «нормальные люди у нас инновациями – не наукой, а именно инновациями – занимаются от безысходности» [2].

Заметим, что уровень инновационной активности организаций в России по-прежнему невысок (рис. 1). Среди факторов, препятствующих развитию инновационной сферы, можно назвать следующие:

- низкий инновационный потенциал организаций;
- высокую стоимость инноваций;
- нехватку финансирования;
- неразвитость кооперационных связей;
- недостаток информации о рынках сбыта и низкий спрос на инновационные товары и др.



Рисунок 1 – Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе организаций [5]

В основе новой (инновационной) экономики должны лежать новые институты. Для этого в конце 1990-х – начале 2000-х гг. по аналогии с зарубежными странами в России начали создаваться экономические кластеры. Так, на сегодняшний день в стране существует более 140 кластеров, но эффективность их деятельности в большинстве случаев нулевая ввиду отсутствия стандарта, четкого целеполагания и понимания устройства данного инструмента в целом. Несколько позже началось проектирование технологических долин «Воробьевы горы» и «Сколково», однако проекты до конца так и не реализованы. При этом они также существенным образом отличаются от своих зарубежных аналогов, причем наиболее значимое отличие состоит в роли государства.

Кластеры и технологические долины в России создаются не стихийно, а директивно, причем роль государства в этом процессе – центральная. Регионы вынуждены создавать подобные структуры, в то время как сами к ним не готовы. Экономические кластеры, существующие в России, *ceteris paribus* обладают некоторой степенью самостоятельности, даже несмотря на участие государства, технологические долины же оказываются полностью зависимы.

Формирование региональных инновационных систем (еще более мощные структуры по сравнению с кластерами) – относительно новое явление, сущностью которого является кооперация фирм с целью производства и распределения знаний [8]. Подобные сложные структуры по типу природных экосистем призваны объединять значительное число разнородных субъектов, не лишая при этом их самостоятельности и способствуя развитию конкуренции и расширению производства. Однако в реальности региональные инновационные системы сами по своей сути являются управленческой инновацией, а потому не пользуются популярностью.

В отечественных исследованиях отмечается целый ряд заблуждений в части понимания механизма региональных инновационных системах как инструмента развития территории [7]. Заметим, что то же самое касается и кластеров: в предыдущих исследованиях неоднократно упоминалось, что в исследовательских работах и нормативно-методической документации зачастую отсутствует корректное понимание инноваций как таковых, внедрение разного рода инновационных структур в регионах происходит строго директивно и воспринимается местными властями как очередная возможность получения федеральных средств на «некие» цели инновационного развития [3].

Недопонимание действия механизмов и самого назначения инновационных структур приводит к существенным сложностям в процессе адаптации данных инструментов развития к российским реалиям. Тем сложнее становится достижение инновационного прорыва.

Список использованной литературы

1. Балабанова Е.С. Особенности российской экономической ментальности // Мир России. – 2001. – № 3. – С. 67-77.
2. Дискин И.Е. Инновации – это не про технику, а про деньги [Электронный ресурс] // Актуальные комментарии. – 2018. – 4 апреля. – Режим доступа: <http://actualcomment.ru/innovatsii-eto-ne-pro-tehniku-a-pro-dengi-1804041317.html> (дата обращения: 08.09.2020).
3. Дмитриева В.Д. Проблемы управления инновационными территориальными кластерами в России // Эффективное управление: сборник материалов 4-й научно-практической конференции, посвященной памяти заслуженного профессора Московского университета М.И. Панова (27 октября 2017 года, г. Москва. – М., 2018. – С. 234-238
4. Дмитриева В.Д. Социально-экономические реформы в России: тысячелетний опыт принуждения к инновациям // Стратегии развития России и социальная работа: мат-лы всероссийской научно-теоретической конференции с международным участием (5–6 декабря 2019 г.) / Южный федеральный университет; редкол.: А.В. Метелица, Е.В. Сердюкова, Л.С. Деточенко и др. – Ростов н/Д; Таганрог: Изд-во Южного федерального университета, 2019.
5. Индикаторы инновационной деятельности: 2019: статистический сборник / Л.М. Гохберг, К.А. Дитковский, И.А. Кузнецова и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2019.
6. Принуждение к инновациям: стратегия для России: сборник статей и материалов / под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Центр исследований постиндустриального общества, 2009.
7. Пилясов А., Хомич Ю. Изучение региональных инноваций в России // Синергия пространства: региональные инновационные системы, кластеры и перетоки знания. – Смоленск, 2012.
8. Isaksen A. Building Regional Innovation Systems: Is Endogenous Industrial Development Possible in the Global Economy? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cjrs-rcsr.org/archives/24-1/ISAKSEN.pdf> (дата обращения: 1.02.2020).

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА КАК МЕЖДУНАРОДНОГО ИНТЕГРАЦИОННОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ

Интеграция между бывшими советскими республиками, а теперь и между новыми независимыми государствами является неизбежным, но противоречивым процессом. На постсоветском пространстве были рассмотрены различные подходы к интеграции: политический, военный и экономический.

Еще в начале 1990-х годов основной структурой на постсоветском пространстве было Содружество Независимых Государств (СНГ), которое больше напоминало так называемый цивилизованный развод среди бывших союзных республик, чем действительно результативную региональную структуру. В середине 1990-х годов возникла необходимость формирования качественно нового института, который позволил бы этим странам результативно взаимодействовать и вписываться в глобальные интеграционные процессы [1].

После распада Советского Союза в 1991 году во многих евразийских республиках начался экономический спад, что вызвало необходимость диалога между государствами региона по вопросам экономического сотрудничества.

В марте 1994 года Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев впервые предложил идею создания торгового альянса во время выступления в Московском государственном университете. Предложение Назарбаева было подкреплено высокой экономической взаимозависимостью рынков постсоветских государств того времени. В речи Президента Назарбаева была представлена новаторская интеграционная парадигма, подчеркивающая потребность создания Евразийского союза с ясным акцентом на экономические проблемы.

К июню 1994 года был разработан и представлен главам государств подробный план создания Евразийского союза. Беларусь, Казахстан и Россия подписали Соглашение стран СНГ «О Таможенном союзе» в 1995 году, заложив основу для свободного экономического сотрудничества между государствами [2].

В течение последующих десятилетий ряд дополнительных договоров укрепил экономические связи между евразийскими государствами, многие из которых ранее входили в состав Советского Союза.

Позднее, в 2000 году, была создана новая международная организация – Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС), целью которого являлась унификация нормативной базы и гармонизация процессов экономической перестройки в странах-членах [3]. Под эгидой этой организации было подписано более 100 соглашений.

Когда в 2006 году Россия, Казахстан и Беларусь объявили о формировании нового Таможенного союза (ТС), это было принято с большим скептицизмом, но под влиянием экономического кризиса 2008 года они начали продвигаться вперед [4]. В 2009 году был согласован единый кодекс, заменивший внутреннее законодательство, а в 2010 году официально запустили ТС.

Следующий этап интеграции датируется 2007 годом. Тогда был подписан «Договор о создании общей таможенной территории и формировании Таможенного союза». К 2010 году с введением Единого таможенного тарифа и Единого таможенного кодекса, принятого в рамках договора, вступил в силу Таможенный союз, обеспечивший свободное обращение товаров на единой таможенной территории [5].

В январе 2012 года Россия, Беларусь и Казахстан сформировали Единое экономическое пространство (ЕЭП) для более широкого согласования политики.

В том же году они также создали Евразийскую экономическую комиссию (ЕЭК) – наднациональный орган, наделенный полномочиями по контролю над государствами. Эти шаги привлекли внимание: Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР) назвал ТС квалифицированным успехом.

Единое экономическое пространство подразумевает не только беспрепятственное передвижение товаров, услуг, капитала и рабочей силы, но и согласованные действия в основных сферах регулирования экономики, охватывая значительный энергетический сектор. Идея создания общих рынков электроэнергии, нефти, газа и угля впервые появилась в ЕврАзЭС, но в то время конкретные сроки не были определены.

В 2003 году Межгосударственный совет утвердил «Основы энергетической политики государств – членов ЕврАзЭС», главной целью которой было обеспечение энергетической независимости и

энергетической безопасности стран за счет создания общего рынка энергоресурсов [6].

Также предполагалось углубить сотрудничество в разработке новых месторождений энергии, их переработке, транспортировке, а также расширении транзитного потенциала стран-участниц.

Договор ЕврАзЭС был расторгнут 1 января 2015 года в связи с подписанием «Договора о Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС)» [7]. ЕАЭС является логическим продолжением Таможенного союза, включающим дополнительные шаги в направлении экономической интеграции посредством унификации трудового и торгового законодательства, а также гармонизации правовой базы в других областях.

ЕАЭС был сформирован в свете новой политической реальности и отличается от предыдущих попыток. Макроэкономическая координация и наднациональные документы стратегического планирования являются отличительной чертой ЕАЭС.

Евразийский экономический союз – международная организация региональной экономической интеграции, государствами-членами которой являются: Республика Казахстан, Российская Федерация, Республика Беларусь, Республика Армения и Республика Кыргызстан.

В соответствии со статьей 1 «Договора о Евразийском экономическом союзе» от 29 мая 2014 года ЕАЭС является «международной организацией региональной экономической интеграции, обладающей международной правосубъектностью, в рамках которой обеспечивается свобода движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики, определенных настоящим договором и международными договорами в рамках Союза» [7].

Таким образом, ЕАЭС возник на фоне международных конфликтов и противоречивой геополитики. Образование Евразийского экономического союза объективно ставит на повестку дня создание неизменной структуры евразийских расчетных, валютных и кредитных отношений.

Важнейшая цель ЕАЭС – это региональная экономическая интеграция, которая обеспечивает свободу движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы по своей территории, в том числе проведение согласованной единой экономической политики между государствами – членами соглашения.

Объединение государств ЕАЭС по существенным макроэкономическим индикаторам позволяет сделать заключение о возрастающей схожести экономических систем, что является основанием для дальнейшего углубления интеграционных процессов, формирования единой институциональной среды и общих рынков.

Согласно международному опыту, сближение систем экономических институтов оказывает позитивное влияние на формирование благоприятных для бизнеса воспроизводственных условий в странах объединения, а также позволяет скоординировано противодействовать внешним шокам.

Таким образом, ключевыми задачами ЕАЭС являются: повышение кооперации и экономической конкурентоспособности государств-членов, а также содействие стабильному развитию с целью повышения уровня жизни стран-участниц.

Список использованной литературы

1. Мельничук М.В. Проблемы формирования единого экономического пространства: монография. – М.: Маркетинг, 2014. – 221 с.
2. Договор о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве от 26.02.1999.
3. Договор об учреждении Евразийского экономического сообщества от 10.10.2000 (с изменениями от 25 января 2006 г. и 6 октября 2007 г.).
4. Договор о Комиссии таможенного союза от 06.10.2007.
5. Договор о создании единой таможенной территории и формировании таможенного союза от 06.10.2007.
6. Договор о сотрудничестве в охране внешних границ государств – членов Евразийского экономического сообщества от 21.02.2003.
7. Договор о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 10.10.2014) // Официальный правовой портал Евразийского экономического союза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.eaeunion.org>

Костоглодов Д.Д., Иванченко О.В., Перепелица А.О.

INFLUENCE-МАРКЕТИНГ КАК АКТУАЛЬНЫЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДОВ

По мере того как социальные сети становятся все более неотъемлемой частью информационного общества, популярность influence-

маркетинга резко возрастает. Потребители обращаются к своим любимым моделям из Instagram, личностям Twitter и звездам YouTube за советом и рекомендациями по принятию решений о покупке. Социальные сети дали возможность людям создать свой собственный бренд за счет стимулирования контента и взаимодействия. Эти новые влиятельные лица (инфлюенсеры) более известны, чем традиционные знаменитости. Поскольку каждый день к социальным сетям присоединяется все больше людей, компании начали понимать, что они могут использовать данные цифровые платформы для маркетинга.

Influence- маркетинг (маркетинг влияния) – это тип маркетинга из уст в уста, который фокусируется на использовании лидеров мнений для распространения сообщения компании, бренда. Влиятельными лицами могут быть знаменитости, но чаще всего это личности из Instagram или YouTube (цифровые авторитеты) с огромной нишей, которые могут помочь распространить информацию о бренде или продукте через свои социальные каналы. Маркетинг влияния – самый быстрорастущий онлайн-метод привлечения клиентов.

Influence-маркетинг существует в рекламном мире уже некоторое время, и поскольку количество брендов, вкладывающих средства в кампании влияния, растет день ото дня, он продолжает стремительно развиваться. Маркетинг влияния – это не просто тенденция: по данным исследования Mediakix в 2020 году рекламные расходы брендов на маркетинг влияния могут достичь 10 миллиардов долларов [2]. Уменьшение количества людей, смотрящих телевизор, и рост количества блокировщиков рекламы ускоряют рост этой отрасли, подтверждая, что реклама из уст в уста – эффективный вид маркетинга в эту цифровую эпоху.

Преимущества партнерства с влиятельными лицами для компаний:

- охват большой аудитории;
- повышение доверия к бренду;
- увеличение количества подписчиков в социальных сетях;
- увеличение посещаемости сайта;
- привлечение потенциальных клиентов;
- увеличение продаж.

Еще один эффект маркетинга влияния заключается в том, что брендам не нужно тратить ресурсы на продвижение, а вместо этого использовать лидеров мнений, чтобы говорить от их имени и доносить сообщение целевой аудитории.

Проблемой для брендов является то, что недостаточно просто найти влиятельных лиц с большим количеством подписчиков – эти цифры могут быть искусственно завышены. Действительно важный показатель – лояльность подписчиков. Такой более высокий коэффициент вовлеченности практически невозможно подделать, и это явный признак того, что этот влиятельный человек потратил время на создание органических, лояльных подписчиков.

В настоящее время доверие почти так же важно для потребителей, как качество и ценность товаров и услуг. Согласно отчету Edelman Trust Barometer, потребители оценили доверие к бренду как один из главных факторов, которые они учитывают при совершении покупки, 81% потребителей заявили, что они «должны быть в состоянии доверять бренду, чтобы делать то, что правильно» [1].

Данный отчет также показывает, что все меньше людей доверяют рекламе: 41% потребителей говорят, что не доверяют точности и правдивости маркетинговых коммуникаций брендов. Почти три четверти потребителей также сообщили, что они стараются вообще избегать рекламы:

- 48% опрошенных сообщили, что используют технологию блокировки рекламы;
- 47% изменили свои привычки в средствах массовой информации, чтобы видеть меньше рекламы;
- 63% потребителей доверяют мнению влиятельных людей о продуктах «гораздо больше», чем тому, что бренды говорят о себе;
- 58% людей купили новый продукт за последние шесть месяцев из-за рекомендации влиятельного человека;
- 70% подростков доверяют инфлюенсерам больше, чем традиционным знаменитостям [1].

По этим причинам популярная британская сеть супермаркетов Iceland перешла от рекламы со знаменитостями к кампании с участием настоящих мам. Объединившись с каналом Mum сообщества YouTube, теперь он работает с рядом влогеров, чтобы продвигать свои продукты в более «аутентичной» манере. Исследования показывают, что 35% мам доверяют онлайн-видеовлогерам больше, чем традиционной рекламе [2].

Интересными для сравнения являются данные исследования ИОМ «Анкетолог», согласно которым 73% россиян читают блогеров, 46% из них заходят в блоги ежедневно, еще 35% – несколько раз в не-

делю, 53% читателей хорошо относятся к блогерам, а 60% доверяют полученной от них информации [4].

Однако существует ряд проблем для бизнеса, связанных с маркетингом влияния. Цена, которую влиятельный человек может взимать за кампанию, зависит от его или ее показателей вовлеченности, таких как количество лайков, которые они получают за публикацию, или количество подписчиков, которые у них есть. И то, и другое проблематично из-за распространенности фальшивого взаимодействия и социальных ботов в Интернете. Социальные сети все чаще основываются на изображениях и видео в связи с ростом числа приложений для обмена изображениями, таких как Instagram. Большинство изображений, опубликованных в Интернете, не имеют идентифицирующего текста или хэштегов, что затрудняет их отслеживание. Единственный способ точно идентифицировать эти сообщения – проанализировать содержание самого изображения.

Процесс поиска влиятельного лица и сопоставления его личности с брендом – это сложный процесс. Согласно опросу, проведенному Rakuten Marketing, 86% маркетологов заявили, что не уверены, на каком основании инфлюенсеры взимают свои сборы, а 38% считают, что они не могут сказать, влияет ли деятельность их авторитетов на продажи или нет [3].

В решении этих проблем могут помочь технологии искусственного интеллекта (AI). С каждым годом AI упрощает и ускоряет процесс поиска нужных влиятельных лиц для сотрудничества. Это помогает брендам выявить тех, у кого больше вовлеченности, меньше фальшивых подписчиков и больше шансов получить положительный возврат инвестиций (ROI). Например, распознавание изображений с помощью ANN (искусственные нейронные сети) – это способность программного обеспечения идентифицировать объекты, места, людей, письма и действия на изображениях, и это помогает маркетологам определять релевантных влиятельных лиц и гораздо глубже понимать, когда и как их аудитория публикует изображения, связанные с брендом.

С помощью NLP (обработка естественного языка) можно обрабатывать каждое сообщение влиятельных лиц и анализировать эти данные, чтобы понять, насколько хорошо тот или иной влиятельный человек соответствует бренду [3].

Технологии AI могут оценить потенциал влиятельных лиц. Проанализировав все сообщения, маркетинговые системы, осно-

ванные на искусственном интеллекте, определяют, когда люди, вероятно, испытают увеличение или уменьшение своего влияния, и соответственно скорректировать стимулы. Также AI также используется для устранения спам-ботов и фильтрации поддельных действий.

Таким образом, в настоящее время Influence-маркетинг является эффективным способом помочь бренду привлечь новую аудиторию, повысить узнаваемость бренда и повысить рентабельность инвестиций в маркетинг и прибыль. Маркетинг влияния – это стратегия, которую компании используют для продвижения своих продуктов и услуг путем партнерства с популярными пользователями социальных сетей или блогерами. У влиятельных лиц обычно есть большая заинтересованная аудитория, к которой бренды могут подключиться, чтобы завоевать доверие и даже стимулировать продажи. Искусственный интеллект помогает брендам определять реальные показатели вовлеченности, такие как количество лайков, которые получают влиятельные лица за публикацию, или количество подписчиков, которые они получили.

Список использованной литературы

1. 5 key takeaways from the 2019 Edelman brand trust survey. By Ethan Jakob Craft [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adage.com/article/digital/5-key-takeaways-2019-edelman-brand-trust-survey/2178646>

2. Dave N. 42 Digital Marketing Trends You Can't Ignore in 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.singlegrain.com/digital-marketing/digital-marketing-trends-2020>.

3. Ravindra S. How Artificial Intelligence Is Transforming Influencer Marketing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.singlegrain.com/influencer-marketing/how-artificial-intelligence-is-transforming-influencer-marketing>

4. Как продвигаться с помощью инфлюенс-маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://amplifr.com/blog/ru/influence-marketing>

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТАМОЖЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ТАМОЖЕННЫХ УСЛУГ УЧАСТНИКАМ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Любые реформы, связанные с инновациями, подтверждают, что трансформационный путь развития России – это изменения и динамическое развитие, не только ассоциированное с опытом прошедших изменений, но и предполагающее ход в будущее. Это будущее основано на конструктивной динамике и современных тенденциях и противоречиях, а также на опыте развития зарубежных стран.

Совершенствование системы таможенных услуг является императивом развития таможенной службы в современных условиях. В настоящее время все больше растет роль информатизации в таможенном деле. Это вызвано не только потребностью в ускорении производства таможенных операций, но и современными реалиями, связанными с ограничениями, вызванными пандемией.

Совокупность методов, способов и средств сбора, регистрации, хранения, исследования, сбережения, обработки, производства, анализа, передачи и распространения сведений, материалов и знаний, основанных на использовании средств вычислительной техники и телекоммуникаций, составляет сущность информационных технологий.

Существует два аспекта применения информационных технологий в таможенном деле [3]:

- 1) до пересечения товарами и транспортными средствами таможенной границы осуществлять информирование органов таможни;
- 2) декларирование товаров осуществляется посредством представления декларации при таможенном оформлении документов и подачи ее в электронной форме.

Структура подразделений, занимающихся автоматизацией таможенных органов, неоднократно изменялась и улучшалась за последние тридцать лет.

В настоящее время внедрение и эксплуатацию информационно-телекоммуникационных технологий обеспечивают Главное управление информационных технологий ФТС России и Центральное информационно-техническое таможенное управление, а также подразделения информационно-технической службы по всей вертикали таможенных

органов. В результате создана и внедрена ЕАИС ТО, распределенная государственная информационная система в защищенном исполнении, включающая в себя функциональные подсистемы и информационные ресурсы по всем видам деятельности таможенных органов [1]. Система обрабатывает информацию в онлайн-режиме круглосуточно, а это около 40 млн электронных сообщений в день. Это приводит к ощутимым результатам как для государства, так и для бизнеса. Успешно реализованы фундаментальные технологии: электронное декларирование, предварительное информирование, единый лицевой счет, автоматическая регистрация и автовыпуск деклараций на товары. С января по май 2020 года в автоматическом режиме зарегистрировано более 1,39 млн деклараций, что составляет 74,2% от общего количества электронных деклараций на товары, автоматически выпущено более 409 тыс. деклараций. Создана транспортная сеть передачи данных, обеспечивающая гарантированную доставку информации в любой таможенный орган за считанные секунды. Бизнес-сообщество оценило цифровое нововведение для взаимодействия с электронной таможней – «Личный кабинет участника ВЭД». В нем более 50 сервисов, с помощью которых в онлайн-режиме совершаются таможенные операции. Кроме того, в личном кабинете можно получить различную информацию, например, о фактическом вывозе товаров, о состоянии лицевого счета для оплаты таможенных платежей [1]. Также в 2019 году запущена технология автоматической регистрации электронных транзитных деклараций, которая на пространстве ЕАЭС пока реализуется только в таможенных органах России. Постоянно расширяется реестр таможенных операций, совершение которых возможно информационными системами без привлечения к работе должностных лиц таможенных органов. В 2020 году начнется введение новой системы таможенного оформления, в которой часть выполняемых сейчас непосредственно на таможенных постах или в ЦЭДах функций будет осуществляться в автоматическом режиме без участия должностных лиц с применением полностью централизованных сервисов. Оформление международных почтовых отправлений и экспресс-грузов уже обеспечивается в таком режиме. Создана и сертифицирована автоматизированная система внешнего доступа. Это уникальное аппаратно-программное решение, которое на физическом и логическом уровне отделяет ЕАИС ТО от внешней информационной среды и предназначено для взаимодействия с информационными системами иностранных таможенных администраций, международных организаций, федеральных

органов исполнительной власти, участников ВЭД и лиц, осуществляющих деятельность в сфере таможенного дела. Также создана и успешно функционирует Система ведомственных удостоверяющих центров таможенных органов [1]. Официальный сайт ФТС России тоже является государственной информационной системой. Он объединяет сайты всех таможенных органов и подведомственных ФТС России учреждений.

В 2020 году завершается реформа таможенного администрирования: в России будут функционировать 16 электронных таможен и центров электронного декларирования. Такая архитектура мест таможенного оформления позволяет более оптимально и быстро вносить новые способы автоматического совершения таможенных операций информационными системами. Серьезные преобразования таможенных технологий идут давно. Тем не менее стоит немало и новых задач. В ФТС России идет работа над проектом, который позволит ЕАИС ТО принимать решения в автоматическом режиме с использованием технологий семантического анализа, машинного обучения и искусственного интеллекта. Новым этапом дальнейшего развития информационных таможенных технологий станет создание Единого аналитического хранилища информации, в котором будут сосредоточены все основные информационные ресурсы, а также «интеллектуального» пункта пропуска, основным элементом которого будет являться информационная система, обеспечивающая осуществимость работы в качестве точки приема расширенной предварительной информации для всех государственных контрольных органов в пункте пропуска, объединение с программным обеспечением таможенных средств таможенного контроля, контроль за перемещением транспортных средств, реализацию системы электронной очереди, электронный документооборот. Вышеперечисленные преобразования обеспечат в пунктах пропуска безостановочное перемещение транспортных средств в случае отсутствия срабатывания системы управления рисками, после получения предварительной информации в виде электронного документа для всех контролирующих органов на таможенной границе. Налажен цифровой обмен информацией между различными ведомствами. Предполагается, что ФТС России и ФНС России будут практически в онлайн-режиме делиться актуальными данными из электронных документов. Это огромный объем данных не только по составу сведений, но и по их количеству. Российские таможенные органы в вопросах автоматизации, информати-

зации и цифровизации возглавляют остальные госструктуры. Будет продолжаться введение в работу средств искусственного интеллекта и диджитализация процессов. Динамичная трансформация системы таможенного администрирования – базис Стратегии развития таможенной службы до 2030 года [1].

При составлении планов по совершенствованию процесса предоставления таможенных услуг ЦЭД необходимо ориентироваться на отработанные практикой и способствующие повышению качества предоставляемых ЦЭД услуг принципами, такими как [3]:

1. Адаптивность к меняющимся внешним факторам.
2. Соответствие предоставления услуг закону.
3. Принцип цифровизации получения таможенных услуг.
4. Принцип очевидности и прозрачности.
5. Принцип обеспечения и сохранения экономических интересов бизнес-структур.
6. Принцип защиты экономической безопасности государства.
7. Выявление рисков и оптимизация проводимых процессов в их условиях.
8. Принцип постоянства и комплексности в сфере контроля качества предоставления услуг ЦЭД.
9. Принцип обеспечения качества предоставляемых услуг ЦЭД за счет рационализации затрат.

Использование в работе таможенных органов информационных технологий является главным критерием, который определяет результативность работы всей таможенной службы, упрощает процессы внешней торговли, подводит таможенные технологии под международные стандарты.

Список использованной литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28.12.2012 № 2575-р «Об утверждении Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 года» // СПС «КонсультантПлюс».
2. Сазонова Т. На пути к «цифре» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://customs.gov.ru/storage/document/document_file/2020-07/07/4-2020_Tamozhnya_sait.pdf
3. Информационные технологии в таможенном деле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.profiz.ru/peo/6_2014/

ПРИОРИТЕТЫ И МЕХАНИЗМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕИМУЩЕСТВ ИНТЕГРАЦИОННОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ (ЕАЭС) ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

В условиях глобальных переломов формируется запрос на приоритетность антикризисного управления, концентрирующего внимание на экономической парадигме, критическом переосмыслении и адаптации к новым условиям и вызовам. В силу этого формулируется задача углубления и развития концепции национальных экономических интересов на основе использования международных факторов развития, к которым принадлежит членство РФ в ЕАЭС.

Включенность экономики РФ во внешнеэкономические отношения, зависимость доходов бюджета от цен на энергоносители, а предприятий и населения – от импорта товаров и услуг актуализируют исследование ряда экономико-философских категорий, обосновывающих приоритеты национального целеполагания и механизмы их реализации. Категория «национальные интересы» и ее производная «национальные внешнеэкономические интересы» принадлежат к одному из подобных междисциплинарных феноменов.

Из категорий «национальные интересы» и «наднациональные (внешнеэкономические) интересы» первая занимает доминирующее положение в научных работах. Отечественные и зарубежные исследователи концентрируются на структуре, системе и иных аспектах формулирования и нормативного закрепления положений, которые возможно отнести именно к «национальным интересам», соотносимым с участием в ЕАЭС.

В целях анализа публикаций по проблематике «национальных интересов» применительно к объекту ЕАЭС предложено структурировать их по характеру фокуса использования национальных интересов относительно целевого объекта, который выделяется автором:

- система процедур и правил, закрепленная в институтах и нормативно-правовых решениях (договоры, законы, распоряжения, приказы), включая их институциональный законодательный каркас;
- ориентиры для принятия стратегических решений политической, региональной и экономической направленности, особенно

применительно к структуре общего рынка интеграционного объединения;

– инструменты декомпозиции (детализации) ключевых элементов согласования интересов для приоритетных отраслевых комплексов, где концентрируются как интеграционные, так и дезинтеграционные внешнеэкономические наднациональные интересы;

– самостоятельного внимания заслуживает оценка национальных интересов учеными из государств – членов ЕАЭС, которые в определенной мере характеризуют позиции научной элиты партнерских государств по эффективности участия в ЕАЭС.

Рассмотрим выводы исследователей по указанным группам объектов:

1. Национальные интересы в институтах и нормативно-правовых решениях представлены в первую очередь в Договоре о Евразийском экономическом союзе, подписанном в Астане 29 мая 2014 года.

В Договоре об учреждении ЕАЭС категория национальных интересов упоминается дважды: в преамбуле – «выражая убежденность в том, что дальнейшее развитие евразийской экономической интеграции отвечает национальным интересам сторон», а в статье 3 в числе принципов функционирования союза названо «обеспечение взаимовыгодного сотрудничества, равноправия и учета национальных интересов сторон». Далее в тексте договора упоминаются интересы субъектов (населения, граждан, государств-членов, производителей и потребителей товаров и услуг, участников ВЭД, потребителей, добросовестных субъектов рынка) и формы – общественные (государственные) интересы [1]. Договор подчеркивает базисный, фундаментальный характер национальных интересов в учреждении ЕАЭС.

Нормативно-правовое наполнение функционирования ЕАЭС включает рассмотрение национальных интересов как основы отдельных блоков этапов интеграционного воспроизводственного процесса. В качестве примера предложений формирования правовой определенности инвестиционного процесса для наднациональных юридических лиц в ЕАЭС выделим исследование С.С. Дахненко и Е.Л. Венгерского [5].

2. Политические, экономические, региональные ориентиры для принятия стратегических решений.

Значительная часть исследователей рассматривает интеграционные процессы в рамках ЕАЭС как набор политических стратегий, реализующих национальные интересы. Данные «политические стратегии» могут быть институциональными политиками (правовая (анти-монопольная), инфраструктурная, финансовая), а также отраслевыми политиками (промышленная, аграрная) [6, 10, 12, 13]. Например, А.В. Малько, В.В. Елистратова в качестве ключевой проблемы становления межгосударственного объединения ЕАЭС указывают на ключевую роль правовой политики в области интеграции государств-членов [10, с. 20].

Подчеркнем, что российские исследователи соотносят развитие ЕАЭС с опытом ЕС. Ю.К. Князев предлагает активнее использовать стратегическое планирование и крупные совместные проекты, опыт взаимодействия ЕС со странами ЦВЕ [8]. Анализируя наднациональный стратегический интерес, А. Караваев предлагает формировать образ будущего, разрабатывать и вводить символику ЕАЭС, преодолевать формальности объединения и расширять региональные интеграционные процессы [7]. Н.Е. Алексеев указывает на особую роль глобализационного процесса как института, формирующего наднациональный макроуровень экономики, включая образ экономических благ и технологий. Альтернативой данному институту, по мнению автора, выступают институты национального суверенитета [2].

3. Инструменты декомпозиции решений по отраслевым комплексам.

Отраслевой аспект развития ЕАЭС пока недостаточно представлен в научной литературе, но аграрный рынок привлекает внимание исследователей. Формирование общего аграрного рынка ЕАЭС авторами порой абсолютизируется до уровня целей интеграционного объединения. А.Г. Папцов, Н.А. Медведева полагают, что «формирование общего аграрного рынка и выработка эффективных механизмов его регулирования является основной целью деятельности ЕАЭС» [12, с. 3]. Но направления и механизмы регулирования данного процесса авторы относят к «согласованной агропромышленной политике, включающей государственную поддержку, разработку единых требований в сфере производства и обращения продукции, формирование системы ценообразования, единую систему прогнозирования, интегрированную информационную систему АПК» [12, с. 3]. Заметим, что пока противоречия между национальными и наднациональными ин-

тересами выявляются именно в процессе формирования согласованной агропромышленной политики.

В целях создания единого аграрного рынка ЕАЭС А.А. Гибадуллин предлагает сельскохозяйственную доктрину, основанную на урожайности отдельных видов сельскохозяйственных культур в государствах и их специализации по данному критерию [4]. Как представляется, данный подход рискован, имеет существенно больше недостатков, чем достоинств, слабо реализуем.

4. Мнения и оценки национальных интересов учеными из государств – членом ЕАЭС.

В литературе представлено не так много работ ученых из государств-членом ЕАЭС. Л.М. Байтенова, С.С. Тлеубердиева, А.А. Аргынгазинов (РК) подчеркивают, что реализация политических решений наднационального уровня демонстрирует экономический эффект от синергии при реализации интересов хозяйствующих субъектов [3], например, в результате унифицирования тарифа перевозок грузов, общего рынка нефти и нефтепродуктов, доступа к газотранспортной инфраструктуре, совместным поставкам продукции пищевой промышленности на рынок ЕАЭС [3, с. 11, 12].

Г.Н. Москалевич (РБ) считает, что государства ЕАЭС строят собственную национальную конкурентную политику и предлагает использовать в ЕАЭС конкурентное взаимодействие [11, с. 176]. К сожалению, автор не предлагает, как совершенствовать конкурентную политику на национальном и наднациональном уровнях [11, с. 178].

Таким образом, можно заключить, что пока опубликовано незначительное число работ, посвященных политике согласования национальных интересов, приоритетам отраслевых рынков, алгоритму их выбора и реализации эффекта интеграции рынков.

Список использованной литературы

1. Договор о Евразийском экономическом союзе (Астана, 29 мая 2014 г.). – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_1AW_163855
2. Алексеев Н.Е. Глобализация как институт формирования потребностей населения // Мировая политика. – 2018. – № 3. – С. 113-117.
3. Байтенова Л.М., Тлеубердиева С.С., Аргынгазинов А.А. Роль эффективной экономической интеграции Республики Казахстан в ЕАЭС // Вестник университета Туран. – 2015. – № 4 (68). – С. 9-14.

4. Гибадуллин А.А. Точки роста национальной экономики в рамках свободного рынка Евразийского экономического союза // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. – 2018. – № 1. – С. 49-56.

5. Дахненко С.С., Венгеровский Е.Л. Направления формирования наднационального уровня регулирования отношений в сфере реализации совместных инвестиционных проектов в рамках ЕАЭС с участием иностранных партнеров // Теория и практика общественного развития. – 2019. – № 12 (142). – С. 86-90.

6. Евразийская интеграция в турбулентном мире / отв. ред. Л.Б. Вардомский. – СПб.: Алетейя, 2019. – 288 с.

7. Караваев А. Будущее евразийской интеграции // Независимая газета. Карт-бланш.30.05.2019. – Режим доступа: http://www.ng.ru/kartblansh/2019-05-0/3_7587_kart.html

8. Князев Ю.К. О возможности использования опыта Европейского союза в евразийской интеграции // Этап: экономическая теория, анализ, практика. – 2019. – № 6. – С. 78-88.

9. Лученок А.И. Влияние институциональной политики на интеграционные процессы республики Беларусь и ее регионов // Социально-экономическое развитие организаций и регионов Беларуси: эффективность и инновации : материалы докладов Междунар. науч.-практ. конф. / Витебский государственный технологический университет. – 2017. – С. 23-28.

10. Малько А.В., Елистратова В.В. Многосоставные государства: опыт и перспективы развития // Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции / под ред. А.Д. Гулякова. – Саратов, 2019. – С. 20-26.

11. Москалевич Г.Н. Конкурентная политика Республики Беларусь в контексте евразийской интеграции // Беларусь в меняющемся мире: история и современность : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 22 февр. 2019 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: М. Э. Чесновский (пред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2019. – С. 173-178.

12. Папцов А.Г., Медведева Н.А. Особенности формирования и регулирования общего аграрного рынка ЕАЭС // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2018. – № 9. – С. 3-14.

13. Писенко К.А. Проблемные факторы в публично-правовом обеспечении баланса интересов в сфере антимонопольной политики в контексте евразийской интеграции // Юрист. – 2018. – № 3. – С. 40-48.

14. Третьякова К.А. Внешнеэкономические интересы России как субъекта ВТО в сфере продовольственного обеспечения : автореферат дисс. докт. эконом. наук. – Ростов/Дону, 2019.

ИНСТРУМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В современных экономических условиях процесс глобализации, цифровой трансформации и информатизации всех сфер деятельности общества оказывает существенное влияние на традиционную систему управления коммерческими организациями. Также свое влияние на деловую активность оказала и эпидемия коронавируса, которая заставила коммерческий сектор искать новые пути решения внутрисистемных проблем, связанных с ограничительными мерами. В этой связи формирование комплексной системы стратегического управления, обеспечивающей эффективность деятельности организации, становится все более актуальным.

Следует согласиться с И. Ансоффом, который определил стратегию как «набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности» [1]. Данное определение четко отражает необходимость алгоритмизирования процесса принятия управленческих решений коммерческими организациями.

Следует отметить, что процесс определения стратегии организации – процесс трудоемкий и индивидуальный. Однако можно выделить «основные отличительные особенности стратегии».

1. Процесс выработки стратегии не завершается каким-либо немедленным действием. Обычно он заканчивается установлением общих направлений, продвижение по которым обеспечит рост и укрепление позиций фирмы.

2. Сформулированная стратегия должна быть использована для разработки стратегических проектов методом поиска. Роль стратегии в поиске состоит в том, чтобы, во-первых, помочь сосредоточить внимание на определенных участках и возможностях; во-вторых, отбросить все остальные возможности как несовместимые со стратегией.

3. Необходимость в стратегии отпадет, как только реальный ход развития выведет организацию на желательные события.

4. В ходе формулирования стратегии нельзя предвидеть все возможности, которые откроются при составлении проекта конкретных мероприятий. Поэтому приходится пользоваться сильно обобщенной, неполной и неточной информацией о различных альтернативах.

5. Как только в процессе поиска открываются конкретные альтернативы, появляется и более точная информация. Однако она может поставить под сомнение обоснованность первоначального стратегического выбора. Поэтому успешное использование стратегии невозможно без обратной связи.

6. Поскольку для отбора проектов применяются как стратегии, так и ориентиры, может показаться, что это одно и то же, но это разные вещи. Ориентир представляет собой цель, которую стремится достичь фирма, а стратегия – средство для достижения цели. Ориентиры – это более высокий уровень принятия решений. Стратегия, оправданная при одном наборе ориентиров, не будет таковой, если ориентиры организации изменятся.

7. Стратегия и ориентиры взаимозаменяемы как в отдельные моменты, так и на различных уровнях организации. Некоторые параметры эффективности (например, доля рынка) в один момент могут служить фирме ориентирами, а в другой – станут ее стратегией. Поскольку ориентиры и стратегии вырабатываются внутри организации, возникает типичная иерархия: то, что на верхних уровнях управления является элементами стратегии, на нижних превращается в ориентиры» [1].

Самым трудоемким этапом стратегического управления является стратегическое планирование. Оно позволяет сформировать базовую основу стабильного, устойчивого и долгосрочного функционирования коммерческой организации.

Система стратегического планирования обеспечивает собственникам организаций, акционерам, возможность определиться с направлениями развития бизнеса, выявить глобальные тенденции рынка, понять, какие организационные и структурные изменения должны произойти в компании, чтобы она стала более конкурентоспособной, в чем ее преимущество, какие инструменты необходимы ей для успешного развития.

Важнейшими инструментами стратегического планирования, пользующимися популярностью в бизнес-среде в настоящее время, являются: SWOT-анализ, анализ пяти сил Портера, PESTLE-анализ, TOWS-анализ, а также методика формирования прогнозной финансовой отчетности.

SWOT-анализ в основном используется для принятия новых управленческих решений, выявления препятствий для достижения целей, выбора наилучшего пути развития.

TOWS-анализ можно отнести к методам стратегического анализа, в котором на основе систематизации и комплексной оценки внешних и внутренних параметров деятельности организации определяется современное место предприятия в конкурентной среде и возможности роста компании.

Он основан на простой классификационной схеме: все факторы, влияющие на текущее и будущее положение организации, делятся на:

- внешние и внутренние по отношению к организации;
- оказывающие негативное и позитивное воздействие на организацию.

Концепция TOWS тесно связана с SWOT-анализом.

PESTLE-анализ – это инструмент планирования, основанный на анализе политических, экономических, социальных и технологических факторов. Суть этого инструмента заключается в определении основных сфер внешней среды, которые могут оказать существенное влияние на функционирование организации и ее будущую стратегию.

Метод анализа и оценки интенсивности конкурентных сил в экономическом секторе или сегменте рынка, разработанный и описанный Майклом Портером в 1979 году, является частью стратегического анализа, используемого в процессе формулирования стратегии организации. Согласно его предположениям, привлекательность сектора является результатом различного формирования пяти конкурентных сил, существующих в каждом секторе:

- конкуренции в отрасли между существующими конкурентами,
- угрозы появления новых конкурентов,
- переговорной силы покупателей,
- переговорной силы поставщиков,
- угрозы со стороны заменителей.

Следует отметить, что прогнозная отчетность, в отличие от бухгалтерской (финансовой) отчетности, фиксирующей факты хозяйственной жизни, имевшиеся в прошлом, нацелена в будущее. Прогнозная отчетность – это система показателей о прогнозируемом имущественном и финансовом положении экономического субъекта, результатах его хозяйственной деятельности, сформированная с учетом внешних и внутренних факторов, оказывающих на нее существенное влияние [2], [3].

По мнению П. Уилсона, привлекательность прогнозной отчетности заключается в том, что с ее помощью можно очертить в простых финансовых понятиях контуры будущей деятельности для из-

влечения максимума преимуществ из благоприятных возможностей, использовать все средства для реализации этих возможностей и обеспечить соответствующее финансирование предприятия для получения максимальной прибыли [5].

Для коммерческих организаций основой как стратегического, так и оперативного финансового планирования являются бизнес-планы и бюджеты, а также сметы отдельных проектов, мероприятий и программ.

Бюджеты являются одним из ключевых блоков прогнозной финансовой отчетности, необходимых для стратегического управления коммерческой организации.

Составление бюджета базируется на принципах программно-целевого планирования:

- на основании данных о прошлых периодах деятельности;
- на основании расчетов потребности в ресурсах;
- на реализации уставных задач исходя из имеющихся финансовых ресурсов.

Прогнозная финансовая отчетность может быть сгруппирована по 4 укрупненным направлениям.

«1 группа: бюджеты, формируемые в рамках системы бюджетирования;

2 группа: формы прогнозной отчетности;

3 группа: стратегическая отчетность;

4 группа: производные балансовые отчеты» [2].

Система бюджетов позволяет руководителю заранее оценить эффективность управленческих решений, оптимальным образом распределить ресурсы между подразделениями, наметить пути развития организации. Показатели, формирующие содержание бюджетов, находят отражение во внутренней отчетности организации.

Таким образом, использование современных инструментов стратегического планирования позволяет руководящим структурам организации обеспечить превентивную оценку факторов, влияющих на коммерческую деятельность как извне, так и внутри предприятия, осуществить поиск параметров, как негативно влияющих на коммерческую деятельность, так и способных повысить эффективность и конкурентоспособность. Все это системно влияет на построение действенной системы стратегического управления, обеспечивающей экономический рост хозяйствующих субъектов в современных экономических условиях.

Список использованной литературы

1. Ансофф И. Стратегическое управление / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Евстафьева Е.М., Богатый Д.В. Анализ современных методик формирования прогнозной финансовой информации и отчетности в системе управленческого учета коммерческих организаций // Международный бухгалтерский учет. – 2013. – № 48 (294).
3. Евстафьева Е.М. Прогнозная отчетность как инструмент устойчивого экономического развития организаций региона / Механизмы и инструменты экономического роста региональной экономики: состояние, политика и прогноз: Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. – Ростов н/Д, 2015.
4. Уилсон П. Финансовый менеджмент в малом бизнесе / Пер. с англ. – М.: Аудит; ЮНИТИ-ДАНА, 1995. – 287 с.

Максименко В.А.

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК ПРИМЕНИТЕЛЬНО К СЕГМЕНТУ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Институт государственных закупок в условиях современной экономики выступает одним из условий повышения эффективности государственных расходов и оптимизации мероприятий государственной экономической политики. При помощи государственных закупок происходит удовлетворение государственных нужд, и на практике это реализуется через совокупность административных процедур государственных закупок. Институт государственных закупок также является одним из источников импульса для дальнейшего развития государственной политики в сферах модернизации структуры экономики, поддержки государственных целевых программ. Особенно актуальными данные задачи становятся в условиях пандемии COVID-19.

Деятельность в сфере государственных закупок требует наличия специальных компетенций у ее субъектов, способствующих качественному выполнению функций, в числе которых:

– формирование конкурсной документации, отвечающей современным требованиям полноты, соблюдения принципа конкуренции и иных принципов системы государственных закупок, обеспечения

максимальной удовлетворенности заказчика – органа государственной власти;

- контроль над формированием документарного пакета-заявки на участие в процедуре государственной закупки;

- мониторинг соблюдения требований к участникам процесса закупки и выполнения ими своих обязательств.

Современная российская практика государственных закупок основана на ряде принципов, в числе которых: открытость, транспарентность, поддержка конкурентного поля, единство системы, ответственность участников за результат их деятельности по результатам процедуры, поддержка инновационной компоненты процесса государственных закупок.

Участие малых и средних предприятий в госзакупках представляется одним из самых востребованных форматов государственной поддержки бизнеса [1]. В соответствии с действующим законодательством для отнесения к категории малого и среднего бизнеса хозяйствующий субъект должен удовлетворять ряду следующих критериев [2, 3]:

- численность работников за предшествующий год (среднесписочная) составляет не более 100 чел. (малые) или 250 чел. (средние);

- совокупный доход по итогам 2019 г. не превышает 800 млн руб. (малые) или 2 млрд руб. (средние);

- в структуре уставного капитала доля лиц, не являющихся субъектами МСП, не превышает 49%;

- иным критериям, применяемым при специфичности хозяйствующего субъекта.

Государственный заказ для малых и средних предприятий реализуется в рамках контрактов по 44-ФЗ, регламентирующему закупки государственных организаций, и 223-ФЗ, под юрисдикцию которого подпадают закупки организаций, в которых не менее половины уставного капитала принадлежит государству. Также малым и средним компаниям доступны заказы сектора ЖКХ, в том числе капитальный ремонт многоквартирных жилых домов.

Динамика в период 2016–2018 гг. демонстрирует позитивные изменения в части доступа малых и средних предприятий к процедуре государственных закупок. Так, в соответствии с данными Корпорации МСП, в 2016 году суммарный объем закупок у компаний – субъектов МСП составлял 1,51 трлн руб., а аналогичный показатель по итогам 2018 г. находился на уровне в 3,25 трлн руб., что соответствует уве-

личению более чем в 2 раза. В то же время, по данным Минфина, закупки у МСП в сфере государственного и муниципального заказа в 2018 году (по сравнению с 2017-м), увеличились с 15,4 до 29,7% в общей структуре госзаказа. Одновременно с этим объем заключенных контрактов, участниками которых могут быть только субъекты МСП и социально ориентированные некоммерческие организации, вырос на 76% по итогам 2018 г. относительно 2017 г., а количество заключенных контрактов в аналогичном измерении выросло на 62% [4]. Согласно данным Корпорации МСП, объем госзакупок у компаний из сегмента МСП за два года вырос с 1,51 трлн руб. в 2016 году до 3,25 трлн руб. в 2018-м. Количество номенклатурных позиций за три последних года также увеличилось в десятки раз [5].

Несмотря на возрастание объемов работы с субъектами МСП в рамках государственных закупок, данная категория поставщиков несет в себе специфические уровни риска. Так, например, данная категория субъектов однозначно более чувствительна к нарушениям платежной дисциплины со стороны заказчиков. Ввиду объективно меньшего уровня оборотных средств в сравнении с крупными предприятиями, субъекты МСП в случае несвоевременной оплаты товаров или услуг сталкиваются с проблемами кассовых разрывов и вынуждены прибегать к дополнительным источникам их финансирования. Одним из вариантов решения данной проблемы может стать введение системы, аналогичной эксроу-счетам, применяемым при финансировании строительства многоквартирных жилых домов. С одной стороны, это позволит резервировать средства и обеспечить их целевое использование и своевременное перечисление на счета исполнителей – субъектов МСП. С другой стороны, введение данной системы неизбежно будет сопряжено с введением существенного количества дополнительных регулирующих процедур и формальных критериев проверки участников государственных закупок. Это неизбежно скажется на затратах времени и общей эффективности процесса.

К числу иных проблемных аспектов, затрудняющих эффективное участие субъектов МСП в процессе госзакупок, относятся достаточно широкие возможности заказчика по внесению изменений в конкурсную документацию, противодействие злоупотреблению которыми должно осуществляться на основании общественного контроля государственных закупок. Однако данная процедура, на наш взгляд, не полностью отлажена и в настоящее время не может являться однозначно эффективным инструментом мониторинга процесса. В то же

время суммы штрафов при выявлении нарушений не соотносятся с объемами закупок и вероятными суммами ущерба.

Отдельной проблемой выступает также вероятность злоупотреблений заказчиков в части установления изначальных требований к исполнителю или к процедуре закупки. О том, что данная проблема сохраняется, косвенно свидетельствуют и статистические данные: по сведениям Минфина, в 2018 году сумма начальных (максимальных) цен контрактов, заключаемых с единственным поставщиком, указанная в планах-графиках, составила 9,47 трлн рублей, при этом совокупный годовой объем закупок, указанный всеми заказчиками в планах-графиках, составил 12,64 трлн рублей (доля составила 75%). Это нарушает объективную конкурентную составляющую процесса государственных закупок.

Общей тенденцией последних лет является определенное сокращение количества государственных заказчиков (рис. 1), однако такое снижение вызвано ужесточением требований к заказчикам и реализацией политики повышения качества контроля над процессом закупок.

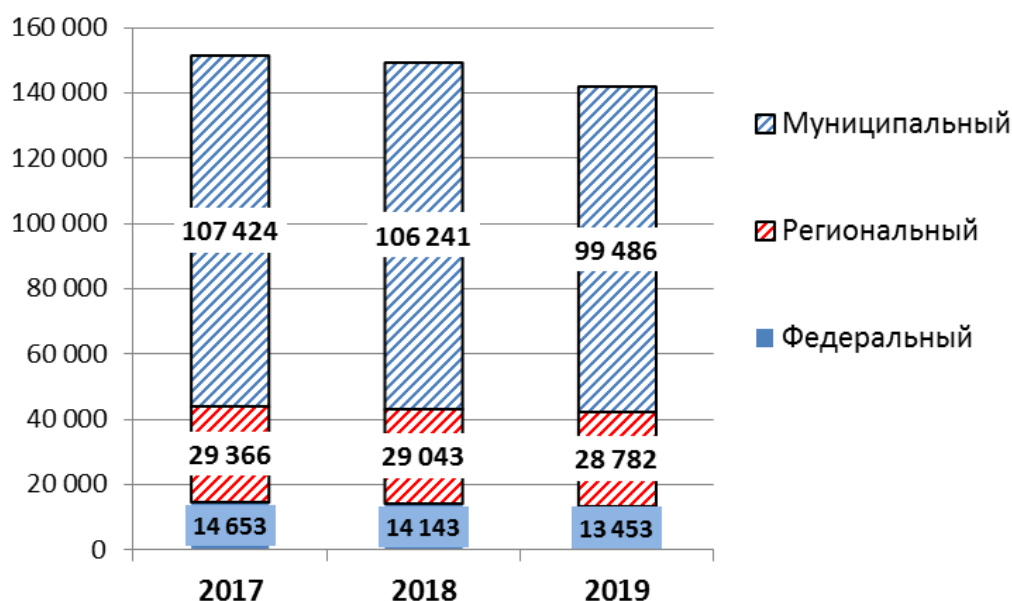


Рисунок 1 – Динамика количества государственных заказчиков в системе государственных закупок РФ, 2017–2019 гг. [6]

В нижеприведенной таблице 1 представлены данные о количестве и стоимости заключенных договоров.

Таблица 1 – Количественная и стоимостная оценка заключенных договоров в I полугодии 2020 г. [6]

Способ закупки	Количество договоров, ед.	Стоимость договоров, млрд руб.	Средняя стоимость 1 договора, млн руб.
Аукцион	54190	438.5	8.09
Запрос котировок	80041	121.9	1.52
Запрос предложений	24629	107.5	4.36
Конкурс	21270	744.7	35.01
Прочие	157319	1995.7	12.69
У единственного поставщика	342615	7259.2	21.19

Таблица иллюстрирует распределение по размеру среднего заключенного контракта. Наиболее активно используемый способ – аукцион – характеризовался средним размером 8 млн рублей, при этом максимальное значение отмечалось при конкурсной основе и составляло 35 млн руб.

Приоритетной целью проводимых законодательных инициатив должна являться защита интересов бизнеса, т.е. поставщиков, в рамках государственных закупок. Эффективное внедрение поправок к законам о госзакупках и закупках госкомпаний является важным условием экономического роста страны, при этом отдельный акцент должен делаться на совершенствовании отношений заказчиков с субъектами малого и среднего бизнеса, способствуя минимизации транзакционных издержек и повышению общей прозрачности процесса.

Список использованной литературы

1. Беляев Д.О. Государственные закупки и малый бизнес // Экономика, бизнес, финансы: актуальные вопросы и современные аспекты: сб. стат. международной научно-практической конференции. – Пенза: Наука и просвещение, 2020. – С. 139-142.

2. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020) // Справочная система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/08b3ecbcd9a360ad1dc314150a6328886703356/.

3. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» // Справочная система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_196415/#dst100005

4. Сводный аналитический отчет по результатам осуществления мониторинга закупок, товаров, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» по итогам 2018 года / Минфин РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.minfin.ru/common/upload/library/2019/04/main/Svodnyu_analiticheskiy_otchet_2018_itog.docx

5. Большие закупки у малого бизнеса / РБК+ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/5dd226597a8aa9f1c5e37eb6>

6. Мониторинг закупок / Минфин РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minfin.gov.ru/ru/performance/contracts/purchases/>

Миргородская О.Н., Дадаян Н.А.

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОГРАММ РЕФЕРАЛЬНОГО РЕКРУТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

Для каждого предприятия независимо от его сферы деятельности актуальным ресурсом является человеческий капитал, поэтому вопросы привлечения и удержания талантливых сотрудников наряду с формированием и развитием имиджа компании как привлекательного работодателя являются наиболее важными стратегическими ориентирами в построении эффективной системы управления персоналом. Современная экономическая и мировая ситуация, связанная с ограничениями, накладываемыми пандемией, обостряет актуальность грамотного подбора персонала.

В настоящее время одним из действенных инструментов для решения ответственных задач по подбору высококвалифицированного персонала является рекомендательный рекрутинг, в основе кото-

рого лежит оптимально выстроенная реферальная программа, призванная мотивировать сотрудников, помогать закрывать потребности компании в кадрах, а также способствовать построению сильного HR-бренда. На фоне общего снижения деловой активности крупные компании стали более внимательно относиться к эффективному персоналу.

Программы реферального рекрутинга используются для привлечения кандидатов и закрытия вакансий на основе рекомендаций уже работающих сотрудников, которые получают возможность внести свой вклад в формирование команды единомышленников и почувствовать причастность к своей компании. Каждому, кто приглашает или рекомендует соискателя, предлагается вознаграждение, порядок выплаты которого определяется внутренними регламентами компании [4].

По области распространения реферальные программы в подборе персонала могут быть внутренними или внешними (рис. 1).



Рисунок 1 – Виды реферальных программ в рекрутинге

Согласно исследованию, проведенному компанией HeadHunter, внутренний рекомендательный поиск персонала относится к более предпочтительной форме рекрутинга. С помощью внутреннего рекомендательного рекрутинга 44% работодателей закрывают до 10% всех

вакансий [2]. Более половины HR-специалистов используют реферальный метод привлечения персонала при поиске высококвалифицированных специалистов. Так, например, программа «Приведи Друга» компании «РосПром Персонал» эффективно показала себя в поиске рабочих высокой квалификации, дефицит которых наблюдается в отечественном машиностроении. Поскольку коллеги оказываются более компетентными в оценке профессиональных навыков сотрудника, нежели рядовые рекрутеры, то качество персонала, привлеченного при помощи реферальных программ, выше, чем при приеме через отдел рекрутинга. Опыт успешных практиков подтверждает высокую эффективность технологии рекомендательного рекрутинга для привлечения ценных сотрудников и закрытия сложных вакансий. Общая польза выражается в экономии бюджета и времени, в подборе более качественных сотрудников. Такие программы сокращают расходы на поиск сотрудников через кадровые агентства. Показатели конверсии реферального набора в разы могут превышать другие методы подбора сотрудников [8].

Отмечая неоспоримые преимущества использования программ реферального рекрутинга для поиска персонала и закрытия вакансий, следует отметить тот факт, что отечественные компании, в отличие от зарубежных, не достаточно активно используют метод рекомендательного рекрутинга. «Об этом наглядно свидетельствуют данные кадровых агентств: если в России с помощью рекомендательного рекрутинга находят работу около десяти процентов работников, то в Америке и Европе этот показатель равен шестидесяти и больше процентам» [5; 7]. Низкий уровень использования данного метода закрытия вакансий российскими компаниями в современных условиях можно объяснить ограниченными бюджетами, недостатком временных ресурсов, а также неосведомленностью о преимуществах данной практики. Однако в силу экономической выгоды популярность рекомендательного рекрутинга с каждым годом растет.

Рассмотрим несколько примеров успешной реализации программ реферального рекрутинга в российских компаниях.

Компания F-Technology ищет IT-экспертов через своих сотрудников. Если сотрудник привел в команду талантливого и опытного разработчика, он получает денежное вознаграждение. На сайте Уральского завода гражданской авиации (УЗГА) размещено объявление: «Деньги за рекомендацию. Посоветуй кандидата – получи вознаграждение». В настоящее время завод набирает по 80-90 сотрудников

в месяц на новые проекты. С 2018 г. завод нанял по рекомендации 10 квалифицированных рабочих и инженеров [3].

Крупная IT-компания ICL Services эффективно реализует программу реферального рекрутинга: на корпоративном сайте компании отлично описаны условия данной программы, а также есть возможность для персонала подписаться на актуальные вакансии [1].

«Райффайзенбанк» уже полтора года использует рекомендательный рекрутинг в Омском IT-подразделении Raiffeisen TechCenter и ищет опытных разработчиков, системных аналитиков, тестировщиков и инженеров. За девять месяцев 2019 г. по рекомендациям Райффайзенбанк нанял 401 сотрудника. А в «Тинькофф банке» за рекомендацию на вакансию в операционные подразделения сотрудник получает 5000 руб., а за рекомендацию друга на IT-вакансию – вознаграждение во внутренней валюте T-game [3].

В компании «Евросеть» реферальная программа действует как мотивационная акция «Создай свою Команду». Смысл ее заключается в самом названии: каждый работник имеет шанс создать собственный коллектив единомышленников и при этом еще получить материальный бонус за эффективного новичка. Ключевым фактором отсева кандидатов являются определенные корпоративные стандарты [5].

«Несмотря на то, что в большинстве самых эффективных программ применяются поощрения, чаще всего их главная мотивационная составляющая не относится к финансовым стимулам» [6]. Так, некоторые российские компании сознательно отказались от использования денежного стимулирования рефералов в пользу более оригинальных способов поощрения. К примеру, НИПК «Электрон» устраивает конкурсы для всех участников рекомендательного рекрутинга, главные призы разыгрываются в беспроигрышной лотерее. В качестве вариантов выигрыша предлагаются подарочные наборы с символикой компании. У самых активных рекомендателей больше шансов получить подарочные карты, так как им предоставлялась возможность участвовать в лотерее неоднократно. По окончании мероприятия на корпоративном портале компании размещаются фотографии церемонии награждения [5].

В заключение отметим, что те отечественные компании, которые осознанно используют современные технологии поиска и подбора персонала, обеспечивают себя достаточно эффективным инструментом закрытия вакансий наиболее надежными кандидатами. На фоне традиционных источников поиска персонала этот канал найма

имеет высокую конверсию, генерируя большой объем новых сотрудников с высокой производительностью при относительно низких затратах.

Список использованной литературы

1. 8 ключевых инструментов внешнего hr-маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marhr.ru/8-klyuchevyh-instrumentov-vneshnego-hr-marketinga/>

2. Как работа над HR-брендом влияет на подбор персонала? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rostov.hh.ru/article/13570>

3. Компании все чаще платят сотрудникам за рекомендации кандидатов на вакансии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2019/10/23/814550-kompanii-platyat>

4. Миргородская О.Н. Программы реферального рекрутинга как эффективный маркетинговый инструмент привлечения персонала // Современные проблемы экономики, права и бизнеса посткоронавирусного кризиса: сборник научных трудов международной научно-практической онлайн-конференции. – М.: Знание-М, 2020. – 272 с.

5. Принцип протезе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.classs.ru/stati/menejment1/printsip_protezhe.html

6. Программы рекомендательного рекрутинга: лучшие практики, необходимые вашему бизнесу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hrm.ru/programmy-rekomendatel'nogo-rekrutinga-luchshie-praktiki-dlja-vashego-biznesa>

7. Рекомендательный рекрутинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://altaempresa.ru/rekomendatelnyiy-rekruting/>

8. Реферальный рекрутинг. Кейс одной компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/turbo/h/hr-elearning.ru/referralnyy-rekruting-keys-agenstva-zanyatosti>

Миронова О.А.

ПРИМЕНЕНИЕ ПОКОЛЕНЧЕСКОГО ПОДХОДА В МЕНЕДЖМЕНТЕ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

В современном обществе важнейшим фактором экономического роста становится интеллектуальный капитал, человек как уни-

кальное сочетание знаний, умений, навыков, талантов, способностей, жизненного опыта, нравственных качеств и ценностных ориентиров, предопределяемых, в том числе, принадлежностью к определенным поколениям. Все более яркое проявление тенденций постиндустриального перехода в России обуславливает необходимость трансформации технологий управления человеческими ресурсами и адаптации подходов, применяемых в управлении персоналом к современной реальности. В этой связи представляется актуальным использование поколенческого подхода в управлении человеческим капиталом российских компаний.

С учетом адаптации теории поколений Хоува – Штрауса к современной экономико-демографической ситуации в России и специфике ее исторического развития в XX-XXI вв. можно выделить три основных поколения, проявляющих в настоящее время наибольшую экономическую активность и в наибольшей степени интересующих работодателей: беби-бумеры (1943-1963 г.р., затухающая динамика экономической активности, снижающийся интерес российских работодателей); поколение X или иксы (1963-1983 г.р., чья экономическая активность будет еще некоторое время оставаться высокой в связи с увеличением возраста выхода на пенсию, борьба за интерес российских работодателей); поколение Y, игретки или миллениалы (1983-2003 г.р., повышающаяся экономическая активность, растущие интересы со стороны работодателей, однако одновременно – растущий интерес к самозанятости со стороны самих представителей данного поколения) [1].

Численное соотношение представителей перечисленных четырех поколений представлено на рисунке 1.

В ближайшие годы на смену все большему числу уходящих на пенсию беби-бумеров и старших иксов станут приходить представители поколения Z (2000 г.р. и младше). В настоящее время зетов можно считать экономически активными с определенной долей условности: это преимущественно старшеклассники и студенты младших курсов. Сейчас на данное поколение приходится 16,3% населения России или 26,4 млн человек. С 2010 года происходит расщепление ценностей внутри самого поколения Z, что позволяет говорить о выделении нового поколения – Альфа, которое одни исследователи рассматривают как совершенно новое явление, другие же считают его некой «модификацией зетов». Ценности более старших представителей поколения Z определяет эпоха цифровизации, базовые же ценно-

сти поколения Альфа формируются в данный момент, во многом они будут определяться текущей ситуацией, возникшей в связи с пандемией коронавируса. Однако в данном исследовании речь пойдет только об экономически активных поколениях.

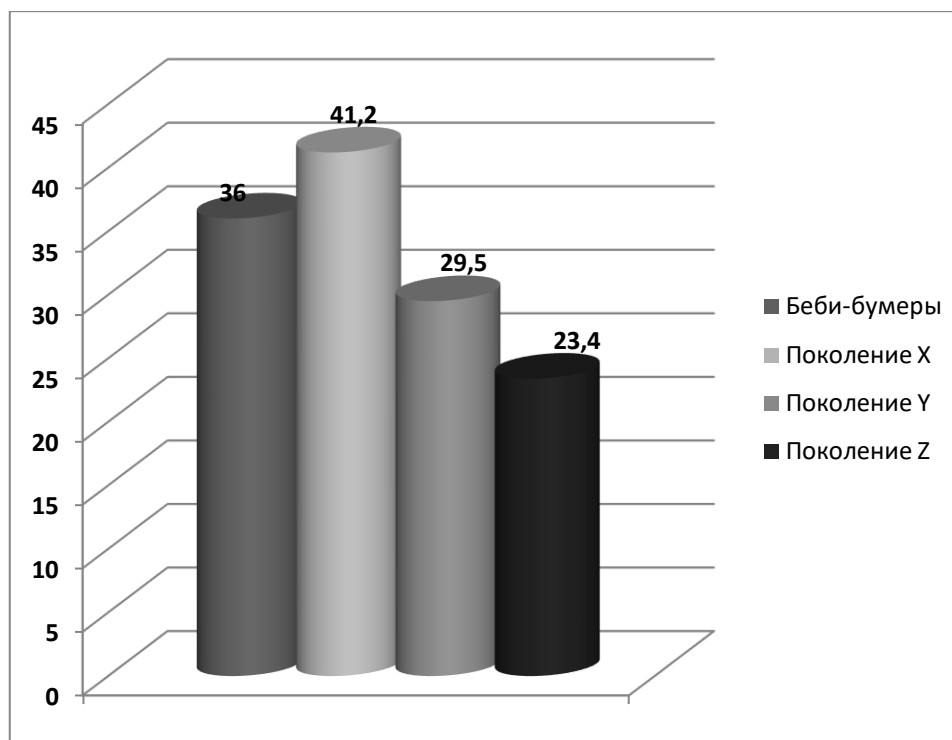


Рисунок 1 – Численное соотношение российских представителей наиболее экономически активных поколений и поколения Z

Специфика каждого из этих поколений обуславливает необходимость дифференцированного подхода к управлению трудовыми коллективами, состоящими, как правило, из представителей разных возрастных групп. Задача руководителей современных организаций и HR-менеджеров сегодня заключается не только в дифференциации системы трудовой мотивации для беби-бумеров, иксов и игреков, но и в применении таких моделей управления человеческими ресурсами организации, которые позволили бы достичь синергетического эффекта от взаимодействия представителей различных поколений в процессе выполнения ими трудовых задач и максимально эффективно использовать сильные стороны каждого из них для достижения корпоративных целей.

Для представителей поколения беби-бумеров нормальной и привычной карьерной траекторией является вертикальный рост, гори-

горизонтальные перемещения могут быть рассмотрены ими как наказание. Основной мотивацией беби-бумеров может стать возможность проявить властные полномочия. В частности, если беби-бумер является специалистом, а не руководителем, стимулом для него станет возможность проявить лидерские качества в командной работе. В работе для беби-бумеров важна определенность, под которой они понимают четко очерченный круг обязанностей, стабильный официальный заработок, регулярный оплачиваемый отпуск, длительный срок работы на одном месте с поощрением за это.

Иксы, среди которых много перфекционистов, считают, что эмоции и дружеские отношения в трудовом коллективе лучше способствуют достижению поставленных целей, чем сугубо деловые отношения между коллегами, поэтому предпочитают командный стиль работы и стремятся к формированию корпоративной культуры. При этом представители поколения X считают себя не просто хорошими специалистами, а профессионалами, уникальными в своем деле. Они свободолюбивы, готовы инвестировать в самообразование и саморазвитие. Как правило, представители поколения Икс – это люди, которые умеют и любят учиться и ценят такую возможность, поэтому в качестве поощрения для них эффективна профессиональная переподготовка или повышение квалификации за счет компании, что, несомненно, окупится. Тем не менее главными стимулами для представителей поколения X остаются все же материальные – повышение зарплаты, премии, иные денежные выплаты.

Идущие за ними следом игреки также обладают высокой степенью индивидуализма, что может выражаться в бунтарстве и противопоставлению себя жестким рамкам корпоративной культуры. Становление личности игреков совпало с широким развитием интернет-технологий, поэтому они, в отличие от представителей всех предшествующих поколений, быстро и легко ориентируются в цифровой среде, но именно поэтому им сложнее коммуницировать в реальности [2].

С учетом того, что в настоящее время бизнес смещает акценты именно на специфику игреков, современным HR-менеджерам при разработке концепций управления персоналом следует ориентироваться на следующие базисные пункты, соблюдение которых поможет привлечь и удержать в компании представителей данного поколения:

– нестандартное описание вакансии и функционала работника, что обусловлено нетривиальным мышлением представителей поколения Y;

– гибкий график и возможность удаленной работы, что в настоящее время было достаточно успешно опробовано в условиях пандемии новой коронавирусной инфекции;

– четкость и кратковременный характер задач, которые ставятся перед работником, поскольку для игроков, как правило, не существует долгосрочных горизонтов планирования;

– подбор заданий с учетом интересов работника, поскольку если работа кажется игроку рутинной и неинтересной, он увольняется, невзирая на величину оклада;

– публичное подтверждение заслуг, что воспринимается игроками аналогично «лайкам» в социальных сетях;

– возможность обучения за счет компании, в том числе дистанционного;

– креативное оформление рабочего места, возможность для работника самому выбрать дизайн своего кабинета или рабочего стола.

Таким образом, проведенное исследование показывает, что в современных условиях при разработке модели управления персоналом как крупных компаний, так и предприятий малого и среднего бизнеса HR-менеджерам следует отказаться от упрощенных унифицированных подходов и стандартизации функционала работников и перейти к разработкам в рамках единой миссии компании дифференцированных с точки зрения теории поколений программ подбора и расстановки кадров, стратегий удержания квалифицированных специалистов, системы мотивации и контроля. Данное предложение может иметь практическую значимость почти во всех сферах современного частного бизнеса, а также в организациях государственного сектора.

Разработка подобных программ требует изменения всей системы кадрового менеджмента для большинства компаний, что потребует более глубокого изучения особенностей экономического поведения представителей различных поколенческих групп, их социальной психологии, а также личностных качеств конкретных работников данных предприятий и организаций. Тем не менее учет поколенческого аспекта в управлении персоналом позволит достичь экономического эффекта в виде минимизации потерь от текучести, ошибок в подборе и расстановке кадров, производственных конфликтов и т.д.

Список использованной литературы

1. Митрофанова Е. Использование прикладных аспектов теории поколений при формировании социальной, корпоративной и государственной политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.demoscope.ru/weekly/2009/0381/student03.php#_FNR_1 (дата обращения: 21.09.2020 г.).
2. Шамис Е., Антипов А. Теория поколений. – М.: Институт «Синергия», 2016.

Михов О.М., Шаталова Н.В.

ИНСТРУМЕНТАРИЙ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ В ЗАДАЧАХ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ

Определяя теоретические аспекты понятия «машинное обучение», можно дать следующие описания [1]:

- это подраздел искусственного интеллекта, который занимается построением алгоритмов, способных обучаться самостоятельно;
- это класс методов искусственного интеллекта, характеристикой которого выступает не решение задач, а обучение в процессе применения решений множества сходных задач.

Авторы книги «Самообучающиеся системы» С.И. Николенко и А.Л. Тулупьев отмечают, что отличительным свойством алгоритма машинного обучения является его способность улучшать свое поведение по мере накопления опыта [1].

Инженер-программист компании Google Дж. Грас рассматривает цифровые технологии машинного обучения как процесс создания и применения моделей, извлеченных из данных в результате обучения [2].

Цель применения машинного обучения в логистике предприятий – делать прогнозы, основанные на ранее определенных тенденциях и свойствах. Используя алгоритмы машинного обучения, у предприятия есть возможность анализировать большие базы данных без включения человека в этот процесс. Иными словами, машинное обучение – это способ поставить аналитику больших данных на автоматизированный поток при помощи цифровых технологий [3].

По мнению Черкасова Д.Ю. и Иванова В.В., методами машинного обучения, которые могут быть применимы в рамках управления логистическими процессами, могут выступать [4]:

– контролируемое обучение – машине указываются входные и выходные данные, на основе которых проводится обучение. Машинное обучение применяет ранее изученную информацию к новым объектам исследования;

– неконтролируемое обучение – машине не указываются метки и теги, из-за чего у нее есть свобода действий при обучении. Задачами такого метода выступает анализ доступной базы больших данных, исходя из которой формируются собственные выводы. Неконтролируемое машинное обучение используется с целью обнаружения скрытых шаблонов в данных, анализируемых технологией искусственного интеллекта;

– обучение в действии – программное обеспечение машины взаимодействует с изменяющейся внешней средой, в рамках которой стоит выполнение определенной задачи;

– наполовину управляемое машинное обучение – машине указываются определенные входные данные, а выходные не устанавливаются.

В рамках логистической деятельности российских компаний могут быть использованы следующие инструменты машинного обучения [5]:

– агрегация заказов клиентов и тщательное распределение нагрузки на логистические потоки, чтобы оптимально загрузить транспортные средства;

– финансовое прогнозирование стоимости поездок и доставки товарно-материальных ценностей с одного пункта во второй;

– формирование эффективных маршрутов и направлений движения транспортных средств;

– оптимизация расписаний эксплуатации оборудования за счет выявленных закономерностей;

– прогнозирование аварийных случаев, используя данные прошлого периода;

– компьютерное зрение для обеспечения безопасности зон, не предназначенных для посторонних, контроля остатков на складе, мониторинга отгрузки товаров;

– автоматизированная система безопасности функционирования склада и процедуры отгрузки/загрузки товаров;

– распознавание речи для обслуживания потребителей.

Преимуществами применения методов машинного обучения в управлении логистическими процессами предприятия выступают такие характеристики, как [6; 7]:

- ускорение принятия решений, поскольку машинное обучение включает в себя автоматизацию при помощи применения цифровых сервисов и технологий искусственного интеллекта и нейронных связей;

- высокая способность к адаптации, которая формируется за счет постоянного анализа исторических событий внутри большой базы данных логистической системы предприятия;

- алгоритмический бизнес, суть которого заключается в том, что методы машинного обучения в управлении логистическими процессами организации формируют новые бизнес-модели, продукты и возможные услуги по логистике или формированию цепочки поставок;

- более глубокая систематическая аналитика базы данных области управления логистическими процессами предприятия, поскольку искусственный интеллект имеет потенциал в разы выше, чем человеческий интеллект;

- высокая операционная и экономическая эффективность, поскольку применение методов машинного обучения в управлении логистическими процессами компании позволяет составлять более точные планы и прогнозы, автоматизировать логистические задачи, сократить трудовые и финансовые затраты, а также устранять ошибки, которые связаны с так называемым человеческим фактором;

- оптимизация результатов от запуска умных операций на основе анализа новых возможностей и рисков до точного прогноза результатов решения еще до его принятия.

Согласно исследованиям [8] к 2020 году 95% поставщиков в цепи поставок будут полагаться на контролируемое и неконтролируемое машинное обучение в своих решениях. Также прогнозируется, что к 2023 году интеллектуальные алгоритмы и методы искусственного интеллекта станут встроенным или расширенным компонентом в 25% всех технологических решений цепи поставок.

Таким образом, можно прийти к заключению о том, что, используя алгоритмы машинного обучения, у предприятия есть возможность анализировать большие базы данных без включения человека в этот процесс. Иными словами, машинное обучение – это способ поставить

аналитику больших данных на автоматизированный поток при помощи цифровых технологий.

В рамках логистической деятельности российских компаний могут быть использованы следующие инструменты машинного обучения: агрегация заказов клиентов и тщательное распределение нагрузки на логистические потоки, финансовое прогнозирование стоимости поездок и доставки товарно-материальных ценностей, формирование эффективных маршрутов и направлений движения транспортных средств, оптимизация расписаний эксплуатации оборудования, прогнозирование аварийных случаев, автоматизированная система безопасности и распознавание речи для обслуживания потребителей.

При этом ключевыми преимуществами от практического внедрения и применения методов машинного обучения российскими предприятиями в области управления своими логистическими процессами выступают: ускорение принятия решений, высокая способность к адаптации, создание алгоритмического бизнеса, более глубокая систематическая аналитика базы данных области управления логистическими процессами предприятия, высокая операционная и экономическая эффективность и оптимизация результатов от запуска умных операций на основе анализа новых возможностей и рисков до точного прогноза результатов решения еще до его принятия.

Список использованной литературы

1. Николенко С.И., Тулупьев А.Л. Самообучающиеся системы. – М.: МЦНМО, 2009.
2. Грас Дж. Data Science. Наука о данных с нуля: пер. с англ. – СПб.: БХВ-Петербург, 2017.
3. Машинное обучение в транспортных перевозках и логистике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.heyml.com/машинное-обучение-в-транспортных-перевозках-и-логистике-d134d3ee2e69> (дата обращения: 03.10.2020).
4. Черкасов Д.Ю., Иванов В.В. Машинное обучение // Наука, техника и образование. – 2018. – № 5 (46).
5. Горяинов А.Н. Машинное обучение в логистических и транспортных системах / Наукове партнерство «Центр наукових технологій». – Харків: НП «ЦНТ», 2020. – С. 34-42.
6. Что такое машинное обучение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sap.com/cis/insights/what-is-machine-learning.html> (дата обращения: 03.10.2020).
7. Алгоритм машинного обучения умеет находить закономерности в данных, которые не видит человек [Электронный ресурс]. – Режим досту-

па: <https://www.hse.ru/news/science/206148024.html> (дата обращения: 03.10.2020).

8. Louis Columbus. How to improve supply chains with machine learning: 10 proven ways [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cloudcomputing-news.net/news/2019/may/22/how-toimprove-supply-chains-with-machine-learning-10-proven-ways/> (дата обращения: 03.10.2020).

Соленая С.В.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТАМОЖНИ

В 2020 году ФТС России в соответствии со Стратегией развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года были реализованы мероприятия по созданию и организации работы электронных таможен и их взаимодействия с таможенными фактического контроля. Ранее ФТС России были выработаны концептуальные подходы к организации деятельности региональных электронных таможен и таможен фактического контроля, касающиеся структуры и взаимодействия электронных таможен и таможен фактического контроля [1].

Региональная электронная таможня (далее – РЭТ) – специализированный таможенный орган, компетентный совершать таможенные операции исключительно в электронной форме. В структуре РЭТ предусмотрено функционирование одного центра электронного декларирования (далее – ЦЭД). Взаимодействие ЦЭД с таможенными постами фактического контроля, в регионе деятельности которых фактически располагаются товары, осуществляется с применением технологии удаленного выпуска товаров [3].

При организации информационного взаимодействия ЦЭД с таможенными постами фактического контроля исходили из того, что ЦЭД, подчиненный РЭТ, взаимодействует с любыми таможенными постами фактического контроля (далее – ТПФК) своего РТУ, а при декларировании товаров участником ВЭД низкого уровня риска с ТПФК по всей России специализированный ЦЭД взаимодействует с любым ТПФК своей таможни.

Разработаны типовые положения об электронной таможне и таможне фактического контроля, определены компетенции по совершению таможенных операций с отдельными категориями товаров, раз-

работан план модернизации информационно-программных средств, входящих в ЕАИС таможенных органов.

В соответствии с намеченными планами в 2018 году были проведены организационно-штатные мероприятия в Приволжском, Уральском и Северо-Кавказском таможенных управлениях. В 2019 году такие мероприятия осуществляются в Сибирском таможенном управлении и таможнях московского авиаузла. В октябре 2020 года аналогичные мероприятия, завершающие реализацию процесса реформирования таможенных органов, завершены в Центральном, Северо-Западном, Южном и Дальневосточном управлениях. В Ростове-на-Дону открыта Южная электронная таможня (далее – ЮЭТ), к Ростовской таможне присоединена Миллеровская и Таганрогская таможни [4].

Опыт создания и функционирования первых электронных таможен и центров электронного декларирования позволил обобщить и сформулировать типичные проблемы, заблаговременное решение которых позволит процесс реформирования таможенных органов без серьезных затруднений. Их можно объединить в три группы: организационные, технологические и технические. Рассмотрим возникающие проблемы и возможные пути их решения более подробно.

В блоке организационных проблем одной из важнейших является проблема кадрового потенциала. Укомплектованность ЦЭД в настоящее время не является стопроцентной, т.к. это связано со спецификой их местонахождения (один ЦЭД на регион), функционирования (сменный режим работы, а в перспективе, возможно, и круглосуточный), большими объемами оформления, сжатыми сроками совершения таможенных операций и высоким уровнем ответственности при принятии решения. Все это обуславливает повышенные требования к уровню подготовки должностных лиц, их профессиональным, моральным и деловым качествам.

С учетом опыта создания первых электронных таможен и центров электронного декларирования в Приволжском, Уральском и Северо-Кавказском таможенных управлениях для решения вопросов, связанных с укомплектованием должностными лицами создаваемых РЭТ и ЦЭД, следует заблаговременно проводить комплексную работу, включающую в том числе мероприятия по определению потребности в кадрах с учетом установленных требований к профессиональному уровню должностных лиц, определению способа восполнения потребности в кадрах (внутренние и внешние источники), проведе-

нию разъяснительной работы с должностными лицами о предстоящих организационно-штатных мероприятиях.

В целях комплектования должностей в указанных таможенных органах, дальнейшей адаптации должностных лиц на рабочих местах и создания благоприятных условий для их работы представляется необходимым:

- активизировать работу по трудоустройству в таможенные органы выпускников РГЭУ (РИНХ);

- уделить особое внимание работе по формированию кадрового резерва и его дальнейшему использованию (в том числе с участием профильных структурных подразделений таможенных органов) с одновременным расширением практики применения различных методов оценки, предусмотренных законодательством, в целях выявления наиболее подготовленных претендентов;

- организовать обучение на рабочих местах должностных лиц с привлечением опытных специалистов функциональных отделов таможни;

- активнее использовать в ЮЭТ институт наставничества.

Наиболее серьезное внимание необходимо уделить подготовке студентов в аспекте теоретической и практической подготовки.

Представляется важным актуализировать действующие образовательные программы для формирования практических навыков работы в ЦЭД и организовывать производственные практики непосредственно в ЦЭД Южной электронной таможни; расширить банк практических заданий (ситуационных задач), имитирующих работу ЦЭД; организовать преддипломную практику выпускников на базе ЮЭТ; рассмотреть возможность назначения и организации работы кураторов из числа должностных лиц ЮЭТ для проведения практических занятий студентов.

Для действующих должностных лиц ЦЭД (особенно вновь принятых) необходимо ввести программы дополнительной профессиональной полготовки в части совершения таможенных операций с привлечением специалистов-практиков (должностных лиц ЦЭД) и должностных лиц функциональных подразделений (отделов контроля таможенной стоимости, таможенных платежей, товарной номенклатуры и происхождения товаров, торговых ограничений и экспортного контроля).

К технологическим проблемам относится отсутствие в структуре ЭТ оперативно-розыскного отдела, что не позволяет исполнить положе-

ния приказа ФТС России [5] в части привлечения должностными лицами подразделений валютного контроля должностных лиц оперативно-розыскного отдела таможенного органа к проведению проверок соблюдения участниками ВЭД требований валютного законодательства Российской Федерации и актов органов валютного регулирования (далее – валютное законодательство).

Полагаем возможным в целях решения данного вопроса разработать порядок взаимодействия ЭТ и оперативной таможни, в соответствии с которым все материалы с признаками преступлений по фактам нарушений требований валютного законодательства передаются в соответствующую оперативную таможню, осуществляющую полномочия в установленной сфере деятельности в данном регионе.

По вопросу совершения таможенных операций, направленных на взыскание задолженности по уплате таможенных платежей, специальных, антидемпинговых, компенсационных пошлин, процентов и пеней важно отметить, что ЭТ и ЦЭД должны осуществлять свои функции в пределах компетенции, установленной нормативными правовыми актами ФТС России. При этом общим положением о таможне на должностных лиц ЭТ не возложены функции по контролю принятия мер взыскания задолженности по таможенным платежам, в том числе взаимодействие с таможней фактического контроля, в связи с чем данные функции должны осуществляться должностными лицами отдела таможенных платежей регионального таможенного управления.

При решении технических вопросов необходимо обеспечить завершение комплексного тестирования всех информационных программных средств, задействованных в процессе декларирования товаров, в том числе корректность настроек взаимодействия с базами данных, а также своевременное обновление всех справочников из состава нормативно-справочной информации.

Список использованной литературы

1. Стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 года: Распоряжение Правительства РФ № 2575-р от 28.12.2012 (по состоянию на 01.09.2020) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: СПС «КонсультантПлюс».

2. Об электронных таможнях: Письмо ФТС России от 25.12.2017 № 01-11/73654 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: СПС «КонсультантПлюс».

3. Об утверждении Порядка совершения таможенных операций при таможенном декларировании в электронной форме товаров, находящихся в

регионе деятельности таможенного органа, отличного от места их декларирования: Приказ Федеральной таможенной службы России № 845 от 22.04.2011 (по состоянию на 01.09.2020) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: СПС «КонсультантПлюс».

4. О создании Южной электронной таможни: Приказ ФТС России от 16.04.2020 № 377 (по состоянию на 01.09.2020) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: СПС «КонсультантПлюс».

5. Об организации взаимодействия подразделений валютного контроля, оперативных подразделений и подразделений дознания таможенных органов Российской Федерации при выявлении признаков, предусмотренных статьями 193 и 193Л Уголовного кодекса Российской Федерации: Приказ Федеральной таможенной службы России от 12.12.2016 № 2328 (по состоянию на 01.09.2020) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: СПС «КонсультантПлюс».

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

1. Li Jie – Teacher of International Economic and Trade Hangzhou Dianzi University Information Engineering School (HZIEE).
2. Абрамова Елена Ричардовна – д.э.н., доцент, профессор кафедры предпринимательства и логистики РЭУ им. Г.В. Плеханова.
3. Авакян Сергей Александрович – соискатель кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).
4. Акопова Елена Сергеевна – д.э.н., профессор кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).
5. Альбеков Адам Умарович – президент Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), заслуженный деятель науки РФ, д.э.н., профессор кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).
6. Андреева Ольга Валентиновна – к.э.н., доцент, руководитель центра стратегических исследований социально-экономического развития юга России Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).
7. Арустамов Игорь Артурович – аспирант кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).
8. Афанасенко Иван Дмитриевич – д.э.н., профессор, заслуженный деятель науки РФ, заслуженный работник высшей школы РФ.
9. Ахмадов Магомед Асламбекович – старший преподаватель кафедры менеджмента инноваций и бизнеса Грозненского государственного нефтяного технического университета им. академика М.Д. Миллионщикова.
10. Ахмедова Гулесар Тахировна – аспирант, ассистент кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).
11. Барауля Елена Владимировна – к.э.н., доцент кафедры товароведения и управления качеством Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).
12. Богданова Раиса Мансуровна – к.э.н., доцент кафедры экономики региона, отраслей и предприятий Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

13. Бодягин Олег Валерьевич – начальник управления международного сотрудничества Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), к.э.н., доцент кафедры мировой экономики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

14. Борзенко Ксения Витальевна – аспирант кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

15. Борисова Вера Викторовна – д.э.н., профессор кафедры логистики и управления цепями поставок Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

16. Будяков Андрей Николаевич – аспирант кафедры экономики и управления на предприятии ГГНТУ им. академика М.Д. Миллионщикова.

17. Вовченко Наталья Геннадьевна – д.э.н., профессор, проректор по научной работе и инновациям Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

18. Воеводская Алина Сергеевна – магистрант Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

19. Гвилия Наталья Алексеевна – к.э.н., доцент кафедры логистики и управления цепями поставок Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

20. Гетта Антон Александрович – аспирант кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

21. Гиссин Виталий Исаевич – д.э.н., профессор кафедры товароведения и управления качеством Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

22. Гончарова Н.С. – к.э.н., доцент кафедры мировой экономики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

23. Горшакова Виктория Игоревна – магистрант кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

24. Гринченко Кристина Викторовна – аспирант кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

25. Гузенко Наталья Владимировна – к.э.н., доцент кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

26. Дадаян Наринэ Аркадьевна – доцент кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

27. Дзотцоева Кристина Александровна – к.э.н., доцент кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

28. Дмитриева Валерия Дмитриевна – младший научный сотрудник Центра стратегических исследований социально-экономического развития юга России Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

29. Дыбская Валентина Владимировна д.э.н., профессор Департамента операционного менеджмента и логистики Высшей школы бизнес, Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

30. Евстафьева Елена Михайловна – д.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

31. Евтодиева Татьяна Евгеньевна – д.э.н., доцент, профессор кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

32. Егоров Игорь Сергеевич – магистрант кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

33. Ерохина Татьяна Борисовна – д.э.н., профессор кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

34. Замаараева Елена Николаевна – преподаватель колледжа Уральского государственного экономического университета.

35. Иванченко Олеся Валерьевна – к.э.н., доцент кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

36. Исраилова Элима Адамовна – д.э.н., доцент, профессор кафедры мировой экономики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

37. Каточков Виктор Михайлович – д.э.н., профессор, зав. кафедрой логистики и коммерции Уральского государственного экономического университета.

38. Коваленко В.А. – магистрант кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

39. Кононова Анна Данииловна – магистрант кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

40. Костоглодов Дмитрий Дмитриевич – д.э.н., профессор, декан факультета торгового дела Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

41. Кравцов С.С. – к.э.н., старший преподаватель кафедры уголовного процесса Ростовского юридического института.

42. Кузнецов Виталий Андреевич – аспирант кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

43. Кузнецов Николай Геннадьевич – д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономической теории, научный руководитель Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

44. Куликова Ирина Викторовна – к.э.н., доцент кафедры международной торговли и таможенного дела Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

45. Кулькова Елена Петровна – к.ф.н., доцент кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

46. Лавренченко С.С. – старший преподаватель кафедры анализа хозяйственной деятельности и прогнозирования Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

47. Ларионов Валерий Глебович – д.э.н., профессор кафедры экономики и организации производства МГТУ им. Н.Э. Баумана.

48. Ларионова Каролина Александровна – д.э.н., доцент кафедры экономической теории Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

49. Лопаткин Герман Анатолиевич – министр информационных технологий и связи Ростовской области.

50. Лю Съцзя – аспирант кафедры логистики и управления цепями поставок Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

51. Макаренко Елена Николаевна – д.э.н., профессор, ректор Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

52. Максименко Виктория Александровна – специалист по закупкам Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

53. Максименко Виктория Александровна – специалист по закупкам отдела закупок Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

54. Мезинова Инга Александровна – к.э.н., доцент кафедры мировой экономики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

55. Миргородская Ольга Николаевна – к.э.н., доцент, профессор кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

56. Миронова Ольга Александровна – к.э.н., доцент кафедры экономики регионов, отраслей и предприятий Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

57. Михов Олег Михайлович – младший научный сотрудник лаборатории проблем организации транспортных систем Института проблем транспорта им. Н.С. Соломенко Российской академии наук.

58. Нью Цзяхуэй – аспирант кафедры логистики и управления цепями поставок Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

59. Отроков Олег Юрьевич – к.полит.н., советник президента Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

60. Парфенов Александр Викторович – д.э.н., профессор кафедры логистики и управления цепями поставок Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

61. Пархоменко Татьяна Валерьевна – д.э.н., доцент, профессор кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

62. Патракеева Ольга Юрьевна – к.э.н., ведущий научный сотрудник, заведующая лабораторией региональной экономики Федерального исследовательского центра ЮНЦ РАН.

63. Перепелица Алина Олеговна – аспирант кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

64. Петренко А.М. – магистрант кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

65. Пивоварова Галина Борисовна – к.э.н., доцент кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

66. Пиливанова Елена Кшгоровна – к.э.н., доцент кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

67. Писарева Екатерина Владимировна – д.э.н., доцент, профессор кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

68. Попова Анастасия Андреевна – к.э.н., доцент кафедры экономической теории Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

69. Пржедецкая Наталия Витовна – д.э.н., доцент, профессор кафедры экономической теории Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

70. Проценко Инга Олеговна – д.э.н., профессор кафедры международной коммерции ВШКУ РАНХиГС при Президенте РФ.

71. Рамазанов Рамазан Абдулмеджидович – аспирант кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

72. Родионова Наталья Дмитриевна – д.э.н., доцент, профессор кафедры экономической теории Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

73. Рощина Лидия Николаевна – д.э.н., доцент, профессор кафедры международной торговли и таможенного дела Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

74. Савин Глеб Владимирович – к.э.н., доцент кафедры логистики и коммерции Уральского государственного экономического университета.

75. Сазонов Д.В. – магистрант Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

76. Сергеев Виктор Иванович – д.э.н., профессор, заведующий кафедрой управления цепями поставок НИУ ВШЭ, Москва.

77. Сергеев Игорь Викторович – к.э.н., доцент кафедры информационных систем и технологий в логистике НИУ ВШЭ, Москва.

78. Сизов Павел Леонидович – аспирант Уральского государственного экономического университета.

79. Сковороднева Екатерина Васильевна – ассистент кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

80. Соленая Светлана Валентиновна – к.э.н., доцент, зав. кафедрой международной торговли и таможенного дела Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

81. Сопченко Анна Алексеевна – аспирант кафедры финансов Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

82. Сюедун Цзя – магистрант Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

83. Тимонин Артем Александрович – к.э.н., ведущий специалист отдела контроля работы предприятий транспорта Министерства транспорта Ростовской области.

84. Третьяченко Татьяна Валентиновна – к.э.н., доцент кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

85. Троилина Анна Владимировна – старший преподаватель кафедры мировой экономики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

86. Тяглов Сергей Гаврилович – д.э.н., профессор кафедры экономики региона, отраслей и предприятий Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

87. Украинцева Дарья Вадимовна – аспирант Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

88. Украинцева Инна Валерьевна – д.э.н., доцент, профессор кафедры международной торговли и таможенного дела Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

89. Хакимова Мария Дерметхановна – аспирант кафедры маркетинга и рекламы Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

90. Халын Виктор Геннадьевич – к.э.н., доцент кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ), генеральный директор ООО «Северо-Кавказское логистическое предприятие».

91. Хапилин Анатолий Федорович – к.г.-м.н., доцент кафедры международной торговли и таможенного дела Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

92. Хапилин Станислав Анатольевич – д.э.н., доцент, профессор кафедры «Международная торговля и таможенное дело» Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

93. Хмельницкая Зинаида Борисовна – д.э.н., профессор кафедры логистики и коммерции Уральского государственного экономического университета.

94. Ценина Екатерина Владимировна – к.э.н., доцент кафедры предпринимательства и логистики Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова.

95. Чернобай Оксана Сергеевна – младший научный сотрудник Центра стратегических исследований социально-экономического развития юга России Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

96. Шаталова Наталья Викторовна – к.т.н., старший научный сотрудник лаборатории проблем организации транспортных систем Института проблем транспорта им. Н.С. Соломенко Российской академии наук.

97. Ян Чжэнь – аспирант Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

ЛОГИСТИКА VS COVID-19: ПОСЛЕДСТВИЯ, РИСКИ, НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РОСТА

Материалы международной научно-практической конференции

XVI Южно-Российский логистический форум

29–30 октября 2020 г.

Ответственный редактор

Заслуженный деятель науки Российской Федерации,

д.э.н., профессор

Адам Умарович Альбеков

Материалы печатаются в авторской редакции. Ответственность за содержание и редакционную подготовку представленных к публикации материалов несет автор.

Редактирование, корректура

Климова В.В.

Лазарева Ю.С.

Терещенко Э.В.

Саркисова Е.В.

Верстка

Саркисова Е.В.

Дизайн обложки

Климова В.В.

Изд. № 125/3672. Подписано в печать 26.10.2020. Бумага офсетная.

Гарнитура Times New Roman. Печать цифровая.

Объем 15,8 уч.-изд. л.; 20,0 усл. печ. л.

Формат 60x84/16. Тираж 500 экз. Заказ № 166.

344002, Ростов-на-Дону, Б. Садовая, 69, РГЭУ (РИНХ), к. 152.

Издательско-полиграфический комплекс РГЭ