

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Севастопольский государственный университет»

ISSN 2412-8376

2024

Т. 10 № 1

Выходит 4 раза в год

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

Издается с сентября
2015 года

ECONOMY AND MANAGEMENT: THEORY AND PRACTICE

COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS

Volume 10 • No 1 • 2024

Отраслевые и региональные экономические системы

Финансы, денежное обращение и кредит

Инновационное развитие

*Математические и инструментальные методы управления в
экономике*

Branch and regional economic systems

Finance, money circulation and credit

Innovative development

Mathematical and tool methods of economy

Учредитель и издатель:

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
Ул. Университетская, 33, Севастополь, 299053, Российская Федерация

Главный редактор

Пискун Е.И., д-р экон. наук, доцент

Редакционная коллегия:

Кокодей Т.А., д-р экон. наук, доцент, Намханова М.В., д-р экон. наук, доцент;
Посная Е.А., канд. экон. наук, доцент.

Ответственный секретарь – Хохлов В.В., канд. техн. наук, доцент.

Редакционный совет:

Суслов В.И., член-корреспондент РАН, д-р экон. наук, профессор (г. Новосибирск);
Антонюк В.С., д-р экон. наук, профессор (г. Челябинск); Байзаков Сайлау, д-р экон. наук,
профессор (г. Астана, Казахстан); Банникова Н.В., д-р экон. наук, профессор
(г. Ставрополь); Богачкова Л.Ю., д-р экон. наук, профессор (г. Волгоград);
Вачков Стефан, д-р экон. наук, профессор (г. Варна, Болгария); Вечкинзова Е.А., канд.
экон. наук, доцент, (г. Москва); Данилова О.В., д-р экон. наук, профессор (г. Москва);
Карп М.В., д-р экон. наук, профессор (г. Москва); Лавровский Б.Л., д-р экон. наук,
профессор (г. Новосибирск); Логунова Н.А., д-р экон. наук, доцент (г. Керчь);
Митрофанова И.В., д-р экон. наук, профессор (г. Ростов-на-Дону); Нижегородцев Р.М.,
д-р экон. наук, профессор (г. Москва); Санкова Л.В., д-р экон. наук, профессор
(г. Саратов); Санько Г.Г., д-р экон. наук, профессор (г. Минск, Республика Беларусь);
Симченко Н.А., д-р экон. наук, профессор (г. Симферополь); Чужмарова С.И. д-р экон.
наук, доцент (г. Сыктывкар); Шаховская Л.С., д-р экон. наук, профессор (г. Волгоград);
Яшина Н.И. д-р экон. наук, профессор (г. Нижний Новгород).

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-64119 от 25.12.2015
г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и
массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Издание рассчитано на научных работников, аспирантов, студентов. Сборник выходит 4 раза в
год.

*Сборник включен в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть
опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых
степеней доктора и кандидата наук», рекомендованный Высшей аттестационной
комиссией при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации.*

Сборник включен в базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ):
http://elibrary.ru/title_about.asp?id=56628.

Подписной индекс 33322. Свободная цена. 12+

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

Т. 10 • № 1 • 2024

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

СОДЕРЖАНИЕ

Отраслевые и региональные экономические системы

Барыкин С.Е., Вашкевич Н.П. Методика оценки социально-экономического эффект экосистемы инклюзивного туризма.....	5
Берсенева В.В., Леонова И.Л., Шкаруба В.И. Проблемы и перспективы развития анимационной деятельности при отелях на Крымском полуострове.....	13
Биттер Н.В., Мацюра Е.С., Быкова В.А. Современный овертуризм: региональные особенности, влияние на устойчивое развитие туристских территорий Алтайского края	23
Гордеев В.В., Столяров А.В., Абрамов В.И. Роль цифровых двойников в управлении производством и базовые принципы их создания.....	29
Каширина Е.С., Шабалина Н.В. Развитие туризма в Орлиновском муниципальном округе города Севастополя.....	40
Косовская М.А., Лямина Н.В. Разработка системы менеджмента качества при производстве игристых вин на ООО «Агрофирма «ЗОЛОТАЯ БАЛКА».....	49
Котляров И.Д. Розничные магазины с ограниченным доступом: особенности ведения деятельности.....	57
Наливайченко Е.В., Аблитаров Э.Р. Результативная динамика развития и система поддержки малого и среднего предпринимательства в России.....	70
Наливайченко Е.В., Кирильчук С.П. Рост производительности труда с переходом к технологиям «умного производства» в промышленности.....	82
Пискун Е.И., Скараник С.С., Верна В.В. Современные аспекты развития делового туризма в России.....	89
Рыбальченко Н.П., Андреева Л.А. Технология управления конкурентоспособностью новых регионов.....	96
Щербакова С.А., Швец Е.А. Влияние искусственного интеллекта на развитие розничной торговли в Российской Федерации.....	102
Шепелин Г.И. Подходы к разработке концепции стратегии цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта	115
Сведения об авторах.....	122

ECONOMY AND MANAGEMENT: THEORY AND PRACTICE

Vol. 10 • No 1 • 2024

COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS

CONTENTS

Branch and regional economic systems

Barykin S.E., Vashkevich N.P. Methodology for assessing the socio-economic effect of the inclusive tourism ecosystem	5
Berseneva V.V., Leonova I.L., Shkaruba V.I. Problems and prospects for the development of animation activities at hotels on the Crimean Peninsula	13
Bitter N.V., Matsyura E.S., Bykova V.A. Modern overtourism: regional characteristics, impact on the sustainable development of tourist territories in the Altai Territory.....	23
Gordeev V.V., Stolyarov A.V., Abramov V.I. The role of digital twins in production management and the basic principles of their creation.....	29
Kashirina E.S., Shabalina N.V. Development of tourism in the Orlinovsky municipal district of Sevastopol.....	40
Kosovskaya M.A., Lyamina N.V. Development of a quality management system for the production of sparkling wines at LLC "Agrofirm "ZOLOTAYA BALK"	49
Kotlyarov I.D. Restricted Retail Stores: Features conduct of business.....	57
Nalivaychenko E.V., Ablitarov E.R. Effective dynamics of development and support system for small and medium-sized businesses in Russia.....	70
Nalivaychenko E.V., Kirilchuk S.P. Labor productivity growth with the transition to technologies of "smart production" in industry.....	82
Piskun E.I., Skaranik S.S., Verna V.V. Modern aspects of the development of business tourism in Russia.....	89
Rybalchenko N.P., Andreeva L.A. Technology for managing the competitiveness of new regions.....	96
Shcherbakova S.A., Shvets E.A. The influence of artificial intelligence on the development of retail trade in the Russian Federation.....	102
Shepelin G.I. Approaches to developing a digital strategy concept transformation of economic entities of water transport.....	115
Information about authors	122

УДК 338.48

Методика оценки социально-экономического эффекта экосистемы инклюзивного туризма

С.Е. Барыкин¹, Н.П. Вашкевич²

^{1,2} Высшая школа сервиса и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, ул. Новороссийская, д. 50, 194021, Россия,

¹sbe@list.ru. ²natali.vashkevich@internet.ru

Статья поступила 21.04.2024

Аннотация

Основной тенденцией развития экономических систем в настоящее время является переход к экосистемной модели их функционирования. По этой причине экосистемный подход может быть выбран для управления взаимодействием стейкхолдеров туристской отрасли для развития инклюзивного туризма в Российской Федерации. Однако для принятия соответствующего решения необходима методика оценки социально-экономического эффекта экосистемы инклюзивного туризма, которая в настоящее время отсутствует. Цель данного исследования заключается в разработке такой методики. Авторами предложен набор частных показателей социально-экономического эффекта экосистемы инклюзивного туризма. Предложена методика расчета интегрального социально-экономического эффекта экосистемы инклюзивного туризма на основе свертки этих частных показателей. Предложено разделение показателей социально-экономического эффекта экосистемы инклюзивного туризма на статические и динамические. Дано подробное описание алгоритма проведения оценки социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма.

Ключевые слова: Инклюзивный туризм, экосистема инклюзивного туризма, социально-экономический эффект, частные показатели, интегральный показатель

JELcodes: L83, Z30, Z38

Method of evaluation of social and economic effect of the inclusive tourism ecosystem

S. E. Barykin¹, N. P. Vashkevich²

^{1,2} Graduate School of Service and Trade, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, ul. Novorossiyskaya, 50, 194021, Russia

¹sbe@list.ru. ²natali.vashkevich@internet.ru

Received 21.04.2024

Abstract

The main trend in the development of economic systems at present is the transition to an ecosystem model of their functioning. For this reason, an ecosystem approach can be chosen to organize the interaction of stakeholders in the tourism industry for the development of inclusive tourism in Russian Federation. However, a methodology for assessing the socio-economic effect of the inclusive tourism ecosystem is required in order to substantiate the decision about its launch. This methodology is absent in the literature. The purpose of this study is to develop such a methodology. The authors proposed a set of specific indicators of the socio-economic effect of the inclusive tourism ecosystem. A methodology is proposed for calculating the integral socio-economic effect of the inclusive tourism ecosystem based on the generalization of these particular indicators. It is proposed to divide the indicators of the socio-economic effect of the inclusive tourism ecosystem into static and dynamic. A detailed description of the algorithm for assessing the socio-economic efficiency of the inclusive tourism ecosystem is given.

Keywords: Inclusive tourism, inclusive tourism ecosystem, social and economic effect, specific indicators, integral indicator

Введение

Реализация государством мер по развитию инклюзивного туризма [1] требует выбора наиболее эффективной модели организации взаимодействия стейкхолдеров индустрии туризма. В настоящее время в качестве такой модели может быть использована экосистема [2, 3] (т. е. речь идет о формировании экосистемы инклюзивного туризма). Однако решение о ее создании предполагает оценку ее ожидаемого социально-экономического эффекта проводимых мероприятий. Речь идет именно о социально-экономическом эффекте, поскольку экосистема инклюзивного туризма ориентирована на повышение качества жизни людей с особыми потребностями, и поэтому оценки экономического эффекта (используемой при обосновании проектов, имеющих исключительно коммерческую направленность [4]) в данном случае недостаточно.

Отметим, что в настоящее время методика оценки социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма отсутствует. Это объясняется тем, что экосистема инклюзивного туризма представляет собой принципиально новую модель создания ценности в интересах людей с особыми потребностями. Необходимо подчеркнуть, что экосистемы в целом являются новой моделью организации хозяйственной деятельности [2, 3], и методик оценки их интегральной эффективности в доступной нам литературе предложено не было.

Цель исследования заключается в разработке методики оценки социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма.

Анализ последних исследований и публикаций

При изучении проблем оценки эффективности применительно к специфике индустрии туризма [5] специалисты ведут

исследования в трех основных направлениях:

- оценка эффективности отдельных предприятий туристической отрасли [6, 7, 8, 9, 10] (в т. ч. и работающих на рынке инклюзивного туризма [11]), а также отдельных направлений их деятельности [12];

- оценка уровня развития индустрии туризма и гостеприимства в определенном регионе [13, 14] (сюда также можно отнести работы по оценке туристического потенциала региона [15, 16, 17, 18]);

- оценка вклада отрасли туризма (в т. ч. инклюзивного туризма) в формирование совокупного эффекта определенной отрасли или региона [19] (включая и негативные аспекты влияния туризма на региональную экономику [20]).

Однако, как легко убедиться, эти направления исследований не соответствуют специфике функционирования экосистемы инклюзивного туризма (поскольку они ведутся либо на уровне отдельных предприятий, либо на уровне туризма без учета ее экосистемных взаимодействий, либо на уровне более крупных социально-экономических систем, выходящих за пределы экосистемы туризма) и поэтому полученные в них результаты не могут быть использованы для определения социально-экономической эффективности этой экосистемы.

В работе [21] представлены факторы, которые обуславливают возникновение экономического эффекта у участников экосистемы инклюзивного туризма. Однако, во-первых, в данной работе дано лишь общее описание этих факторов, а не методика расчета экономического эффекта, и, во-вторых, в ней не представлена социальная составляющая эффекта от экосистемы инклюзивного туризма.

Таким образом, в имеющейся литературе методика оценки социально-экономического эффекта экосистемы инклюзивного туризма отсутствует.

Методы и материалы

Очевидно, что методика оценки социально-экономической эффективности инклюзивного туризма должна удовлетворять следующим условиям:

- используемые в ней показатели должны соответствовать требованиям государства (как разработчика стратегии развития экосистемы инклюзивного туризма и ее потенциального оператора) к качеству функционирования этой экосистемы;
- информация для расчета показателей должна быть доступна;
- показатели должны обладать ясным управленческим смыслом.

Результаты исследования

С учетом этих требований для оценки социального эффекта экосистемы инклюзивного туризма мы предлагаем использовать следующие показатели:

- количество потребителей услуг инклюзивного туризма Q . Увеличение значения этого показателя отражает рост доступности услуг инклюзивного туризма со стороны спроса (поскольку большее число лиц с особыми потребностями получают эти услуги). Эта информация, в частности, может собираться при регистрации ЛОП в цифровой среде экосистемы инклюзивного туризма;

- удовлетворенность ЛОП качеством предоставления туристских услуг S . Этот показатель характеризует физическую, информационную, цифровую и сервисную доступность туристских услуг с точки зрения ЛОП. Под физической доступностью мы понимаем формирование доступной среды. Информационная доступность описывает возможность получения необходимой информации о туристических продуктах и услугах. Цифровая доступность показывает возможность потребления туристских продуктов и услуг в цифровом формате (виртуальные экскурсии и т. д.). Наконец, сервисная доступность характеризует ориентированность участников рынка туристских услуг и их персонала на удовлетворение специфических запросов ЛОП. Сервисная доступность имеет очень

большое значение для обеспечения достойного потребления туристских продуктов и услуг в интересах ЛОП. Хорошо известно, в частности, что, несмотря на формирование доступной туристской инфраструктуры (т. е. при формальной доступности туристских услуг), ЛОП нередко сталкиваются недоброжелательным или равнодушным отношением со стороны участников рынка туризма. Сбор этой информации может осуществляться путем проведения специальных опросов ЛОП;

- уровень развития доступной среды на рынке туристических услуг A . В отличие от предыдущего показателя, этот параметр описывает не восприятие доступной среды ЛОП, а ее объективное состояние. Он представляет количество участников рынка туристских услуг, которые создали условия для ЛОП (что может подтверждаться прохождением специальной сертификации в рамках экосистемы инклюзивного туризма). При наличии такой сертификации сбор информации значительно упрощается.

Социальный эффект экосистемы инклюзивного туризма может быть рассчитан как рост значений всех этих показателей за определенный период. В частности,

$$СЭ_Q = \frac{Q_1}{Q_0}, \quad (1)$$

где $СЭ_Q$ – социальный эффект экосистемы инклюзивного туризма по количеству потребителей туристских услуг;

Q_1 – количество потребителей услуг инклюзивного туризма в будущем или текущем периоде. Будущий период берется в том случае, если рассчитывается прогнозное значение социального эффекта. Текущий период используется при расчете фактического значения социального эффекта;

Q_0 – количество потребителей услуг инклюзивного в будущем (для прогнозного значения социальной эффективности) или текущем (для фактического значения) периоде.

Аналогично рассчитываются значения показателей социального эффекта $СЭ_S$ по удовлетворенности ЛОП и $СЭ_A$ по уровню развития доступной среды:

$$CЭ_S = \frac{S_1}{S_0}, \quad (2)$$

$$CЭ_A = \frac{A_1}{A_0}. \quad (3)$$

Для лиц, принимающих решения (и контролирующих функционирование экосистемы инклюзивного туризма), большое значение имеет наличие информации не только о частных показателях социального эффекта (методика расчета которых представлена выше), но и об интегральном социальном эффекте СЭ. Для расчета данного показателя мы предлагаем провести свертку частных показателей социального эффекта на основе метода расчета среднего взвешенного геометрического. Выбор этого метода (из большого числа существующих методик свертки) связан со следующими причинами:

- все предлагаемые нами частные показатели социального эффекта являются относительными, что объясняет использование среднего геометрического;
- необходимость использования весов объясняется тем, что лицам, принимающим решения, необходимо принимать во внимание разницу в важности различных показателей.

Таким образом, формула для расчета интегрального социального эффекта экосистемы инклюзивного туризма имеет следующий вид:

$$CЭ = CЭ_Q^a CЭ_S^b CЭ_A^c, \quad (4)$$

где a, b, c – веса соответствующих показателей. Мы рекомендуем определять их методом экспертных оценок. Наши предварительные рекомендации для значений весов представлены в табл. 1. Эти рекомендации охватывают две ситуации:

- равная важность всех показателей;
- преимущественная важность показателя удовлетворенности ЛОП качеством предоставления туристских услуг.

Таблица 1. Рекомендации по значениям весов для частных показателей социального эффекта

Показатели	Равная важность всех показателей	Преимущественная важность показателя удовлетворенности ЛОП качеством предоставления

		туристских услуг
Вес показателя количества потребителей услуг инклюзивного туризма	0,33	0,25
Вес показателя удовлетворенности лиц с особыми потребностями качеством предоставления туристских услуг	0,33	0,5
Вес показателя уровня развития доступной среды	0,33	0,25

Лицам и органам исполнительной власти, ответственным за функционирование экосистемы инклюзивного туризма, необходимо выбрать один из этих подходов.

Для оценки экономического эффекта экосистемы инклюзивного туризма мы предлагаем использовать величину затрат государства Z на обеспечение ее функционирования за соответствующий период. Отметим, что, хотя остальные участники экосистемы также могут нести затраты, связанные с ее деятельностью, мы считаем возможным ограничиться рассмотрением только затрат государства, поскольку именно оно является ее организатором.

Тогда интегральный показатель социально-экономической эффективности СЭЭ данной экосистемы может быть рассчитан по формуле:

$$CЭЭ = \frac{CЭ}{Z}. \quad (5)$$

Этот показатель, в соответствии со сформулированными нами требованиями, обладает прозрачным экономическим и управленческим смыслом: он дает информацию о том, какое значение социальной эффективности экосистемы инклюзивного туризма обеспечивается при заданном уровне затрат государства на ее функционирование.

Лицам, принимающим решения, необходимо определить пороговые значения для всех описанных выше частных и интегральных показателей социальной и эко-

номической эффективности [22]. Эти показатели характеризуют минимальные требования государства к уровню социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма (табл. 2).

Таблица 2. Система пороговых значений показателей социальной и экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма

Показатель	Пороговое значение	Минимальное условие эффективности экосистемы инклюзивного туризма
Социальный эффект по количеству потребителей услуг инклюзивного туризма $СЭ_Q$	$ПСЭ_Q$	$СЭ_Q \geq ПСЭ_Q$
Социальный эффект по уровню удовлетворенности ЛОП $СЭ_S$	$ПСЭ_S$	$СЭ_S \geq ПСЭ_S$
Социальный эффект по уровню развития доступной среды $СЭ_A$	$ПСЭ_A$	$СЭ_A \geq ПСЭ_A$
Интегральный социальный эффект $СЭ$	$ПСЭ$	$СЭ \geq ПСЭ$
Величина затрат государства на функционирование экосистемы инклюзивного туризма $З$	$ПЗ$	$З \leq ПЗ$
Интегральный социально-экономический эффект $СЭЭ$	$ПСЭЭ$	$СЭЭ \geq ПСЭЭ$

Отметим, что описанные выше показатели социально-экономической эффективности могут быть охарактеризованы как статические, поскольку они относятся к определенному периоду функционирования системы инклюзивного туризма. Однако органам государственного управления может быть необходимо оценивать динамику социально-экономической эффективности. Для этого мы предлагаем использовать динамический показатель социально-экономической эффективности $ДСЭ$ экосистемы инклюзивного туризма, который будет рассчитываться по следующей формуле:

$$ДСЭ = \frac{СЭЭ_2}{СЭЭ_1}, \quad (6)$$

где нижний индекс 1 относится к более раннему периоду, а нижний индекс 2 – к более позднему периоду.

Для показателя $ДСЭ$ также может быть установлено пороговое значение $ПДСЭ$.

Следовательно, для комплексной оценки социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма мы рекомендуем использовать два типа показателей: статические и динамические (табл. 3).

Таблица 3. Система показателей социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма

Тип показателя	Описание	Перечень показателей
Статические	Характеризуют социально-экономическую эффективность экосистемы инклюзивного туризма за определенный период времени	Социальный эффект по количеству потребителей услуг инклюзивного туризма $СЭ_Q$; Социальный эффект по уровню удовлетворенности ЛОП $СЭ_S$; Социальный эффект по уровню развития доступной среды $СЭ_A$; Интегральный социальный эффект $СЭ$; Величина затрат государства на функционирование экосистемы инклюзивного туризма $З$; Интегральный социально-экономический эффект $СЭЭ$
Динамические	Описывают динамику социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма	Динамический показатель социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма

Таким образом, алгоритм расчета социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма включает в себя следующие этапы:

1. Определение весов частных показателей социального эффекта (см. табл. 2);
2. Определение пороговых значений частных и интегральных показателей социально-экономической эффективности (см. табл. 3);
3. Сбор информации, необходимой для расчета частных показателей социальной эффективности (формулы (1)-(3));
4. Сбор информации о затратах государства на функционирование экосистемы инклюзивного туризма;
5. Расчет частных и интегральных показателей социальной эффективности экосистемы инклюзивного туризма (формулы (1)-(4));
6. Расчет интегрального показателя социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма (формула (5));
7. Расчет динамического показателя социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма (формула (6));
8. Сравнение фактических значений частных и интегральных значений социальной и экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма с пороговыми значениями (табл. 3);
9. Принятие решения о соответствии социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного туризма минимальным требованиям;
10. В случае необходимости – выявление причин отклонения фактических значений показателей эффективности от пороговых и разработка рекомендаций по их устранению.

Заключение

Предложенная нами методика позволяет органам государственного управления, отвечающим за развитие инклюзивного туризма в Российской Федерации, проводить оценку социально-экономической эффективности экосистемы инклюзивного

туризма как по отдельным направлениям ее функционирования, так и в комплексе, а также определять ее соответствие целевым значениям показателей эффективности. Благодаря этому органы управления могут получить полную информацию о качестве функционирования экосистемы инклюзивного туризма и принимать решения о выборе стратегии ее развития.

Отметим, что данная методика носит общий характер. В частности, в ней нет информации о точных значениях весов для частных показателей социального эффекта (табл. 1), а также о пороговых значениях частных и общих показателей социально-экономической эффективности. Эти значения будут устанавливаться органами государственного управления в соответствии с поставленными целями.

Список литературы

1. Пирогова О. Е., Мустафина А. В., Гамидова А. Э. Инклюзивный туризм: понятие и сущность // Управленческое консультирование. – 2023. – № 6(174). – С. 81-89. – DOI 10.22394/1726-1139-2023-6-81-89.
2. Клейнер Г. Б. Экономика экосистем: шаг в будущее // Экономическое возрождение России. – 2019. – № 1(59). – С. 40-45.
3. Куликова О. М., Суворова С. Д. Экосистема: новый формат современного бизнеса // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 42(1). – С. 200-205. – DOI 10.24412/2304-6139-2021-10909.
4. Фирова С. В., Калинина О. В., Барыкин С. Е. Концептуальный подход к структурированию инновационно-инвестиционных проектов // Стратегические решения и риск-менеджмент. – 2019. – Т. 10, № 1. – С. 80-87. – DOI 10.17747/2618-947X-2019-1-80-87.
5. Гамидова А. Э., Плотников В. А. Развитие и эффективность туризма как вида экономической деятельности // Цивилизационные перемены в России : Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции, Екатеринбург, 15 мая 2023 года. – Екатеринбург: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Уральский государственный лесотехнический университет", 2023. – С. 238-244.
6. Гварлиани Т. Е., Ветитнев А. М. К вопросу о повышении эффективности санаторно-курортных услуг // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – Т. 17, № 7(109). – С. 64-76. – DOI 10.5281/zenodo.10561086.
7. Ильин Р. В. Вероятностная модель при оценке риска предприятий туристско-рекреационной

- деятельности // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – Т. 17, № 3(105). – С. 77-83. – DOI 10.5281/zenodo.8110680.
8. Пирогова О. Е., Курилкина А. В., Засенко В. Е. Особенности КРІ-системы предприятия гостиничного бизнеса // Глобальный научный потенциал. – 2023. – № 4(145). – С. 297-301.
 9. Цехла С. Ю., Березина Н. А. Критерии инвестиционной привлекательности проектов в сфере рекреации и туризма // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма : материалы VI Международной научно - практической конференции, п. Форос, г. Ялта, Республика Крым, 13–14 мая 2021 года. – Симферополь: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство Типография «Ариал», 2021. – С. 26-29.
 10. Цехла С. Ю., Березина Н. А. Нереализованный потенциал в методике оценки инвестиционной привлекательности сферы рекреации и туризма // Креативная экономика. – 2022. – Т. 16, № 1. – С. 165-182. – DOI 10.18334/ce.16.1.113842.
 11. Пирогова О. Е., Мустафина А. В., Засенко В. Е. Развитие инклюзивного туризма в сфере гостеприимства на основе модификации КРІ бизнес-процессов // Международный научный журнал. – 2022. – № 3(84). – С. 7-16. – DOI 10.34286/1995-4638-2022-84-3-7-16.
 12. Королева О. Ю., Исакова Т. А. Экономическое обоснование реабилитации детей с нарушением опорно-двигательного аппарата в Карелии с помощью тренажёра для вертикализации на тренировках по фигурному катанию // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – Т. 17, № 6(108). – С. 161-166. – DOI 10.5281/zenodo.10443475.
 13. Скабеева Л. И., Авилова Н. Л. Индекс гостеприимства как оценка эффективности развития индустрии туризма и гостеприимства в регионах России // Сервис в России и за рубежом. – 2023. – Т. 17, № 1(103). – С. 192-200. – DOI 10.5281/zenodo.7811081.
 14. Харева В. А. Современное состояние индустрии гостеприимства в Республике Крым // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2019. – № 1. – С. 280-285.
 15. Воронова О. В., Карманова А. Е., Кутыева Э. Р. Оценка туристско-рекреационного потенциала Северо-Восточной части Республики Карелия как активного арктического субъекта Российской Федерации // Экономические науки. – 2022. – № 209. – С. 39-48. – DOI 10.14451/1.209.39.
 16. Карманова А. Е. Феномен привлекательности отдельных регионов Арктики для развития туристской индустрии // Журнал правовых и экономических исследований. – 2020. – № 4. – С. 212-217. – DOI 10.26163/GIEF.2020.96.75.031.
 17. Карманова А. Е. Оценка туристско-рекреационного потенциала российских субъектов Арктики // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 3(128). – С. 422-425. – DOI 10.34925/EIP.2021.128.3.081.
 18. Назарова Э. А. Моделирование и оценка маркетингового потенциала региона // Экономические науки. – 2021. – № 203. – С. 155-159. – DOI 10.14451/1.203.155.
 19. Пирогова О. Е., Погорелов Н. В., Мустафина А. В. Исследование вклада инклюзивного туризма в ВРП Санкт-Петербурга на основе анализа активности пользователей туристического портала // Наука и бизнес: пути развития. – 2022. – № 8(134). – С. 138-141.
 20. Ветитнев А. М., Чигарев Д. В. Некоторые аспекты оценки экономического влияния овертуризма на принимающую дестинацию // Креативная экономика. – 2022. – Т. 16, № 7. – С. 2729-2742. – DOI 10.18334/ce.16.7.114870.
 21. Вашкевич Н. П., Барыкин С. Е. Проблемы обеспечения экономической эффективности участников экосистемы инклюзивного туризма // Экономический вектор. – 2023. – № 4(35). – С. 91-96. – DOI 10.36807/2411-7269-2023-4-35-91-96.
 22. Котляров И. Д. Алгоритм отбора аутсорсеров по критерию способности обеспечить целевые значения показателей, описывающих передаваемый процесс // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2012. – № 10. – С. 50-54.

References

1. Pirogova O. E., Mustafina A. V., Gamidova A. E. (2023). Inclusive tourism: concept and nature. *Administrative consulting*, 6 (174), 81-89. DOI 10.22394/1726-1139-2023-6-81-89.
2. Kleiner G. B. (2019). Economy of ecosystem: a step into the future. *Economic revival of Russia*, 1 (59), 40-45.
3. Kulikova O. M., Suvorova S. D. (2021). Ecosystem: the new format of modern business. *Journal of the Academy of knowledge*, 42 (1), 200-205. DOI 10.24412/2304-6139-2021-10909.
4. Firova S. V., Kalinina O. V., Barykin S. E. (2019). Conceptual approach towards structuring innovation and investment projects. *Strategic decisions and risk management*, 10 (1), 80-87, DOI 10.17747/2618-947X-2019-1-80-87.
5. Gamidova A. E., Plotnikov V. A. (2023). Development and efficiency of tourism as a business activity. In *Civilization changes in Russia: Proceedings of the XIII All-Russian scientific and practical conference*, Ekaterinburg, 15 May 2023 (238-244). Ekaterinburg: Ural State Forest University.
6. Gvarliani T. E., Vetitnev A. M. (2023). On increasing the efficiency of resort services. *Service in Russia and abroad*, 17(7), 64-76. DOI 10.5281/zenodo.10561086.
7. Ilyin R. V. (2023). Probabilistic model for the evaluation of the risk of companies of the tourist and

- recreation industry. *Service in Russia and abroad*, 17(3), 77-83. DOI 10.5281/zenodo.8110680.
8. Pirogova O. E., Kurilkina A. V., Zasenkov V. E. (2023). Specific features of the system of KPI of a hotel company. *Global scientific potential*, 4 (145), 297-301.
9. Tsekhla S. Y., Berezina N. A. (2021). Criteria of investment attractiveness of projects in the field of recreation and tourism. In Priority directions and problems of development of internal and international tourism: *Proceedings of the VI International scientific and practical conference*, Foros, Yalta, Republic of Crimea, 13–14 May 2021 (26-29). Simferopol: Arial.
10. Tsekhla S. Y., Berezina N. A. (2022). Non-realized potential in the method of evaluation of investment attractiveness of the industry of recreation and tourism. *Creative economy*, 16 (1), 165-182. DOI 10.18334/ce.16.1.113842.
11. Pirogova O. E., Mustafina A. V., Zasenkov V. E. (2022). Development of inclusive tourism in the field of hospitality on the basis of modification of KPI of business processes. *International scientific journal*, 3 (84), 7-16. DOI 10.34286/1995-4638-2022-84-3-7-16.
12. Koroleva O. Y., Isakova T. A. (2023). Economic substantiation of rehabilitation of children with musculoskeletal disorders in Karelia using a vertical training machine for figure skating. *Service in Russia and abroad*, 17 (6), 161-166. DOI 10.5281/zenodo.10443475.
13. Skabeeva L. I., Avilova N. L. (2023). Hospitality index as an evaluation of efficiency of development of hospitality and tourism industry in regions of Russia. *Service in Russia and abroad*, 17, 1 (103), 192-200. DOI 10.5281/zenodo.7811081.
14. Khareva V. A. (2019). The present state of the tourism industry in the Republic of Crimea. *Innovation economy: prospects of development and improvement*, 1, 280-285.
15. Voronova O. V., Karmanova A. E., Kutyeva E. R. (2022). Evaluation of the tourist and recreation potential of the North-Eastern part of the Republic of Karelia as an active Arctic region of Russian Federation. *Economic sciences*, 209, 39-48. DOI 10.14451/1.209.39.
16. Karmanova A. E. (2020). Phenomenon of attractiveness of some regions of Arctic for development of tourist industry. *Journal of legal and economic studies*, 4, 212-217. DOI 10.26163/GIEF.2020.96.75.031.
17. Karmanova A. E. (2021). Evaluation of tourist and recreation potential of Russian Arctic regions. *Economics and entrepreneurship*, 3 (128), 422-425. DOI 10.34925/EIP.2021.128.3.081.
18. Nazarova E. A. (2021). Modelling and evaluation of the marketing potential of the region. *Economic sciences*, 203, 155-159. DOI 10.14451/1.203.155.
19. Pirogova O. E., Pogorelov N. V., Mustafina A. V. (2022). Study of the impact of inclusive tourism into the gross regional product on the basis of analysis of activity of users of the tourist portal. *Science and business: ways of development*, 8 (134), 138-141.
20. Vetitnev A. M., Chigarev D. V. (2022). Some aspects of the evaluation of the economic impact of overtourism of the receiving destination. *Creative economy*, 16 (7), 2729-2742. DOI 10.18334/ce.16.7.114870.
21. Vashkevich N. P., Barykin S. E. (2023). Problems of ensuring of economic efficiency of the participants of the inclusive tourism ecosystem. *Economic vector*, 4 (35), 91-96. DOI 10.36807/2411-7269-2023-4-35-91-96.
22. Kotliarov I. D. (2012). An algorithm of selection of outsourcers based on the criterion of their ability to ensure the required values of parameters of the outsourcing process. *Problems of economics and management of the oil and gas complex*, 10, 50-54.

УДК: 379.83/.84

Проблемы и перспективы развития анимационной деятельности при отелях на Крымском полуострове

В.В. Берсенева¹, И.Л. Леонова², В.И. Шкаруба³

^{1,2,3}Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, 299015, Россия,

¹Vlarech@inbox.ru, ²comfytrafe31@gmail.com, ³shulvi2020@yandex.ru

Статья поступила 15.04.2024

Аннотация

В статье представлен анализ понятий детского туризма, а также выявлен рост спроса на культурно-познавательный туризм. Также согласно опросу, появляются новые форматы детского туризма и отдыха. В статье рассматривается детский туризм как феномен и понятие анимации в детском туризме, как факторе, влияющем на развитие туризма в целом в Крымском регионе. Проанализированы компетенции профессий, которые близки по роду деятельности к детским аниматорам. Определены профессиональные компетенции детских аниматоров для работы с детьми при отелях.

Ключевые слова: детский туризм, анимационная деятельность, анимационный туризм, «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», анимация в детском туризме, профессиональные детские аниматоры

JEL codes: R 22 JEL codes: M30, M31

Problems and prospects for the development of animation activities at hotels on the Crimean peninsula

V.V. Berseneva¹, I.L. Leonova², V.I. Shkaruba³

^{1,2,3}Sevastopol State University, Sevastopol, 299015, Russia,

¹Vlarech@inbox.ru, ²comfytrafe31@gmail.com, ³shulvi2020@yandex.ru

Received 15.04.2024

Abstract

The article presents an analysis of the concepts of children's tourism, as well as an increase in demand for cultural and educational tourism. Also, according to the survey, new formats of children's tourism and recreation are emerging. The article examines children's tourism as a phenomenon and the concept of animation in children's tourism, as a factor influencing the development of tourism in the Crimean region as a whole. The competencies of professions that are close to children's animators in their field of activity are analyzed. The professional competencies of children's animators for working with children at hotels have been determined.

Keywords: children's tourism, animation activities, animation tourism, "Tourism development Strategy in the Russian Federation for the period up to 2035", animation in children's tourism, professional children's animators.

Введение

Забота о здоровье и развитии подрастающего поколения — это одна из важнейших задач социальной политики государства. Детский отдых и оздоровление всегда были приоритетными направлениями в работе государственной системы.

Развитие детского вида туризма как в прошлом, так и сейчас — остается актуальным. Учитывая особенности нового времени, государство взяло активный курс на поддержку и развитие данного направления туризма. По предложению сенаторов, 2023 год в России был объявлен «Годом детского туризма», а в ноябре 2023 года Президент Российской Федерации Владимир Владимирович Путин подписал указ об объявлении 2024 года в стране «Годом семьи». Кроме того, в 2019 году Правительство утвердило «Стратегию развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», включая и детский туризм [1].

В итоге — впервые за всю новейшую историю страны — спрос на такой вид туристического продукта демонстрирует небывалый рост. А следовательно, для дальнейшего развития данной отрасли необходим детальный анализ качества оказываемых услуг в данном направлении и качества турпродукта в детском туризме. Необходимо учитывать тот факт, что XXI век — век-цифровизации и технического прогресса, меняется образ человека, его мысли, желания и потребности, поэтому важно именно на данном этапе проанализировать запросы современных потребителей в этой сфере. В перспективе данное исследование позволит выявить основные тенденции развития детского туризма, понять ключевые бизнес-компетенции данного направления, а, следовательно, создать новый качественный продукт.

Анализ последних исследований и публикаций

В современном мире детский туризм принято называть разновидностью туристической деятельности, которая

направлена на отдых, развитие детей и укрепление их здоровья.

На современном этапе развития туристической отрасли детский туризм называют «сферой, интегрирующей не только традиционные составляющие туристской индустрии, но и вовлекающей многих других участников разработки, формирования, реализации, приобретения и потребления туристского продукта и услуг» [2]. И действительно такая формулировка данного понятия позволяет раскрыть все многообразие феномена «детский туризм». На сегодняшний день наблюдается трансформация туристской отрасли, также меняются и представление о детском туризме.

В следствии резких общественных изменений, технологизации повседневной жизни, модифицируются многие отрасли деятельности людей, меняются и сами запросы потребителей, а значит и туризм становится более разнообразным и расширяется. Соответственно, появляются новые форматы детского туризма и отдыха. Сравнительно недавно в индустрии туризма сформировалось новое направление — «анимация». По своей сути анимация — это целостный процесс взаимодействия аниматоров с отдыхающими в досуговой сфере. В трактовке данного определения необходимо учитывать следующую особенность: в этом направлении сочетается одновременно формальный стиль руководства и неформальное воздействие специалиста, осуществляющего непосредственную реализацию услуги [3].

На сегодняшний день анимационно-туристические образовательные программы сегодня — это инновационный продукт на туристском рынке, объединяющий потребность молодого поколения развлекаться и обучаться одновременно [4]. Поэтому безусловно важно понимать, какие векторы направления развития данной отрасли будут приоритетными для ее успешного позиционирования на рынке туристских услуг. По мнению ряда современных исследователей, анимация уже в ближайшем будущем может стать

обязательным требованием для морских курортов категории от трех до пяти звезд, которые заключают контракты с крупными туроператорами [5].

Вызовы времени диктуют новые условия и потребности в этом направлении. В отечественной практике традиционно всегда больше внимания уделяли детскому отдыху и оздоровлению «лагерного типа», тогда все средства и время аккумулировались вокруг детей. Сегодня уже появились возможности и потребности в сохранении гармонии баланса совместного досуга детей и родителей во время отдыха. Когда семья отдыхает продуктивно по интересам и не возникает отягощающей созависимости, такой отдых можно назвать полноценным и состоявшимся. Именно поэтому на смену «лагерному детскому туризму» приходит анимационный семейный туризм. Он дает возможность учитывать потребности и запросы как взрослой категории потребителей, так и юного поколения.

Естественно, сама концепция и понятия любого направления туризма образуется из насущных потребностей потенциальной аудитории. Цель анимационного туризма состоит в том, чтобы процессе отдыха максимально удовлетворить потребности родителей и детей, сделать его интересным и полноценным в различных аспектах.

Анимационный туризм сравнительно молодое направление в детском туризме, его становление приходится на 2000-ные годы. Поэтому совершенно естествен интерес многих ученых к данной тематике. Историографический анализ показывает, что на сегодняшний день анимационный туризм как направление успешно вошел туристскую индустрию. За прошедшие десятилетия сформировались представления о базисных аспектах данного направления, но помимо этого выявился ряд проблем, связанных в первую очередь с качеством предоставляемых услуг. Сейчас анимационный туризм вступает в новую стратегически важную фазу. Для его дальнейшего становления и совершенствования необходимо провести:

современную оценку уровня развития отрасли, анализ качества предоставляемых услуг, оценить уровень квалификации кадров. Для решения данных вопросов, нужно отталкиваться от первичного фактора, а именно от запросов современного потребителя.

Данные и методы

Основой для данного исследования стали такие методы, как: сравнительный анализ, статистический анализ, комплексный анализ, социологический метод. Данные проведенного социологического опроса позволили выявить основные потребности потребителей в анимационном направлении детского туризма. Полученные результаты стали основой для модели дальнейшего развития данной туристской отрасли.

Результаты исследования

Для анализа поставленной задачи при исследовании проблем развития анимационной деятельности при отелях на Крымском полуострове был осуществлён всероссийский опрос среди населения (рис. 1).

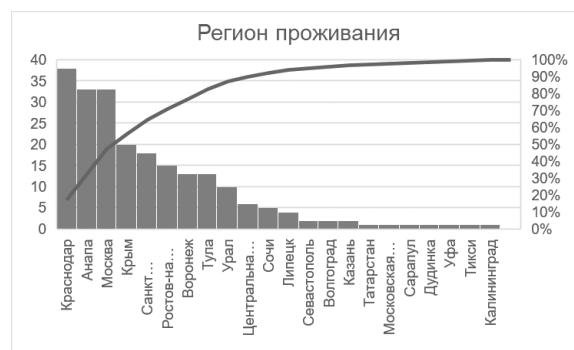


Рис. 1. Регион проживания

В опросе принял участие 221 респондент. Как показали результаты ответов, большинство отвечающих — это семейные люди, у которых есть дети 84,9% и они регулярно раз в год или два раза в год отдыхают со своими семьями на море (рис. 2, 3).

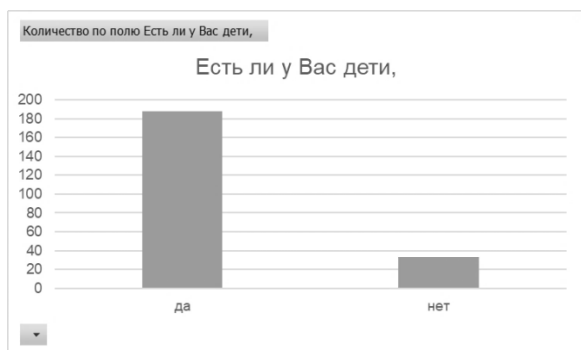


Рис. 2. Есть ли у Вас дети



Рис. 3. Как часто Вы отдыхаете на море?

При планировании отдыха респонденты предпочитают оставаться в гостинице, а это - 56,1% респондентов (рис. 4).



Рис. 4. Где Вы останавливаетесь во время отдыха на море?

По их мнению, полноценный отдых на море – это, когда взрослые и дети отдыхают по интересам 96,4% (рис. 4).

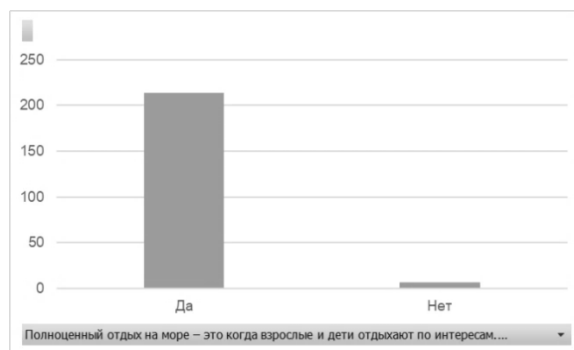


Рис. 4. Полноценный отдых на море- это

Также преобладающая часть участников опроса придерживается мнения, что досуг ребёнка во время семейного отдыха у моря должен быть культурно-развлекательным 86,9% (рис. 5).

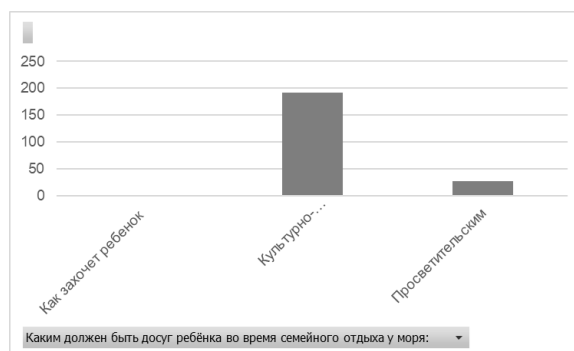


Рис. 5. Каким должен быть досуг ребёнка во время семейного отдыха у моря?

По данным рис. 5 часть респондентов считает, что досуг детей на отдыхе с семьёй может быть просветительским – 12,7%, и только 1% отвечающих оставляют выбор за самим ребёнком.

По результатам ответов, наибольшая часть опрошиваемой аудитории воспользовалась бы дополнительной услугой для своего ребёнка в специальном анимационном центре развития и досуга у моря для комфортного семейного отдыха 95,6% респондентов (рис. 6).

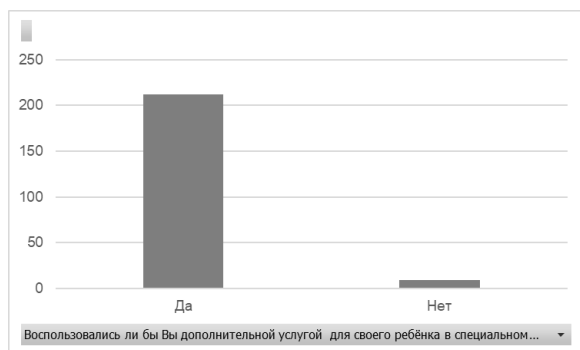


Рис. 6. Воспользовались бы Вы дополнительной услугой для своего ребенка в специальном анимационном центре развития и досуга у моря?

Опрос показал, что у 87,3% населения есть спрос на обустройство таких центров на детских пляжах Крымского полуострова (рис. 7).

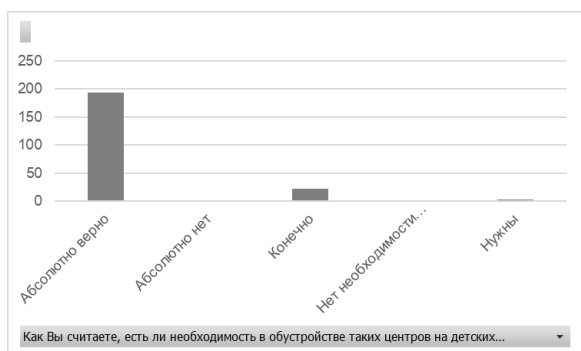


Рис. 7. Как Вы считаете есть ли необходимость в обустройстве таких центров на детских пляжах Крыма?

Практически в равных долях респонденты отметили необходимость локации данных центров, как на территории гостиниц, так и в максимальной доступности к пляжу 52,2% и 47,4% соответственно (рис. 8).

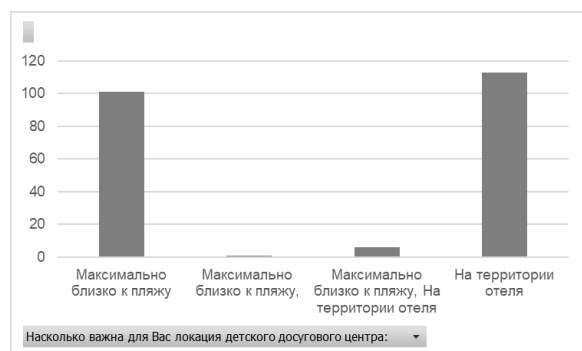


Рис. 8. Насколько важна для Вас локация досугового центра?

При этом, для целевой аудитории не важна ценовая политика предоставляемых услуг в данных центрах (рис. 9).

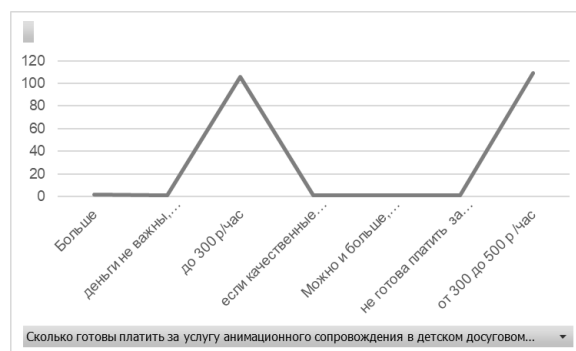


Рис. 9. Сколько Вы готовы платить за услугу анимационного сопровождения в детском досуговом центре у моря?

Важным критерием выбора анимационных центров для них является наличие высшего профессионального образования аниматоров (сотрудников центра) 75,7% респондентов, а также их опыт работы с детьми (23,5% респондентов (рис. 10).

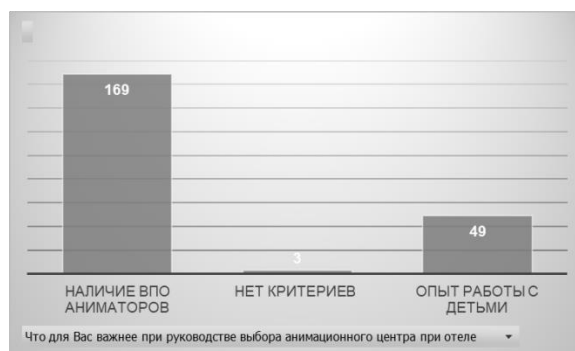


Рис. 10. Что для Вас важнее при руководстве при выборе анимационного центра при отеле?

По результатам социологического опроса можно сделать ряд важных выводов:

- анимационный туризм как направления туристкой отрасли актуален для современного потребителя;
- инфраструктура анимационных центров недостаточно развита, чтобы удовлетворять потребительские запросы;
- досуг ребёнка во время семейного отдыха у моря должен быть прежде всего культурно-развлекательным
- при выборе анимационного центра главным критерием для потребителя

является наличие высшего профессионального образования аниматоров;

Исходя из выше указанных аспектов формируется ряд проблем, тормозящих развития анимационного туризма. Естественно, что для наиболее эффективного их решения необходимо использовать комплексный подход. Однако по мнению авторов следует начать с решения базисной и по сути ключевой проблемы – квалификации деятельности работников-аниматоров. Рассмотрим данный вопрос более детально.

На сегодняшний день существует три вида аниматоров:

Портрет классического аниматора и те услуги, которые он предлагает сегодня – устарели. С одной стороны, в 2024 году возникает потребность общества в новом виде и аниматоров, адаптированных к запросам информационно развитого общества, открытого к интерактиву, яркого, способного заинтересовать современного ребенка. Увлеченность детей нового поколения технологиями и инновация откладывает свой неповторимый отпечаток в их сознании и мировоззрении. Такого ребенка сложнее удивить и заинтересовать, современные дети вырастают в таком пространстве, где нет нехватки информации, они, наоборот, ею перенасыщены.

Поэтому, чтобы реализовать культурно-развлекательную функции анимационного туризма необходимо разрабатывать новые методы и форматы взаимодействия с такой аудиторией. А значит, должны быть созданы методические разработки и программы по осуществлению такой деятельности.

С другой стороны, прежде чем создавать методические указания в реализации анимационной деятельности, нужно понять, какой уровень образования должен иметь аниматор и какие профессиональные компетенции должны быть усвоены кандидатом на соответствующую должность. И в этом аспекте находятся ключевые проблемы, которые требуют решения в самое ближайшее время.

Базиса, от которого можно отталкиваться в решении данной проблемы на сегодняшний день, в России практически нет:

- на официальном государственном уровне не существует образовательной программы по подготовке специалистов в направлении аниматорства, при этом есть в некоторых городах России частные кратковременные курсы аниматорства и школы аниматоров

- аниматора нет в утверждённом по распоряжению Правительства РФ от 4 июля 2023 г. N 1777-р Перечне профессий и должностей творческих работников средств массовой информации, организаций кинематографии, теле- и видеосъемочных коллективов, театров, театральных и концертных организаций, цирков и иных лиц, участвующих в создании и (или) исполнении (экспонировании) произведений, особенности трудовой деятельности которых установлены Трудовым кодексом Российской Федерации [6].

- отсутствует реестр аниматоров или учреждений, которые оказывают услуги по аниматорской деятельности, как к примеру в Белоруссии – там существует Государственный реестр организаторов культурно-зрелищных мероприятий, регламентируются требования к организаторам, осуществляющим подготовку и проведение культурно-зрелищных мероприятий [7].

Исходя из того, что в России на государственном уровне нет утверждённых программ по направлению подготовки детский аниматор и профессии как таковой, нет и официального перечня набора знаний, навыков, умений и качеств, необходимых для успешного выполнения конкретной работы на позиции. Соответственно, не разработаны профессиональные компетенции аниматоров для детей.

Опрос потенциальных потребителей показал, что есть спрос на профессиональные детские аниматоры, которые будут работать на постоянной основе при досуговых центрах у моря

(отеля), но один из важных критериев – это опыт работы с детьми и соответствующее образование.

Можно предположить, что для решения данной проблемы необходимо начать с базиса, а именно сформулировать предполагаемые профессиональные компетенции детских аниматоров.

Представляется, что наиболее близкими компетенциями по роду деятельности профессий будут компетенции педагогов основной школы, начальной школы и дошкольного образования, согласно профессиональному стандарту педагога РФ и Федеральному Государственному образовательному стандарту.

Кроме соответствия компетенциям, от всех без исключения педагогов требуют соблюдения правовых, нравственных и этических норм, следование правилам профессиональной этики. Данным аспектом безусловна важен и в работе профессиональных аниматоров.

Рассмотрим профессиональные компетенции педагогов, которые работают с детьми дошкольного возраста и начальной школы (табл. 1) [8].

Таблица 1. Профессиональные компетенции педагогов

Педагог основной школы, осуществляющий профессиональную деятельность по реализации программ основного и среднего общего образования	Педагог начальной школы, осуществляющий профессиональную деятельность по реализации программ начального общего образования	Педагог дошкольного образования
- Проводить учебные занятия с учетом психолого-педагогических, санитарных требований в	- Оперативное реагирование на неформальные обращения детей, которые могут свидетельствовать	- Уважительное отношение к каждому ребенку, к его чувствам и потребностям. - Умение общаться с

соответствии с программным содержанием. - Применять на уроках новаторские педагогические, информационные, проектные технологии, средства ИКТ и методы проблемного обучения. - Своевременно выполнять разработку рабочей программы, обеспечивать реализацию поставленных учебных задач. - Осуществлять контрольно-оценочную деятельность, в т.ч. с использованием современных технологий (ведения электронных журналов). - Владеть навыками работы с текстовыми редакторами, браузерами, электронной почтой, мультимедийным оборудованием. - Владеть методами аргументирования	о серьезных проблемах личного характера. - Ставить перед классом и учащимися различные учебные задачи и организовывать их решение (с обязательным сохранением предметного и надпредметного содержания), тем самым обеспечивая оптимальные условия для интеллектуального развития младших школьников. - Систематически осуществлять корректировку индивидуальных образовательных маршрутов при взаимодействии с узкими специалистами и педагогами, родителями.	каждым ребёнком. - Умение создать условия для свободного выбора детьми деятельности, участников совместной деятельности. - Умение создать условия для принятия детьми решений, выражения своих чувств и мыслей. - Умение оказать недирижистскую помощь детям, поддержку детской инициативы и самостоятельности в разных видах деятельности. - Умение создать условия для позитивных, доброжелательных отношений между детьми, в том числе принадлежащим к разным национально-культурным, религиозным общностям и социальным слоям, а также имеющим различные (в том числе ограниченные) возможности здоровья. - Умение развивать коммуникативные способности детей,
--	---	--

нной защиты своей позиции. Устанавливать контакты со всеми участниками образовательного процесса, применять технологии выявления, разрешения и предупреждения конфликтных ситуаций.		позволяющих разрешать конфликтные ситуации со сверстниками. - Умение создать условия для овладения культурными средствами деятельности. - Умение организовать виды деятельности, способствующие развитию мышления, речи, общения, воображения и детского творчества, личностного, физического и художественно-эстетического развития детей. - Умение оценить индивидуальное развитие каждого ребёнка. - Умение взаимодействовать с родителями по вопросам образования ребёнка, вовлекать их в образовательную деятельность, в том числе посредством создания образовательных проектов совместно с семьёй.
--	--	---

Компетенции педагогов, которые работают с детьми дошкольного возраста и начальной школы, безусловно могут стать основой для профессиональных

компетенций работников-аниматоров и применяться в профессиональной подготовке детских аниматоров, а также оценки их деятельности.

Однако стоит выделить среди выделить ключевые профессиональные компетенции, которые должны учитываться при подготовке детских аниматоров в первую очередь:

- умение создать условия для позитивных, доброжелательных отношений между детьми, в том числе принадлежащими к разным национально-культурным, религиозным общностям и социальным слоям, а также имеющим различные (в том числе ограниченные) возможности здоровья;

- умение создать условия для свободного выбора детьми досуговой деятельности;

- применять профессиональные навыки в различных видах деятельности ребенка (учебной, игровой, трудовой, спортивной, художественной и т.д.);

- применение знаний, опыта профессиональной деятельности к эффективному обучению, воспитанию, развлечению детей и способность к инновациям;

- способность коммуницировать с людьми разных возрастов и социального статуса, речевые навыки, креативность мышления и оригинальность в создании новых идей и форматов мероприятий;

- грамотное владение физическими навыками для участия и проведения различных физических активностей;

- умение организовывать собственную деятельность, выбирать способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;

- умение понимать настроение аудитории и адаптировать его под конкретное мероприятие;

- регулировать поведения детей для обеспечения безопасной образовательной среды;

- строить воспитательную деятельность с учетом культурных различий детей, половозрастных и индивидуальных особенностей;

- знать правила оказания первой помощи, алгоритм поведения в чрезвычайной ситуации, уметь обеспечивать безопасность клиентов и гостей мероприятия;
- знание основных принципов маркетинга и продвижения мероприятий;
- умение разрабатывать и проводить различные видов развлекательных и обучающих мероприятий;
- принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;
- осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач;
- работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с другими участниками группы.

Заключение

Таким образом анимационная туристская деятельность является одним из стратегических направления развития детского туризма и туристкой отрасли в целом. Развитие данного направления отвечает современным потребительским запросам, но нуждается в глобальном совершенствовании. Существующий ряд проблем тормозит ее дальнейшее развитие. Одной из ключевых и базисных проблем является проблема отсутствие критериев оценки качества работников. –Отсутствие на официальном государственном уровне образовательной программы по подготовке специалистов в направлении аниматорства. Не разработаны и профессиональные компетенции аниматоров для детей. В рамках данной работы авторами исследования были проанализированы компетенции педагогов, которые работают с детьми дошкольного возраста и начальной школы и среди них выбраны те, которые могут в перспективе стать основой персональных компетенций работников анимационных центров. Данная работа является начальным этапом исследований в этом направлении. Авторами представляется, что дальней детальный

анализ позволит модернизировать анимационной направление в детском туризме и определит основные методы для его дальнейшего развития.

Список литературы

1. *Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года* (утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года №2129-р). [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf>
2. *Саранча М.А., Вепнярская О.И.* Феномен детского туризма как предмет классификации: проблемы и основные направления // *Сервис в России и за рубежом*. – 2018. – № 3 (81). – С. 39-49.
3. *Жулимова Е.И., Карева А.В.* Анимация в детском санаторно-курортном туризме // *Материалы II Региональной научно-практической конференции*. – 2018. – С. 39-53.
4. *Черкашина И.Ф., Опарина Е.В.* Анализ терминологического аппарата для создания туристско-анимационных образовательных программ // *Евразийский союз ученых*. – 2014. – № 5-1. – С. 36-38.
5. *Karadzkhova Z., Angelov A.* The animation – an attraction and/or a need (The case of company BVS Entertainment LTD.) // *International Journal of Innovative Technologies in Economy*. – 2018. – № 2(14). – pp. 20-27.
6. Перечень профессий и должностей творческих работников средств массовой информации, организаций кинематографии, теле- и видеосъемочных коллективов, театров, театральных и концертных организаций, цирков и иных лиц, участвующих в создании и (или) исполнении (экспонировании) произведений, особенности трудовой деятельности которых установлены Трудовым кодексом Российской Федерации (утверждён Постановлением Правительства РФ от 4 июля 2023 г. N 1777-р). [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/407245016/#review> (дата обращения 01.04.2024).
7. Реестр организаторов культурно-зрелищных мероприятий. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kultura.by/reestr-organizatorov> (дата обращения 25.03.2024).
8. Компетенции учителей согласно профстандарту педагога РФ. [Электронный ресурс]. URL: https://r1.nubex.ru/s5915-549/f3352_b1/Профстандарт%20педагога%20Компетенции.pdf (дата обращения 28.03.2024).

References

1. *Strategy for the development of tourism in the Russian Federation for the period until 2035 (approved by*

- Order of the Government of the Russian Federation of September 20, 2019 No. 2129-r*) [Electronic source] Url: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (Date of access: 23.03.2024).
2. Sarancha M.A., Vapnyarskaya O.I. (2018) The phenomenon of children's tourism as a subject of classification: problems and main directions. *Service in Russia and abroad*, 3 (81), 39-49.
 3. Zhulimova E.I., Kareva A.V. (2018) Animation in children's sanatorium and resort tourism. *Materials of the II Regional Scientific and Practical Conference*, 39-53.
 4. Cherkashina I.F., Oparina E.V. (2014) Analysis of the terminological apparatus for creating tourist-animation educational programs. *Eurasian Union of Scientists*, 5-1, 36-38.
 5. Karadzhova Z., Angelov A. (2018) The animation – an attraction and/or a need (The case of company BVS Entertainment LTD.) *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, 2(14), 20-27.
 6. *List of professions and positions of creative workers in the media, cinematography organizations, television and video crews, theaters, theatrical and concert organizations, circuses and other persons involved in the creation and (or) performance (exhibition) of works, the specifics of their work activities established by the Labor Code of the Russian Federation (approved by Decree of the Government of the Russian Federation of July 4, 2023 N 1777-r.)* [Electronic source] Url: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/407245016/#review> (Date of access: 01.04.2024).
 7. *Register of organizers of cultural and entertainment events.* [Electronic resource]. Url: <https://www.kultura.by/reestr-organizatorov> (Date of access: 25.03.2024).
 8. *Competencies of teachers according to the professional standard of a teacher of the Russian Federation.* [Electronic resource]. Url: https://r1.nubex.ru/s5915-549/f3352_b1/Профстандарт%20педагога%20Компетенции.pdf (Date of access: 28.03.2024).

УДК 338.48

Современный овертуризм: региональные особенности, влияние на устойчивое развитие туристских территорий Алтайского края

Н.В. Биттер¹, Е.С. Мацюра², В.А. Быкова³^{1,2,3} Алтайский государственный университет, Барнаул, 656000, Россия,
¹valeolog@yandex.ru, ²elena_gushina200@mail.ru, ³vera-bykova-22@mail.ru

Статья поступила 17.04.2024

Аннотация

Статья посвящена изучению феномена овертуризма в контексте его влияния на устойчивое развитие туристских территорий Алтайского края. Рассмотрены проблемы региона, которые способен вызвать избыточный или «овертуризм», проведен анализ современных подходов к понятию овертуризма. В качестве главной причины развития овертуризма, с точки зрения его региональной специфики, определяется неравномерное распределение туристских потоков, в основе которого лежит неразвитая туристская инфраструктура. Методологической основой исследования регионального овертуризма являются комплексный и системный подходы, ситуационный анализ и статистические данные, структурирование информации, метод графической интерпретации статистических данных. В результате исследования впервые выделены районы Алтайского края, в которых проявляются признаки овертуризма и обозначены факторы, которые могут снизить риски его дальнейшего развития: перемещение турпотоков за счет развития туристской инфраструктуры. В перспективе изучение возможности перераспределения туристских потоков в другие районы Алтайского края будет способствовать снижению туристской нагрузки и развитию туризма на не популярных территориях.

Ключевые слова: овертуризм, регион, туристская нагрузка, туристический поток, Алтайский край

JEL codes: M30, M31

Modern overtourism: regional characteristics and its impact on the sustainable development of tourist destinations in the Altai krai

N.V. Bitter¹, E.S. Matsyura², V.A. Bykova³^{1,2,3}Altai State University, Barnaul, 656000, Russia,
¹valeolog@yandex.ru, ²elena_gushina200@mail.ru, ³vera-bykova-22@mail.ru

Received 17.04.2024

Abstract

This article delves into the study of overtourism and its effects on the sustainable development of tourist areas in the Altai region. The primary cause of overtourism in the region, driven by its unique characteristics, is attributed to the uneven distribution of tourist flows due to inadequate tourist infrastructure. The methodological basis for the study of regional overtourism is an integrated and systematic approach, situational analysis and statistical data, structuring of information, and a method of graphic interpretation of statistical data. As a result of the study, identified specific areas in the Altai region experiencing signs of overtourism and have proposed strategies to mitigate its risks, such as redirecting tourist flows by enhancing tourism infrastructure. By redistributing tourists to other parts of the Altai region, it is possible to alleviate pressure on popular sites and foster tourism in lesser-known or unpopular areas.

Keywords: overtourism, region, tourist load, tourist flow, Altai krai

Введение

В настоящее время в мире и России значительно меняются направления туристских потоков, это связано с негативными последствиями пандемии коронавируса, санкционной политикой, международными и другими факторами. Сегодня есть все основания полагать, что внутренний туризм, как явление современной жизни и значимая сфера национальной экономики, в 2024 году не только восстановится в допандемийных масштабах, но и увеличит внутренние туристские потоки, что повышает риск возникновения избыточного туризма или «овертуризма». В настоящее время не сформировано общепринятого определения данного понятия. В публикациях по данной проблематике представлены различные точки зрения на содержание овертуризма и определения его сущностных характеристик.

Алтайский край является одним из основных туристских регионов страны. Наблюдается рост количества туристов в край, однако, распределение туристских потоков в регионе неравномерно, что приводит к увеличению нагрузки на рекреационные, туристские, инфраструктурные ресурсы отдельных районов края. Продолжающийся бесконтрольный рост числа туристов в некоторых туристских дестинациях и неравномерное распределение спроса на туристских маршрутах и местах посещения, приводит к негативным последствиям и создаёт проблему чрезмерного туризма, которая приобретает все большее значение в глобальном масштабе.

Рост туристских потоков привет к чрезмерной нагрузке на инфраструктуру региона, рекреационные и туристские ресурсы, может вызвать негативные социальные последствия. Сохранение туристского рекреационного потенциала Алтайского края представляется нам фундаментальной научной проблемой, одним из аспектов решения которой является создание системы управления туристскими потоками с целью

предотвращения негативного влияния чрезмерного потока туристов и девелоперов на социально-экономическое развитие основных туристских районов Алтайского края.

Добиться устойчивого роста туристских потоков и недопущения реального овертуризма возможно посредством регулярного исследования туристско-рекреационных территорий с помощью новых методических подходов, последующим управлением турпотоками и модернизацией туристской инфраструктуры с учётом результатов исследований.

Анализ последних исследований и публикаций

В современных условиях главной причиной развития овертуризма является чрезмерная туристская нагрузка на определенную территорию. Еще с 60-х годов начинается изучение проблем переполнения туристами наиболее популярных туристских дестинаций [1]. В 70-х годах появилась концепция допустимой нагрузки (пропускной способности) туристских дестинаций, которую Всемирная туристская организация обозначает как «максимальное количество людей, которые могут одновременно посещать туристскую дестинацию, не вызывая разрушения физической, экономической, социокультурной среды и снижения качества удовлетворенности её посетителей» [2].

Большинство научных публикаций российских авторов интерпретируют результаты зарубежных исследований в этой области что, собственно, свидетельствует об актуальности и своевременности выявления отечественных особенностей развития региональных туристских потоков в регионах Российской Федерации, которые способны в недалёкой перспективе, привести к овертуризму на определённых территориях. Анализ теоретико-методологических аспектов овертуризма за рубежом подтверждает необходимость выявления условий возникновения овертуризма в России,

которые пока окончательно не сформировались и не оказали негативного влияния на социально-экономические процессы в регионах. Скорее наоборот, именно активизация внутренних туристских потоков является целевой установкой современной государственной политики в сфере туризма. Точечные, локальные проявления овертуризма не вызывают стихийных или организованных протестных действий населения региональных туристских дестинаций в силу их некритичности, и их проявления можно устранить путём модернизации и развития туристской инфраструктуры на основе партнёрства государства и частного бизнеса. Обобщая публикации российских авторов о сущности овертуризма, можно констатировать, что большая часть из них, анализируя это явление на примере зарубежного опыта, акцентирует внимание на условиях и причинах его возникновения, негативных последствиях и способах их преодоления [3,4,5]. Аигина Е.В., ссылаясь на публикации зарубежных авторов, отмечает, что овертуризм "описывает ситуацию, при которой местные жители и посетители ощущают, что туристов стало слишком много, в результате чего качество их жизни, как и качество получаемого туристами опыта, резко ухудшается" [6,7,8]. Очевидно, что в этих определениях овертуризма доминируют географический и экономико-статистический подходы, требующие количественной оценки нескольких показателей, связанных с объёмом и динамикой туристского потока, расчёта предельного порогового значения этих показателей, превышение которых ведёт к достижению состояния чрезмерного туризма в конкретной локации. Некоторые авторы отмечают, что овертуризм приводит к возникновению проявления туризмofобии, то есть негативному, враждебному отношению населения к чрезмерному наплыву туристов [9]. Ситуация реального овертуризма возникает, когда плотность пребывающих туристских потоков превышает пропускную способность туристской дестинации.

Данные и методы

Методологической основой исследования регионального овертуризма являются комплексный и системный подходы, ситуационный анализ и статистические данные, выделение отдельных сторон проблематики исследования, структурирование информации, метод графической интерпретации статистических данных.

Метод анализа позволяет разложить объект исследования на части с целью их самостоятельного изучения. Задача анализа — из различного рода данных, отражающих отдельные явления и факты, составить общую целостную картину процесса, выявить присущие ему закономерности. Для анализа феномена овертуризма необходимо проанализировать состояние внутренней и внешней среды, выявить факторы, влияющие на развитие данного вида туризма.

Методология комплексного исследования феномена овертуризма и его влияния на устойчивое развитие туристских территорий Алтайского края должна включать, на наш взгляд, следующие этапы:

Разработка основных концептуально-методологических положений регионального подхода к социологическому и экономическому анализу овертуризма.

Разработка методики анкетирования населения туристских районов Алтайского края, представителей органов власти в туристской отрасли по проблемам овертуризма.

Проведение анкетирования населения туристских районов Алтайского края, представителей органов власти в туристской отрасли по проблемам овертуризма с выездом районы региона.

Разработка критериев негативных последствий овертуризма, влияющих на состояние рекреационных туристских, инфраструктурных ресурсов Алтайского края, на основе полученных данных анкетирования и мониторинга.

Разработка методов оценки влияния массового туризма на региональное социально-экономическое развитие

Алтайского края, проработка мероприятий по смягчению последствий овертуризма в регионе.

Разработка рекомендаций по созданию маршрутов для туристов в менее популярные районы края и увеличения спроса в низкий сезон. Проработка вопроса по улучшению логистики туристских потоков в Алтайском крае.

Разработка методических рекомендаций по оценке негативных проявлений овертуризма и минимизации их последствий с позиций экономики, экологии и социально-гуманитарного влияния на местные сообщества.

Построение графической модели влияния роста туристских потоков на социально-экономическое развитие районов края и благосостояния населения.

Подготовка аналитического отчета по результатам комплексного исследования проблем овертуризма, выявление проблематики влияния его на социально-экономическое положение в туристских районах Алтайского края.

Результаты исследования

В настоящее время роста внутреннего туризма, исследование проблем и факторов развития социально-культурного сервиса и туризма становится крайне актуальным. Особенно, с точки зрения увеличения туристских потоков, влияния их на рекреационные и инфраструктурные ресурсы отдельных туристских районов Алтайского края. Разработка методических рекомендаций для рационального использования туристско-рекреационных ресурсов Алтайского края позволит снизить негативные социально-экономические последствия влияния овертуризма на регион и его население.

Необходимо отметить, что пропускная способность туристских территорий, дестинаций зачастую обладает физическими и психологическими характеристиками.

В рамках нашего исследования мы рассмотрели развитие овертуризма в Алтайском крае с точки зрения региональной специфики.

Алтайский край является одним из основных туристских регионов страны. Наблюдается рост количества туристов в крае, однако, распределение туристских потоков в регионе неравномерно, что приводит к увеличению нагрузки на рекреационные, туристские, инфраструктурные ресурсы отдельных районов края. Продолжающийся бесконтрольный рост числа туристов в некоторых туристских дестинациях и неравномерное распределение спроса на туристских маршрутах и местах посещения, приводит к негативным последствиям и создаёт проблему чрезмерного туризма, которая приобретает все большее значение в глобальном масштабе. Этому способствует развитие технологий, транспортной инфраструктуры, удешевление перелетов, модные тенденции, а также рост численности населения.

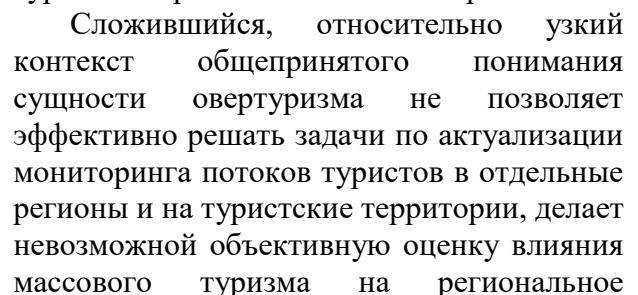
Туристско-экскурсионный поток в Алтайском крае составил: 2018 г. - 2126,4 тыс. человек, 2019 г. - 2196,7 тыс. человек, 2020г. - 1250,5 тыс. человек, 2021 г. - 1817,9 тыс. человек, 2022 г. - 2166,9 тыс. человек. В целом в 2022 году загрузка санаторно-курортных предприятий по краю составила 69%, из них город-курорт Белокуриха - 89%. Это указывает на рост и неравномерность туристских потоков, что и грозит разрушением самобытности туристской дестинаций и имеет негативные социальные последствия.

Проведенное нами исследование региональных особенностей туризма в Алтайском крае позволило выделить наиболее подверженные овертуризму территории края.

Наибольшая нагрузка туристского потока приходится на районы, расположенные в предгорье Алтайского края, а также на степные районы, обладающие определенными рекреационными ресурсами: Алтайский муниципальный район, Белокуриха, Бийский район, Бурлинский район, Завьяловский район, Быстроистокский район, Залесовский район, Яровое и др.

Чрезмерные туристские потоки в пунктах рекреации и иных местах туристского

Основные объекты инвестиций в сфере туризма представлены на рис.1.



социально-экономическое развитие. Для решения указанных проблем целесообразно расширить рамки современного понимания феномена овертуризма и проработать методологическую базу исследований его влияния на социально-экономические параметры региональных экосистем.

Дальнейшее проведение исследования по данной теме и полученные результаты могут быть использованы в деятельности Туристского информационного центра Алтайского края (Алтайтурцентр) при создании маршрутов для туристов в менее популярные районы края и увеличения спроса в низкий сезон. Необходима более детальная проработка вопроса по улучшению логистики туристских потоков в Алтайском крае в отношении перемещения туристов из одного района, подверженного овертуризму, в другой с наименьшим турпоток.

Список литературы

1. Ветитнев А.М., Чигарев Д. В., Бобина Н.В. Риск овертуризма в Сочинской туристской дестинации в постковидный период // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал, 2 – №2 (66). Номер статьи: 6621. Дата публикации: 26.05.2021. URL: [https://eee-region.ru/article/6621/\(дата обращения: 08.04.2024\)](https://eee-region.ru/article/6621/(дата обращения: 08.04.2024)).
2. *Saturation of Tourist Destinations*: Report of the Secretary General, World Tourism Organisation, Madrid, 1981.
3. Семеркова, Л. Н. Актуальные проблемы неравномерного распределения туристских потоков // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки, 2019. - № 1 (49). - С. 168-178.
4. Новичкова А.В., Новичков Н.В. Овертуризм: локальные проблемы и глобальные решения // Современные проблемы сервиса и туризма, 2019. - №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/overturizm-lokalnye-problemy-i-globalnye-resheniya> (дата обращения: 08.04.2024).
5. Симонян Г. А., Сарян А. А. О новых подходах к расширенному пониманию сущности овертуризма // Вестник Академии знаний. 2020. - №2 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-novyh-podhodah-k-rasshirennomu-ponimaniyu-suschnosti-overturizma> (дата обращения: 09.04.2024).
6. Аигина Е. В. Сверхтуризм и туризмфобия: новые явления или старые проблемы? // Современные проблемы сервиса и туризма, 2018. - Т. (12) №4. - С. 41-45
7. Колодий Н.А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте. М.: Изд-во Юрайт, 2017. 326 с.
8. Наумова И.В., Савельев И. И. Овертуризм: Сущность и пути решения проблемы // Современные проблемы сервиса и туризма, 2019. - № 4. - С. 27-35
9. Чигарев Д. В. Туризмфобия и овертуризм - главные тревел-тренды 2018 года // Материалы VII Международной научно-практической конференции «Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития» 17-21 апреля 2019 г. Изд-во: Кубанский государственный университет (Краснодар). С. 274-279.

References

1. Vetitnev A.M, Chigarev D. V., Bobina N.V. (2021) Risk overturizma v Sochinskoj turistskoj destinacii v poslekovidnyj period. Regional'naja jekonomika i upravlenie: jelektronnyj nauchnyj zhurnal, 2. 2 (66).. URL: [https://eee-region.ru/article/6621/\(data obrashhenija: 08.04.2024\)](https://eee-region.ru/article/6621/(data obrashhenija: 08.04.2024)).
2. *Saturation of Tourist Destinations*: Report of the Secretary General, World Tourism Organisation, Madrid, 1981.
3. Semerkova, L.N. (2019) Aktual'nye problemy neravnomernogo raspredelenija turistskih potokov // Izvestija vysshih uchebnyh zavedenij. Povolzhskij region. Obshhestvennye nauki, 1 (49), 168-178.
4. Novichkova A.V., Novichkov N.V. (2019) Overturizm: lokal'nye problemy i global'nye reshenija. Sovremennye problemy servisa i turizma, 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/overturizm-lokalnye-problemy-i-globalnye-resheniya> (data obrashhenija: 08.04.2024).
5. Simonjan G. A., Sarjan A. A. (2020) O novyh podhodah k rasshirennomu ponimaniyu sushhnosti overturizma. Vestnik Akademii znaniy. 2 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-novyh-podhodah-k-rasshirennomu-ponimaniyu-suschnosti-overturizma> (data obrashhenija: 09.04.2024).
6. Aigina E.V. (2018) Sverhturizm i turizmofobija: novye javlenija ili starye problemy? // Sovremennye problemy servisa i turizma, (12) 4, 41-45
7. Kolodij N.A. (2017) Jekonomika oshhushhenij i vpechatlenij v turizme i menedzhmente. M.: Izd-vo Jurajt. 326.
8. Naumova I.V., Savel'ev I. I. (2019) Overturizm: Sushhnost' i puti reshenija problemy // Sovremennye problemy servisa i turizma, 4, 27-35.

УДК 338.2

Роль цифровых двойников в управлении производством и базовые принципы их создания

В.В. Гордеев¹, А.В. Столяров², В.И. Абрамов³^{1,3}Национальный исследовательский ядерный университет МИФИ, г. Москва, 115409, Россия^{2,3}НУ Институт прикладных информационных технологий, г. Москва, 115409, Россия,¹v.gordeev.v@gmail.com, ²mr.alexst@gmail.com, ³viabramov@mephi.ru

Статья поступила 17.04.2024

Аннотация

Цифровой двойник потенциально может стать приоритетной концепцией в развитии цифровой индустриализации. Однако в настоящее время нет системного понимания важности этой концепции и того, как ее можно осуществить в условиях реального производства. Целью статьи является всестороннее исследование роли цифровых двойников в управлении производством, базовых принципов их создания и их функциональных возможностей. Проанализированы основные характеристики и особенности функционала цифровых двойников для повышения эффективности управления производством. Представлены инструменты для обеспечения операционной и ресурсной оптимизации и поддержки принятия решений и даны их характеристики. Описаны ключевые технологии, необходимые для внедрения цифрового двойника, и проблемы, при этом возникающие. Приведены наиболее интересные примеры внедрения цифровых двойников для решения задач оптимизации производственных процессов с описанием достигнутых показателей. Показано, что цифровые двойники являются мощным / действенным инструментом качественного улучшения операционной результативности производств и повышения уровня управленческих решений. Направления будущих исследований должны быть нацелены на привлечение и развитие технологий искусственного интеллекта, машинного обучения, блокчейна и технологий дополненной реальности для достижения большей отдачи от цифровых двойников в управлении производством.

Ключевые слова: цифровые двойники, цифровые технологии, большие данные, машинное обучение, искусственный интеллект, интернет вещей.

JELcodes: C61, D81, M11, M15, O14, O32

The role of digital twins in production management and the basic principles of their creation

V.V. Gordeev¹, A.V. Stolyarov², V.I. Abramov³^{1,3}National Research Nuclear University MPhI, Moscow, 115409, Russia²NU Institute of Applied Information Technologies, Moscow, 115409, Russia,¹v.gordeev.v@gmail.com, ²mr.alexst@gmail.com, ³viabramov@mephi.ru

Received 17.04.2024

Abstract

The digital twin has the potential to become a priority concept in the development of digital industrialization. However, at present there is no systematic understanding of the importance of this concept and how it can be implemented in real production conditions. The purpose of the article is a comprehensive study of the role of digital twins in production management, the basic principles of their creation and their functionality. The main characteristics and features of the functionality of digital twins are analyzed to increase the efficiency of production management. Tools for ensuring operational and resource optimization and decision support are presented and their characteristics are given. The key technologies required to implement a digital twin and the problems that arise are described. Successful cases of using digital twins

to improve the efficiency of production facilities are considered and the results of their implementation are described. It is shown that digital twins are a powerful/effective tool for qualitatively improving the operational performance of production and raising the level of management decisions. Future research directions should focus on leveraging and developing artificial intelligence, machine learning, blockchain and augmented reality technologies to achieve greater value from digital twins in manufacturing management.

Keywords: digital twins, digital technologies, big data, machine learning, artificial intelligence, Internet of things.

Введение

В последние годы концепция цифровых двойников привлекла значительное внимание в различных отраслях, например, в машиностроении [1], в управлении ЖКХ [2], городом [3] и регионами в целом [4]. Зародившись в области аэрокосмической техники в начале 2000-х гг., цифровые двойники превратились в преобразующую технологию с далеко идущими последствиями. По своей сути цифровой двойник — это виртуальное представление физического объекта или системы, предлагающее ценную информацию в реальном времени и возможности прогнозирования. Этот виртуальный аналог отражает физический объект как по форме, так и по функциям, что позволяет глубже понять его поведение и производительность.

В контексте управления производством роль цифровых двойников становится все более важной. Внедрение технологии цифровых двойников повлияло на производственные процессы, управление цепочками поставок и общую эффективность производства. В современном мире клиентоцентричная трансформация подразумевает применение нового управленческого мышления для создания актуальных цифровых бизнес-моделей, продуктов и услуг на основе запросов клиентов [5]. Используя возможности цифровых двойников, компании могут выполнять прогнозную аналитику, оптимизировать операции, сокращать время простоев и принимать решения на основе данных, с учетом запросов клиентов и влияния на прибыль. Согласно статистике, собранной экспертами Gartner, 13 % компаний, применяющих Интернет вещей, уже используют цифровых двойников, 62 % начали или планируют внедрять эту технологию

[6]. Как отмечается в работе [7], сегодня современная высокотехнологичная индустрия претерпела серьезные структурные изменения — «фокус» глобальной конкуренции сместился на стадию проектирования, что сопровождается рекордной скоростью выхода продуктов на рынок, ускорением проводимых преобразований, снижением затрат, быстрой проверкой оптимизационных гипотез и расширением производства. В России ЦД включены в национальную Дорожную карту развития «сквозной» цифровой технологии «Новые производственные технологии» [8].

Целью этой статьи является всестороннее исследование роли цифровых двойников в управлении производством, их функциональных возможностей и базовых принципов создания.

Анализ последних исследований и публикаций

Для эффективного использования цифровых двойников необходимо понимать, что они из себя представляют. На рис. 1 показаны типы цифровых двойников [9]. Цифровой двойник всегда уникален, он относится только к одному объекту. Однако цифровой двойник может извлекать полезные знания из других цифровых двойников таких же объектов, тем самым расширяя опыт всех двойников.

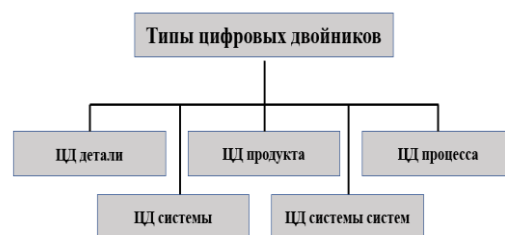


Рис. 1. Типы цифровых двойников [9]

Цифровой двойник для заводского производства был предложен [10] и с тех

пор его дальнейшее развитие было обусловлено внедрением интернета вещей [11]. Термин интернет вещей, или IoT, возник сравнительно недавно, Gartner определяет интернет вещей как «сеть физических объектов, содержащих встроенные технологии для связи и восприятия или взаимодействия с их внутренним состоянием или внешней средой» [12].

Цифровые двойники необходимо учитывать на четырех этапах жизненного цикла продукта: создание, сборка, использование/поддержание и утилизация [13]. Чтобы цифровые двойники были успешными, они должны создавать ценность для пользователей этих систем и устройств [14].

Основные характеристики и функциональные возможности цифровых двойников из анализа работ [15,16,17] представлены в табл.1.

Таблица 1. Основные характеристики и функциональные возможности

Характеристика	Функциональные возможности
Мониторинг в реальном времени	Цифровые двойники позволяют осуществлять постоянный мониторинг за ходом процессов производства в режиме реального времени. Эта возможность позволяет мгновенно узнавать о любых отклонениях или неэффективности, способствуя принятию оперативных корректирующих действий.
Прогнозная аналитика	Объединяя исторические данные и данные в реальном времени, цифровые двойники могут прогнозировать потенциальные проблемы и рекомендовать превентивные меры. Этот аспект прогнозной аналитики имеет решающее значение для минимизации времени простоя и оптимизации использования ресурсов.
Возможности моделирования	Цифровые двойники предлагают функции моделирования, позволяющие менеджерам производства моделировать различные сценарии. Это помогает в принятии решений, предоставляя представление о потенциальных результатах различных стратегий или изме-

нений в производственной среде.

Также следует обратить внимание на официальные документы, регламентирующие использование цифровых двойников.

Существует ГОСТ Р 57700.37 – 2021 «Цифровые двойники изделий», определяющий положения разработки и применения цифровых двойников. Стандарт достаточно краткий и вводит базовый категориальный аппарат.

Основным международным стандартом в этой сфере является серия из четырех документов ISO 23247 «Автоматизированные системы и интеграция – Цифровые двойники для производства».

С точки зрения структурирования данной сферы особого внимания заслуживают предварительные национальные стандарты Российской Федерации (ПНСТ), достаточно глубоко раскрывающие во всех аспектах область цифровых двойников:

- ПНСТ 429-2020 «Умное производство. Двойники цифровые производства. Часть 1. Общие положения»;
- ПНСТ 430-2020 «Умное производство. Двойники цифровые производства. Часть 2. Типовая архитектура»;
- ПНСТ 431-2020 «Умное производство. Двойники цифровые производства. Часть 3. Цифровое представление физических производственных элементов»;
- ПНСТ 432-2020 «Умное производство. Двойники цифровые производства. Часть 4. Обмен информацией»;
- ПНСТ 428-2020 «Умное производство. Двойники цифровые производства. Элементы визуализации цифровых двойников производства».

Данные и методы

Методология исследования основана на системном подходе, применяемом при анализе сложных экономических систем, и использует общенаучные методы познания: сбор фактов, анализ, сравнение, логические рассуждения, синтез, а также структурный подход.

Результаты исследования

Двойственный характер цифровых двойников подразумевает существование

физического объекта, например, производственного устройства или целой производственной линии, и соответствующего ему виртуального представления. Физическая сторона соответствует материальным, осязаемым, реальным компонентам, в то время как цифровая сторона - это динамическая модель, управляемая на основе данных.

Способность цифрового двойника точно отражать реальные производственные процессы гарантирует, что виртуальное представление остается надежным и актуальным отражением физической системы. При этом изменения в физической системе динамически синхронизируются с цифровым двойником в режиме реального времени. Эта синхронизация имеет решающее значение для поддержания точности и актуальности при принятии решений.

Понимание этой концептуальной основы имеет основополагающее значение для понимания того, как цифровые двойники становятся бесценными инструментами оптимизации и управления производственными процессами, которые представлены в табл.2.

Таблица 2. Инструменты для повышения операционной эффективности, оптимизации ресурсов и поддержки принятия решений

Инструменты	Характеристика
Операционная эффективность	
Мониторинг и контроль в реальном времени	Цифровые двойники непрерывно собирают данные с датчиков и подключенных устройств в производственной среде. Затем эти данные обрабатываются и представляются в удобном интерфейсе, что позволяет менеджерам производства немедленно получить представление о текущих операциях.
Мгновенная видимость	Цифровые двойники предоставляют менеджерам производства немедленную информацию о состоянии производственных процессов. Они могут отслеживать производительность машины, производительность и показатели качества в режиме ре-

	ального времени.
Раннее обнаружение проблем	Любые аномалии или отклонения от заранее определенных норм быстро обнаруживаются. Эта система раннего предупреждения позволяет быстро реагировать и предотвращать потенциальные сбои и проблемы с качеством.
Прогнозируемое обслуживание и оптимизация	Цифровые двойники превосходно справляются с профилактическим обслуживанием — важнейшим аспектом управления производством. Анализируя исторические данные и входные данные датчиков в режиме реального времени, они могут прогнозировать, когда оборудование может потребовать обслуживания или замены. Профилактическое обслуживание сводит к минимуму время незапланированных простоев за счет планирования работ по техническому обслуживанию в оптимальные периоды, тем самым предотвращая дорогостоящие поломки.
Оптимизация ресурсов	
Эффективное использование активов и ресурсов	Благодаря цифровым двойникам достигается рациональное распределение имеющихся ресурсов в рамках оперативного контроля. Это открывает возможности эффективного размещения оборудования, персонала и комплектующих.
Снижение затрат	Благодаря эффективному распределению ресурсов можно минимизировать производственные затраты, что приведет к увеличению прибыльности.
Распределение ресурсов	Цифровые двойники помогают принимать решения на основе данных относительно распределения рабочей силы, планирования работы оборудования и закупок материалов.
Улучшение управления цепочками поставок	Применение цифровых двойников не ограничивается производственными цехами, но распространя-

	ется и на управление цепочками поставок, что способствует лучшей координации с поставщиками, управлению запасами и прогнозированию спроса. Результатом является оптимизированная цепочка поставок, сокращенное время выполнения заказов, минимизация избыточных запасов и повышение общей эффективности цепочки поставок.
Поддержка принятия решений	
Аналитика на основе данных	Цифровые двойники служат ценным источником информации на основе данных для менеджеров производства. Огромный объем собранной и обработанной информации можно использовать для принятия обоснованных решений.
Аналитика производительности	Цифровые двойники предлагают информационные панели аналитики производительности, для формирования исчерпывающей статистики по эффективности производства, качеству продукции и использованию ресурсов.
Анализ тенденций	Исторические данные, хранящиеся в цифровом двойнике, позволяют проводить анализ тенденций. Менеджеры получают возможность выявлять закономерности, взаимосвязи и потенциальные узкие места, которые могут потребовать внимания.
Моделирование и анализ сценариев	Еще одна важная функция цифровых двойников — моделирование и анализ сценариев. Руководители производства могут создавать виртуальные модели производственной среды и моделировать различные сценарии для оценки потенциальных результатов.
Снижение рисков	Менеджеры могут оценить влияние различных решений до их реализации, что снижает риск, связанный с изменениями в производственных процессах.

Оптимизация процессов	Моделирование позволяет точно настроить процессы для определения оптимальных конфигураций и распределения ресурсов.
------------------------------	---

Выявляя и устраняя неэффективность оборудования, цифровые двойники способствуют общей оптимизации производства. Это включает в себя тонкую настройку параметров, корректировку производственных графиков и обеспечение максимальной операционной эффективности. Следует отметить, что цифровые двойники позволяют осуществлять многокритериальную оптимизацию [18] и проводить нелинейный анализ чувствительности к изменению тех или иных факторов [19].

Таким образом, цифровые двойники играют ключевую роль в управлении производством, повышая операционную эффективность за счет мониторинга в реальном времени и прогнозного обслуживания, предоставляя аналитическую информацию на основе данных и поддерживая принятие решений на основе моделирования, а также оптимизируя распределение ресурсов и управление цепочками поставок. Эти приложения позволяют менеджерам производства принимать обоснованные решения и постоянно совершенствовать свои производственные процессы.

Необходимые технологии для внедрения цифрового двойника

Внедрение цифровых двойников в управление производством предусматривает наличие надежной технологической инфраструктуры. Следует учитывать, что цифровой двойник требует больших объемов информации и вычислительных мощностей. Ключевые технологии, имеющие решающее значение для успешного внедрения цифровых двойников, представлены в табл. 3.

Таблица 3. Ключевые технологии необходимые для внедрения цифрового двойника

Технологии	Функционал
Датчики и устройства интернета вещей	Они имеют основополагающее значение для сбора данных в реальном времени. Датчики, размещенные на машинах и в

	производственной среде, собирают информацию, которая передается на цифровой двойник
Облачные вычисления	Облачная инфраструктура облегчает хранение и обработку огромных объемов данных, генерируемых цифровыми двойниками. Это обеспечивает масштабируемость и доступность для заинтересованных сторон.
Периферийные вычисления	В сценариях, где обработка в реальном времени имеет решающее значение, периферийные вычисления дополняют облачные решения. Он предполагает обработку данных ближе к источнику данных, сокращая задержку.
Аналитика данных и машинное обучение.	Эти технологии помогают извлечь значимую информацию из собранных данных. Алгоритмы машинного обучения расширяют прогностические и аналитические возможности цифровых двойников.
Протоколы связи (например, MQTT, CoAP).	Эффективная связь между устройствами и цифровым двойником опирается на стандартизированные протоколы, обеспечивающие плавную интеграцию.

Проблемы и решения при реализации цифрового двойника

Организационная разрозненность, вероятно, представляет собой самое большое препятствие для создания цифрового двойника [20], поскольку организации делятся на такие функции, как проектирование, проектирование, производство и поддержка. Внутри этих функциональных областей существует естественная разрозненность информации, каждый из этих информационных направлений содержит информацию о системах, однако между функциями может быть очень мало общего.

Следует также понимать, что цифровые двойники продуктов и деталей разрабатываются на основе моделирования природных процессов и явлений [21], поэтому способность понимать и моделировать структуры и материалы имеет решающее значение для проведения полноцен-

ного цифрового анализа того, как на самом деле работают системы.

При внедрении цифровых двойников организации могут столкнуться с проблемами, основные из которых представлены в табл. 4.

Таблица 4. Проблемы, возникающие при внедрении цифровых двойников

Проблемы	
Проблемы совместимости	Интеграция с существующими системами и устаревшим оборудованием может оказаться сложной задачей. Внедрение стандартизированных протоколов связи и решений промежуточного программного обеспечения может решить проблемы совместимости.
Проблемы безопасности данных	Безопасность данных, передаваемых между физическими системами и цифровыми двойниками, имеет первостепенное значение. Использование надежных методов шифрования и обеспечение соответствия стандартам кибербезопасности смягчает эти проблемы.
Проблемы масштабируемости	По мере увеличения объема данных масштабируемость становится критически важным фактором. Облачные решения в сочетании с периферийными вычислениями предлагают возможности масштабирования для обработки растущих массивов данных.
Управление изменениями	Адаптация к системе цифровых двойников требует организационных изменений. Программы обучения сотрудников и стратегии управления изменениями могут способствовать плавному переходу.

Опыт внедрения цифровых двойников в производство показывает убедительные результаты. Например, компания R&G внедрила систему цифровых двойников для повышения эффективности производства и качества продукции. [22]. Цифровые двойники были интегрированы в производственные процессы, обеспечивая в режиме реального времени цифровую ко-

пию производственных линий и оборудования. Отслеживание в режиме реального времени позволило повысить уровень контроля качества, снизить процент брака и издержки, с ним связанные. Более высокая результативность производства и оптимальное распределение ресурсов благоприятно сказались на совокупном финансовом показателе.

В компании Airbus была разработана программа цифровых двойников для оптимизации процессов производства самолетов и улучшения сотрудничества между проектными и производственными группами [23]. Цифровые двойники были использованы для создания виртуальных представлений компонентов самолета, что позволило осуществлять совместную работу и моделирование в режиме реального времени. Оптимизированные рабочие процессы от проектирования до производства привели к сокращению времени выхода на рынок, что положительно повлияло на показатели рентабельности. Улучшение точности при изготовлении продукции путем виртуального моделирования обеспечило сокращение расходов и рост экономической выгоды. Например, в Airbus использовалась технология для оценки оптимального срока службы станочного парка. С помощью цифрового моделирования Cosmo Tech Digital Twin Simulation авиапроизводитель сформулировал долгосрочную программу жизненного цикла клепальных машин. Имитация 120 тыс. отказов и применение предиктивной аналитики позволили найти оптимальные сценарии эксплуатации станочного парка и продлить срок его службы. По оценкам Airbus, использование этой стратегии позволит сэкономить до 15% всех затрат на производственные активы [24].

Внедряя на своих производственных предприятиях цифровые двойники, представляющие собой виртуальные копии производственных линий, машин и заводских экосистем, компания Siemens добилась значительной экономии средств за счет профилактического обслуживания, сокращения внеплановых простоев и оп-

тимизации графиков технического обслуживания. Мониторинг в режиме реального времени привел к улучшению использования оборудования, что способствовало повышению эффективности производства и привело к положительным экономическим результатам. Цифровые двойники помогают выявлять "узкие места" и пики нагрузки, чтобы оптимизировать поток материалов, а также способствуют повышению пропускной способности и общей производительности склада, что позволяет добиться почти 100-процентного выполнения заказов [25].

Применяя передовой опыт и изучая истории успеха, организации будут в состоянии преодолеть сложности внедрения цифровых двойников в управление производством.

Внедрение цифровых двойников предполагает как первоначальные, так и текущие затраты.

Необходимо предусмотреть следующие расходы:

- оборудование и софт: в первоначальные инвестиции должна быть включена покупка датчиков IoT, вычислительных мощностей и платформ программного обеспечения;

- подготовка и формирование необходимых компетенций: на обучение сотрудников навыкам работы и поддержки инфраструктуры цифрового двойника необходимо осуществлять регулярные финансовые инвестиции;

- обслуживание и ремонт: регулярное техническое сопровождение датчиков, актуализация ПО и меры по обеспечению безопасности сопряжены с сопутствующими затратами;

- хранение данных: при возрастающих массивах данных стоимость услуг по их хранению будут расти, что особенно актуально для решений на основе облачных технологий.

Чтобы оценить экономическую эффективность внедрения цифровых двойников, организациям следует провести тщательный анализ затрат и получаемой пользы. При оценке окупаемости инвестиций

(ROI) необходимо сопоставить понесенные затраты с полученными преимуществами, такими как сокращение времени простоя, экономия энергии и повышение эффективности. Следует учитывать долгосрочную жизнеспособность цифровых двойников, принимая во внимание потенциал будущей масштабируемости и дополнительных вариантов использования. Важно учитывать степень снижения рисков, поскольку цифровые двойники помогают минимизировать вероятность незапланированных простоев. Конкурентные преимущества, полученные в результате внедрения цифровых двойников, могут принести значительную выгоду, поскольку это может привести и к увеличению доли рынка и доходов.

В связи с применением цифровых двойников в управлении производством в будущем ожидаются захватывающие возможности, основанные на новых технологиях, таких как искусственный интеллект, машинное обучение, блокчейн и дополненная реальность. Алгоритмы ИИ станут более сложными при анализе огромных объемов данных, генерируемых цифровыми двойниками. Это приведет к более точным прогнозам, лучшему обнаружению аномалий и автономному принятию решений в производственных системах. Модели машинного обучения (ML) будут постоянно развиваться и адаптироваться к изменяющейся производственной среде, улучшая оптимизацию и эффективность. Например, модели прогнозируемого обслуживания будут становиться все более точными. Технология блокчейн повышает безопасность и прозрачность цифровых двойников, поэтому ее можно использовать для создания неизменяемых записей данных, обеспечивая целостность и отслеживаемость данных. Дополненная реальность (AR) позволяет работать с цифровым двойником и физическим объектом одновременно. В AR процесс управления становится динамическим, поскольку человек, работающий с физической системой, может обрабатывать полученную от нее информацию и передавать ее цифро-

вому двойнику, который затем анализирует данные и отправляет их обратно данному человеку.

Внедрение таких технологий в формат цифровых двойников кардинально изменит качество управления бизнесом:

- за счет управления с использованием цифровых двойников на основе искусственного интеллекта, позволяющего руководителям производства принимать обоснованные решения по выполнению задач в режиме реального времени;

- за счет оптимизации распределения ресурсов с помощью алгоритмов машинного обучения, которые постоянно оптимизируют размещение ресурсов, снижают уровень затрат и повышают коэффициент полезного применения ресурсов;

- за счет гарантии неизменности информационных массивов, в силу того что технология блокчейн поддерживает неприкосновенность и верификацию данных цифровых двойников, таким образом поддерживая доверие к надежности информации, получаемой в процессе принятия решений.

Следует учитывать, что сегодня, по мере ускорения происходящих преобразований, организациям приходится самостоятельно осваивать необходимые для работы компетенции и навыки исходя из опережающего характера обучения и подготовки, отвечающего потребностям организации не только для выполнения текущих задач, но и для реализации стратегических планов, что требует привлечения методов специальных персонализированных образовательных технологий позволяющих повысить уровень и качество результатов обучения внутри компании [26].

Заключение

Таким образом, в этой статье рассмотрена ключевая роль цифровых двойников в управлении производством, начиная с введения о формировании цифровых двойниках, их определения и значения в производственном контексте. Были изложены поставленные цели, описаны про-

блемы, подчеркнута важность этого исследования в промышленном ландшафте.

Если смотреть в будущее, то очевидно, что появление цифровых двойников способно изменить управление производством. Компаниям необходимо осваивать эту технологию, поскольку именно она способна повышать операционную эффективность, улучшить процесс принятия решений и обеспечить конкурентные преимущества. Для успешной реализации цифрового двойника и проведения плавной и продуктивной интеграционной работы управленческим командам предприятий потребуется обратить внимание на стратегические аспекты и лучшие мировые практики.

Список литературы

1. Боровков, А. И. Цифровые двойники в нефтегазовом машиностроении / А. И. Боровков, Ю. А. Рябов, А. А. Гамзикова // Деловой журнал Neftegaz.RU. – 2020. – № 6(102). – С. 30-36. – EDN IAQWUQ.
2. Абрамов В.И., Кашироков А.С. Цифровые двойники – эффективные инструменты цифровой трансформации ЖКХ // Цифровая экономика и финансы: материалы IV Международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург: ЦНПТ «Астерион», 2021. – С. 139-143.
3. Абрамов В. И., Громыко А.А. Цифровой двойник умного города как современная тенденция цифровой экономики // Государство и общество России в контексте современных геополитических вызовов: новации, экономика, перспективы : Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции, Чебоксары: ИПК "Новое время" (Чебоксары), 2021. – С. 215-220. – EDN RCRTFX.
4. Абрамов В.И., Андреев В.Д. Сравнительный анализ цифровых двойников регионов. // Информационное общество. – 2023. - № 4. – С.106-117.
5. Абрамов В. И., Чуркин Д. А. Оценка уровня зрелости системы управления взаимоотношениями с клиентами // Вестник университета. – 2022. – № 12. – С. 5–13. – DOI 10.26425/1816-4277-2022-12-5-13. – EDN FSACWD.
6. Gartner: использование цифровых двойников становится массовым. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.computerworld.ru/cio/news/250219-Gartner-ispolzovanie-tsifrovyyh-dvoynikov-stanovitsya-massovym>
7. Боровков А.И., Рябов Ю.А., Кукушкин К.В., Марусева В.М., Кулемин В.Ю. Цифровые двойники и цифровая трансформация предприятий ОПК. Вестник Восточно-Сибирской Открытой Академии. 2019. № 32. С. 2.4
8. Дорожная карта развития «сквозной» цифровой технологии «Новые производственные технологии». – 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://digital.gov.ru>
9. Абрамов В. И., Туйцына А. А. Цифровые двойники – эффективные инструменты цифровой трансформации компании. // Управление бизнесом в цифровой экономике: Сборник тезисов выступлений Четвертой международной конференции. / Под общей редакцией И. А. Аренкова, М. К. Ценжарик. – Санкт-Петербург: СПбГУПТД, 2021. – С. 33–39.
10. Post J., Groen M., Klaseboer G. Physical Model-based Digital Twins in Manufacturing Processes. Paper presented at the Forming Technology Forum 2017, Enschede, The Netherlands
11. Maher D. P. On Software Standards and Solutions for a Trusted Internet of Things. Paper presented at the 51st Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS51), Hawaii. 2018.
12. Gartner. IT Glossary. 2016. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gartner.com/it-glossary/internet-ofthings/>
13. Grieves M. Virtually Intelligent Product Systems: Digital and Physical Twins, in Complex Systems Engineering: Theory and Practice, S. Flumerfelt, et al., Editors. - 2019, American Institute of Aeronautics and Astronautics. pp. 175-200.
14. Ehret M., Wirtz J. Unlocking value from machines: business models and the industrial internet of things. Journal of Marketing Management. – 2017. – V.33(1-2). – pp. 111-130. doi:10.1080/0267257X.2016. 124804115. Adrien B., Maia E., Feeken L., Borchers Ph., Praca I.. 2020. A New Concept of Digital Twin Supporting Optimization and Resilience of Factories of the Future. // Applied Sciences. - 10 (13). – pp. 4482.
15. Yuqian L., Liu Ch., Kevin I., Wang R., Huang H., Xu X.. Digital Twin-driven smart manufacturing: Connotation, reference model, applications and research issues. Robotics and Computer-Integrated Manufacturing. - 2020. – 61. - 101837
16. Luo D., Thevenin S., Dolgui A.. A state-of-the-art on production planning in Industry 4.0. // International Journal of Production Research. – 2023. - 61 (19). – pp.6602-6632. doi: ff10.1080/00207543.2022.2122622ff. ffhal-03793675f
17. Столяров А. Д., Гордеев В.В., Абрамов В.И. Методика поиска многокритериальных решений на основе цифровых двойников // Экономика и управление. – 2023. – Т. 29, № 7. – С. 851-858. – DOI 10.35854/1998-1627-2023-7-851-858. – EDN BWERQI.
18. Абрамов В. И., Головин О. Л., Столяров А. Д. Методика поиска Парето-оптимальных решений по развитию умных городов на базе их цифро-

- вых двойников // Современная экономика: проблемы и решения. – 2021. – № 9(141). – С. 8-15. – DOI 10.17308/meps.2021.9/2666. – EDN HFOOSH.
20. Grieves M, Vickers J. Digital Twin: Mitigating Unpredictable, Undesirable Emergent Behavior, in Springer International Publishing Switzerland, F.-J. Kahlen et al. (eds.), Transdisciplinary Perspectives on Complex Systems. - 2017. - DOI 10.1007/978-3-319-38756-7_4
 21. Arthur W. B. The nature of technology: What it is and how it evolves. New York: Free Press. 2009. - 246 pp.
 22. Цифровые двойники для повышения эффективности производства и качества продукции [Электронный ресурс]. URL: <https://us.pg.com/>
 23. Цифровые двойники для оптимизации процессов производства [Электронный ресурс]. URL: <https://www.airbus.com/en>
 24. Каюкова О. Цифровые двойники: от идеи до реальности. 9 января 2024. [Электронный ресурс]. URL: <https://oblako.mai.ru/articles/item.php?ID=178231&referer=https%3A%2F%2Fwww.yandex.ru%2F>
 25. Цифровые двойники для склада [Электронный ресурс]. URL: <https://www.siemens.com/global/en.html>
 26. Абрамов В.И., Глухова Е.В., Семенов К.Ю. Цифровая трансформация системы развития и обучения персонала предприятий // Лидерство и менеджмент. – 2023. – Том 10. – № 1. - С. 189-202 – doi: 10.18334/lim.10.1.117182.
- ## References
1. Borovkov, A. I. Digital twins in oil and gas engineering / A. I. Borovkov, Yu. A. Ryabov, A. A. Gamzikova // Business magazine Neftegaz.RU. – 2020. – No. 6(102). – P. 30-36. – EDN IAQWUQ.
 2. Abramov V.I., Kashirokov A.S. Digital twins are effective tools for the digital transformation of housing and communal services // Digital economics and finance: materials of the IV International Scientific and Practical Conference. – St. Petersburg: CNPT “Asterion”, 2021. – P. 139-143.
 3. Abramov V.I., Gromyko A.A. Digital twin of a smart city as a modern trend in the digital economy // State and society of Russia in the context of modern geopolitical challenges: innovations, economics, prospects: Materials of the XII All-Russian Scientific and Practical Conference, Cheboksary: IPK “New Time” (Cheboksary), 2021. – pp. 215-220. – EDN RCRTFX.
 4. Abramov V.I., Andreev V.D. Comparative analysis of digital twins of regions. // Information society. – 2023. - No. 4. – P.106-117.
 5. Abramov V. I., Churkin D. A. Assessing the level of maturity of the customer relationship management system // Bulletin of the University. – 2022. – No. 12. – P. 5–13. – DOI 10.26425/1816-4277-2022-12-5-13. – EDN FSACWD.
 6. Gartner: The use of digital twins is becoming widespread. [Electronic resource]. URL: <https://www.computerworld.ru/cio/news/250219-Gartner-ispolzovanie-tsifrovyyh-dvoynikov-stanovitsya-massovym>
 7. Borovkov A.I., Ryabov Yu.A., Kukushkin K.V., Maruseva V.M., Kulemin V.Yu. Digital twins and digital transformation of defense industry enterprises. Bulletin of the East Siberian Open Academy. 2019. No. 32. P. 2.4
 8. Roadmap for the development of “end-to-end” digital technology “New production technologies”. - 2019. [Electronic resource]. URL: <https://digital.gov.ru>
 9. Abramov V. I., Tuitsyna A. A. Digital twins - effective tools for digital transformation of a company. // Business management in the digital economy: Collection of abstracts from the Fourth International Conference. / Under the general editorship of I. A. Arenkova, M. K. Tsen-zharik. – St. Petersburg: SPGUPTD, 2021. – pp. 33–39.
 10. Post J., Groen M., Klaseboer G. Physical Model-based Digital Twins in Manufacturing Processes. Pa-per presented at the Forming Technology Forum 2017, Enschede, The Netherlands
 11. Maher D. P. On Software Standards and Solutions for a Trusted Internet of Things. Paper presented at the 51st Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS51), Hawaii. 2018.
 12. Gartner. IT Glossary. 2016. [Electronic resource]. URL: <http://www.gartner.com/it-glossary/internet-ofthings/>
 13. Grieves M. Virtually Intelligent Product Systems: Digital and Physical Twins, in Complex Systems Engineering: Theory and Practice, S. Flumerfelt, et al., Editors. - 2019, American Institute of Aeronautics and Astronautics. pp. 175-200.
 14. Ehret M., Wirtz J. Unlocking value from machines: business models and the industrial internet of things. Journal of Marketing Management. – 2017. – V.33(1-2). – pp. 111-130. doi:10.1080/0267257X.2016. 1248041
 15. Adrien B., Maia E., Feeken L., Borchers Ph., Praca I. 2020. A New Concept of Digital Twin Supporting Optimization and Resilience of Factories of the Future. // Applied Sciences. - 10 (13). – pp. 4482.
 16. Yuqian L., Liu Ch., Kevin I., Wang R., Huang H., Xu X.. Digital Twin-driven smart manufacturing: Connotation, reference model, applications and research issues. Robotics and Computer-Integrated Manufacturing. - 2020. – 61. - 101837
 17. Luo D., Thevenin S., Dolgui A.. A state-of-the-art on production planning in Industry 4.0. // International Journal of Production Research. – 2023. - 61 (19). – pp.6602-6632. doi: [ff10.1080/00207543.2022.2122622](https://doi.org/10.1080/00207543.2022.2122622). ffhal-03793675f
 18. Stolyarov A.D., Gordeev V.V., Abramov V.I. Methodology for searching multi-criteria solutions based on digital twins // Economics and Manage-

- ment. – 2023. – Т. 29, No. 7. – P. 851-858. – DOI 10.35854/1998-1627-2023-7-851-858. – EDN BWERQI.
19. Abramov V. I., Golovin O. L., Stolyarov A. D. Methods for searching for Pareto-optimal solutions for the development of smart cities based on their digital twins // *Modern Economics: Problems and Solutions*. – 2021. – No. 9(141). – P. 8-15. – DOI 10.17308/meps.2021.9/2666. – EDN HFOOSH.
20. Grieves M, Vickers J. Digital Twin: Mitigating Unpredictable, Undesirable Emergent Behavior, in Springer International Publishing Switzerland, F.-J. Kahlen et al. (eds.), *Transdisciplinary Perspectives on Complex Systems*. - 2017. - DOI 10.1007/978-3-319-38756-7_4
21. Arthur W. B. The nature of technology: What it is and how it evolves. New York: Free Press. 2009. - 246 pp.
22. Digital twins to improve production efficiency and product quality [Electronic resource]. URL: <https://us.pg.com/>
23. Digital twins for optimizing production processes [Electronic resource]. URL: <https://www.airbus.com/en>
24. Kayukova O. Digital twins: from idea to reality. January 9, 2024. [Electronic resource]. URL: <https://oblako.mai.ru/articles/item.php?ID=178231&referer=https%3A%2F%2Fwww.yandex.ru%2F>
25. Digital twins for warehouses [Electronic resource]. URL: <https://www.siemens.com/global/en.html>
26. Abramov V.I., Glukhova E.V., Semenov K.Yu. Digital transformation of the system of development and training of personnel of enterprises // *Leadership and management*. – 2023. – Volume 10. – No. 1. – P. 189-202 – doi: 10.18334/lim.10.1.117182.

УДК: 338.48

Развитие туризма в Орлиновском муниципальном округе города Севастополя

Е.С. Каширина¹, Н.В. Шабалина²

¹Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, 299015, Россия,
Филиал Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, в г. Севастополе,
г. Севастополь, 299001, Россия

²Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, 299015, Россия
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, 119991, Россия,
¹e_katerina.05@mail.ru, ²natshab@yandex.ru

Статья поступила 29.03.2024

Аннотация

В статье проанализированы особенности развития туризма в Орлиновском муниципальном округе г. Севастополя. Определено, что Орлиновский МО обладает значительным туристско-рекреационным потенциалом, о чем свидетельствуют количественные показатели развития ресурсной базы туризма, а также результате проведенным социологическими исследованиями, включая глубинные интервью с представителями органов государственной власти и бизнеса. Орлиновский МО имеет выгодное транспортно-географическое положение. Средства размещения и предприятия питания представлены различными сегментами. Выявлено, что номерной фонд за последние 3 года вырос на 10%; преобладают малые гостиничные предприятия. Загрузка гостиничных объектов сегодня находится на уровне средней по Крымскому полуострову – около 33%. Основные проблемы – качество услуг и отсутствие эффективной маркетинговой стратегии. В качестве дополнительных условий для развития туристских услуг следует отметить необходимость создания парковочных зон для экскурсионных автобусов, формирования объектов размещения и ресторанных комплексов высокой категории и качества обслуживания, строительство глэмпингов, развитие развлекательных сервисов (частных музеев, ремесел и др.). Большие перспективы наблюдаются у семейного отдыха, оздоровительных, гастрономических, винных туров. Также необходимо рассмотреть вопрос о включении Орлиновского в сеть региональных и национальных туристских маршрутов Крымского полуострова.

Ключевые слова: туризм, муниципалитет, город Севастополь, Большая Севастопольская тропа, предпосылки развития туризма.

JEL codes: C53, Z32

The tourism development in the Orlinovsky municipal district of Sevastopol

E.S. Kashirina¹, N.V. Shabalina²

¹Sevastopol State University, Sevastopol, 299015, Russia
Branch of Moscow State University in Sevastopol, Sevastopol, 299001, Russia

²Sevastopol State University, Sevastopol, 299015, Russia
Lomonosov Moscow State University, Moscow, 119991, Russia,
¹e_katerina.05@mail.ru, ²natshab@yandex.ru

Received 29.03.2024

Abstract

The article analyzes the peculiarities of tourism development in the Orlinovsky municipal circle of Sevastopol. It is determined that the Orlinovsky MO has a significant tourist and recreational potential, as evidenced by quantitative

indicators of the development of the tourism resource base, as well as the result of conducted sociological research, including in-depth interviews with representatives of government and business. Orlinovskiy MO has an advantageous transport and geographical location. Accommodation facilities and catering establishments are represented by various segments. It was revealed that the number of rooms has increased by 10% over the past 3 years; small hotel enterprises predominate. The utilization of hotel facilities today is at the level of the average for the Crimean Peninsula – about 33%. The main problems are the quality of services and the lack of an effective marketing strategy. As additional conditions for the development of tourist services, it should be noted the need to create parking areas for sightseeing buses, the formation of accommodation facilities and restaurant complexes of high category and quality of service, the construction of glamping, the development of entertainment services (private museums, crafts, etc.). Great prospects are observed for family holidays, wellness, gastronomic, wine tours. It is also necessary to consider the inclusion of Orlinovskiy in the network of regional and national tourist routes of the Crimean Peninsula.

Keywords: tourism, municipality, the city of Sevastopol, the Great Sevastopol trail, prerequisites for the development of tourism.

Введение

Целью статьи является исследование особенностей развития туризма в Орлиновском муниципальном округе (МО) г. Севастополя.

Первый этап исследования по анализу развития туризма и рекреации в Орлиновском МО проводился в период 2021-2022 гг. в рамках научно-исследовательской работы по разработке «Стратегии социально-экономического развития внутригородского муниципального образования города Севастополя Орлиновского МО до 2030 года и Плана мероприятий по реализации программы стратегии социально-экономического развития внутригородского муниципального образования города Севастополя Орлиновского МО». Системный подход к развитию туризма на исследуемой территории был применен при разработке мастер-плана макротерритории «Западный Юг России», которые завершились в 2023 г. В соответствии с Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года №2129-р «О Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» город Севастополь наряду с Республикой Крым входит в одну из 12 макротерриторий приоритетного туристского освоения – «Западный Юг России».

Сейчас речь идет о втором этапе работ по стратегическому анализу развития туризма в Орлиновском муниципальном округе г. Севастополя в связи с

изменившимися условиями реализации туристско-рекреационного потенциала территории, а также вхождению Крымского полуострова в масштабный туристский проект – «5 морей и озеро Байкал». Строительство и функционирование круглогодичных курортов Крымского полуострова отразится на развитии прилегающих территорий, в том числе и на территории Орлиновского муниципального округа.

Анализ последних исследований и публикаций

Представленный материал является продолжением исследований авторов в области формирования туристской дестинации, развития туристско-рекреационного комплекса и оценки туристско-рекреационного потенциала города Севастополя [4, 5, 6], разработке мастер-плана макротерритории «Западный Юг России».

Мастер-план представляет собой пространственную стратегию развития туризма. Он, как правило, основан на общественном мнении, социологических опросах, локальных инициативах по планированию, существующей застройке, физических характеристиках и социально-экономических условиях [12]; включает в себя анализ, рекомендации и предложения для населения, экономики, жилищной сферы, транспорта, общественных объектов и землепользования.

До недавнего времени, мастер-планирование изучалось как инструмент

проектирования объектов инфраструктуры, услуг и государственных инвестиций в относительно медленно растущих городах развитых стран [11]. В качестве факторов, обеспечивающих эффективное стратегическое планирование туризма, рассматривались социальные, культурные, экономические, физические, технические, международные, коммуникационные и инфраструктурные, административные и институциональные, а также правовые и политические [10]. Зарубежные мастер-планы, в отличие от генеральных планов, совмещают в себе как элементы пространственного планирования, так и подходы/ориентиры в отношении социально-экономического развития [1, 2, 7]. В соответствии с поручениями президента РФ В.В. Путина, ВЭБ.РФ разработал национальный стандарт мастер-планов, отдельные положения которого нашли отражение в проведенном исследовании.

Данные и методы

В качестве источников данных о развитии туристско-рекреационного комплекса Орлиновского муниципального округа использована официальная статистика региональных органов исполнительной власти – Управления туризма города Севастополя и Центра развития туризма; данные предприятий туризма округа, результаты социологических опросов туристов и представителей туристского бизнеса, а также маршрутных наблюдений авторов.

В работе были применены традиционные для исследований рекреации и туризма методы и научные подходы (экономико-математический, социолого-коммуникативный, рекреационно-географический, системного анализа), а также подходы, используемые в мастер-планировании туристских территорий (экспертный, пространственный, геоэкологический, ГИС-технологий, маркетинговый).

Авторы применяли методы анализа статистических данных и данных об

объектах туристского рынка. Для выявления портрета туриста Орлиновского муниципального округа проведен социологический опрос. С целью выявления проблем развития туризма в округе проведено глубинное интервью с представителями туристского бизнеса (объекты размещения, гиды-экскурсоводы, объекты питания и др.).

Результаты исследования

Орлиновский муниципальный округ — территориальное образование, наделённое статусом внутригородского муниципального образования в административно-территориальной единице - Балаклавском районе в составе города федерального значения Севастополь.

Образован в соответствии с законом города Севастополя от 3 июня 2014 года № 17 – ЗС «Об установлении границ и статусе муниципальных образований в городе Севастополе». Законом города Севастополя от 23 июля 2019 года № 518-ЗС в административное деление города федерального значения Севастополя был включён городской населённый пункт посёлок Ласпи и отнесен к Орлиновскому МО. Орлиновский МО занимает крайнюю южную часть Балаклавского района и всего г. Севастополя. Граничит на севере с Терновским, на северо-западе — с Балаклавским муниципальными округами Севастополя. На востоке проходит граница с Голубинским сельским поселением Бахчисарайского района Республики Крым, на юге — с городским округом Ялта Республики Крым. На западе — омывается Чёрным морем. В состав Орлиновского МО входит 15 населённых пунктов, крупнейшими из которых являются с. Орлиное, с. Родниковское и с. Передовое. Общая численность населения МО составляет более 6 тысяч человек.

Ресурсный потенциал развития рекреации и туризма на территории Орлиновского МО определяется наличием природных, историко-культурных и инфраструктурных объектов, а также

инвестиционной активностью бизнес-сообщества.

Природные ресурсы развития туризма

Орлиновский МО расположен в горной части г. Севастополя между внешней и главной грядами Крымских гор. Центральную часть округа занимает обширная Байдарская долина, которая представляет собой вытянутую межгорную котловину с плоским дном размерами примерно 16 на 8 км. Названа долина по старому названию села Орлиного - Байдары (Байдар), которое расположено в ее юго-западной части.

На юго-западе округа расположена Варнаутская долина, которая сформировалась в бассейне р. Сухая речка. Она меньше Байдарской долины: ее размеры около 5 на 3 км. Долина окружена со всех сторон горами и очень живописна. Здесь расположено два села МО – Гончарное и Резервное.

Согласно климатическому районированию для целей лечения территория Орлиновского МО относится к Байдарскому горно-котловинному климатическому району с полузасушливым, тёплым климатом с очень мягкой зимой. От прибрежных районов отличается большей континентальностью: лето в долине не такое жаркое, как на ЮБК, но зима немного прохладнее, могут быть заморозки. Здесь расположена северная граница субсредиземноморского климата со среднегодовой температурой более +10 градусов с характерным зимним максимумом осадков [3]. Для долины характерна большая продолжительность солнечного сияния на протяжении всего года. Максимум продолжительности солнечного сияния наблюдается в июле, а минимум – в декабре.

С окружающих гор стекает множество рек, являющихся притоками реки Чёрной. В Байдарской долине расположен самый крупный искусственный пресноводный водоем города Севастополя — Чернореченское водохранилище.

Байдарская и Варнаутская долины с 1991 г. входят в состав государственного природного ландшафтного заказника регионального значения «Байдарский».

В южной и юго-западной части Орлиновский МО имеет выход к черноморскому побережью Крыма. На побережье Постановлением правительства Севастополя от 08.02.2018г. №66-ПП был создан государственный природный ландшафтный заказник регионального значения «Ласпи». Вдоль побережья также расположен ранее созданный государственный природный ландшафтный заказник регионального значения «Мыс Айя».

Помимо общей ландшафтной привлекательности территории МО можно выделить отдельные природные объекты туристско-экскурсионного показа: Скельская пещера, водопад «Козырек» (Кубалар), пещера Фатъма-Коба, перевал Чертова лестница (Шайтан-Мердвен), скалы Тышлар («Храм солнца»), перевал Байдарские ворота, каньоны рек Черная и Узунджа, скала Кизил-Кая, палеонтологические памятники: ископаемые аммониты (с. Новобобровское), губки (с. Передовое), кораллы (с. Тыловое) и др.

Культурно-исторический потенциал

Культурно-исторический потенциал округа определяется наличием многочисленных памятников истории, археологии, архитектуры, культуры, а также культовые объекты. На территории Орлиновского МО насчитывается более 50 памятников различных эпох.

Среди наиболее значимых историко-культурных объектов, расположенных на территории Орлиновского МО, необходимо выделить:

- Календская тропа («римская» дорога);
- средневековые крепости Сарджик (XIII—XV вв.), Асаране-Бурун (X—XIII вв.), Сандык-кая (XII—XV вв.);
- погребальные памятники (VI в. до н. э. — I в. н. э.) «каменные ящики» (дольмены) Таш-Кой возле с. Новобобровское;

- Скульские менгиры — вертикально поставленные в виде обелисков каменные глыбы у села Родниковского (бывшее Скеля);

- Форосская церковь - Храм Воскресения Христова на отвесной скале с видом на Южный берег Крыма;

- развалины средневековых базилик — христианских храмов.

Туристско-рекреационная инфраструктура

Объекты туристско-рекреационной инфраструктуры округа разнообразны и включают предприятия размещения туристов (гостевые дома, детские лагеря, базы отдыха, турбазы и т.п.), питания (рестораны, кафе и др.), транспорта (специализированного и общественного), развлечения (учреждения культуры, музеи, конфермы и т.п.).

В Байдарской и Варнутской долинах расположены 2 детских лагеря: «Атлантика» в с. Передовое, «Горный» в с. Колхозное. После реконструкции общая вместимость детских лагерей составляет более 650 человек. Туристам в Орлиновском МО предлагают остановиться в гостевых домах, усадьбах, пансионатах, глэмпингах и других специализированные объекты размещения, большинство из которых расположены в селах.

Общий номерной фонд объектов размещения составляет около 180 номеров и с общим количеством мест около 1200 (рис. 1). Прирост вместимости гостевых домов за последний 3 года составил более 150 мест. Наиболее быстрыми темпами растет сегмент глэмпингов. Необходимо отметить, что две трети предприятий размещения относится к малым с номерным фондом менее 50 мест.

В прибрежной части округа в районе бухты Ласпи туристско-рекреационная инфраструктура более развита и представлена крупными туристскими комплексами, детскими лагерями, турбазами и т.п.

На территории долин расположен один из старейших ресторанов с панорамным видом — «Шалаш» (перевал Байдарские

ворота). Также одноименный ресторан работает при гостинице «Узунджа» (с. Колхозное). Другие предприятия питания представлены кафе: «Орли», «Чешме», «Байдарский дворик», «Самир» (с. Орлиное), «Мускомия» (возле с. Широкое). Также на территории округа имеются кофейни и еда на вынос (стрит-фуд).

Сектор развлечения и досуга туристов представлены ограниченным числом объектов культуры — это сельские клубы (с. Орлиное, с. Новобобровское, с. Родниковское, с. Гончарное), библиотекой в с. Орлиное. На базе клубов проводятся событийные мероприятия — празднование масленицы, Нового года, танцевальные фестивали и т.п. К услугам туристов экскурсионные и горные пешеходные маршруты, веломаршруты, конные прогулки.

В прибрежной зоне бухты Ласпи сезонно работают ночные клубы, концерты на площадках предприятий размещения, дайв-центры, детская анимация и т.п. сервисы для досуга.

Территория Орлиновского МО отличается выгодным транспортным положением: через него проходит Южнобережное шоссе, рядом расположены развитые туристские центры — Севастополь и Южный берег Крыма. Транспортный сектор представлен автобусными общественными маршрутами, такси и экскурсионными автобусами. Необходимо отметить, что существующая инфраструктура для приема экскурсионных автобусов развита слабо. Более того, в с. Колхозное по узкой дороге может проехать только автобус малой и средней вместимости.

Основными видами туризма в Орлиновском МО являются познавательный, экологический, спортивный пешеходный и спортивный событийный. Туристские маршруты, как правило, трансграничные — совмещены с посещением соседних административных единиц города Севастополя и Республики Крым. В прибрежной части (мыс Сарыч — бухта

Ласпи – залив Батилиман) преобладает пляжный отдых.

Через территорию округа проходит значительная часть пешеходного маршрута «Большой севастопольской тропы» (БСТ). Также в округе расположена специализированная экстремальная часть БСТ виа-феррата и веломаршрут.

Исторически по территории округа по горно-лесной части проходят многочисленные пешеходные тропы и грунтовые дороги, используемые для пешеходного, познавательного туризма.

Анализ турпотоков

Оценка турпотоков на муниципальном уровне затруднена из-за отсутствия постоянного учета. Турпоток рассмотрен, исходя из вместимости номерного фонда и средней заполняемости отелей Крыма на уровне 37-38%. По оценкам, в течение года муниципалитет посещают около 100 тыс. туристов. Летом преобладают туристы из «материковых» регионов России, зимой – из Севастополя и Крыма (внутрирегиональный туризм).

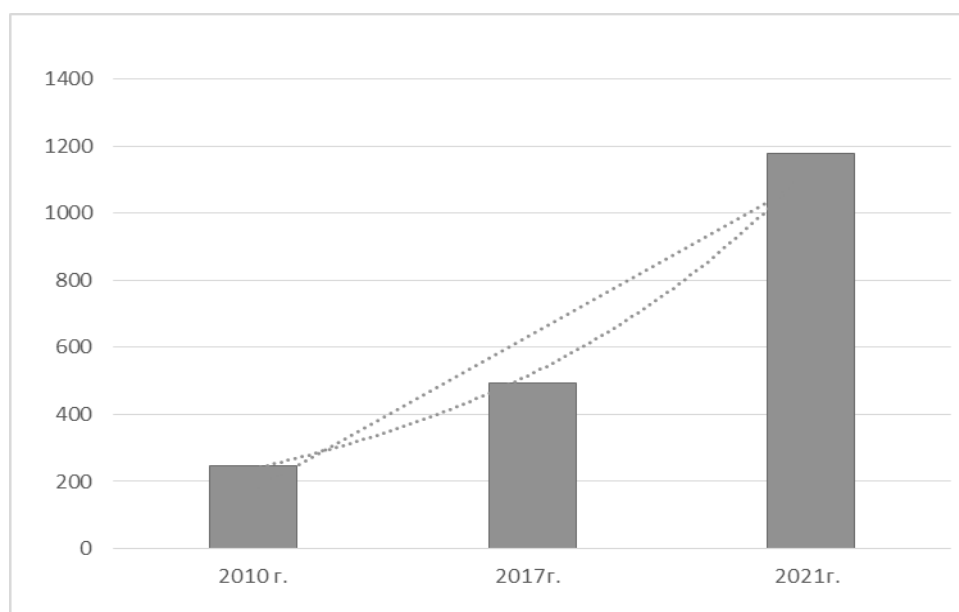


Рис. 1. Емкость номерного фонда

Источник: составлено авторами по данным [8], маршрутных наблюдений и социологических опросов.

Необходимо отметить, что почти половина объектов размещения были созданы в период 2010-2017 гг. Детский туризм наиболее развит в этом регионе, и сосредотачивает максимальное количество отдыхающих: 670 человек на 2 детских оздоровительных лагеря. Перспективным является создания детских экскурсий по БСТ.

Активно развивается сегмент кемпингов и глемпингов (кемпингов повышенной комфортности). Туристские кемпинги представлены несколькими категориями. Наиболее приемлемыми классами кемпингов с учетом требований охраны природы Орлиновского МО

являются «аменажные» (от фр. термина *terrains aménagé* - благоустроенный ландшафт). К этому классу относятся глемпинги и кемпинг-парки, расположенные в сельской местности, которая уже оборудована централизованными инженерно-техническими коммуникациями. Вместе с тем, размещение кемпингов на сельскохозяйственных угодьях, особенно на пашне, запрещено [9].

На территории Орлиновского МО кемпинги могут быть размещены в сельских населенных пунктах, особенно примыкающих к БСТ, что создаст условия для развития активного и экотуризма.

Имеющиеся кемпинги расположены в долинах, в том числе вблизи БСТ: глемпинг возле с. Тыловое, Эко-кэмп в с. Колхозное и др.

Таким образом, кемпинги направлены на повышение комфортности размещение туристов.

Перспективы развития туризма в Орлиновском МО направлены на создание многопрофильной туристской дестинации с диверсифицированными турпродуктами, которые будут удовлетворять растущий спрос на услуги внутреннего туризма разных сегментов потребителей.

На основе проведенного анализа развития туризма в Орлиновском МО Повышение доходности местных предпринимателей за счёт развития туризма в округе возможно при реализации следующих рекомендаций:

- совершенствовании инженерной инфраструктуры (автодороги, стоянки, электрификация, газификация, водоснабжение и водоотведение);
- повышении качества предоставляемых туристских услуг;
- трансформации ключевых групп туристов и дифференциация спроса;
- формирование сети межрегиональных и межмуниципальных туристских маршрутов для повышения туристского трафика;
- позиционировании туристских возможностей округа;
- развития «крафтовой» экономики и декларирования экологических приоритетов развития.

Реализации туристского потенциала округа будут способствовать следующие направления деятельности:

Развитие уже имеющихся в округе экологических и активных видов туризма для вовлечения в туристское освоение горных районов. Развитие пешеходных троп, велосипедных и конных маршрутов позволит увеличить туристское предложение за счет услуг по организации досуга. Развитие инфраструктуры активного отдыха должно включать создание туристских стоянок,

оборудованных мест экскурсионного показа, а также санитарного и инженерного оборудования. Для формирования нового турпродукта необходимо комплексное использование ресурсов и интеграция бизнес сообщества, где ведущее место отводится туроператорам и экскурсионным турфирмам.

Развитие специализированной инфраструктуры и турпродуктов лечебно-оздоровительного отдыха, отличающегося высокой доходностью. Лечебно-оздоровительный туризм требует вложений в создание современной медицинской инфраструктуры для лечения, реабилитации и оздоровления. Особенностью лечебно-оздоровительного туризма является необходимость привлечения квалифицированного медицинского персонала, получение разрешения (лицензии) на осуществление медицинского обслуживания. Перспективным является в межгорных котловинах климатического курорта. Благоприятный климат дополняется лесными ресурсами, в том числе из можжевельника, обладающего фитонцидными свойствами. Также, в долине (с. Россошанка) ведется добыча питьевой воды из артезианских источников.

Развитие гастро- и этнотуризма, находящегося на стыке нескольких видов деятельности: сельского хозяйства, виноделия, сыроварения, сельского и событийного туризма. Местные традиции и использование современного оборудования позволит производить из качественного и экологически чистого сырья такие продукты, как вино, сыры, молокопродукты, травяные чаи трав, мед и т.д.

В развитии сопутствующей инфраструктуры важнейшее место занимают парковки для экскурсионных автобусов, оборудование объектов туристского интереса и экскурсионного показа, пункты информационных услуг, санитарное оборудование. Недостаток предложения в проведении досуга необходимо снижать путем открытия новых объектов туристского интереса:

краеведческие и этнографические музеи, экотуристские визит-центры, ботанический сад, этнокофейни, сыроварни с дегустационным залом, дегустацией меда и т.п.

Повышение качества предоставляемых туристских продуктов и рекреационных услуг достигается путем внедрения стандартов обслуживания, повышения квалификации и переподготовкой сотрудников предприятий туристско-рекреационного комплекса.

Трансформация ключевых групп туристов требует расширения сегментов потребителей, вовлечение в процесс оказания туристско-рекреационных услуг помимо жителей г. Севастополя платежеспособных отдыхающих с ЮБК, других районов Республики Крым; формирование дифференцированного туристского предложения для молодежи, семей с детьми и представителей среднего и старшего возраста и других категорий.

Имеющиеся туристские маршруты по Орлиновскому МО необходимо интегрировать с прилегающими туристскими районами ЮБК и Бахчисарайского района Крыма, что позволит сформировать систему межрегиональных и межмуниципальных маршрутов и увеличить туристский трафик.

Для позиционирования туристских возможностей Орлиновского МО рекомендуется разработать маркетинговую стратегию с формированием бренда, определением приоритетов, разработкой целенаправленной политики позиционирования и продвижения.

Заключение

В результате проведенного исследования были получены следующие выводы:

1. Орлиновский МО обладает значительным туристско-рекреационным потенциалом, о чем свидетельствуют количественные показатели развития ресурсной базы туризма, а также результате проведенным социологическими исследованиями, включая

глубинные интервью с представителями органов государственной власти и бизнеса.

2. Орлиновский МО имеет выгодное транспортно-географическое положение, тяготеет к Севастополю и Южному берегу Крыма, рейсовое автобусное сообщение достаточно развито; средства размещения и предприятия питания представлены разноуровневыми инфраструктурными объектами, ориентированными на различные по платежеспособности целевые аудитории; номерной фонд за последние 3 года вырос на 10%; преобладают малые гостиничные предприятия.

3. Загрузка гостиничных объектов сегодня находится на уровне средней по Крымскому полуострову – около 33%. Основные проблемы – качество услуг и отсутствие эффективной маркетинговой стратегии.

4. В качестве дополнительных условий для развития туристских услуг следует отметить необходимость создания парковочных зон для экскурсионных автобусов, формирования объектов размещения и ресторанных комплексов высокой категории и качества обслуживания, строительство глэмпингов, развитие развлекательных сервисов (частных музеев, ремесел и др.).

5. Основные виды туризма на территории округа – познавательный, экологический, спортивный пешеходный и спортивный событийный. Данные виды туризма характеризуются низкой маржинальностью, что свидетельствует о необходимости диверсификации туристского предложения. Большие перспективы наблюдаются у семейного отдыха, оздоровительных, гастрономических, винных туров. Также необходимо рассмотреть вопрос о включении Орлиновского в сеть региональных и национальных туристских маршрутов Крымского полуострова.

Список литературы

1. Афанасьев К.С. Проблемы оптимизации системы стратегического планирования на муниципальном уровне // Экономика нового мира. – 2016. – № 3. – С. 69-86.

2. Варивода В.С. Туризм как приоритетное направление пространственного развития регионов российской федерации // Сервис в России и за рубежом, 2022. – Т. 16. – №5 (102). – С. 56-65. DOI: 10.5281/zenodo.7394993
3. География Крыма: учеб. пособие для учащихся общеобразовательных учеб. заведений / Л.А. Багрова, В.А. Боков, Н.В. Багров. – Киев: Лыбидь, 2001. – 302 с.
4. ГИС-технологии в формировании модели развития туризма в Орлиновском муниципальном округе г. Севастополя / Е. С. Каширина, А. А. Новиков, И. Н. Тикунова, Н. В. Шабалина // ИнтерКарто. ИнтерГИС. — 2023. — Т. 29, № 2. — С. 382–395.
5. Каширина Е.С., Шабалина Н.В. Проектирование туристских дестинаций на муниципальном уровне: опыт Орлиновского муниципального округа (г. Севастополь) // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2023. — Т. 17, № 1. — С. 85–94. DOI: 10.5281/zenodo.7986231
6. Кусов И.С., Шабалина Н.В., Каширина Е.С. Развитие сельского туризма в Севастополе в контексте создания агропромышленного кластера // Геополитика и экогеодинамика регионов. — 2021. — Т. 7. — № 3. — С. 67-77.
7. Пенкина Н.В. Мастер-план как основа формирования туристской территории // Московский экономический журнал. — 2022. — №7. [Электронный ресурс]. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskijzhurnal-7-2022-13/> (дата обращения: 20.01.2024) doi: 10.55186/2413046X_2022_7_7_403
8. Правительство Севастополя. Официальный портал органов государственной власти. [Электронный ресурс]. URL: <https://ut.sev.gov.ru/?ysclid=lfjzrlnkwe887243884> (дата обращения: 19.02.2023).
9. Чахова Д.А., Кобяк М.В. Современные кемпинг-новые возможности развития рынка туристских услуг // Вестник евразийской науки, 2015. – Т.7. – №5 (30). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-kempingi-novye-vozmozhnosti-razvitiya-rynka-turistskih-uslug> (дата обращения: 19.03.2024).
10. Moutinho, L. (2011) Strategic Management in Tourism CABI [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/book/10.1079/9781786390240.0000> (дата обращения: 19.12.2023).
11. Todes A., Karam A., Klug N., Malaza N. Beyond master planning? New approaches to spatial planning in Ekurhuleni, South Africa, // Habitat International, Vol. 34. – Is. 4. – 2010. – P. 414-420.
12. World Bank. Офиц. веб-страница. [Электронный ресурс]. URL: <https://urban-regeneration.worldbank.org/node/51> (дата обращения: 19.02.2024).
- 13.

References

1. Afanasyev K.S. (2016) Problems of optimization of the strategic planning system at the municipal level. *Economics of the New World*, 3, 69-86.
2. Varivoda V.S. (2022) Tourism as a priority area of spatial development of the regions of the Russian Federation. *Service in Russia and abroad*, 16, 5 (102), 56-65. DOI: 10.5281/zenodo.7394993
3. Geography of Crimea: studies. a manual for students of general education. institutions (2001). L.A. Bagrova, V.A. Bokov, N.V. Bagrov. Kiev: Lybid, 302 p.
4. GIS technologies in the formation of a model of tourism development in the Orel municipal district of Sevastopol (2023), E.S. Kashirina, A.A. Novikov, I.N. Tikunova, N.V. Shabalina. *The InterCarto. InterGIS*, 29, 2, 382–395.
5. Kashirina E.S., Shabalina N.V. (2023) Designing tourist destinations at the municipal level: the experience of the Orlinovskiy municipal district (Sevastopol). *Modern problems of service and tourism*, 17, 1, 85–94. DOI: 10.5281/zenodo.7986231
6. Kusov I.S., Shabalina N.V., Kashirina E.S. (2021) Development of rural tourism in Sevastopol in the context of the creation of an agro-industrial cluster. *Geopolitics and ecogeodynamics of regions*, 7, 3, 67-77.
7. Penkina N.V. (2022) Master plan as the basis for the formation of a tourist territory. *Moscow Economic Journal*, 7. [Electronic source]. Url: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskijzhurnal-7-2022-13/> (Date of access: 20.01.2024) doi: 10.55186/2413046X_2022_7_7_403
8. Government of Sevastopol. Official portal of public authorities [Electronic source]. Url: <https://ut.sev.gov.ru/?ysclid=lfjzrlnkwe887243884> (Date of access: 19.02.2023).
9. Chekhova D.A., Kobayak M.V. (2015) Modern campsites-new opportunities for the development of the tourist services market. *Bulletin of Eurasian Science*, 7, 5 (30). [Electronic source]. Url: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-kempingi-novye-vozmozhnosti-razvitiya-rynka-turistskih-uslug> (Date of access: 19.03.2024).
10. Moutinho L. (2011) Strategic Management in Tourism CABI [Electronic source]. Url: <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/book/10.1079/9781786390240.0000> (Date of access: 19.12.2023).
11. Todes A., Karam A., Klug N., Malaza N. (2010) Beyond master planning? New approaches to spatial planning in Ekurhuleni, South Africa. *Habitat International*, 34, 4, 414-420.
12. World Bank. Official web page. [Electronic source]. Url: <https://urban-regeneration.worldbank.org/node/51> (Date of access: 19.02.2024).

УДК 330.101

Разработка системы менеджмента качества при производстве игристых вин на ООО «Агрофирма «ЗОЛОТАЯ БАЛКА»»

М.А. Косовская¹, Н.В. Лямина²

^{1,2}Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, 299053, Россия,

¹makosovskaya@mail.sevsu.ru, ²nvlyamina@mail.sevsu.ru

Статья поступила 17.04.2024

Аннотация

В последние годы все большее внимание уделяется контролю качества и безопасности пищевых продуктов, в том числе в области виноградарства и виноделия. Целью исследования была выбрана разработка системы менеджмента качества игристых вин на предприятии ООО «Агрофирма «Золотая Балка». Разработанная система позволит за счет поэтапного контроля, не только выпускать более высококачественную продукцию, но и максимально снизить возможные риски. Действующая система контроля качества на предприятии не позволяет охватывать все этапы производства игристых вин: от приемки сырья, вспомогательных компонентов и материалов, хранение виноматериалов, брожение игристых вин, процесс розлива до оформления и продажи готовой продукции. В качестве основного метода исследования применяется системный подход, использовались методы сравнительного анализа уже разработанных систем качества продукции предприятий-аналогов, программа ХАССП. В ходе исследования были выявлены риски, возникающие на всех этапах производства игристого вина, базируясь на системных принципах менеджмента качества. Были определены критические точки и пределы допустимости для них. Наиболее опасными факторами, возникающими при производстве игристых вин, были выделены: попадание стекла в бутылку, скол венчика и несоответствие кондиций вина под заявленную марку или предельно допустимым нормам. Предложено осуществление дополнительного контроля на участках, где возможно возникновение данных ситуаций, а также описаны краткие инструкции для сотрудников при обнаружении нарушений. Внедрение разработанной системы менеджмента качества на ООО «Агрофирма «Золотая Балка» по принципам ХАССП, учет выявленных рисков позволит достичь более эффективного контроля качества продукции, улучшит имидж предприятия.

Ключевые слова: виноградарство и виноделие, менеджмент, качество продукции, менеджмент качества продукции, игристые вина, риски

JELcodes: D22, M11, Q13

Development of a quality management system for the production of sparkling wines at LLC Agrofirma ZOLOTAYA BALKKA

M.A. Kosovskaya¹, N.V. Lyamina²

^{1,2}Sevastopol State University; Universitetskaya str., 33, 299053 Sevastopol, Russia,

¹makosovskaya@mail.sevsu.ru, ²nvlyamina@mail.sevsu.ru

Received 17.04.2024

Abstract

In recent years, more and more attention has been paid to quality control and food safety, including in the field of viticulture and winemaking, and sparkling wine is no exception. All stages of sparkling wine production are accompanied by various chemical and microbiological processes that affect its qualitative and quantitative characteristics. In addition to the processes occurring directly in the wine, its quality is influenced by auxiliary and basic materials. These factors determine the need for continuous monitoring at all stages of sparkling wine production. For LLC Agrofirma Zolotaya

Balka, product quality control is an integral part of its activities. The current quality control system at the enterprise captures all stages of sparkling wine production: acceptance of raw materials, auxiliary components and materials, storage of wine materials, fermentation of sparkling wines, the process of bottling and registration of finished products. The developed quality management system makes it possible to minimize risks and increase the competitiveness of manufactured products both locally and internationally.

Keywords: viticulture and winemaking, management, product quality, product quality management, sparkling wines, risks

Введение

Крым испокон веков славился своим виноградом и винодельнями, что привело к тому, что виноградарство и виноделие признаны стратегически значимыми. Такая ситуация обусловлена оптимальными климатическими условиями для выращивания винограда и вековыми традициями. Законом города Севастополя от 18.07.2017 №357 – ЗС была утверждена «Стратегией социально-экономического развития г. Севастополя до 2030 года» в соответствии сданным документом, приоритетными направлениями развития сельского хозяйства, наряду с другими, являются поддержка и развитие виноградарства и виноделия [1,2], что обуславливает интенсивный рост как производителей винодельческой продукции, так и сырьевой базы.

В последние годы все больше внимания уделяется контролю качества и безопасности пищевых продуктов, в том числе в области виноградарства и виноделия, и игристое вино не является исключением. Все стадии производства игристого вина сопровождаются различными химическими и микробиологическими процессами, которые влияют на его качественные и количественные характеристики. Помимо процессов, протекающих непосредственно в вине, на его качество влияют и вспомогательные и основные материалы. Именно данными факторами обусловлена потребность непрерывного контроля на всех этапах производства игристых вин.

Для ООО «Агрофирма «Золотая Балка» контроль качества выпускаемой продукции является неотъемлемой составляющей деятельности. Действующая система контроля качества на предприятии

захватывает все этапы производства игристых вин: приемку сырья, вспомогательных компонентов и материалов, хранение виноматериалов, брожение игристых вин, процесс розлива и оформления готовой продукции [3].

Целью работы является разработка системы менеджмента качества игристых вин на предприятии ООО «Агрофирма «Золотая Балка» для получения более высококачественной продукции и улучшения имиджа предприятия.

Объектом исследования является технология производства игристых вин на предприятии ООО «Агрофирма «Золотая Балка».

Анализ последних исследований и публикаций

Основные направления развития виноградарства и виноделия города Севастополя формируются согласно Государственной программы «Развитие сельскохозяйственного, рыбохозяйственного и агропромышленного комплексов города Севастополя», утвержденной Постановлением Правительства Севастополя от 17.11.2016 №1092-ПП с изменениями и дополнениями [1]. Для производства конкурентоспособной продукции необходим покомпонентный и поэтапный контроль как сырья, так и готового продукта, что позволяет создавать высококачественную продукцию как для локальных, так и для международных рынков сбыта. Применения системы менеджмента качества является довольно популярной методикой, использующей современные методы различного анализа и контроля. [4,5]. Основополагающими документами при производстве игристых вин являются ГОСТ 33311-2015 Вина игристые. Основные

правила производства и ГОСТ 33336-2015 Вина игристые. Общие технические условия. Данные межгосударственные стандарты устанавливают правила производства игристых вин, требования к химическим, микробиологическим и органолептическим показателям в виноматериалах, бродильных смесях и готовом игристом вине, а также нормы приемки вспомогательных материалов и сырья [2,3].

Применение системы менеджмента качества с получением сертификата качества или соответствия является неотъемлемой частью устойчивого экономического развития. В мировой практике применяются стандарты ISO 9001, позволяющие оценить качество продукции и выдать соответствующий сертификат. В России выдаются сертификаты качества (сертификат соответствия, сертификат безопасности, таможенный сертификат), подтверждающие, что продукт или услуга соответствуют законодательным требованиям безопасности и качества. Особые требования при выдаче таких сертификатов предъявляют к пищевым продуктам. В РФ менеджмент контроля качества пищевой продукции осуществляется согласно ГОСТ РВ 0015-002-2020. Система менеджмента качества — это набор специальных практик, внутренних политик, методик для работы компании, целью которых является удовлетворение покупателей товарами и услугами высоко качества на постоянной основе. [2,4,5]. Такая система многоуровневого контроля позволяет осуществлять не только мониторинг показателей продукта, что является обязательным и реализуется на большинстве винодельческих предприятиях в той или иной степени, но и анализ течения всех бизнес-процессов в организациях винодельческой сферы

Данные и методы

В качестве основного метода исследования применяется системный подход, использованы методы сравнительного анализа, статистические методы, обобщение научно-технической

литературы, законодательных и нормативных актов по рассматриваемой теме, факторный анализ, графический метод.

Информационной базой послужили технологические данные производства игристого вина ООО «Агрофирма «Золотая Балка» (АЗБ), электронные ресурсы, официального сайта Правительства Севастополя, оперативные данные Департамента экономического развития г. Севастополя и Департамента сельского хозяйства.

Результаты исследования

Система менеджмента качества (СМК) разрабатывается с целью обеспечения стабильного и качественного производства игристого вина, как части общей системы управления качеством. Реализация мероприятий по совершенствованию системы контроля качества является одним из приоритетных направлений в формировании качественного готового продукта.

Для исследуемого объекта рекомендуется внедрение многоуровневой системы контроля параметров качества игристого вина. В связи с этим рекомендуется применение программы ХАССП, которая представляет собой ряд инструкций и регламентов для персонала с целью обеспечения безопасности пищевой продукции, контроля ее качества на всех этапах производства, а также внедрение дополнительных мероприятий при осуществлении производственного контроля на всех этапах [5].

ХАССП, как система менеджмента, базируется на семи принципах:

- анализ опасных факторов (рисков);
- определение критических контрольных точек (ККТ);
- задание предельных значений для ККТ;
- разработка системы мониторинга и контроля ККТ;
- определение корректирующих действий;
- разработка процедуры верификации (проверки) системы ХАССП;

— разработка документации [5].

К предварительным действиям по разработке программы ХАССП на предприятии относятся:

— определение политики предприятия и создание группы ХАССП;

— описание продукта, его характеристики;

— определение предназначения продукта;

— построение блок-схем технологического процесса;

— проверка блок-схемы процесса на производстве [5].

Применение программы ХАССП позволяет выявить наиболее уязвимые точки производственного процесса и усилить контроль качества для них.

Политика ООО «Агрофирма «Золотая Балка» в области обеспечения качества и безопасности продукции основывается на поддержании системы менеджмента качества в рабочем состоянии, совершенствовании и улучшении его процессов с целью улучшения качества выпускаемой продукции. Основной целью данной политики является обеспечение безопасности и поддержание качества продукции, что удовлетворяет ожиданиям потребителей и соответствует действующему законодательству [6,7].

Данное предприятие производит игристое вино с защищенным географическим указанием «Крым», игристое вино с защищенным географическим указанием «Крым» коллекционное и вино игристое жемчужное с защищенным географическим указанием «Крым». Основной задачей выпускаемого продукта является ориентирование на потребителя, его желаний [7].

В результате анализа производственной деятельности ООО «Агрофирма «Золотая Балка» и ее системы контроля можно выделить и схематически обобщить следующие стадии контроля качества при производстве игристого вина [8]:

— входной контроль вспомогательных компонентов (ВК);

— контроль при производстве игристого вина производственно-технологической лабораторией;

— выходной контроль при розливе игристого вина и отправке на склад готовой продукции (СГП);

— повторный контроль вспомогательных компонентов или готовой продукции (при необходимости).

Существуют потенциальные риски, опасные факторы, могут возникнуть на протяжении всего цикла производства, которые подлежат наиболее строгому контролю и учету. Поскольку одним из основополагающих элементов системы ХАССП является прослеживаемость, то необходимо рассмотреть все возможные возникающие риски, начиная с приемки винограда и заканчивая оформлением готовой продукции. Потенциальные риски, начиная с передачи виноматериала в ЦПИВ были изучены по результатам анализа ранее возникающих инцидентов при производстве игристого вина. В результате был построен алгоритм выбора контрольных точек, в которых и будет осуществляться контроль качества продукции, в качестве превентивного мероприятия. Выбор критических контрольных точек будет осуществляться по алгоритму, представленному на рис.1.

Наиболее опасными с точки зрения нарушения безопасности являются такие критические контрольные точки как:

— попадание стекла в бутылку;

— скол венчика бутылки;

— несоответствие кондиций.

Наличие стекла и сколов на бутылки категорически не допускается при производстве игристого вина. Несоответствие кондиций на некоторых этапах производства является незначительным и может быть скорректировано дополнительной фильтрацией, купажированием или внесением вспомогательных компонентов, однако, при обнаружении несоответствия при подаче на розлив такая продукция не может быть выпущена.

С целью не допуская данных ошибок в процессе производства игристого вина на каждом из этапов осуществляется ряд мероприятий, которые прописываются документально. В рабочих инструкциях для

персонала акцентируется внимание на устранение данных критических точек.

В частности, проводятся такие мероприятия:

- Визуальный контроль на участке розлива, бракераж.

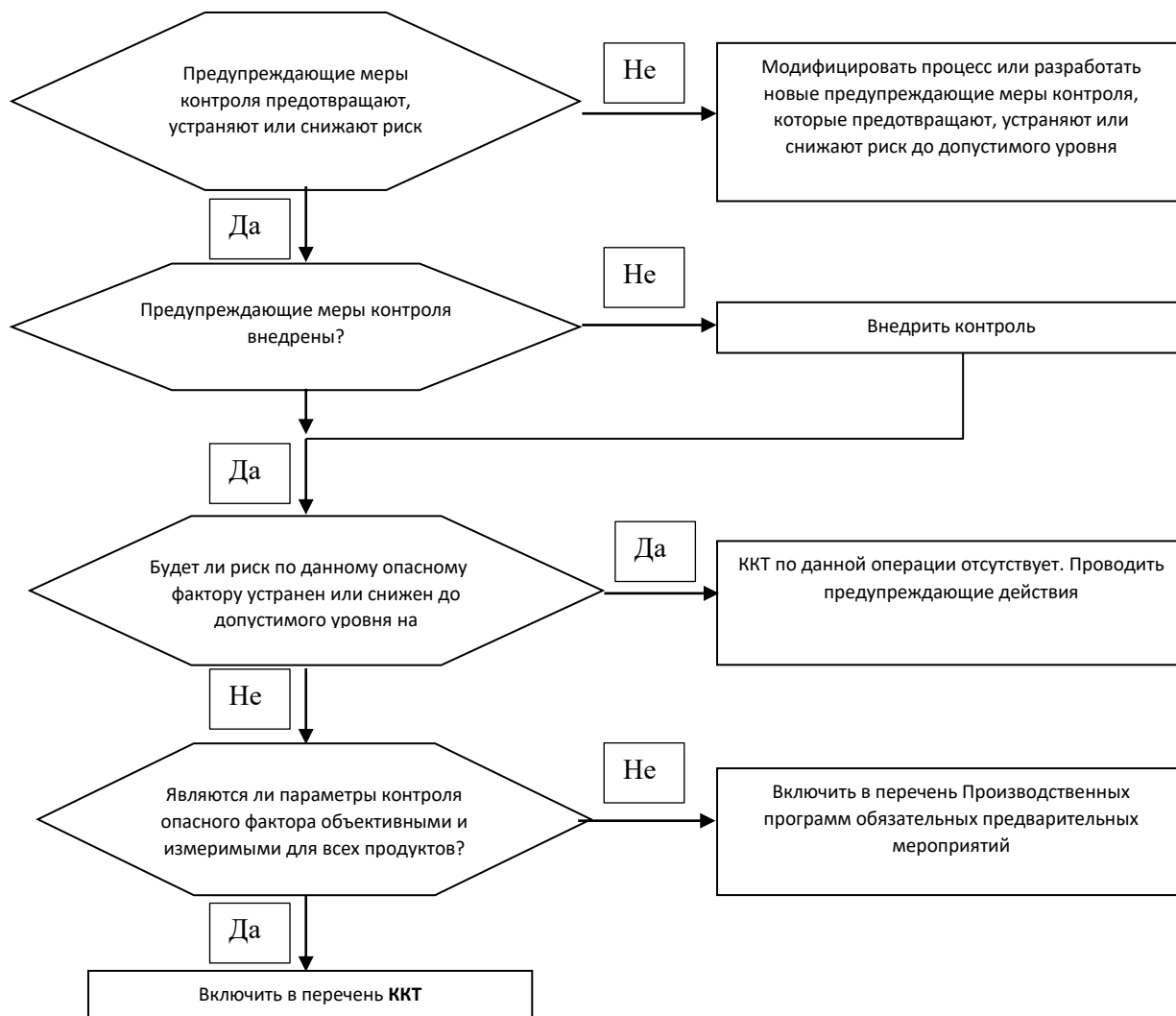


Рис.1. Алгоритм выбора критических контрольных точек [4]

При взрыве бутылки необходимо осуществить контроль ополаскивания и обдува линии, который обеспечивает удаление осколков, как с ячейки взорвавшейся бутылки, так и по 3 позиции до и после ячейки.

Так же рекомендуется осуществлять визуальный контроль по четыре бутылки до и после разрыва для подтверждения срабатывания зоны ополаскивания.

- Визуальный контроль на участке укупора, бракераж. При запуске розлива

необходимо проверять первые 40 бутылок, а также необходим дополнительный периодический контроль каждый час.

При выявлении сколов, продукцию необходимо изолировать от основного потока, а также проверить уже укупоренную продукцию с момента последней проверки. На данном этапе может по разным причинам возникать брак, в этом случае необходимо выявить причины возникновения брака.

- Требуется исключение некорректного выполнения лабораторных анализов. Отбор

проб и выполнение лабораторных анализов в соответствии с требованиями технологических инструкций.

- Контроль дозировок при добавлении вспомогательных компонентов в виноматериал и бродильную смесь.

- Проверка расчетов и корректности составления купажей и бродильных смесей.

Так же развитие системы многоуровневого контроля параметров качества игристого вина позволяет внедрить дополнительные мероприятия на разных этапах производства с целью достижения эффективного контроля качества продукции. К данным мероприятиям рекомендуется отнести:

- периодический аудит работы ПТЛ и ОТК с целью выявления слабых сторон;

- внедрение системы развития персонала;

- применение дополнительных методик контроля качества входного сырья;

- применение инноваций в процессе контроля качества виноматериалов и игристых вин.

Внутренний аудит качества работы сотрудников подразделений, отвечающих за контроль качества при производстве игристого вина, а именно ОТК и ПТЛ, позволяет выявить ряд наиболее распространенных ошибок, несовершенства системы и создать ряд мероприятий по их устранению. Данный аудит должен проводиться с запланированной периодичностью. Регулярный анализ работы системы контроля качества на производстве позволяет выявить эффективность внедряемых мероприятий по совершенствованию данной системы. Аудит выполняется специальными компаниями или независимыми компетентными сотрудниками предприятия. Аудитор обязательно должен обладать достаточными знаниями и навыками в области контроля качества и методик производства игристых вин. В ходе аудита в обязательном порядке следует выделить опрос сотрудников, так же производятся наблюдения за рабочими процессами [9].

Так же рекомендуется разработка мероприятий по обеспечению условий для проявления работником инициативы. Разработка мотивации сотрудников, проявляющих инициативу в выявлении несоответствий виноматериалов и продукции требуемому качеству, выявление несоответствия и поддержания емкостей санитарным нормам, чистоты в цехах.

С целью дополнительного контроля входного сырья рекомендуется применение двух дополнительных тестов: выявление сапонинов в сахаре и контроль качества внутренней поверхности в бутылке. Целью дополнительных испытаний в сахаре испытаний является выявление содержания сапонинов, представляющих собой группу глюкозидов, относящуюся к терпеновым соединениям. Наличие сапонинов в сахаре вызывает образование осадка в напитках при применении такого сахара. По результатам испытаний при отсутствии выпадения нестабильных соединений в виде хлопьев, сахар передается на использование в производство. При отрицательных результатах испытаний составляется акт о скрытых недостатках, партия подлежит забраковке и отправляется поставщику.

Для бутылок, которые долгое время хранились на складе поставщика после их производства и для тех, где при визуальном осмотре возникает подозрение на наличие внутренних трещин, рекомендуется применение следующего теста. Бутылки ополаскивают 2-3 раза дистиллированной водой, затем вносят 20-30 мл 0,01% раствора метиленового голубого хлоргидрата и тщательно ополаскивают поверхность. Содержимое после ополаскивания сливают и ополаскивают бутылку дистиллированной водой. Оценивается окрас внутренней поверхности бутылки. Синий окрас в бутылке не допускается.

Основным направлением инновационной деятельности в сфере контроля качества следует выделить совершенствование лабораторного оборудования.

Например, рекомендуется приобретение плотномера для измерения приведенного

экстракта, ведь данное измерение является наиболее скрупулезным и требует особой подготовки пробы. Для автоматического измерения объемной доли этилового спирта рекомендуется применение анализатора относительной плотности спирта, который помогает значительно сократить время при отгоне спирта. Еще одним прибором, который смог бы улучшить и ускорить работу ПТЛ, является титратор для диоксида серы. Данный прибор позволяет анализировать ряд проб автоматически, что является удобным при контроле виноматериалов на хранении и анализа большого количества проб.

Заключение

На предприятии ООО «Агрофирма «Золотая Балка» игристые вина производятся по двум технологиям: бутылочным (классическим) методом и акратофорным (резервуарным). Преимущественное большинство продукции выпускается акратофорным периодическим методом. Контроль качества производимой продукции осуществляется на каждом этапе технологического цикла, так же уделяется особое внимание контролю входящих вспомогательных материалов, розливу и оформлению уже готовой продукции на линии розлива. Качество и безопасность выпускаемой продукции является одним из приоритетных направлений политики в области обеспечения качества и безопасности продукции. На ООО «Агрофирма «Золотая Балка» ответственность за анализ качества продукции и сырья при производстве игристого вина возлагается на производственно-технологическую лабораторию теххимического и микробиологического контроля и отдел технического контроля. Выявленные риски, возникающие на всех этапах производства игристого вина, базируясь на принципах системы ХАССП, позволят минимизировать выпуск продукции не соответствующего качества. Исходя из этого были выделены критические точки и приделы допустимости для них. Наиболее опасными факторами,

возникающими при производстве игристых вин, были выделены попадание стекла в бутылку, скол венчика и несоответствие кондиций вина под заявленную марку или предельно допустимым нормам. Было предложено осуществление дополнительного контроля на участках, где возможно возникновение данных ситуаций, а также описаны краткие инструкции для сотрудников при обнаружении нарушений.

Анализ системы менеджмента качества на ООО «Агрофирма «Золотая Балка» по принципам ХАССП позволил выделить ряд мероприятий, целью которых является достижения эффективного контроля качества продукции. К данным мероприятиям рекомендуется отнести:

- периодический аудит работы ПТЛ и ОТК с целью выявления слабых сторон;
- внедрение системы развития персонала;
- применение дополнительных методик контроля качества входного сырья;
- применение инноваций в процессе контроля качества виноматериалов и игристых вин.

Список литературы

1. Государственная программа города Севастополя «Развитие сельскохозяйственного, рыбохозяйственного и агропромышленного комплексов города Севастополя» [Электронный ресурс]: URL: <https://sev.gov.ru/files/iblock/84c/Gosudarstvennaya-programma-razvitiya-APK-goroda-Sevastopolya.pdf> (дата обращения 28.01.2024)
2. Федеральный закон от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» // Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации Консорциума «Кодекс». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/>
3. Федеральный закон от 27.12.2019 N 468-ФЗ «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации» // Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации Консорциума «Кодекс». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/>
4. ГОСТ ISO 9000-2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь // Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации Консорциума «Кодекс». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/>

5. ГОСТ Р 51705.1-2001 Системы качества. Управление качеством пищевых продуктов на основе принципов ХАССП. Общие требования // Электронный фонд правовой и нормативно-технической информации Консорциума «Кодекс». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/>
6. *Ахметзакирова, К.М.* Изучение технологических свойств винограда как контроль качества продукции / К.М. Ахметзакирова, И.А. Батькова, Н.В. Макарова // Качество и экологическая безопасность пищевых продуктов и производств. Материалы 2-ой Международной научной конференции с элементами научной школы для молодежи. – 2014. – №1. – С.136-138.
7. Золотая Балка // Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zolotaiabalka.ru/>
8. *Н.А. Мехузла* // Методы оценки соответствия. – 2008. – №4. – С. 10-13.
9. *Паньковский, Г.А.* Контроль качества виноматериалов для производства игристых вин / Г.А. Паньковский // Пищевая и перерабатывающая промышленность. Реферативный журнал. – 2005. – №2. – С.610.
- Information of the Codex Consortium. [electronic resource]. – Access mode: <https://docs.cntd.ru/>
3. Federal Law No. 468-FZ dated December 27, 2019 "On Viticulture and Winemaking in the Russian Federation" // Electronic Fund of Legal and Regulatory and Technical Information of the Codex Consortium. [electronic resource]. – Access mode: <https://docs.cntd.ru/>
4. GOST ISO 9000-2015 Quality management systems. Basic provisions and dictionary // Electronic Fund of legal and regulatory and technical information of the Codex Consortium. [electronic resource]. – Access mode: <https://docs.cntd.ru/>
5. GOST R 51705.1-2001 Quality systems. Food quality management based on the principles of HACCP. General requirements // The Electronic Fund of Legal and Regulatory and Technical Information of the Codex Consortium. [electronic resource]. – Access mode: <https://docs.cntd.ru/>
6. *Akhmetzakirova, K.M.* The study of technological properties of grapes as product quality control / K.M. Akhmetzakirova, I.A. Batkova, N.V. Makarova // *Quality and environmental safety of food products and productions*. Materials of the 2nd International Scientific Conference with elements of a scientific school for young people. - 2014. – No.1. – pp.136-138.
7. Zolotaya Balka // Official website. [electronic resource]. – Access mode: <https://zolotaiabalka.ru/>
8. *N.A. Mekhuzla* // Methods of conformity assessment. – 2008. – No. 4. – pp. 10-13.
9. *Pankovsky, G.A.* Quality control of wine materials for the production of sparkling wines / G.A. Pankovsky // *Food and processing industry*. Abstract journal. – 2005. – No.2. – p.610.

References

1. The state program of the city of Sevastopol "Development of agricultural, fisheries and agro-industrial complexes of the city of Sevastopol" [Electronic resource]: URL: <https://sev.gov.ru/files/iblock/84c/Gosudarstvennaya-programma-razvitiya-APK-goroda-Sevastopolya.pdf> (accessed 28.01.2024)
2. Federal Law No. 29-FZ dated 02.01.2000 "On the quality and safety of food products" // Electronic Fund for Legal and Regulatory and Technical

УДК 339.37

Розничные магазины с ограниченным доступом: особенности ведения деятельности

И. Д. Котляров

*Высшая школа сервиса и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, 194021, Россия
ivan.kotliarov@mail.ru*

Статья поступила 27.04.2024

Аннотация

Розничные магазины ограниченного доступа, несмотря на давнюю историю их использования и важную роль, которую они играют для организации торгового обслуживания отдельных групп потребителей, практически не представлены в литературе по торговле. Цель данного исследования заключается в выявлении ключевых особенностей функционирования розничных магазинов ограниченного доступа. В статье описаны основные способы ограничения доступа потребителей к розничным магазинам. Дан перечень разновидностей закрытой торговли. Для каждой из выявленных разновидностей дается подробное описание специфики организации ее деятельности. Построена общая классификация моделей организации торговой деятельности, основанная на критериях ограничения физического доступа в торговую точку и ограничения состава клиентов, охватывающая как открытую, так и закрытую торговлю.

Ключевые слова: розничная торговля, розничные магазины ограниченного доступа, физический доступ, отбор клиентов, право совершения покупки

JELcodes: L81, N70

Limited access retail stores: specific business features

I. D. Kotliarov

*Graduate School of Service and Trade, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg,
194021, Russia
ivan.kotliarov@mail.ru*

Received 27.04.2024

Abstract

Limited access retail stores, despite their long history and the important role they play in organization of retail service for specific groups of customers, are underrepresented in the literature on retail trade. The goal of the present research consists in identification of key features of limited access retail stores. The paper contains a description of main models of restriction of customer access to retail stores. A list of different types of limited access retail stores is given. Specific features of organization of each type are described. A general taxonomy of models of retail based on the criteria of restriction of physical access and restriction of customer audience is proposed. This taxonomy covers traditional retail (with unlimited access) as well limited access retail stores.

Keywords: retail, limited access retail stores, physical access, selection of customers, right to purchase

Введение

Розничная торговля как основной инструмент обеспечения доступа населения к товарам в условиях рыночной экономики основана на отсутствии ограничений на покупку для клиентов [1, 2]. Благодаря этому розничные магазины гарантируют возможность приобретения необходимых благ для всех категорий потребителей и увеличивают свою прибыль за счет максимально полного охвата потенциальных клиентов. Однако, хотя исследователи, общество и государство по умолчанию рассматривают эту свободу доступа клиентов как очевидную и неотъемлемую характеристику розничной торговли [3, 4, 5, 6, 7], на практике нередко существуют ограничения на совершение покупок. Самым известным (но, разумеется, не единственным) примером таких ограничений является запрет на продажу определенных товаров несовершеннолетним. Еще одним примером могут быть ограничения на продажу товаров в одни руки [8].

Эти ограничения вводятся по разным причинам и оказывают существенное влияние на бизнес-модель магазина и на его отношения с потребителями. Тем не менее, в существующей литературе, насколько нам известно, бизнес-модели магазинов, в которых используются ограничения доступа потребителей, практически не рассматриваются. Вследствие этого в настоящее время отсутствует комплексный подход к описанию розничной торговли, который включал бы как традиционные торговые предприятия (предполагающие неограниченный доступ клиентов), так и магазины с ограниченным доступом, что делает наше понимание моделей розничной торговли неполным.

В данной статье мы предпримем попытку частично заполнить этот пробел и предложим комплексную классификацию торговых форматов, охватывающую все модели организации торговой деятельности независимо от наличия ограничений на доступ. Далее во избежание повторов мы также будем использовать в качестве синонимов для обозначения торговли со свободным и ограниченным доступом термины «открытая торговля» и «закрытая торговля» соответственно.

Анализ последних исследований и публикаций

В литературе по проблемам торговой деятельности основное внимание уделяется магазинам со свободным доступом. Модели торговли, основанных на ограничении доступа потребителей, которые все же получили некоторое освещение в доступных нам исследованиях, включают в себя:

- кооперативную торговлю, преимущественное право на обслуживание в которой имеют члены кооперативов. Отметим, впрочем, что в настоящее время такое ограничение чаще всего отсутствуют, и кооперативные магазины функционируют как торговые точки со свободным доступом. В исследованиях по кооперативной торговле, ведущихся на постсоветском пространстве, ее отличия от розничной торговли со свободным доступом не изучаются, а сама она фактически рассматривается как частный случай торговли со свободным доступом (отличающийся только организационно-правовой формой) [9, 10, 11]. В зарубежных публикациях особенности этой модели организации торговой деятельности также не анализируются, авторы в основном занимаются не торговой составляющей этих структур, а спецификой существующих в них кооперативных отношений [12];

- ведомственную (например, магазины для военнослужащих [13, 14, 15]) и корпоративную (магазины для работников предприятия [16]) торговлю. Для простоты мы объединяем ведомственную и корпоративную торговлю, поскольку обе эти разновидности торговой деятельности ориентированы на обслуживание сотрудников организации (отметим, что термин «корпоративная торговля» в литературе отсутствует, мы его вводим по аналогии с корпоративным питанием [17, 18]). В исследованиях по этим видам торговли в основном изучаются не особенности этих форматов, а то, как они могут быть использованы для повышения эффективности взаимодействия организации и ее работников, и с какими угрозами для сотрудников может быть связано наличие у их работодателя фирменных магазинов [13, 14, 15, 16];

- оптовые клубы, право на обслуживание которых имеют потребители, оплатившие членский взнос [19];

- магазины для путешественников (магазины беспошлинной торговли, торговля на круизных лайнерах и т. д.) [20, 21];

- магазины для иностранцев (такие, как известная советская сеть «Березка» [22]), характерные прежде всего для стран бывшего социалистического лагеря (однако возможность их возрождения в России в настоящее время активно обсуждается [22, 23]). Их отличие от магазинов для путешественников заключается в том, что магазины для иностранцев ориентированы на систематическое потребление, тогда как магазины для путешественников в первую очередь предполагают удовлетворение разового или импульсивного спроса. Это отличие можно сформулировать и другим способом: магазины для путешественников призваны повысить комфорт при совершении поездки, тогда как магазины для иностранцев представляют собой параллельную торговую систему, удовлетворяющую рыночный платежеспособный спрос со стороны граждан других государств, а также граждан данной страны, обладающих иностранной валютой или ее внутренними эквивалентами;

- торговлю по карточкам, при которой потребитель может приобрести нужный ему товар только при предъявлении специального документа (карточки) и в количестве, не превышающем указанное в этой карточке [24, 25, 26]. Эта модель торговли реализуется в ситуации социально-экономической нестабильности и направлена на обеспечение гарантированного минимума потребления. Как правило, ограничения вводятся органами государственной власти. Для ее ведения специальной торговой системы не создается, на использование карточек переводится уже существующая торговая сеть государства;

- социальную торговлю, в рамках которой потребители, соответствующие определенным требованиям (как правило, с невысоким доходом), могут приобретать определенное количество базовых товаров по льготным ценам [27].

Однако легко убедиться в том, что публикации по таким торговым форматам не дают полной картины особенностей розничной торговли с ограниченным доступом, поскольку они рассматривают только конкретные форматы и модели. Это подтверждает необходимость комплексного описания форм торговли с ограниченным доступом.

В нормативно-правовой базе и стандартах, регламентирующих торговую деятельность в Российской Федерации, закрытые формы торговли не упоминаются, не описываются и не регулируются [28, 29, 30], т. е. по умолчанию предполагается, что торговые предприятия являются общедоступными. Интересно отметить, что ГОСТ 30389-2013, описывающий услуги общественного питания [31], предусматривает существование заведений общественного питания с ограниченным доступом, однако не стандартизирует модели ограничения доступа. Таким образом, стандарты допускают существование сервисных предприятий с ограниченным доступом, однако регулирование и стандартизация их деятельности в настоящее время в нашей стране отсутствует. Это служит еще одним дополнительным указанием на наличие потребности в анализе закрытых форм торговли.

Методы и материалы

Общие правила

Выполненный выше обзор существующей литературы по закрытой торговле указывает на то, что ограничения доступа могут иметь следующую природу:

- ограничения на физический доступ в магазин. Эти ограничения обычно связаны с особенностями расположения торговой точки [32], однако могут обуславливаться и собственной политикой розничного оператора;

- ограничение на право совершения покупки. В этом случае для приобретения товаров потребители должны соответствовать определенным условиям (например, быть работниками предприятия, иметь низкий уровень дохода или быть владельцами карточек, достичь определенного возраста и т.

д.), т. е. в той или иной форме проводится отбор покупателей [16, 19, 24, 25, 26];

- ограничения на количество приобретаемых товаров (типично для социальной торговли и торговли по карточкам, однако могут использоваться и в других ситуациях [8, 24, 25, 26]). Эта ситуация, как было сказано выше, имеет место в случае социально-экономической нестабильности и необходимости решения социальных проблем.

В данной работе мы будем рассматривать только те виды ограничений, которые связаны с нормально функционирующей экономикой (отсутствие дефицита товаров и экономическая доступность предлагаемого в магазинах ассортимента). Таким образом, мы исключаем ограничения на количество приобретаемых благ и в целом не будем анализировать социальную торговлю и торговлю по карточкам (где имеют место и ограничения на приобретение товаров).

Оставшиеся два вида ограничений (т. е. ограничение физического доступа в магазин и отбор потребителей) могут быть совместно использованы для построения классификации форматов торговли. Такой подход позволяет применить для представления данной классификации метод стратегических матриц.

В нашу статью не включены магазины, доступ в которые законодательно ограничен для отдельных категорий населения (например, для несовершеннолетних). Мы рассматриваем только те торговые форматы, доступ в которых по каким-либо причинам ограничивается для полностью дееспособных людей.

Необходимо сделать еще одну важную оговорку: при анализе ограничений физической доступности торговых предприятий мы не учитываем наличие физических препятствий, которые могут усложнять доступ в магазин для всех или отдельных категорий потребителей. Под ограничением физической доступности мы понимаем наличие запретов на вход в объект, в котором расположена торговая точка.

Данная статья представляет собой концептуальное исследование, не опирающееся на использование эмпирических данных и

основанное на описательном обзоре источников (в число которых входят как научные исследования, так и новостные публикации). Для его проведения мы опирались на общенаучный метод анализа и синтеза. Для представления результатов исследования мы использовали табличные и графические методы.

Результаты исследования

Виды закрытой торговли

На основе изучения имеющихся исследований, а также общедоступной информации, мы можем выделить три разновидности закрытой торговли, для которых мы предлагаем следующие названия:

- режимные магазины;
- клубные магазины;
- сопутствующие магазины.

Ниже мы дадим обзор этих моделей организации торговой деятельности.

Режимные магазины

Режимные магазины представляют собой торговые точки, расположенные в помещении или на территории, вход в которые ограничен по решению организации, контролирующей эти территории, а не по собственной инициативе магазина. Иными словами, сам магазин не вводит никаких ограничений на посещение или совершение покупок (т. е. позиционирует себя как торговое предприятие со свободным доступом), но он вынужден подчиняться ограничениям, установленным сторонней организацией (например, в силу того, что у магазина нет возможности арендовать другое помещение, или же благодаря тому, что благодаря этому местоположению магазин может получать дополнительный доход). Примером могут быть хорошо известные из постсоветской практики ситуации, когда магазины арендуют помещения в зданиях бывших заводов. Хотя эти заводы прекратили производственную деятельность, они продолжают оставаться режимными предприятиями, и допуск посторонних на их территорию (в т. ч. и покупателей, желающих посетить расположенные внутри заводских помещений торговые точки) возможен только по предъявлению

удостоверения личности. Готовность различных операторов вести свою деятельность в условиях ограничения доступа потребителей к используемой ими организации, установленного организацией, контролирующей эту инфраструктуру, может объясняться следующими факторами:

- отсутствие альтернативной торговой инфраструктуры;
- невысокая арендная плата по сравнению со специализированными общедоступными объектами торговой недвижимости;
- сложность переноса торговой точки (в том случае, если ограничения были введены для ранее общедоступной торговой инфраструктуры [32]);
- возможность максимизации дохода за счет расположения в месте с ограниченным доступом (например, у магазинов беспошлинной торговли [20, 21]);
- низкая значимость ограничений для ведения торговой деятельности (в частности, готовность клиентов выполнять эти требования из-за их заинтересованности в магазине).

Интересным примером могут быть торговые точки в небольших городах Финляндии и Эстонии, расположенных неподалеку от границы с Российской Федерацией. До введения санкций против России в феврале 2022 г. у жителей Санкт-Петербурга и Ленинградской области (особенно проживающих в населенных пунктах рядом с границей) была широко распространена практика целенаправленных поездок для посещения магазинов в приграничных финских и эстонских городах [33]. Особое значение такие поездки приобрели после 2014 г., поскольку они позволяли приобретать за рубежом продукты питания, ставшие объектом российского продовольственного эмбарго. Однако для совершения покупки потенциальным покупателям было необходимо пересечь границу (т. е. пройти соответствующий таможенный и пограничный контроль). Таким образом, для жителей этих финских и эстонских городов расположенные в них магазины являются общедоступными (поскольку они могут свободно посещать эти торговые точки), тогда как для российских

покупателей – режимными. Это означает, что в условиях высокой трансграничной мобильности целевая аудитория магазина расширяется, но при этом изменяется и представление о доступности магазина для клиентов. Торговые точки могут обслуживать и покупателей из других стран, однако эти покупатели должны выполнить определенные требования для въезда, установленные государством, которое они хотят посетить. Этот пример показывает, что для разных аудиторий один и тот же магазин может быть как общедоступным, так и режимным.

Клубные магазины

Клубные магазины в той или иной форме проводят предварительный отбор своих покупателей и предлагают лицам, прошедшим этот отбор, эксклюзивные условия совершения покупок (в зависимости от бизнес-модели розничного оператора речь может идти о высоких скидках, уникальном ассортименте, эксклюзивном сервисе, имиджевой ценности и т. д.). Клиенты заинтересованы в прохождении этого отбора, поскольку доступ к данным магазинам позволяет им не только улучшить качество своего потребления, но и повысить свой имидж. Для отбора может использоваться взимание членских взносов, рекомендации от уже существующих покупателей, подтверждение определенного уровня дохода, наличие специальных платежных средств и т. д. Строгость политики доступа в магазин может различаться. В отдельных случаях лицам, не прошедшим отбор (т. е. не соответствующим определенному набору критериев), в доступе в магазин будет отказано. В других случаях лица, не соответствующие этим критериям, могут посещать магазин, но не имеют права совершать в нем покупки. Эта модель создает ряд преимуществ для торговой точки:

- оператор формирует эксклюзивный имидж торгового предприятия, доступ к которому выступает в качестве привилегии;
- магазин может получить высокий уровень прибыли от одного потребителя (если в качестве критерия отбора выступает доход клиента);

- магазин имеет возможность получить гарантированную компенсацию части своих затрат (если используется взимание членских взносов), что позволяет ему поддерживать приемлемый уровень цен;

- магазин может снизить свои издержки на обслуживание потребителей и повысить качество сервиса для каждого отдельного клиента (из-за ограничений на число посетителей).

Клубные магазины ориентированы на обслуживание той части своей потенциальной целевой аудитории, которая проходит отбор. Это означает, что они открыты к сотрудничеству с представителями широкой публики, но при условии прохождения ими отбора.

Ограничение количества потребителей может стать причиной того, что магазин будет использовать дополнительные инструменты для повышения своей выручки: рост цен, членские взносы, минимальный средний чек и т. д.

Примерами клубных магазинов являются оптовые клубы [19] и закрытые кооперативные магазины (обслуживающие только членов кооператива).

Сопутствующие магазины

Сопутствующие магазины представляют собой торговые предприятия, доступ к которым открыт только для тех людей, которые вступили в определенные отношения с организацией, контролирующей деятельность этих магазинов. Иными словами, для потребителей таких магазинов отношения «покупатель – продавец» вторичны по сравнению с теми отношениями, которые их связывают с контролирующей организацией (что противопоставляет сопутствующие магазины режимным и клубным торговым точкам). Аналогичная ситуация имеет место и для организации, в чьих интересах создаются такие магазины: торговое обслуживание потребителей этих магазинов носит для нее подчиненный характер по сравнению с другими отношениями с ними. В отличие от клубных магазинов, которые сами устанавливают критерии доступа к ним, предоставление права совершать покупки в сопут-

ствующих магазинах осуществляется по решению организации, в интересах которой они созданы. Сопутствующие магазины не столько самостоятельно создают ценность для потребителей, сколько способствуют повышению эффективности отношений потребителей и контролирующей организации (именно поэтому мы предлагаем называть их сопутствующими). Критерии эффективности могут быть различными в зависимости от целей организации (усиление эксплуатации работников, обеспечение им доступа к товарам при отсутствии альтернативной торговых сетей и т. д.). Примерами могут быть корпоративные и ведомственные магазины, осуществляющие обслуживание сотрудников организации [13, 14, 15, 16] (и, шире, персонал, за который организация несет ответственность, например, магазины для заключенных в местах исполнения наказаний). Эти магазины не имеют самостоятельной ценности для их потребителей, они лишь дополняют их отношения с организацией, в интересах которой создаются данные торговые точки. Иначе говоря, будущие потребители этих магазинов вступают в отношения с организацией не для получения доступа к данным торговым предприятиям, а для достижения каких-либо собственных целей (например, для трудоустройства) или в силу каких-либо иных обязательств. Интересно отметить, что в отдельных случаях сопутствующие магазины могут обладать большим внешним сходством с клубными (особенно в условиях товарного дефицита, или когда в сопутствующем магазине предлагается эксклюзивный выбор продуктов). В этом случае доступ к сопутствующим магазинам может быть важным дополнительным фактором, подтверждающим привилегированное положение сотрудника организации и значительно повышающим качество его потребления (а доступ к этим магазинам может быть одной из причин, побуждающей человека вступить в отношения с данной организацией). Прием на работу эту организацию в данном случае представляет собой своеобразный аналог прохождения отбора в клубный магазин. Такова была ситуация со спецмагазинами для партийного аппарата и

высших чиновников стран бывшего социалистического лагеря. Тем не менее, это сходство, как было сказано, носит внешний характер, поскольку доступ к таким закрытым магазинам предоставлялся не по инициативе и не по регламентам самих магазинов, а по решению организации, в интересах которой они создавались, что соответствует определению сопутствующих магазинов.

Подчеркнем, что в рамках предложенного нами понимания сопутствующих магазинов как инструментов для создания дополнительной ценности в рамках иных отношений к этому типу торговли относятся также широко распространенные в бывших социалистических странах принадлежавшие государству валютные магазины («Березка» и «Альбатрос» в СССР, Rewex в ПНР, Inter-shop в ГДР и т. д.) [22], поскольку официальный доступ к ним был обусловлен наличием иных (по сравнению с отношениями «продавец-потребитель») отношениями между покупателями и организацией, контролирующей данные магазины, и был направлен на повышение эффективности этих отношений (что соответствует предложенному выше определению сопутствующих магазинов). В частности, в Советском Союзе для доступа в эти магазины у покупателя должна была быть либо иностранная валюта (легально владеть которой в СССР могли только граждане других стран), либо специальные платежные средства – чеки Внешпосылторга и Внешторгбанка (в которых получали зарплату советские специалисты, работавшие за границей). Это означает, что данные магазины обслуживали следующие категории потребителей (имевшие иные, первичные по сравнению с отношениями «покупатель-продавец», отношения с советским государством как собственником этих магазинов):

- иностранных туристов (т. е. лиц, приобретших туры в СССР, или, иначе, вступивших в отношения «турист-принимающая сторона» со структурой, контролирующей эти магазины, т. е. с государством), которые благодаря доступу в такие магазины получали дополнительный набор услуг в рамках тура;

- иностранных дипломатов (т. е. лиц, чьи отношения с советским государством, очевидно, не являются отношениями «продавец-потребитель»), которые могли приобретать в таких магазинах товары, соответствующие их привычной модели потребления;

- советских граждан, работавших в других странах (т. е. лиц, имевших особые трудовые отношения со структурой, контролирующей эти магазины, т. е. в конечном счете также с государством) и имевших возможность приобретать в таких магазинах товары, отсутствовавшие в официальной системе розничной торговли СССР.

Само государство благодаря таким магазинам изымало валюту у ее держателей (т. е. также повышало эффективность своих отношений с ними).

Хотя ведомственная и корпоративная торговля представляет собой наиболее яркий пример сопутствующей торговли, она, однако, не является ее единственной разновидностью. К ней также относится транспортная торговля, т. е. торговые точки, организованные в поездах, самолетах, круизных лайнерах, паромах и т. д.

Для сопутствующих магазинов характерно ограничение физического доступа (т. е. люди, не имеющие права совершать покупки в таких магазинах, могут в них не допускаться, хотя это условие выполняется не всегда). Эти ограничения устанавливаются организацией, в интересах которой создаются сопутствующие магазины. Это сближает сопутствующие магазины с режимными, где ограничения на доступ также вводятся не самим руководством магазина. В определенных случаях ограничение физического доступа носит естественный характер (например, в магазины на круизных лайнерах, очевидно, могут иметь доступ только пассажиры и персонал).

Отметим, что сопутствующие магазины могут создаваться не самой организацией, в чьих интересах они будут функционировать, а сторонней структурой (т. е. по аутсорсингу). Однако даже в этом случае их деятельность (включая режим доступа потребителей) в той или иной форме контролируется организацией-заказчиком. Очевидно, что для

стороннего оператора такого магазина именно торговая деятельность является основной, но, тем не менее, для покупателей она все равно вторична по сравнению с их отношениями с организацией-заказчиком (трудовыми, юридическими и т. д.). Подчеркнем, что внешним организатором таких сопутствующих магазинов в интересах заказчика может быть оператор общедоступной розничной сети, который таким образом диверсифицирует свою деятельность и расширяет охват потребителей.

Сопутствующие и режимные магазины в определенных случаях могут обладать значительным сходством. В частности, торговые компании (управляющие общедоступными магазинами) могут создавать специализированные подразделения для организации транспортной торговли. Эти подразделения арендуют площади у транспортных, туристических и иных компаний и открывают на них (т. е. в поездах, на круизных лайнерах и т. д.) магазины под собственными брендами. Безусловно, данные торговые точки становятся частью сервисной экосистемы, созданной на этом транспортном средстве, и благодаря этому они повышают качество обслуживания потребителей и создают для них дополнительный комфорт. Однако открываются они в рамках собственной маркетинговой политики данных торговых компаний и ориентированы на их собственную аудиторию. Работая под собственным брендом, они создают самостоятельную ценность для покупателей и не ограничиваются ролью простого дополнительного элемента ценности, формируемой транспортной компанией. При этом доступ к ним, очевидно, имеют только пассажиры (и это ограничение устанавливает транспортная компания). Поэтому такие магазины можно рассматривать как занимающие промежуточное положение между режимной и сопутствующей торговлей.

Классификация разновидностей закрытой торговли

На основе выполненного анализа мы можем построить общую классификацию моделей организации торговой деятельно-

сти, охватывающую как открытую, так и закрытую торговлю, и основанную на предложенных нами критериях ограничения физического доступа и ограничения состава клиентов (табл. 1).

Таблица 1. Классификация моделей розничной торговли

		Ограничение физического доступа	
		Да	Нет
Ограничение состава клиентов	Да	I. Сопутствующие и клубные магазины с контролем физического доступа	II. Сопутствующие и клубные магазины без контроля физического доступа
	Нет	III. Режимные магазины	IV. Открытые (общедоступные) магазины

Очевидно, что виды торговли, представленные в табл. 1, являются чистыми (идеальными) моделями. На практике могут существовать как переходные формы между различными типами магазинов (как мы показали выше на примере торговых точек на транспорте), так и совместное использование разных моделей доступа одним торговым предприятием. Например, магазины беспопытной торговли могут быть как режимными, так и сопутствующими в зависимости от места и целей их создания [22, 23]. Еще одним примером может быть получившее в настоящее время широкое использование подписок розничными магазинами со свободным доступом (подписка по своей природе характерна для клубных магазинов) [34]. Более того, для разных аудиторий один и тот же магазин может относиться как к общедоступным, так и к закрытым (как показывает рассмотренный выше пример с магазинами в приграничных городах). Наконец, как показывает табл. 1, сопутствующие и клубные магазины могут существовать в двух разновидностях (в зависимости от наличия ограничений физического доступа, см. квадранты I и II).

Обсуждение

Как показывает представленное выше описание моделей закрытой торговли, природа вводимых ограничений доступа и характер отношений, возникающих между по-

требителями и магазинами, для разных моделей существенно различаются. Сравнительный анализ выявленных нами моделей торговли с ограниченным доступом представлен в табл. 2). Для краткости в табл. 2 организация, в интересах которой создаются сопутствующие магазины, называется контролирующей организацией.

Таблица 2. Сравнительный анализ различных моделей закрытой торговли

	Режимные магазины	Клубные магазины	Сопутствующие магазины
Категория клиентов	Широкая публика	Представители широкой публики, прошедшие отбор	Лица, имеющие отношения с контролирующей организацией
Контроль доступа	Организация, контролирующая объект, в котором ведется торговля	Оператор магазина	Контролирующая организация
Первичные отношения между клиентом и магазином	Продавец-покупатель	Продавец-покупатель	Иные отношения, связывающие потребителя и контролируемую организацию,
Цель создания магазинов	Получение доходов от торговой деятельности	Получение доходов от торговой деятельности	Повышение эффективности отношений между контролирующей организацией и лицами, входящими в ее сферу ответственности

Выгода магазина от наличия ограничений	Снижение издержек или максимизация прибыли благодаря специфическому расположению магазина	Максимизация прибыли благодаря привилегированным отношениям с клиентами	Выручка от обслуживания закрытой группы потребителей
---	---	---	--

Уровень ограничения доступа к различным видам розничной торговли также различается. Наименее жесткие ограничения (не считая, разумеется, общедоступную торговлю) характерны для режимных магазинов, тогда как у сопутствующих магазинов доступ ограничен сильнее всего.

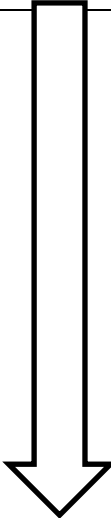
Открытые (общедоступные) магазины		Ограничения доступа отсутствуют
Режимные магазины		Ограничения доступа к торговому объекту со стороны организации, в чьем помещении он расположен
Клубные магазины		Отбор клиентов
Сопутствующие магазины		Необходимость наличия отношений с организацией, в чьих интересах функционирует магазин

Рис. 1. Уровни ограничения доступа в розничной торговле

Таким образом, в зависимости от стоящих перед ними целей, организации могут выбирать оптимальные для них способы ограничения доступа и соответствующие им модели ведения торговой деятельности.

Результаты, представленные в табл. 1 и 2 и на рис. 1, могут быть полезны для разработки законодательной базы для регулирования закрытой торговли, поскольку в настоящее время нормативно-правовые акты и стандарты в данной сфере отсутствуют. В силу наличия определенного сходства между отраслями торговли и общественного питания эти результаты могут быть также использованы для регулирования и стандартизации деятельности заведений общественно-

го питания закрытого типа, которые, хотя и упоминаются в отраслевых стандартах, фактически ими не регламентируются. В частности, в ГОСТ 30389-2013 не выделяются разновидности заведений общественного питания закрытого типа (насколько можно судить, из возможных видов таких заведений ГОСТ 30389-2013 предусматривает только те, которые по предложенной нами классификации могли бы быть отнесены к сопутствующим [31], тогда как на практике существуют и заведения общественного питания клубного и режимного типа).

В нашей работе мы не рассматривали характер собственности и организационно-правовые формы операторов закрытой торговли. Отметим, что они могут создаваться как государством, так и частными инвесторами, а также на основе самоорганизации будущих потребителей (которые таким образом создают «магазин для своих»). Кроме того, возможны и смешанные модели. Однако, хотя учет этого аспекта исключительно важен для эффективного выстраивания отношений между различными группами стейкхолдеров закрытой торговли, он не влияет на выделение основных разновидностей закрытых магазинов.

Заключение

Построенная нами классификация моделей розничной торговли (табл. 2) представляет собой единый подход к моделям организации торговой деятельности независимо от наличия ограничений на доступ клиентов к торговой точке. Это позволяет лучше понять специфику розничной торговли с ограниченным доступом и ее связь с открытой торговлей.

Несмотря на то, что основную роль в организации торгового обслуживания населения, разумеется, играет общедоступная торговля, потенциалом закрытых розничных магазинов также не следует пренебрегать, поскольку они могут иметь важное значение для организации торговли в интересах нишевых групп потребителей, а также для повышения эффективности деятельности торговых и неторговых организаций. В частности, сопутствующие магазины могут быть

использованы в качестве инструмента выстраивания внутренних корпоративных экосистем для неторговых компаний и направления диверсификации уже существующих розничных сетей. По этой причине закрытая торговля должна приниматься во внимание при разработке программ развития розничной торговли, создании нормативно-правовой базы для торговой деятельности, а также при формировании корпоративных стратегий развития. Отдельно необходимо подчеркнуть, что закрытая торговля может в отдельных случаях представлять собой интересную нишу для новых компаний, желающих выйти на рынок.

Особого внимания, по нашему мнению, требует режимная торговля, поскольку она зачастую возникает в ситуации, когда у торговых предприятий нет возможности использовать общедоступную торговую инфраструктуру (как из-за ее отсутствия, так и в силу ее высокой стоимости). Это создает неудобства для потребителей и магазинов. Еще большие неудобства создаются, когда по решению собственника инфраструктуры (или иной контролирующей организации) она перестает быть открытой и доступ к ней ограничивается (причем не всегда по веским причинам) [32]. По нашему мнению, государству как регулятору было бы целесообразно принимать меры по противодействию неоправданному ограничению доступа к торговой инфраструктуре, а также создавать условия для развития общедоступной инфраструктуры. Это расширит возможности для развития розницы и повысит качество торгового обслуживания потребителей.

Хотя в данной статье рассматривалась только физическая торговля, розница с ограниченным доступом может существовать и в электронной коммерции. Насколько нам известно, режимные онлайн-магазины отсутствуют, однако достаточно активно используются электронные клубные и сопутствующие магазины. Анализ соответствующих онлайн-практик может быть перспективной темой дальнейших исследований.

Список литературы

1. Капустина И. В., Семенова Е. С. Значение торговли в социально-экономическом развитии России //

- Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли : Сборник трудов всероссийской научной и учебно-практической конференции, В 3 ч., Санкт-Петербург, 27-29 мая 2020 года. Том Часть 3. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. – С. 130-134.
2. Туриева А. С., Митяшин Г. Ю. Функции торговли в современной системе обеспечения продовольственной безопасности // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли : Сборник трудов Всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции. В 8-ми частях, Санкт-Петербург, 15-19 мая 2023 года. Том Часть 4. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2023. – С. 338-346.
 3. Кириллова Т. В. Формы концентрации торгового капитала и создания сетевых структур в Российской Федерации // Практический маркетинг. – 2017. – № 2-1(240-1). – С. 31-37.
 4. Курочкина А. А., Васильева Н. В. Укрепление организационно-правовых основ регулирования розничной торговли в регионах России // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2012. – № 1. – С. 251-255.
 5. Кутяшова Е. В., Скобелева О. А. Перспективы развития розничной торговли России // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2024. – Т. 34. – № 1. – С. 28-33.
 6. Суворова С. Д. Особенности государственного управления сферой торговли в РФ // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 4(33). – С. 137-139.
 7. Суворова С. Д., Мозговая А. П. Розничная торговля Российской Федерации: современное состояние, проблемы и направления развития // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли : Сборник трудов Всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции. В 8-ми частях, Санкт-Петербург, 15-19 мая 2023 года. Том Часть 4. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2023. – С. 318-327.
 8. Митяшин Г. Ю. Нормирование объема покупки в розничной торговле // Социальные институты в правовом измерении : теория и практика : материалы V Международной научно-практической конференции, Иркутск, 20 апреля 2023 года / Иркутский государственный университет. – Иркутск: Иркутский государственный университет, 2023. – С. 94-98.
 9. Байбардина Т. Н., Бурцева О. А., Якимик А. Я. Особенности формирования и внедрения программ лояльности в кооперативной торговле г. Гомеля // Потребительская кооперация. – 2018. – № 1. – С. 24-27.
 10. Козырев Д. А. Современное состояние розничной торговли потребительской кооперации РБ // Потребительская кооперация. – 2017. – № 2. – С. 32-38.
 11. Фридман А. М. Стратегические направления развития кооперативной торговли РФ в условия формирования цифровой экономики // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2019. – № 5. – С. 27-31.
 12. Talonen A. P., Jussila I., Tuominen P., Koskinen L. Failing to develop a sense of ownership: A study in the consumer co-operative context // Cogent Business and Management. – 2018. – Vol. 5. – Iss. 1. doi: <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1540916>
 13. Коновалов В. Б., Порвадов М. Г. Развитие торговой инфраструктуры в местах компактного проживания личного состава как элемент военно-экономической безопасности системы продовольственного обеспечения спецпотребителей // Вестник Военной академии материально-технического обеспечения им. генерала армии А.В.Хрулева. – 2022. – № 4 (32). – С. 91-99.
 14. Курбанов А. Х., Попов А. С. Развитие системы торгового обслуживания военных потребителей в современных условиях // Научный вестник Вольского военного института материального обеспечения: военно-научный журнал. – 2017. – № 2 (42). – С. 91-95.
 15. Myers J. S., Caruso C. C. Towards a public food infrastructure: Closing the food gap through state-run grocery stores // Geoforum. – 2016. – Vol. 72. – P. 30-33. doi: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2016.03.010>
 16. Fishback P. Did Coal Miners "Owe Their Souls to the Company Store"? Theory and Evidence from the Early 1900s // The Journal of Economic History. – 1986. – Vol. 46. – Iss. 4. – P. 1011-1029. doi: <https://doi.org/10.1017/S0022050700050695>
 17. Алехина Е. С., Горностаева Ж. В. Корпоративное питание на предприятиях как форма сервисного обслуживания потребителей // Гуманитарные и социальные науки. – 2014. – № 2. – С. 692-695.
 18. Рыбаков И. А., Эггардт Е. В. Ключевые элементы корпоративной программы питания // Мотивация и оплата труда. – 2018. – № 1. – С. 78-82.
 19. Kim S. C., Chan Choi S. The role of warehouse club membership fee in retail competition // Journal of Retailing. – 2007. – Vol. 83. – Iss. 2. – P. 171-181. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2006.04.001>
 20. Martín J. C., Martín-Domingo L., Lohmann G. Spasojevic B. The role of travel patterns in airport duty-free shopping satisfaction: A case study from an Australian regional airport // Journal of Air Transport Management. – 2019. – Vol. 80. – P. 101691. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2019.101691>
 21. Thubert S., Francoulon L., Weber L., Coste Maniere I., Boyaval F. Duty-free shops: Are luxury brands being democratized? // Procedia Computer Science. – 2017. – Vol. 122. – P. 533-540. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.403>
 22. Плещенко В. И. Возрождение "Березки": к вопросу об организации беспрошленной торговли товарами для иностранцев в России // Управление продажами. – 2022. – № 4. – С. 294-298. doi: <https://doi.org/10.36627/2618-883X-2022-4-4-294-298>

23. Матвеева Н. В., Борисова Е. М. Некоторые особенности деятельности магазинов беспрошпальной торговли // Ученые записки Санкт-Петербургского имени В. В. Бобкова филиала Российской таможенной академии. – 2022. – № 4. – С. 68-70.
24. Алеева Д. Р., Киба Д. В. Продовольственное обеспечение Г. Комсомольска-на-Амуре в условиях социально-экономического кризиса 1990-х гг. // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. – 2017. – Т. 2. – № 1(29). – С. 4-6.
25. Глухов В. В., Красноженова Е. Е., Кулик С. В. Продовольственная политика в блокадном Ленинграде (1941-1944 гг.) // Вопросы истории. – 2021. – № 10-1. – С. 4-15. doi: <https://doi.org/10.31166/VoprosyIstorii202110Statyi01>.
26. Твердюкова Е. Д. Практика нормированного снабжения в СССР в 1980-е гг. // Вопросы истории. – 2020. – № 5. – С. 185-194.
27. Venkataraman S. V., Hamid F. Incentive mechanism for a sustainable public distribution system // Journal of Modelling in Management. – 2021. – Vol. 16 – Iss. 3. – P. 848-860. doi: <https://doi.org/10.1108/JM2-07-2019-0156>
28. ГОСТ Р 51303-2014. «Торговля. Термины и определения» // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200108793> (дата обращения 17.03.2024).
29. ГОСТ Р 51304-2009. «Услуги торговли. Общие требования» // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200079267> (дата обращения 17.03.2024).
30. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 № 381-ФЗ // КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/. (дата обращения 17.03.2024).
31. ГОСТ 30389-2013. «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200107325> (дата обращения 17.03.2024).
32. Винник С. В Крыму целый поселок заставили ходить в магазин под присмотром охраны // Российская газета, 06.12.2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2018/12/06/reg-ufu/v-krymu-celyj-poselok-zastavili-hodit-v-magazin-pod-prismotrom-ohrany.html> (дата обращения 01.03.2024).
33. Лебедев Д. «Мы полтора года практически не работали». Владелец финского магазина Laplandia рассказал, как зарабатывает в России // Фонтанка.ру, 26.01.2024. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fontanka.ru/2024/01/26/73163558/>. (дата обращения 18.03.2024).
34. Курочкина А. А., Лукина О. В., Митяшин Г. Ю. Стратегия раздельного ценообразования как инструмент обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг // Экономика и управление. – 2023. – Т. 29. – № 3. – С. 297-307.

References

1. Pleshchenko V. I. (2022). Revival of “Beryozka”: organization of duty-free trade for foreign citizens in Russia. *Sales management*, 4, 294-298. doi: <https://doi.org/10.36627/2618-883X-2022-4-4-294-298>.
2. Aleeva D. R., Kiba D. V. (2017). Food security of Komsomolsk-on-Amur in the context of social and economic crisis in 1990s. *Scientific journal of the Komsomolsk-on-Amur state technical university*, 2 (1), 4-6.
3. Alekhina E. S., Gornostaeva Zh. V. (2014). Company catering as a form of service for customers. *Social sciences and humanities*, 2, 692-695.
4. Baybardina T. N., Burtseva O. A., Yakimik A. Ya. (2018). Specific features of development and introduction of loyalty programs in cooperative trade of the city of Gomel. *Consumer cooperation*, 1, 24-27.
5. Vinnik S. (2018). In Crimea a whole town should go to the store under security’s control. *Russian Gazette*, 06.12.18. [Electronic source]. URL: <https://rg.ru/2018/12/06/reg-ufu/v-krymu-celyj-poselok-zastavili-hodit-v-magazin-pod-prismotrom-ohrany.html> (Date of access: 01.03.2024).
6. Glukhov V. V., Krasnozhenova E. E., Kulik S. V. (2021). Food policy in besieged Leningrad. *Voprosy istorii*, 10-1, 4-15. doi: <https://doi.org/10.31166/VoprosyIstorii202110Statyi01>.
7. GOST 30389-2013. “Public catering services Enterprises of public catering. Classification and general requirements”. *Digital fund of legal and technical documents*. [Electronic source]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200107325> (Date of access: 17.03.2024).
8. GOST R 51303-2014. “Trade. Terms and definitions”. *Digital fund of legal and technical documents*. [Electronic source]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200108793> (Date of access: 17.03.2024).
9. GOST R 51304-2009. “Services of trade. General requirements”. *Digital fund of legal and technical documents*. [Electronic source]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200079267> (Date of access: 17.03.2024).
10. Kapustina I. V., Semenova E. S. (2020). Role of trade in the social and economic development of Russia. *Fundamental and applied research in the field of management, economics and trade* (pp. 130-134). St. Petersburg, POLYTECH-PRESS.
11. Kirillova T. V. (2017). Forms of concentration of trade capital and creation of networking structures in

- Russian Federation. *Practical marketing*, 2-1(240-1), 31-37.
12. Kozyrev D. A. (2017). Present state of the retail trade of the consumer cooperation of the Republic of Belarus. *Consumer cooperation*, 2, 32-38.
 13. Konovalov V. B., Porvadov M. G. (2022). Development of retail infrastructures in military living areas as an element of military and economic security of the system of food security of special customers. *Scientific journal of the Volsk military institute of material supplies: military and scientific review*, 4 (32), 91-99.
 14. Kurbanov A. Kh., Popov A. S. (2017). Development of the system of retail service for military customers in the present circumstances. *Scientific journal of the Volsk military institute of material supplies: military and scientific review*, 2 (42), 91-95.
 15. Kurochkina A. A., Vasilyeva N. V. (2012). Reinforcing organizational and legal basis of retail trade in Russian regions. *Journal of ENGECON. Series: Economics*, 1, 251-255.
 16. Kurochkina A. A., Lukina O. V., Mityashin G. Yu. (2023). Separate pricing strategy as a tool to ensure enterprise competitiveness in the service sector. *Economics and management*, 29(3), 297-307.
 17. Kutyashova E. V., Skobeleva O. A. (2024). Prospects for the development of retail trade in Russia. *Journal of the Udmurt University. Series Economics and Law*, 34(1), 28-33.
 18. Matveeva N. V., Borisova E. M. (2022). Some features of the activities of duty-free shops. *Proceedings of V. V. Bobkov St. Petersburg Branch of the Russian Customs Academy*, 4, 68-70.
 19. Mityashin G. Yu. (2023). Sales rationing in retail. *Social institutions in legal dimension: theory and practice*, 94-98.
 20. Rybakov I. A., Ekgardt E. V. (2018). Key elements of a program of company catering. *Motivation and salary*, 1, 78-82.
 21. Suvorova S. D. (2013). Specific features of state administration of trade industry in Russian Federation. *Economics and entrepreneurship*, 4 (33), 137-139.
 22. Suvorova S. D., Mozgovaya A. P. (2023). Retail trade of Russian Federation: present state, problems and directions of development. *Fundamental and applied research in the field of management, economics and trade* (pp. 318-327). St. Petersburg, POLYTECH-PRESS.
 23. Tverdyukova E. D. (2020). Practice of rationed supply in the USSR in the 1980s. *Problems of history*, 5, 185-194.
 24. Turieva A. S., Mityashin G. Yu. (2023). Functions of trade in the modern system of food security. *Fundamental and applied research in the field of management, economics and trade* (pp. 338-346). St. Petersburg, POLYTECH-PRESS.
 25. Federal Law "On the foundations of the state regulation of trade business in Russian Federation", 28.12.2009, No 381-FZ. KonsultantPlus. [Electronic source]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/ (Date of access: 17.03.2024).
 26. Friedman A. M. (2019). Strategic directions of development of cooperative trade of the Russian Federation in conditions of formation of digital economy. *Fundamental and applied research of the cooperative sector of economy*, 5, 27-31.
 27. Fishback P. (1986). Did Coal Miners "Owe Their Souls to the Company Store"? Theory and Evidence from the Early 1900s. *The Journal of Economic History*, 46 (4), 1011-1029. doi: <https://doi.org/10.1017/S0022050700050695>
 28. Myers J. S., Caruso C. C. (2016). Towards a public food infrastructure: Closing the food gap through state-run grocery stores. *Geoforum*, 72, 30-33. doi: <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2016.03.010>
 29. Kim S. C., Chan Choi S. (2007). The role of warehouse club membership fee in retail competition. *Journal of Retailing*, 83 (2), 171-181. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2006.04.001>
 30. Talonen A. P., Jussila I., Tuominen P., Koskinen L. (2018). Failing to develop a sense of ownership: A study in the consumer co-operative context. *Cogent Business and Management*, 5 (1). doi: <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1540916>
 31. Martín J. C., Martín-Domingo L., Lohmann G. Spasojevic B. (2019). The role of travel patterns in airport duty-free shopping satisfaction: A case study from an Australian regional airport. *Journal of Air Transport Management*, 80, 101691. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2019.101691>
 32. Thubert S., Francoulon L., Weber L., Coste Maniere I., Boyaval F. (2017). Duty-free shops: Are luxury brands being democratized. *Procedia Computer Science*, 122, 533-540. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.403>
 33. Venkataraman S. V., Hamid F. (2021). Incentive mechanism for a sustainable public distribution system. *Journal of Modelling in Management*, 16(3), 848-860. doi: <https://doi.org/10.1108/JM2-07-2019-0156>
 34. Lebedev D. (2024). "We practically didn't work for a year and a half" The owner of the Finnish shop Laplandia talked about his ways to earn money in Russia. *Fontanka.ru*, 26.01.2024. [Electronic resource]. URL: <https://www.fontanka.ru/2024/01/26/73163558/>. (Date of access: 18.03.2024).

УДК 334.012

Результативная динамика развития и система поддержки малого и среднего предпринимательства в России

Е.В. Наливайченко¹, Э.Р. Аблитаров²^{1,2} Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, г. Симферополь, 295007, Россия,¹katnaliv@yandex.ru, ²ablitaroff@mail.ru

Статья поступила 21.04.2024

Аннотация

В статье исследована роль малого и среднего предпринимательства в экономике современной России, подчеркнуто значение данного сектора как одного из локомотивов стабилизации национальной экономической системы, повышения ее конкурентоспособности и инновационности, закрепленное в стратегических нормативно-правовых актах. Представлены основные показатели динамики развития и вклада в национальную экономику сектора малого и среднего предпринимательства, отразившие такие тенденции, как рост производительности труда и валовой добавленной стоимости, созданной в данном секторе, и сокращение при этом его доли в ВВП и удельного веса произведенных малыми и средними организациями инновационных товаров, работ, услуг в их общем объеме. Компаративный анализ динамики основных результатов функционирования малых и средних организаций с группировкой по численности работников показал наибольшую результативность затрат, направленных на создание и воспроизводство основных средств, характерную для средних субъектов, которые нарастили объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами сверх прироста инвестиций в основной капитал. Анализ показателей инновационной динамики позволил выявить наибольшее увеличение удельного веса организаций, осуществлявших технологические инновации, в группе малых субъектов, а наибольшую эффективность инновационной деятельности – среди организаций с численностью работников 50-99 человек. В исследовании очерчены основные препятствия устойчивого развития малого и среднего предпринимательства, такие как нехватка собственных средств и ограниченный доступ к финансированию, административные барьеры, высокая тенезация и недостаточная цифровизация, исходя из которых предложены меры совершенствования системы государственной поддержки.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, динамика развития, инновационная деятельность, барьеры устойчивого развития, государственная поддержка

JEL codes: O12, O38

Effective dynamics of development and support system for small and medium business in Russia

E.V. Nalivaychenko¹, E.R. Ablitarov²^{1,2} V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, 295007, Russia,¹katnaliv@yandex.ru, ²ablitaroff@mail.ru

Received 21.04.2024

Abstract

The article examines the role of small and medium business in the economy of modern Russia emphasizes the importance of this sector as one of the locomotives of stabilizing the national economic system, increasing its competitiveness and innovativeness, enshrined in strategic normative legal acts. The main indicators of the development dynamics and contribution to the national economy of the small and medium business sector are presented, reflecting trends such as an increase in labour productivity and gross value added created in this sector, while reducing its share in

GDP and the weight of innovative goods, works, and services produced by small and medium business in the total volume. A comparative analysis of the dynamics of the main functioning results of small and medium business grouped by the number of employees showed the greatest effectiveness of costs aimed at creating and reproducing fixed assets, characteristic of medium-sized entities that increased the volume of shipped goods of their own production, completed works and services on their own in excess of the increase in investments in fixed assets. The analysis of the indicators of innovation dynamics revealed the largest increase in the proportion of organizations that carried out technological innovations in the group of small entities, and the highest efficiency of innovation activities among organizations with 50-99 employees. The study outlines the main obstacles to the sustainable development of small and medium business, such as lack of own funds and limited access to finance, administrative barriers, high shadow and insufficient digitalization, based on which measures to improve the system of state support are proposed.

Keywords: small and medium business, development dynamics, innovative activities, barriers to sustainable development, government support

Введение

На современном этапе экономических отношений актуальность и перспективы развития малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) в Российской Федерации представляют собой ключевые векторы устойчивого роста и оздоровления национальной экономики, что обусловлено такими уникальными характеристиками данного сектора, как высокая адаптивность к меняющимся условиям рынка и способность к быстрой деловой реакции. Обозначенные аспекты подчеркивают потенциал МСП как катализатора инновационного развития и создания новых рабочих мест, способствующего повышению уровня жизни населения и сокращению социального неравенства. Данные особенности предопределяют возможности ускоренного развития сектора МСП, который может стать локомотивом экономического прогресса в условиях постоянных трансформаций глобальной и национальной экономической системы. Однако, в результате влияния шоков внешней среды, сектор столкнулся с серьезными препятствиями, замедляющими его устойчивый рост. Снижение эффективности инвестиций, нехватка средств для обеспечения инноваций, переход части бизнеса в теневую экономику, а также переформатирование в структуры самозанятости обозначили критическую необходимость выработки и реализации комплексных мер поддержки, нацеленных на восстановление и дальнейшее

стимулирование развития предпринимательства.

В этой связи актуальным является исследование результативной динамики развития и системы поддержки малого и среднего предпринимательства в России, для выработки направлений формирования новых перспективных моделей поддержки МСП, способных адаптироваться к условиям нестабильной экономики и обеспечить устойчивое развитие хозяйствующих субъектов.

Анализ последних исследований и публикаций

Проблемные вопросы современного этапа развития предпринимательской деятельности и социально-экономического развития Российской Федерации в целом широко освещены такими отечественными исследователями, как К.А. Захарова, Д.А. Муравьев, Е.Г. Жеурова [1], Е.А. Иванова [2], Д.А. Мезенцев [3], А.В. Мирошниченко и К.Р. Носенко [4]. Также особое внимание специалистов и органов государственного управления уделяется аспектам цифровизации [5] и социального предпринимательства [6], которые образуют перспективный вектор поддержки МСП.

Нормативно-правовые аспекты развития и регулирования МСП отражены в официальных документах [7–10], подчеркивающих роль федерального законодательства в структурировании поддержки предпринимательства. Содержательная правовая характеристика функционирования и развития МСП в Российской Федерации очерчена

Федеральным законом № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», определяющим юридические рамки и критерии для классификации хозяйствующих субъектов в предпринимательский сектор [7]. Данный законодательный акт распределяет предприятия на индивидуальных предпринимателей, микропредприятия, малые предприятия и средние предприятия, основываясь на критериях численности персонала и объема выручки. Такое понятийно-категориальное разграничение позволило более точно адаптировать государственную поддержку, учитывая специфические особенности и потребности каждой категории.

Исторически концепция МСП в России начала формироваться с принятием Закона СССР от 4 июня 1990 г. N 1529-I «О предприятиях в СССР», где впервые были заложены основы для определения МСП по численности работающих и объему хозяйственного оборота [8]. Существенное развитие и уточнение критериев принадлежности к малому и среднему бизнесу произошло с принятием Закона РСФСР от 25 декабря 1990 г. N 445-1 «О предприятиях и предпринимательской деятельности», который расширил дефиницию МСП, включив в нее все организационно-правовые формы, как новосозданные, так и уже действующие предприятия, опираясь на их среднесписочную численность персонала [9].

Дальнейшее закрепление статуса МСП и уточнение критериев классификации хозяйствующих субъектов произошло с принятием Федерального закона Российской Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», который объединил юридические, количественные и доходные критерии для определения принадлежности к данной категории [10]. Введение такой комплексной системы критериев позволило сформировать четкую и прозрачную систему

для идентификации и поддержки МСП, обеспечивая их участие в экономическом развитии страны на основе равных условий. Это, в свою очередь, подчеркивает важность бизнеса как фундаментального элемента в структуре национальной экономики, способствующего ее диверсификации, инновационному развитию и социальной стабильности.

Целевые ориентиры функционирования МСП в контексте стратегического значения этого сектора для укрепления российской экономики рассматриваются в контексте национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [11].

Статистические данные Росстат [12] демонстрируют текущее состояние и динамику развития МСП с учетом влияния на сектор внешних и внутренних факторов. Однако, недостаточным является изучение абсолютных показателей для полного отражения тенденций функционирования малого и среднего предпринимательства, целесообразным является также анализ относительных производных показателей, отражающих результативную динамику функционирования субъектов различных категорий и способствующих выявлению приоритетных направлений перспективной государственной поддержки.

Данные и методы

Цель исследования заключается в разработке рекомендаций по формированию приоритетных направлений системы поддержки МСП на основе компаративного анализа результативной динамики развития хозяйствующих субъектов, относящихся к категориям малого и среднего предпринимательства.

При проведении исследования использованы данные литературных и нормативно-правовых источников, открытые статистические данные Единой межведомственной информационно – статистической системы (ЕМИСС), Федеральной службы государственной статистики, Единого реестра субъектов

малого и среднего предпринимательства, а также итоги статистического наблюдения инновационной деятельности организаций.

Методологическую основу исследования составили эмпирический и экономико-статистический методы, метод системного и компаративного анализа для выявления основных тенденций и результатов развития МСП; методы обобщения и синтеза для формирования перспективных направлений государственной поддержки МСП.

Результаты исследования

Уточняя позиционирование МСП в Российской Федерации как стратегически значимое положение в структуре национальной экономики, стоит отметить выполнение ключевых функций в динамике экономического роста, диверсификации производства и инновационном развитии.

Согласно данным Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства, отраженным в таблице 1, наблюдается тенденция к увеличению количества субъектов МСП и общего количества продукции и услуг при одновременном сокращении среднесписочной численности работников, что свидетельствует о росте производительности труда. При этом, малые и средние предприятия, имеющие удельный вес в общем количестве субъектов МСП 3 % и 0,3 % соответственно, обеспечили 39 % и 13 % соответственно среднесписочной численности занятых работников; микро предприятия более всего способствовали росту общего количества продукции и услуг: среднегодовой прирост показателя у субъектов данного типа составил 17 %, тогда как у малых и средних предприятий – 5 %.

Таблица 1. Основные показатели динамики развития сектора МСП

Показатель	По состоянию на:				
	10.01.2020	10.01.2021	10.01.2022	10.01.2023	10.01.2024
Количество субъектов МСП, ед.	5 916 906	5 684 561	5 866 703	5 991 349	6 347 771
в т.ч.: микро предприятий	5 675 756	5 450 261	5 636 297	5 761 069	6 114 610
малых предприятий	224 105	216 615	212 429	212 271	214 426
средних предприятий	17 045	17 685	17 977	18 009	18 735
Сумма среднесписочной численности работников, занятых у субъектов МСП, чел.	15 321 788	15 491 144	14 662 197	15 191 543	15 080 528
в т.ч.: микро предприятий	7 429 623	7 519 074	6 970 884	7 327 122	7 245 967
малых предприятий	6 189 172	6 143 489	5 824 977	5 950 419	5 887 185
средних предприятий	1 702 993	1 828 581	1 866 336	1 914 002	1 947 376
Общее количество продукции и услуг, ед.	6 081	8 160	9 291	9 981	10 297
в т.ч.: микро предприятий	4 742	6 696	7 745	8 463	8 717
малых предприятий	1 094	1 226	1 395	1 285	1 334
средних предприятий	245	238	151	233	246

Источник: составлено авторами по данным [13]

Оценивая вклад МСП в развитие национальной экономики, необходимо отметить, что не смотря на 62 %-й прирост валовой добавленной стоимости, созданной субъектами МСП, доля этого сектора в ВВП России сократилась в 2022 г. на 1 %-й пункт относительно 2017 г., а удельный вес инновационных товаров, работ, услуг субъектов МСП в общем объеме инновационных товаров, работ, услуг – на

3,3 %-х пункта относительно 2019 г. и на 5,8 относительно 2020 г. (рис. 1). Компаративный анализ динамики основных результатов функционирования малых и средних организаций с группировкой по численности работников показал наибольшую результативность затрат, направленных на создание и воспроизводство основных средств,



Рис. 1. Основные показатели вклада МСП в развитие национальной экономики

Источник: составлено авторами по данным [12]

характерную для средних субъектов, которые нарастили объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными

силами сверх прироста инвестиций в основной капитал (табл. 2).

Таблица 2. Динамика основных результатов функционирования малых и средних организаций, 2022 г. к 2019 г.

Показатель	Организации с численностью работников				Все организации
	до 49 человек	50-99 человек	100-199 человек	200-249 человек	
Прирост отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами в фактических ценах, %	9,0	60,7	59,3	70,0	36,2
Прирост инвестиций в основной капитал, %	57,7	64,3	40,2	50,2	39,9
Изменение объема отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами, приходящегося на 1 руб. инвестиций в основной капитал, руб.	-2,19	-0,12	1,05	1,28	-0,24

Источник: рассчитано авторами по данным [12]

Малые предприятия, как и все организации в целом, не нарастили за исследуемый период объем собственной продукции сверх объема, инвестированного в основные средства, при этом показатели малых предприятий с численностью от 50 человек опережают аналогичные показатели всех организаций, а субъекты с численностью работников до 49 человек, продемонстрировав прирост инвестиций в основной капитал выше среднего уровня, имеют наименьший прирост отгруженных товаров собственного производства.

Рассматривая основные показатели инновационной динамики организаций необходимо отметить увеличение выше среднего уровня удельного веса организаций, осуществлявших

технологические инновации, в общем числе обследованных организаций, относящихся к субъектам малого бизнеса (табл. 3). При этом организации с численностью работников 50-99 человек показали наибольшую эффективность инновационной деятельности: данная группа предприятий на фоне сокращения общих затрат на инновационную деятельность за исследуемый период на 15,1 % смогла почти в 2 раза нарастить объем инновационных товаров, работ, услуг, тем самым увеличив их удельный вес в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг на 0,4 %-ных пункта до 2,4 % в 2022 г. (все организации – 5,1 %), а также повысив стоимостный объем инновационных товаров, работ, услуг, приходящийся на 1 руб. общих затрат на инновационную

деятельность на 1,38 руб. до 2,47 руб., что превышает средний показатель организаций (2,39 руб.).

Снижение результативных показателей функционирования сектора МСП произошло под влиянием сокращения потребительского спроса и выручки, вызванного введением ограничительных мер в рамках преодоления последствий пандемии COVID-19, что привело к финансовым трудностям, усугубленным недостаточным доступом к дополнительному финансированию и кредитным ресурсам. Структурные преобразования экономики, ускоренные пандемией, потребовали от предпринимателей адаптации к новым условиям, в том числе путем цифровизации бизнес-процессов и перехода к удаленной

форме занятости, что обострило проблему устойчивости предприятий, особенно в условиях ограниченных ресурсов и возможностей для масштабирования [4, с. 1106]. Стоит также отметить такие проблемы организационно-экономического характера, ограничивающие развитие сектора МСП как высокая доля теневого сектора, низкая доступность финансовых ресурсов, отсутствие четких ориентиров инновационного развития, нерегулярное финансирование программ развития МСП, нехватка квалифицированных IT-специалистов, трудности в снабжении сырьем и материалами, ограниченный доступ к государственным заказам [2, с. 256].

Таблица 3. Динамика основных показателей инновационной деятельности малых и средних организаций, 2022 г. к 2019 г.

Показатель	Организации с численностью работников				Все организации
	до 49 человек	50-99 человек	100-199 человек	200-249 человек	
Прирост числа организаций, осуществлявших инновационную деятельность, %	9,6	11,1	17,8	25,8	12,9
Изменение удельного веса организаций, осуществлявших инновационную деятельность, в общем числе обследованных организаций, %-ных пункта	0,6	2,8	3,3	4,4	1,9
Прирост числа организаций, осуществлявших технологические инновации, %	4,4	7,9	14,3	18,2	5,8
Изменение удельного веса организаций, осуществлявших технологические инновации, в общем числе обследованных организаций, %-ных пункта	1,3	1,6	0,5	1,2	1,2
Прирост общих (капитальных и текущих) затрат на инновационную деятельность, %	-13,3	-15,1	40,2	39,3	36,3
Прирост объема инновационных товаров, работ, услуг, %	-5,2	92,4	-26,4	-35,0	31,1
Изменение объема инновационных товаров, работ, услуг, приходящегося на 1 руб. общих затрат на инновационную деятельность, руб.	0,1	1,38	-1,2	-2,4	-0,09
Изменение удельного веса инновационных товаров, выполненных работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, %-ных пункта	-0,1	0,4	-2,2	-2,3	-0,2

Источник: рассчитано авторами по данным [12]

В качестве основных (решающих) или значительных факторов, препятствующих инновационной деятельности, большинство субъектов МСП выделяют недостаток собственных денежных средств и недостаток финансовой поддержки со стороны государства [12]. В дополнение к

вышеупомянутым барьерам в качестве негативной тенденции можно также отметить неравномерность развития сектора малых и средних предприятий по регионам России, что является следствием отличий экономических возможностей и

институциональных условий по федеральным округам (табл. 4).

Таблица 4. *Количество малых и средних предприятий по федеральным округам Российской Федерации, ед.*

Период	ЦФО	СЗФО	ЮФО	СКФО	ПФО	УФО	СФО	ДВФО
2019	1866670	707495	709427	201326	1080648	517901	642811	314917
2020	1821752	692465	694492	200256	1058398	510075	628271	311197
2021	1764883	661265	665412	192451	1008260	487874	601227	303189
2022	1857954	678810	678810	205050	1035009	494768	610050	306933
2023	1930548	682200	682676	209547	1043407	503776	612746	307506

Источник: составлено авторами по данным [12]

Так, Центральный федеральный округ, обладая более развитой инфраструктурой и доступностью к финансовым ресурсам, продемонстрировал устойчивую положительную тенденцию к росту количества малых и средний субъектов (+3,42% или +63878 ед. за исследуемый период), что связано с агломерационной эффективностью, концентрацией административных ресурсов, научных центров и логистических преимуществ региона. Также среди федеральных округов, демонстрирующих рост количества малых и средних предприятий отмечен Северо-Кавказский федеральный округ (+4,08% в относительном и +8220 ед. в абсолютном выражениях). В то же время, отрицательная динамика в большинстве федеральных округов (СЗФО, ЮФО, ПФО, УФО, СФО, ДВФО на -3,58%, -3,77%, 3,45%, -2,73%, -4,68% и -2,35% соответственно) являлась следствием структурных ограничений, таких как удаленность от центров экономической активности, недостаточность инфраструктуры и нехватка квалифицированных кадров.

Принимая во внимание вышеперечисленные проблемы, можно констатировать, что динамика развития сектора МСП находится под влиянием комплекса взаимосвязанных факторов, способствующих формированию специфики данных проблем. Основной негативной тенденцией, обуславливающей текущее состояние МСП, является системообразующее взаимодействие между ограниченным доступом к финансовым ресурсам и административными барьерами, которые в совокупности с высокой долей теневого сектора и недостаточной интеграцией в инновационные процессы

замедляют темпы развития сектора и снижают конкурентоспособность предприятий на внутреннем и международном рынках. Такое синтезирующее причинно-следственное воздействие между финансовыми, административными и технологическими препятствиями порождает цикл, в котором дефицит квалифицированных ИТ-специалистов и проблемы с сырьевым снабжением усугубляются ограниченным доступом к государственным заказам и бюрократическими сложностями, дополнительно углубляя разрыв между потребностями МСП и возможностями их удовлетворения.

В ответ на эти вызовы, государственные органы предприняли ряд стратегических мер, нацеленных на устранение системных препятствий и стимулирование устойчивого развития МСП путем снижения административных барьеров, льготного кредитования, поддержки импортозамещения и развития цифровой инфраструктуры, что стало ключевым направлением для адаптации МСП к новым рыночным условиям, минимизации последствий санкционного давления и восстановления экономических позиций на национальном уровне. Тем самым, приведенные меры поддержки МСП в долгосрочной перспективе направлены на увеличение потенциала сектора как ключевого драйвера инноваций, занятости и социальной стабильности.

Сложности, связанные с необходимостью обеспечения соответствия новым санитарно-эпидемиологическим требованиям, дополнительно усилили риски банкротства, оказав значительное давление на сектор МСП. В этой связи Правительство

Российской Федерации инициировало комплексную поддержку бизнеса путем предоставления финансовых субсидий, налоговых льгот, льготного кредитования, что стало фундаментальным фактором смягчения негативных последствий для данного сектора [1, с. 243]. Также следует отметить, что внешнеэкономические санкции и высокая зависимость от импорта создали дополнительные препятствия для развития сектора, усилив тенденцию к снижению потребительского спроса и ухудшению условий ведения бизнеса. Отсюда следует, что государственные меры поддержки, направленные на стимулирование импортозамещения и развития внутреннего потребительского рынка, на развитие цифровой инфраструктуры и консультационной поддержки предприятий, можно охарактеризовать как основополагающие элементы стратегии по обеспечению устойчивости и динамичного развития сектора МСП в Российской Федерации.

С целью нивелирования вышеизложенных проблем и преодоления препятствий бизнеса в Российской Федерации действует государственная поддержка МСП, реализуемая через комплекс направлений (табл. 5). Меры поддержки, охватывающие финансовую помощь, налоговые льготы, консультационные услуги и программы льготного кредитования, направлены на создание благоприятных условий для развития предпринимательской деятельности, инвестиций в инновации и технологии, что способствует повышению конкурентоспособности МСП на внутреннем и международном уровнях. В этой связи, особое значение приобретает адаптация государственной политики поддержки к специфике региональных экономических систем и потребностей предпринимательского сектора, что требует постоянного мониторинга и корректировки применяемых инструментов и механизмов.

Таблица 5. Направления и виды государственной поддержки субъектов МСП в Российской Федерации

Направления поддержки	Виды поддержки	Основополагающие проекты
Финансовая	Денежная помощь предпринимателям, в том числе: – прямые субсидии; – льготное кредитование; – гарантии и поручительства.	– Федеральная целевая программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» на 2021-2025 годы; – Программа субсидирования кредитования Минэкономразвития России, реализуемая согласно постановлению Правительства РФ от 30.12.2018 № 1764; – Льготные программы кредитования от Банка России и Корпорации МСП, включая ПСК «Инвестиционная», ПСК «Антикризисная» и ПСК «Оборотная».
Материальная	– Предоставление грантов; – Получение субсидии от Центров занятости; – Поддержка моногородов и малых городов.	– Программа «Старт» для предоставления грантов начинающим предпринимателям (запущена в 2021 году); – Государственные субсидии для технического перевооружения МСП (обновление программы в 2022 году); – Федеральная программа поддержки малых городов и моногородов, включая стимулирование местного бизнеса (обновлена в 2022 году).
Имущественная	Снабжение начинающих предпринимателей имуществом, находящимся в распоряжении государства, сдача в аренду на льготных условиях.	– Предоставление гарантий в рамках Федеральных законов № 223-ФЗ и № 44-ФЗ через «МСП Банк» и региональные гарантийные организации (РГО); – Постановление Правительства РФ от 01.03.2017 N 290 «О мерах по реализации имущественной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства»; – Федеральный закон от 21.12.2001 N 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества»; – Программы лизинга для субъектов МСП.

Образовательная	Консультирование и подготовка предпринимателей, повышение квалификации, бизнес-знаний и бизнес-навыков	– Программа «Цифровой предприниматель» для обучения основам цифровой экономики (обновлена в 2021 г.); – Государственная программа «Экспортный навигатор» для поддержки экспортно-ориентированных МСП; – Федеральная информационная система для предпринимателей «Мой бизнес»; – Образовательные проекты АО «Корпорация МСП» (обучающая программа «Азбука предпринимателя», обучающая программа «Школа предпринимательства» и др.).
Информационная	– Обеспечение информацией о действующей системе поддержки субъектов МСП; – Повышение финансовой грамотности; – Поддержка экспортно-сырьевых процессов.	

Источник: составлено авторами по материалам [14 – 16]

Важно отметить, что в условиях цифровой трансформации экономики низкий уровень цифровизации бизнес-процессов в секторе МСП ограничивает его развитие и эффективность. Так, упущенные возможности для автоматизации, оптимизации производственных операций и улучшения механизмов взаимодействия с клиентами влекут снижение операционной эффективности и замедленный темп инновационных изменений. С количественной стороны, отставание в цифровизации снижает возможности МСП для масштабирования и доступа к новым рынкам, ограничивая их доходы и занимаемую долю рынка. С качественной стороны, это приводит к низкой конкурентоспособности, поскольку предприятия не могут полноценно внедрять передовые технологии, необходимые для удовлетворения меняющихся потребностей клиентов. В ответ на эти вызовы, Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации активно внедряет программы поддержки цифровизации для МСП в рамках национального проекта «Цифровая экономика Российской Федерации» [5]. Среди прочих инициатив, значительное внимание уделяется субсидированию приобретения отечественного программного обеспечения, что позволяет предприятиям МСП существенно снизить финансовые затраты на меры по цифровой трансформации бизнес-процессов и повысить их конкурентоспособность на внутреннем и международном рынках.

На стратегическом уровне развитие МСП в Российской Федерации определяется

целями и задачами, заложенными в Национальном проекте «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», который предусматривает комплексные меры по стимулированию роста численности занятых в секторе МСП, увеличению доли МСП в ВВП страны и расширению участия предприятий в несырьевом экспорте [11]. Данные меры ориентированы не только на количественные показатели роста, но и на качественное улучшение бизнес-среды, создание условий для инновационного развития и международной интеграции российских МСП. Важной составляющей является оптимизация системы государственных закупок, включая выделение квот и предоставление преференций для субъектов сектора, что способствует повышению их роли в национальной экономике и обеспечивает доступ к новым рынкам сбыта. Так, объем закупок крупнейших заказчиков, определяемых Правительством Российской Федерации, у субъектов малого и среднего предпринимательства в рамках федерального проекта «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства» национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» с 2021 г. увеличился вдвое, достигнув к концу 2023 г. 7,969 трлн. руб. [17]. Также благодаря реализации проекта в 2024 году будет создано не менее 100 центров «Мой бизнес», где представители малого и среднего предпринимательства

смогут получать комплекс государственных и муниципальных услуг и консультационную помощь.

Особое внимание в рамках поддержки МСП уделяется социально значимым и приоритетным направлениям деятельности, в числе которых выделяется социальное предпринимательство, осуществляемое представителями социально незащищенных слоев населения [6, с. 431]. Подобная дифференциация мер поддержки способствует не только экономическому, но и социальному развитию регионов, стимулируя устойчивое развитие и создание новых рабочих мест, а также способствует преодолению проблемы социального неравенства. Следовательно, комплексная поддержка МСП, содержащая стимулирование цифровизации, оптимизацию системы госзакупок и фокус на социально значимые виды деятельности, является ключевым фактором достижения устойчивого экономического роста и повышения качества жизни населения Российской Федерации.

Учитывая вышеизложенное, негативные тенденции динамики результативных показателей развития сектора МСП подчеркивают необходимость реализации региональных мер, нацеленных на стимулирование инвестиций в высокотехнологичные и инновационные отрасли, а также на повышение уровня управленческих компетенций руководителей предприятий.

Заключение

Проблематика системы поддержки МСП в Российской Федерации заключается в ряде системных и структурных ограничений, которые сдерживают развитие данного сектора экономики. Среди ключевых проблем – несоответствие между потребностями предпринимателей и доступными механизмами поддержки, бюрократические барьеры, слабая инфраструктурная и информационная поддержка, а также проблемы в области финансирования и доступа к новым технологиям. В совокупности данные

факторы затрудняют не только текущую деятельность МСП, но и их способность к масштабированию и инновационному развитию.

Для повышения эффективности государственной поддержки МСП в Российской Федерации представляется целесообразным рассмотрение следующих предложений. Во-первых, необходимо усилить целенаправленную информационную поддержку предпринимателей путем увеличения количества унифицированных информационных платформ и центров поддержки, где предприниматели могут получать актуальную информацию по всем доступным государственным программам и мерам поддержки, консультации и методическую помощь. Данное предложение позволит расширить осведомленность бизнеса о государственных ресурсах и упростит процесс их получения, повысит эффективность механизмов информационной поддержки и предоставит стимулы для инновационной деятельности.

Во-вторых, целесообразно сфокусироваться на развитии инструментов финансовой поддержки, адаптированных под потребности МСП. Необходимо разработать и внедрить гибкие механизмы кредитования и грантовой поддержки, которые учитывают специфику и потребности различных отраслей и регионов путем предложения низкопроцентных займов и кредитов для стартапов и инновационных проектов, а также грантов для развития приоритетных направлений бизнеса (ИТ-сектор, сельское хозяйство, обрабатывающее производство и пр., включая предоставление услуг в данных отраслях).

В качестве дополняющей меры целесообразно усовершенствовать образовательные программы для повышения квалификации предпринимателей и стимулирования внедрения цифровых технологий, тем самым укрепив сотрудничество между сектором МСП и научно-исследовательскими организациями. Важно также обеспечить доступность этих

инструментов для всех категорий предпринимателей, включая начинающих и работающих в отдаленных районах. Подобные меры позволят создать благоприятную экосистему для развития МСП, стимулирования предпринимательской и инновационной активности, ускорения экономического роста в регионе.

Список литературы

1. Захарова К.А., Муравьев Д.А. и др. Состояние и развитие малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. – 2023. – Т. 9, № 3(35). – С. 233-246. doi: 10.21684/2411-7897-2023-9-3-233-246.
2. Иванова Е.А. Тенденции и факторы развития малого бизнеса в России // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2023. – № 12 (ч. 2). – С. 252-258.
3. Мезенцев Д.А. Анализ текущей ситуации с развитием малого и среднего бизнеса в России // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2023. – Т. 13, № 7А. – С. 367-376. doi: 10.34670/AR.2023.22.58.040.
4. Мирошниченко А.В., Носенко К.Р. Оценка состояния малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации // Актуальные проблемы экономики, управления и права: сборник материалов IV всероссийской научно-практической конференции с международным участием (23 марта 2023 г.) / Отв. ред. Ю.В. Гаврилова. – Саратов: Саратовский источник, 2023. – 1163 с. – С. 1105-1109.
5. Национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/?utm_referrer=https%3a%2f%2fyandex.ru%2f (дата обращения: 06.03.2024).
6. Барцева П.М. Социальное предпринимательство в России: тенденции развития // Российское общество сегодня: ценности, институты, процессы: материалы Всероссийской научной конференции XVII Ковалевские чтения (16-18 ноября 2023 г.) / Отв. редакторы: Н.Г. Скворцов, Ю.В. Асочаков; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург: Сциентия, 2023. – 2010 с. – С. 430-436.
7. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
8. Закон СССР «О предприятиях в СССР» от 4 июня 1990 г. № 1529-I (прекратил действие) [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «ГАРАНТ».
9. Закон РСФСР «О предприятиях и предпринимательской деятельности» от 25.12.1990 г. № 445-1 (ред. от 30.11.1994) [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
10. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
11. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [Электронный ресурс] URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy_iniciativy/ (дата обращения: 09.02.2024).
12. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 16.02.2024).
13. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. URL: <https://ofd.nalog.ru/?ysclid=ls0y78b7f402301728> (дата обращения: 03.03.2024).
14. Меры поддержки бизнеса [Электронный ресурс]. URL: https://www.gosuslugi.ru/life/details/business_support_measures (дата обращения: 04.03.2024).
15. Программы поддержки малого и среднего бизнеса в России [Электронный ресурс]. URL: <https://domrfbank.ru/blog/programmy-podderzhki-malogo-i-srednego-biznesa-v-rossii/> (дата обращения: 07.02.2024).
16. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» от 02.06.2016 г. № 1083-р (ред. от 30.03.2018). [Электронный ресурс]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
17. Объем закупок крупнейших заказчиков, определяемых Правительством Российской Федерации, у субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/61588> (дата обращения: 06.03.2024).

References

1. Zakharova K.A., Muravev D.A. & Zheurova E.G. (2023). The state and development of small and medium-sized enterprises in the Russian Federation. *Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research*, 9(3), 233-246. doi: 10.21684/2411-7897-2023-9-3-233-246.
2. Ivanova E.A. (2023). Tendencii i faktory razvitiya malogo biznesa v Rossii [Trends and factors of small business development in Russia]. *Vestnik Altajskoj*

- akademii jekonomiki i prava [Altai Academy of Economics and Law Herald]*, 12 (p. 2), 252-258.
3. Mezentshev D.A. (2023) Analiz tekushchei situatsii s razvitiem malogo i srednego biznesa v Rossii [Analysis of the current situation with the development of small and medium business in Russia]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow]*, 13 (7A), 367-376. doi: 10.34670/AR.2023.22.58.040.
 4. Miroshnichenko A.V. & Nosenko K.R. (2023). Ocenka sostojaniya malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossijskoj Federacii [Assessment of the state of small and medium-sized enterprises in the Russian Federation]. *Aktual'nye problemy jekonomiki, upravleniya i prava: sbornik materialov IV vsrossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii s mezhdunarodnym uchastiem [Actual problems of economics, management and law: Proceedings of the IV All-Russian Scientific and Practical Conference with International Participation]*, Saratov, Saratovskij istochnik Publ., 1105-1109.
 5. Nacional'nyj proekt «Cifrovaja jekonomika Rossijskoj Federacii» [National project "Digital Economy of the Russian Federation"] [Electronic source]. URL: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/?utm_referrer=https%3a%2f%2fyandex.ru%2f (Date of access: 06.03.2024).
 6. Barceva P.M. (2023). Social'noe predprinimatel'stvo v Rossii: tendencii razvitiya [Social entrepreneurship in Russia: development trends]. // Rossijskoe obshhestvo segodnja: cennosti, instituty, processy: materialy Vserossijskoj nauchnoj konferencii XVII Kovalevskie chtenija [Russian Society Today: Values, Institutions, Processes: Proceedings of the All-Russian Scientific Conference XVII Kovalev Readings], Sankt-Peterburg, Scientia Publ., 430-436. (In Russ.).
 7. Federal'nyj zakon «O razvitii malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossijskoj Federacii» ot 24.07.2007 № 209-FZ (poslednjaja redakcija) [Federal Law "On the Development of Small and Medium-sized Enterprises in the Russian Federation" dated 07/24/2007 No. 209-FZ (latest edition)] [Electronic source]. Access from the legal reference system "ConsultantPlus".
 8. Zakon SSSR «O predpriyatijah v SSSR» ot 4.06.1990 № 1529-I (prekratil dejstvie) [The Law of the USSR "On Enterprises in the USSR" dated 06/04/1990 No. 1529-I (terminated)] [Electronic source]. Access from the legal reference system "GARANT".
 9. Zakon RSFSR «O predpriyatijah i predprinimatel'skoj dejatel'nosti» ot 25.12.1990 № 445-1 (red. ot 30.11.1994) [The Law of the RSFSR "On Enterprises and Entrepreneurial Activity" dated 12/25/1990 No. 445-1 (as amended on 11/30/1994)] [Electronic source]. Access from the legal reference system "ConsultantPlus".
 10. Federal'nyj zakon «O razvitii malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossijskoj Federacii» ot 24.07.2007 № 209-FZ (poslednjaja redakcija) [Federal Law "On the Development of Small and Medium-sized Enterprises in the Russian Federation" dated 07/24/2007 No. 209-FZ (latest edition)] [Electronic source]. Access from the legal reference system "ConsultantPlus".
 11. Nacional'nyj proekt «Maloe i srednee predprinimatel'stvo i podderzhka individual'noj predprinimatel'skoj iniciativy» [National project "Small and medium-sized entrepreneurship and support for individual entrepreneurial initiative"] [Electronic source]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoj_iniciativy/ (Date of access: 09.02.2024).
 12. Federal'naja sluzhba gosudarstvennoj statistiki [Federal State Statistics Service] [Electronic source]. URL: <https://rosstat.gov.ru> (Date of access: 16.02.2024).
 13. Edinyj reestr sub#ektov malogo i srednego predprinimatel'stva [Unified Register of small and medium-sized businesses] [Electronic source]. URL: <https://ofd.nalog.ru/?ysclid=ls0y78b7f402301728> (Date of access: 03.03.2024).
 14. Mery podderzhki biznesa [Business support measures] [Electronic source]. URL: https://www.gosuslugi.ru/life/details/business_support_measures (Date of access: 04.03.2024).
 15. Programmy podderzhki malogo i srednego biznesa v Rossii [Support programs for small and medium-sized businesses in Russia] [Electronic source]. URL: <https://domrfbank.ru/blog/-podderzhki-malogo-i-srednego-biznesa-v-rossii/> (Date of access: 07.02.2024).
 16. Rasporjazhenie Pravitel'stva RF «Ob utverzhdenii Strategii razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossijskoj Federacii na period do 2030 goda» ot 02.06.2016 № 1083-r (red. ot 30.03.2018) [Decree of the Government of the Russian Federation "On approval of the Strategy for the Development of Small and medium-sized Enterprises in the Russian Federation for the period up to 2030" dated 06/02/2016 No. 1083-r (as amended on 30.03.2018)] [Electronic source]. Access from the legal reference system "ConsultantPlus".
 17. Ob#em zakupok krupnejshih zakazchikov, opredeljaemyh Pravitel'stvom Rossijskoj Federacii, u sub#ektov malogo i srednego predprinimatel'stva [The volume of purchases of the largest customers, determined by the Government of the Russian Federation, from small and medium-sized businesses] [Electronic source]. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/61588> (Date of access: 06.03.2024).

Рост производительности труда с переходом к технологиям «умного производства» в промышленности

Е.В. Наливайченко¹, С.П. Кирильчук²

^{1,2}Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, г. Симферополь, 295007, Россия,

¹katnaliv@yandex.ru, ²skir12@yandex.ru

Статья поступила 29.01.2024 г.

Аннотация

Промышленный комплекс играет ключевую роль в экономике Крыма, и его потенциал в повышении производительности труда может быть осуществлен через внедрение концепции «умного производства». В статье будут рассмотрены вопросы реализации потенциала цифровизации и технологий «умного производства» крымским регионом. Проведено исследование развития промышленного сектора и необходимости продвижения соответствующей инфраструктуры. Цель статьи - показать возможности роста производительности труда в промышленном секторе Республики Крым с внедрением технологий «умного производства» 4.0. В рамках данного исследования применены методы нормативно-правового обеспечения цифровизации, логики, системного и функционального анализа, экономико-статистический анализ и синтез. В статье основное внимание уделено изменению промышленных бизнес-моделей в ответ на вызовы цифровой трансформации, а также определению причин низкой производительности труда. Сформулированы научные выводы о направлениях роста производительности труда в промышленном секторе региона с переходом к концепции «умного производства». Дальнейшие исследования авторов будут направлены на поиск точек приложения технологий «умного производства» на предприятиях промышленности Республики Крым в целях повышения производительности и продуктивности труда.

Ключевые слова: экономика промышленности; экономика труда; цифровая трансформация; производительность труда; «умное производство»; «Индустрия 4.0».

JELcodes: R49; G17; L91; O38

Labor productivity growth with the transition to smart manufacturing technologies in industry

E.V. Nalivaychenko¹, S.P. Kirilchuk²

^{1,2}V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, 295007, Russia,

¹katnaliv@yandex.ru, ²skir12@yandex.ru

Received 29.01.2024 г.

Abstract

The industrial complex plays a key role in the economy of Crimea, and its potential to increase labor productivity can be realized through the introduction of the concept of "smart production". The article will address the issues of realizing the potential of digitalization and smart manufacturing technologies by the Crimean region. A study has been conducted on the development of the industrial sector and the need to promote appropriate infrastructure. The purpose of the article is to show the possibilities of labor productivity growth in the industrial sector of the Republic of Crimea with the introduction of smart manufacturing 4.0 technologies. Within the framework of this research, methods of regulatory support for digitalization, logic, system and functional analysis, economic and statistical analysis and synthesis were applied. The article focuses on changing industrial business models in response to the challenges of digital transformation, as well as identifying the causes of low labor productivity. The scientific conclusions on the directions of labor productivity growth in the industrial sector of the region with the transition to the concept of "smart production" are formulated. Fur-

ther research by the authors will be aimed at finding points of application of "smart production" technologies at industrial enterprises of the Republic of Crimea in order to increase productivity and labor productivity.

Keywords: industrial economics; labor economics; digital transformation; labor productivity; "smart manufacturing"; "Industry 4.0".

Введение

В настоящее время цифровая трансформация промышленности определяет приоритетом «умное производство», базирующееся на «Интернете вещей», межмашинной коммуникации и киберфизических системах. Если драйвером прогресса «Индустрии 3.0» было развитие электроники и автоматизация, то новый этап промышленной революции, «Индустрия 4.0» основан на использовании высокопроизводительных комплексов вычислительных ресурсов и физических процессов, его отличительной особенностью является способность компьютеров обмениваться данными и принимать решения без участия человека.

Анализ последних исследований и публикаций

Основные приоритеты текущей технологической революции и синергетические эффекты внедрения «умного производства» исследуются многими учеными и специалистами, среди которых М. Гётц и Б. Янковска [1], С. С. Серебренников и С. С. Харитонов [2], Д. А. Степанов [3]. Возможностям и способам реализации основных положений новой промышленной революции в России посвящены труды А. Н. Ганина [4], С. А. Головина и К. В. Гусева [5], С. С. Кудрявцевой и Р. А. Халиулина [6], С. В. Нескоромного и А. А. Варяновой [7], И. И. Рахмеевой [8], Л. Н. Устиновой [9]. Различные аспекты инновационного промышленного развития Республики Крым в условиях цифровизации освещены в исследованиях Н. В. Ежаковой [10]; А. Е. Карлика и К. Н. Кравченко [11]; З. О. Османовой [12]; Е. А. Полищук, И. Г. Павленко, А. А. Остовской и О. Ю. Трилицкой [13]; Н. А. Симченко и С. Ю. Цехла [14, 15].

Вместе с тем, все еще остаются недостаточно исследованными факторы, которые препятствуют широкому внедрению кон-

цепции «умного производства» в промышленности Республики Крым и росту производительности труда в этой связи. Также не ясны тенденции, которые требуют пересмотра для успешного осуществления перехода к высокопроизводительным технологиям «умного» производства.

Данные и методы (Data and Methods)

В условиях нестабильности на рынке, сокращения срока службы продуктов и стремления производителей к сокращению расходов, росту производительности труда, ускорению процессов и локализации производства, четвертая промышленная революция порождает новые модели бизнеса, которые позволяют быстро выпускать продукты на рынок путем преобразования цепей поставок в гибкие, интегрированные сети.

С целью комплексного использования преимуществ цифровизации и развития национальной технологической базы для обеспечения цифровой трансформации отечественной промышленности, в Российской Федерации реализуются ключевые программы научно-технологического развития, связанные с четвертой промышленной революцией, как Национальная технологическая инициатива (утв. постановлением Правительства РФ от 18.04.2016 г. № 317), национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. распоряжением Правительства РФ от 28.07.2017 г. № 1632-р), Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации (утв. Указом Президента РФ от 01.12.2016 г. № 642), государственная программа «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (утв. постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 г. № 328).

В Крыму обеспечение перехода экономики к новому технологическому укладу закреплено в Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года (утв. Законом РК от 09.01.2017 г.

№ 352-ЗРК/2017), а модернизация традиционных и развитие высокотехнологичных производств является приоритетами Государственной программы Республики Крым «Развитие промышленного комплекса» (утв. постановлением Совета министров РК от 12.12.2017 г. № 665).

В работе использованы такие методы научного исследования, как логика, системный и функциональный подходы, экономико-статистический анализ и синтез.

Модель

«Умное производство» представляет новые промышленные бизнес-модели, которые основываются на цифровой интеграции вертикальных и горизонтальных цепочек создания стоимости. Они предлагают использование передовых технологий, таких как анализ больших данных (Big Data), промышленный Интернет вещей, аддитивное производство и 3D-печать для создания «умных» продуктов и интеллектуального сервисного обслуживания. Также в рамках этих бизнес-моделей используются технологии, такие как дополненная реальность, цифровое клонирование, искусственный интеллект и машинное обучение, RFID-технологии и облачные сервисы.

Полученные результаты

Производственно-промышленная сфера Республики Крым характеризуется неравномерностью размещения географических ресурсов и производительных сил, что усиливает пространственную дифференциацию экономики. Также для нее характерны устаревшие основные фонды и ограниченная конкурентоспособность промышленного комплекса [10 – 12].

При этом развитие информационной сферы в регионе, необходимое для внедрения технологий «Индустрии 4.0», также неравномерно: высокая степень развития характерна для Центрального и Восточного Крыма, умеренная – для западных и южных микрорегионов, наиболее слабо развита информационная сфера в северных районах [13].

Повышению производительности труда в промышленном производстве препятствует преобладание технологий третьего и четвертого технологических укладов в экономике Крыма и обуславливает высокую ресурсоемкость большинства технологий, а низкие темпы освоения предприятиями цифровых компетенций сдерживают рост конкурентоспособности за счет диджитализации систем управления [14].

Рассматривая показатели работы промышленности Республики Крым за 2021-2022 гг., можно отметить, что они соответствуют общей тенденции к снижению производительности труда и связанной с этим эффективности во многих отраслях и регионах в 2022 году. Это связано с ухудшением деловой активности из-за неблагоприятной политико-санкционной ситуации (табл. 1).

Таблица 1. Показатели работы промышленности в Республике Крым за 2021-2022 гг.

Показатели	2021г.	2022г.
Индекс промышленного производства, %	110,5	96,5
Индекс физического объема ВРП, созданного в промышленности, в %-х к предыдущему году	146,9	99,5
ВРП, созданный в промышленности, в расчете на одного занятого в промышленном производстве, тыс. руб.	1164,2	1150,2
Прирост высокопроизводительных рабочих мест в промышленности, %	-11,9	-11,8
Соотношение индекса производства и индекса изменения численности занятых в промышленном производстве, в %-х к предыдущему году	111,5	100,8
Среднесписочная численность работников предприятий в промышленном производстве, чел.	65562	65649
Динамика среднесписочной численности работников предприятий в промышленном производстве к предыдущему году, %	103,7	100,1
Индекс реальной начисленной заработной платы работников промышленности к предыдущему году, %	104,1	96,1
Индекс производительности труда в промышленности % к предыдущему году	103,2	98,8

Доля продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей в валовом региональном продукте, %	19,2	19,0
Электроёмкость ВРП, созданного в промышленности, кВт. час/тыс. руб.	16,59	17,27
Удельный вес прибыльных промышленных организаций, %	69,64	61,1

*составлено и рассчитано авторами по данным [15 – 17].

Из таблицы 1 мы наблюдаем снижение индекса промышленного производства; физического объема ВРП, созданного в промышленности; ВПР, созданного в промышленности, в расчете на одного занятого в промышленном производстве, а также устойчивое сокращение числа высокопроизводительных рабочих мест в промышленности, несмотря на увеличение среднесписочной численности работников предприятий в промышленном производстве.

Положительным показателем эффективности промышленности 2022 г. является позитивное превышение индекса производительности труда в промышленности над индексом реальной начисленной заработной платы на 2,7%, хотя оба индекса имеют негативную тенденцию снижения.

Также в 2022 г. имеются отрицательные значения: изменения количества высокопроизводительных рабочих мест в промышленности; электроёмкости ВРП, созданного в промышленности; удельного веса прибыльных промышленных организаций. Динамика приведенных показателей является более низкой, чем среднероссийские показатели эффективности, представим сравнительные данные по 2022 г. на рис. 1.

Приведенные данные свидетельствуют о том, что в Республике Крым более низкое оснащение промышленного производства высокотехнологичными средствами, которые могут обеспечить «умное производство», высокий уровень производительности оборудования, и, соответственно, производительности труда, о недостатке квалифицированных рабочих кадров и специалистов.



Рис. 1. Сравнительные данные развития промышленного производства в Российской Федерации и Республике Крым в 2022 г.

Источник: составлено авторами

Для решения задачи повышения эффективности промышленного производства и эффективности экономики труда, на рисунке 2 представим используемые возможности использования технологий «умного производства» в Республике Крым в 2021 и 2022 годах.

Представленная на рисунке 2 информация по использованию технологий «умного производства» в организациях Крыма подчеркивает недостаточное освоение потенциала для инноваций при объединении цифровых технологий, промышленной автоматизации и интеллектуальных решений.

Это очевидно, так как в 2022 году количество предприятий, которые использовали передовые информационно-коммуникационные технологии, уменьшилось с 2433 до 2309. Хотя такие технологии «умного производства», как аддитивные, промышленные роботы, Интернет вещей, больших данных (БД), цифровые платформы и геоинформационные системы, получили развитие и расширение использования в 2022 году.



Рис. 2. Сравнительные данные развития технологий «умного производства» в Республике Крым в 2021 и 2022 гг.

Источник: составлено авторами

В этом контексте необходимо сосредоточиться на повышении производительности труда на промышленных предприятиях Крыма. Это может быть достигнуто путем внедрения современных технологий и систем, таких как «цифровой двойник», радиочастотной идентификации объектов (РИО), облачных сервисов, искусственного интеллекта (ИИ).

Применение таких инновационных решений на промышленных предприятиях Крыма позволит оптимизировать и автоматизировать производственные процессы, улучшить доставку продукции и предоставление услуг, а также повысить качество и эффективность работы. Одновременно с этим, внедрение технологий «умного производства» способствует оптимизации ресурсов, сокращению издержек и повышению конкурентоспособности предприятий с переходом к «Индустрии 4.0».

Для достижения этих целей необходимо содействие со стороны руководства предприятий и усиленное внимание к обучению сотрудников и развитию их цифровых навы-

ков. Инвестиции в современные технологии, поощрение инноваций и создание стимулов для внедрения новых решений также являются ключевыми факторами, способствующими повышению производительности труда и успешной реализации промышленных бизнес-моделей «Индустрии 4.0» в организациях Крыма.

Заключение

Одной из наиболее значимых задач для устойчивого экономического роста региональной экономики Крыма является увеличение производительности труда в промышленном секторе. Максимальное использование потенциала цифровизации способно значительно повысить эффективность работы предприятий, обеспечивая им достижение более высокого уровня эффективности, который соответствует среднему по России.

Однако, для успешного развития такой продуктивности необходимо решить ряд проблемных вопросов. Прежде всего, необходимо создание соответствующей инфраструктуры для цифровой трансформации, чтобы обеспечить доступ к передовым технологиям и инструментам производства, а также эффективное использование цифровых ресурсов. Это включает в себя развитие высокоскоростной интернет-инфраструктуры, создание специализированных цифровых парков и обеспечение доступа к облачным сервисам и системам хранения данных.

Кроме того, необходимо активно развивать ключевые «умные» технологии новой промышленной революции, такие как автоматизация, искусственный интеллект, интернет вещей и большие данные. Это позволит промышленным предприятиям увеличить эффективность производственных процессов, сократить затраты, повысить качество продукции и повысить конкурентоспособность на рынке.

Важным аспектом также является развитие цифровой культуры среди предпринимателей и работников промышленности Крыма. Это включает в себя обучение и переподготовку кадров, повышение осведомленности о цифровых технологиях и их применении в промышленности, а также поддерж-

ку инновационных исследований и разработок. Такой подход способствует созданию условий для формирования специализации региона в цифровой сфере и предоставляет возможности для создания высокотехнологичной и инновационной продукции.

Наконец, для успешной реализации промышленности 4.0 в Крыму необходимо решение вопросов кибербезопасности и улучшение промышленной политики. Это включает в себя защиту от кибератак и утечек данных, разработку соответствующих нормативных и законодательных актов, а также создание благоприятного бизнес-климата для инвестиций и развития промышленности.

В целом, развитие промышленности 4.0 в Крыму является фундаментальным элементом устойчивого экономического роста региона. Для его успешной реализации необходимо активно работать над увеличением производительности труда, создавая необходимую инфраструктуру для цифровой трансформации, развивая ключевые технологии и цифровую культуру, решая вопросы кибербезопасности и улучшая промышленную политику в регионе.

Список литературы

1. Гётц М. Индустрия 4.0 как фактор конкурентоспособности компаний в условиях постпереходной экономики / М. Гётц, Б. Янковска // Форсайт. – 2020. – Т. 14, № 4. – С. 61–78. – DOI: 10.17323/2500-2597.2020.4.61.78.
2. Серебrenников С. С. Технологический переход от Индустрии 2.0 и 3.0 к Индустрии 4.0 в промышленной отрасли / С. С. Серебrenников, С. С. Харитонов // Вестник МИРБИС. – 2020. – № 4(24). – С. 67–79. – DOI: 10.25634/MIRBIS.2020.4.8.
3. Степанов Д. А. Киберэкономика как результат цифровой модернизации современной экономики: эпоха технологий Индустрии 4.0 / Д. А. Степанов // Экономика и социум: современные модели развития. – 2020. – Т. 10, № 3. – С. 271–288. – DOI: 10.18334/ecsoc.10.3.111155.
4. Ганин А. Н. Цифровая трансформация российских предприятий: Индустрия 4.0 / А. Н. Ганин // Креативная экономика. – 2022. – Т. 16, № 2. – С. 493–502. – DOI: 10.18334/ce.16.2.114279.
5. Головин С. А. Критерий качественного отличия Индустрии 3.0 от Индустрии 4.0 (Промышленности 4.0) / С. А. Головин, К. В. Гусев // Стандарты и качество. – 2022. – № 4. – С. 96–100.
6. Кудрявцева С. С. Процессный подход в управлении промышленным предприятием: инструменты индустрии 4.0 / С. С. Кудрявцева, Р. А. Халиулин // Компетентность. – 2022. – № 6. – С. 36–41. – DOI: 10.24412/1993-8780-2022-6-36-41.
7. Нескоромный С. В. Индустрия 4.0. Цифровая экономика в России / С. В. Нескоромный, А. А. Варянова // Актуальные исследования. – 2020. – № 21(24). – С. 112–115.
8. Rakhmееva I. I. Geographical vs institutional factors of the development of old industrial regions in industry 4.0: the case of Ural macro-region / I. I. Rakhmееva // R-economy. – 2020. – Vol. 6, No 4. – P. 280–291. – DOI: 10.15826/recon.2020.6.4.025.
9. Ustinova L. N. Analysis of industrial development in the country's regions based on Industry programs 4.0 / L. N. Ustinova // St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics. – 2021. – Vol. 14, No 2. – P. 105–114. – DOI: 10.18721/JE.14207.
10. Ежакова Н. В. Анализ инновационного развития промышленных предприятий Республики Крым / Н. В. Ежакова // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. – 2020. – № 2 (68). – С. 85–92.
11. Карлик А. Е. Промышленная политика Республики Крым в контексте развития высокотехнологичных производств / А. Е. Карлик, К. Н. Кравченко // Экономические науки. – 2022. – № 210. – С. 124–127. – DOI: 10.14451/1.210.124.
12. Османова З. О. Промышленный комплекс Российской Федерации и Республики Крым в условиях цифровизации экономики / З. О. Османова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. – 2017. – Т. 3 (69), № 4. – С. 32–44.
13. Polishchuk E. A. Index evaluation of informational sphere development in the Republic of Crimea / E. A. Polishchuk, I. G. Pavlenko, A. A. Ostovskaya, O. Yu. Trilitskaya // Regional economy. South of Russia. – 2022. – Vol. 10, No. 1. – P. 181–191. – DOI: 10.15688/re.volsu.2022.1.17.
14. Симченко Н. А. Цифровые двойники в экономическом развитии диджитализации промышленности Крыма / Н. А. Симченко, С. Ю. Цехла // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2019. – Т. 5 (15), № 1. – С. 56–67.
15. Статистический ежегодник. Республика Крым. 2022: Стат. сб. / Крымстат. – Симферополь, 2023. – 213 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://crimea.gks.ru/storage/mediabank/%D0%95%D0%B6%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%822022.pdf> (дата обращения: 21.01.2024 г.).
16. Официальная статистика / Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/10705> (дата обращения: 22.01.2024 г.).

17. Официальные статистические показатели / Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fedstat.ru/> (дата обращения: 24.01.2024 г.).

References

1. Getz M. Industry 4.0 as a factor of competitiveness of companies in a post-transition economy / M. Getz, B. Jankowska // *Foresight*. – 2020. – Vol. 14, No. 4. – pp. 61-78. – DOI: 10.17323/2500-2597.2020.4.61.78.
2. Serebrennikov S. S. Technological transition from Industry 2.0 and 3.0 to Industry 4.0 in the industrial sector / S. S. Serebrennikov, S. S. Kharitonov // *Vestnik MIRBIS*. – 2020. – № 4(24). – Pp. 67-79. – DOI: 10.25634/MIRBIS.2020.4.8.
3. Stepanov D. A. Cybereconomics as a result of digital modernization of the modern economy: the era of Industry 4.0 technologies / D. A. Stepanov // *Economics and Society: modern models of development*. – 2020. – Vol. 10, No. 3. – pp. 271-288. – DOI: 10.18334/ecsoc.10.3.111155.
4. Ganin A.N. Digital transformation of Russian enterprises: Industry 4.0 / A. N. Ganin // *Creative Economy*. – 2022. – Vol. 16, No. 2. – pp. 493-502. – DOI: 10.18334/ce.16.2.114279.
5. Golovin S. A. Criterion of the qualitative difference between Industry 3.0 and Industry 4.0 (Industriality 4.0) / S. A. Golovin, K. V. Gusev // *Standards and quality*. – 2022. – No. 4. – pp. 96-100.
6. Kudryavtseva S. S. Process approach in industrial enterprise management: toolscops of industry 4.0 / S. S. Kudryavtseva, R. A. Khali-ulin // *Competence*. – 2022. – No. 6. – pp. 36-41. – DOI: 10.24412/1993-8780-2022-6-36-41.
7. Neskromny S. V. Industry 4.0. Digital economy in Russia / S. V. Neskromny, A. A. Varyanova // *Current research*. – 2020. – №21(24). – Pp. 112-115.
8. Rakhmееva I. I. Geographical vs institutional factors of the development of old industrial regions in industry 4.0: the case of Ural macro-region / I. I. Rakhmееva // *R-economy*. – 2020. – Vol. 6, No. 4. – pp. 280-291. – DOI: 10.15826/recon.2020.6.4.025.
9. Ustinova L. N. Analysis of industrial development in the country's regions based on Industry pro-grams 4.0 / L. N. Ustinova // *St.Petersburg State Poly-technical University Journal. Economics*. – 2021. – Vol. 14, No 2. – P. 105–114. – DOI: 10.18721/JE.14207.
10. Ezhakova N. V. Analysis of the innovative development of industrial enterprises of the Republic of Crimea / N. V. Ezhakova // *Scientific notes of the Crimean Engineering Pedagogical University*. – 2020. – № 2 (68). – Pp. 85-92.
11. Karlik A. E. Industrial policy of the Republic of Crimea in the context of the development of high-tech industries / A. E. Karlik, K. N. Kravchenko // *Economic sciences*. – 2022. – No. 210. – pp. 124-127. – DOI: 10.14451/1.210.124.
12. Osmanova Z. O. Industrial complex of the Russian Federation and the Republic of Crimea in the conditions of digitalization of the economy / Z. O. Osmanova // *Scientific notes of the V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Economics and Management*. – 2017. – Vol.3 (69), No. 4. – pp. 32-44.
13. Polishchuk E. A. Index evaluation of educational sphere development in the Republic of Crimea / E. A. Polishchuk, I. G. Pavlenko, A. A. Ostovskaya, O. Yu. Trilitskaya // *Regional economy. South of Russia*. – 2022. – Vol. 10, No. 1. – P. 181–191. – DOI: 10.15688/re.volsu.2022.1.17.
14. Simchenko N. A. Digital twins in the economic development of digitalization of industry in the Crimea / N. A. Simchenko, S. Yu. Tsekhla // *Geo-politics and ecogeodynamics of regions*. – 2019. – Vol.5 (15), No. 1. – pp. 56-67.
15. Statistical Yearbook. The Republic of Crimea. 2022: Stat. sat. / Krymstat. – Simferopol, 2023. – 213 p. [electronic resource]. – Access mode: <https://crimea.gks.ru/storage/mediabank/%D0%95%D0%B6%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%822022.pdf> (date of application: 01/21/2024).
16. Official statistics / Federal State Statistics Service [Electronic resource]. – Access mode: <https://rosstat.gov.ru/folder/10705> (date of reference: 01/22/2024).
17. Official statistical indicators / Unified Interdepartmental Information and Statistical System (EMISS) [Electronic resource]. – Access mode: <https://fedstat.ru/> (date of publication: 01/24/2024).

УДК: 338.48

Современные аспекты развития делового туризма в России

Е.И. Пискун¹, С.С. Скараник², В.В. Верна³^{1,2}Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, 299053, Россия³Крымский университет культуры, искусств и туризма, г. Симферополь, 295017, Россия¹lenapiskun@mail.ru, ²stanislava1307@mail.ru, ³nica2605@rambler.ru

Статья поступила 31.03.2024

Аннотация

Исследование посвящено актуальным вопросам развития делового туризма в России. Авторы рассматривают сущность делового туризма, определяют цели его развития в современных условиях. Уделено внимание факторам, стимулирующим развитие делового туризма. Представлена характеристика современных тенденций развития делового туризма в России. Авторы определяют специфические особенности делового туризма, к которым можно отнести: переориентацию международного делового туризма Российской Федерации на рынки дружественных стран, рост внутренних деловых поездок по стране в связи с развитием конгрессно-выставочной деятельности, неравномерное развитие сегмента делового туризма по регионам страны. В исследовании по различным критериям проанализирован портрет делового туриста из регионов РФ, а также из стран Ближнего и Дальнего зарубежья. Определены перспективы развития делового туризма в России.

Авторы приходят к выводу, что дальнейшее продвижение делового туризма в России является серьезным стимулом для развития как непосредственно индустрии туризма, так и социально-экономического развития национальной экономики России и ее регионов.

Ключевые слова: деловой туризм, внутренний туризм, международный туризм, туристские услуги, туристская инфраструктура, конгрессно-выставочная деятельность

JEL codes: L83

Modern aspects of business tourism development in Russia

E.I. Piskun¹, S.S. Skaranik², V.V. Verna³^{1,2}Sevastopol State University, Sevastopol, 299053, Russian Federation³Crimean University of Culture, Arts and Tourism, Simferopol, 295017, Russian Federation¹lenapiskun@mail.ru, ²stanislava1307@mail.ru, ³nica2605@rambler.ru

Received 31.03.2024

Abstract

The research is devoted to topical issues of business tourism development in Russia. The authors consider the essence of business tourism, determine the goals of its development in modern conditions. Attention is paid to the factors stimulating the development of business tourism. The characteristic of modern trends in the development of business tourism in Russia is presented. The authors identify the specific features of business tourism, which include: the reorientation of international business tourism of the Russian Federation to the markets of friendly countries, the growth of domestic business trips around the country due to the development of congress and exhibition activities, the uneven development of the business tourism segment by regions of the country. The study analyzes the portrait of a business tourist from the regions of the Russian Federation, as well as from countries Near and Far abroad, according to various criteria. The prospects for the development of business tourism in Russia have been determined.

The authors conclude that the further promotion of business tourism in Russia is a serious incentive for the development of both the tourism industry itself and the socio-economic development of the national economy of Russia and its regions.

Keywords: business tourism, domestic tourism, international tourism, tourist services, tourist infrastructure, congress and exhibition activities

Введение

В современных российских реалиях сфера туризма, несмотря на сложившуюся геополитическую ситуацию и санкционное давление со стороны ряда зарубежных стран, имеет значительный потенциал к развитию. Во многом это обусловлено ростом туристского спроса на путешествия внутри страны и реализацией комплекса мер со стороны государства в рамках Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», направленных на строительство и модернизацию объектов туристской инфраструктуры, подготовку кадров для сферы туризма, повышение доступности туруслуг, совершенствование управления в сфере туризма, финансирование и поддержку развития разных видов туризма и др. [1].

К числу приоритетных видов туризма, развитие которых закреплено на законодательном уровне в нашей стране, относится деловой туризм. Практикой экономического развития развитых стран мира подтвержден тот факт, что деловой туризм развивается в результате роста деловых связей между субъектами предпринимательской деятельности. В свою очередь, можно отметить, что имеет место и обратная тенденция: деловой туризм способствует развитию деловых контактов, что стимулирует развитие экономики и бизнеса, как на национальном, так и на международном уровне.

Особое внимание развитию делового туризма уделяется также в связи с тем, что это достаточно прибыльный вид туризма по сравнению с другими его видами. В большинстве случаев расходы на путешествия в рамках делового туризма гораздо выше расходов, которые несет обычный среднестатистический турист. Это связано с тем, что, как правило, все затраты по организации деловых путешествий берут на себя фирмы и корпорации, которые направляют своих статусных сотрудников

(топ-менеджеров) в командировки для участия в переговорах, конгрессах, конференциях, деловых совещаниях и других бизнес-мероприятиях.

Все обозначенное позволяет рассматривать деловой туризм в качестве одного из наиболее значимых видов туризма, что объясняет актуальность темы данного исследования.

Анализ последних исследований и публикаций

В настоящее время проблематика развития делового туризма широко освещается в отечественной научной литературе.

Ряд научных статей современных российских авторов посвящен значению делового туризма в социально-экономическом развитии. Так, влияние делового туризма на экономику городов и стран рассматривается в статье Карпова Д.А. [2], роль делового туризма и конгрессно-выставочной индустрии в российской экономике – в работе Павловой Е.А. и Сергиенко В.С. [3].

Отечественные ученые отмечают, что деловой туризм имеет мощный потенциал для своего развития. При этом инвестиции в деловой туризм содействуют экономическому росту, созданию новых рабочих мест, формированию деловых связей на международном уровне и пр. [2].

В настоящее время российские исследователи также уделяют большое внимание современным тенденциям и особенностям развития рынка делового туризма в России. В научных статьях Фомина С.В. [4], Шпырни О.В. [5], Петренко Н.Е. [6], Хорева А.О., Корсаковой С.А. [7] анализируются актуальные проблемы и перспективы рынка делового туризма в РФ, условия и факторы, стимулирующие и сдерживающие его развитие.

Анализу конкурентных преимуществ России на рынке делового туризма и возможностям развития делового туризма в

различных регионах Российской Федерации уделяет внимание Карпов Д.А. [8], продолжая цикл своих публикаций по данной проблеме.

Пьянкова С.Г., Ергунова О.Т., Охрименко Е.И., Тихонович Э.А. рассматривают влияние факторов внешней среды на развитие российского рынка делового туризма [9]. Авторы анализируют воздействие политических факторов на величину турпотока и возможности развития деловых контактов между представителями бизнес-среды российской экономики и ряда зарубежных стран. Также значительная роль уделяется вопросам развития инфраструктуры для проведения масштабных деловых мероприятий [9].

Следует отметить, что, наряду с научной литературой, различные аспекты развития делового туризма обозначены также в важных нормативно-правовых документах, регламентирующих сферу туризма в нашей стране: «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [10], «Стратегии развития конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации на период до 2030 года» [11] и других.

Данные и методы

Целью статьи является изучение современных аспектов развития делового туризма в России.

Реализация поставленной цели предполагает решение следующих основных задач исследования:

- анализ сущности, целей делового туризма в РФ, а также основных факторов, определяющих его развитие;
- определение современных тенденций, специфики и перспектив развития делового туризма в РФ;
- характеристика портрета делового туриста из регионов РФ, Ближнего и Дальнего зарубежья по ряду критериев.

Теоретико-прикладные аспекты развития делового туризма можно охарактеризовать посредством следующих методов: анализа и синтеза, метода абстракции, сравнительного анализа,

обобщения данных, а также комплексного и системного подходов.

В качестве информационной базы исследования авторы использовали:

- стратегические и программные документы по развитию туризма и конгрессно-выставочной деятельности, утвержденные Правительством РФ;
- аналитическую отчетность, разработанную и систематизированную Комитетом по туризму г. Москвы [12];
- информационные материалы сайта Ассоциации Туроператоров (АТОР) [13].

Результаты исследования

В глобальном масштабе объем выручки в секторе делового туризма по итогам 2022 года увеличился на 47% и составил 1,03 трлн. долл., в 2023 г. – 1,3 трлн. долл. [14]. Согласно материалам Института изучения мировых рынков, рынок делового туризма в ближайшие 5 лет увеличится еще на 400 млрд. долл. [14].

Во многом этому будут способствовать применение различных форм проведения деловых мероприятий – как в формате личного присутствия, так и виртуальном и гибридном форматах.

Также особая роль в прогрессивном развитии делового туризма может быть отведена информационным технологиям. Так, создание приложений для смартфонов под определенное событие и онлайн-регистрация, в настоящее время приобретают все большее распространение на практике.

Характеризуя итоги развития отрасли туризма в Российской Федерации в 2023 г., эксперты Московской торгово-промышленной палаты озвучили следующее:

- деловой туризм, деятельность в событийной сфере и конгрессно-выставочной индустрии вносят совокупный вклад в российский ВВП в размере 2%;
- объем выручки в отрасли делового туризма и конгрессно-выставочной деятельности увеличился на 8%;
- на конгрессно-выставочном рынке задействовано 3205 компаний, а количество

штатных сотрудников в конгрессно-выставочной индустрии по среднесписочной численности составило порядка 20 тыс. человек;

– в России действуют 82 конгрессных площадки и около 800 конгресс-отелей [14].

В «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» деловой туризм определен в качестве одного из приоритетных направлений развития сферы туризма в РФ, наряду с детским, культурно-познавательным, горнолыжным, круизным и экологическим туризмом [10].

В соответствии со Стратегией, деловой туризм – это «путешествие в профессионально-деловых целях (командировки, конференции, конгрессы, выставки, встречи, деловые мероприятия и пр.), включающее в себя предоставление услуг проезда, проживания, организации встреч, питания, культурного, музейного, досугового характера и т.п.» [10].

Задачи стимулирования развития делового туризма в РФ обусловлены рядом предпосылок. Так, согласно материалам «Стратегии развития конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации на период до 2030 года»:

– доля России на мировом рынке международных конгрессных мероприятий составляет менее 1 % (не более 100 значимых международных конгрессов);

– доля России на мировом выставочном рынке составляет менее 2 % (для сравнения, доля Германии – 20 %, Италии – 7 %);

– в выставках в России участвует не более 20 % отечественных компаний (для сравнения, в Китае, США, Германии их доля составляет до 80 %) [11].

Такие низкие показатели, характеризующие возможности и отображающие статистику проведения деловых мероприятий в РФ, на наш взгляд, относятся к основным факторам, препятствующим развитию делового туризма. В этой связи, считаем целесообразным систематизировать основные цели развития делового туризма, а

также факторы, положительно влияющие на его развитие (табл. 1).

Таблица 1. Основные цели и факторы развития делового туризма

Цели развития делового туризма
– установление деловых взаимовыгодных связей между бизнес-партнерами (в т. ч., зарубежными); – расширение географии деловых связей; – развитие профессиональных знаний и навыков; – продвижение инноваций и расширение каналов сбыта продукции; – создание дополнительных рабочих мест, как в отрасли туризма, так и смежных с ней отраслях; – формирование положительного имиджа (страны, ее регионов, национальных компаний) и др.
Факторы развития делового туризма
– наличие развитой туристской инфраструктуры; – информационное обеспечение (сайты, специализированные цифровые платформы, реклама в СМИ, социальных сетях и др.); – кадровое обеспечение; – организация и проведение деловых мероприятий (выставок, конференций, форумов, конгрессов и др.); – реализация комплексных мер государственной поддержки; – соответствие уровня качества туруслуг мировым и национальным стандартам; – обеспечение условий безопасности делового туризма и др.

* Составлено авторами по [8; 15].

Анализ практического опыта функционирования сферы туризма показывает, что отсутствие, несоблюдение либо недостаточное развитие одного или одновременно нескольких факторов делового туризма, перечисленных в таблице 1, будут сдерживать возможности развития данного вида туризма.

Основываясь на результатах научного исследования Хорева А.О. и Корсаковой С.А., данную систему факторов делового туризма можно дополнить их классификацией на следующие виды:

– политические (внутренняя и внешняя политика, расширение международного сотрудничества, туристские формальности и др.);

– геополитические (удобное географическое месторасположение для поездок разными видами транспорта);

– экономические (уровень жизни населения, уровень инфляции, возможность привлечения инвестиций и др.);

– социально-культурные (уровень развития культуры, образования, науки) [7].

Согласно информационным материалам сайта АТОР, оборот рынка делового туризма в России в 2023 г. составил 500-600 млрд. руб. В 2024 году ожидается дальнейший рост данного сегмента рынка на 5-7% [13].

Характеризуя современные тенденции развития делового туризма в России, считаем целесообразным обозначить ряд его специфических особенностей:

1. Рост внутренних деловых поездок по стране в связи с проведением событийных бизнес-мероприятий и развитием конгрессно-выставочной деятельности.

2. Переориентация международного делового туризма РФ на рынки дружественных стран: Белоруссии, Казахстана, стран Ближнего Востока и др. Так, по данным [14], на Петербургском международном форуме в 2023 г. самыми многочисленными стали делегации из ОАЭ, Китая, Индии, Мьянмы, Казахстана и Кубы, на Восточном экономическом форуме – делегации Китая, Индии, Мьянмы, Филиппин, Лаоса и Монголии.

3. Неравномерное развитие сегмента делового туризма по регионам страны. Так, например, на долю Москвы и Московской области приходится 91% выручки выставочно-конгрессных площадок и 79% общей выручки сектора делового туризма [14]. При этом, следует отметить, что, в связи с нестабильной геополитической ситуацией, дополнительное преимущество имеют те регионы, в которых развита транспортная инфраструктура и сохраняется значительное число прямых авиарейсов.

Согласно аналитическим данным Комитета по туризму г. Москвы, рейтинг регионов-лидеров по числу деловых туристов представлен следующим образом:

– внутренний турпоток: Москва, Московская область, Краснодарский край, Санкт-Петербург;

– внешний турпоток: Москва, Санкт-Петербург, Московская область [12].

Особо значимым и информативным аспектом в характеристике современных тенденций делового туризма, по-нашему

мнению, является анализ «портрета делового туриста», который можно рассмотреть на примере г. Москвы по ряду признаков (табл. 2).

Таблица 2. Портрет делового туриста из регионов РФ, стран Ближнего и Дальнего зарубежья

Признак	Турист из регионов РФ	Турист из стран Ближнего зарубежья	Турист из стран Дальнего зарубежья
Пол	72% – мужчины 28% – женщины	67% – мужчины 33% – женщины	57% – мужчины 43% – женщины
Средний возраст	30-39 лет	30-39 лет	30-39 лет
Уровень дохода на члена семьи	> 40 тыс. руб.	20-60 тыс. руб.	> 100 тыс. руб.
Частота поездки	> 60% 1-2 р в год	> 80% 1-2 р в год	> 90% 1-2 р в год
Срок поездки	42% – 1-2 дня 29% – 3-4 дня	16% – 1-2 дня 36% – 3-4 дня	36% – 3-4 дня 18% – 5-6 дней
Способ размещения	51% – КСР 25% – аренда квартир	55% – КСР 17% – аренда квартир	83% – КСР 4% – аренда квартир

* Составлено авторами по [12].

По данным таблицы 2 видно, что среди туристов из регионов РФ основную долю составляют мужчины (72%), в то время как среди туристов Дальнего зарубежья процентное соотношение мужчин и женщин отличается незначительно (57% и 43%, соответственно). По такому критерию, как уровень дохода на члена семьи, разница весьма заметна: туристы из регионов РФ получают более 40 тыс. руб. на члена семьи, а туристы из Дальнего зарубежья – более 100 тыс. руб. По критерию частоты поездок (1-2 раза в год) – чаще в деловых целях приезжают туристы из Дальнего зарубежья (более 90%). По способу размещения – в коллективных средствах размещения больше всего останавливается туристов из Дальнего зарубежья (83%). Туристы из регионов РФ, наряду с размещением в КСР (51%), также заинтересованы в аренде квартир (25%).

Что касается деловых туристов из Ближнего зарубежья, то по большинству

критериев они занимают промежуточные позиции. Единственный критерий, по которому портрет делового туриста из регионов РФ, стран Дальнего и Ближнего зарубежья не отличается, это средний возраст туриста. Он составляет 30-39 лет.

Анализируя портрет делового туриста в зависимости от того, кто является организатором поездки, можно обозначить, что примерно в 60% случаях деловые туристы из регионов РФ и Ближнего зарубежья путешествуют по инициативе и за счет своей фирмы. Для туристов из Дальнего зарубежья этот процент выше – 67%.

Основываясь на [2; 4; 8; 13], к числу перспективных направлений развития делового туризма в РФ считаем возможным отнести следующее:

- разработка специальных программ деловых туров, интегрирующих сугубо деловые мероприятия и мероприятия культурно-познавательной направленности;
- повышение качества оказываемых туристских услуг и максимальное приближение их уровня к международным стандартам;
- развитие инфраструктуры для проведения масштабных деловых мероприятий (бизнес-центров, конференц-залов, выставочных центров и др.);
- расширение мер государственной поддержки для развития делового туризма;
- использование современных цифровых и информационных технологий для продвижения делового туризма;
- упрощение туристских формальностей для стимулирования развития международного делового туризма, в частности, введение в действие электронной визы, которой в 2024 году могут пользоваться деловые путешественники из Китая, Индии, Турции и ряда арабских и латиноамериканских стран;
- расширение каналов международного и межрегионального сотрудничества в различных областях (научно-технического развития, инновационной деятельности, производственной кооперации и др.) для активизации деловых контактов и др.

Заключение

Подводя итог, следует отметить, что в настоящее время деловой туризм является одним из наиболее перспективных видов туризма, что закреплено в Стратегии развития туризма в РФ до 2035 года. Его продвижение является серьезным стимулом для развития как непосредственно отрасли туризма, так и экономики страны в целом, а также устойчивого развития отдельных ее регионов. Деловой туризм способствует расширению деловых контактов между предпринимателями на межрегиональном, национальном и международном уровнях.

Потенциальные возможности и перспективы делового туризма в России связаны с ростом внутренних деловых поездок по стране в связи с развитием конгрессно-выставочной деятельности и переориентацией международного делового туризма РФ на рынки дружественных стран. Большую роль также играет системная реализация мероприятий в рамках Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Список литературы

1. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [Электронный ресурс]. URL: <https://национальныепроекты.рф/projects/turizm> (дата обращения: 24.03.2024).
2. Карпов Д.А. Влияние делового туризма на экономику городов и стран // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т.4. – №10 (139). – С. 45-53.
3. Павлова Е.А., Сергиенко В.С. Роль делового туризма и конгрессно-выставочной индустрии в российской экономике // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – №6-2. – С. 286-291.
4. Фомин С.В. Основные тенденции рынка, сегмента делового туризма // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2023. – Т.11. – №3-4. – С. 75-87.
5. Шпырня О.В. Обзор развития рынка делового туризма в Российской Федерации // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2019. – №4 (28). – С. 109-112.
6. Петренко Н.Е. Современный рынок делового туризма: структура, особенности функционирования // Вестник российского университета кооперации. – 2022. – №2 (48). – С. 60-66.
7. Хорев А.О., Корсакова С.А. Состояние и перспективы развития делового туризма в России и за рубежом // Индустрия туризма: возможности,

- приоритеты, проблемы и перспективы. – 2020. – Т.17. – №2. – С. 351-360.
8. Карпов Д.А. Анализ рынка делового туризма: основные игроки и конкурентные преимущества России // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т.1. – №12 (141). – С. 165-174.
9. Пьянкова С.Г., Ергунова О.Т., Охрименко Е.И., Тихонович Э.А. Влияние факторов внешней среды на развитие российского рынка делового туризма // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Т.9. – №6-1. – С. 354-366.
10. Стратегия развития конгрессно-выставочной деятельности в Российской Федерации на период до 2030 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/407556180/> (Дата обращения: 24.03.2024).
11. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/all/123838/> (Дата обращения: 24.03.2024).
12. Аналитика делового туризма [Электронный ресурс]. URL: https://travelhub.moscow/media/useful_file/Аналитика_делового_туризма.pdf (Дата обращения: 25.03.2024).
13. В 2024 году рынок делового туризма в России вырастет еще на 5-7% [Электронный ресурс]. URL: <https://www.atorus.ru/node/55529> (Дата обращения: 25.03.2024).
14. Экономика России и конгрессно-выставочная деятельность [Электронный ресурс]. URL: <https://russiacb.com/upload/iblock/728/0iru3bbexmz1bvix9rnb6ena70aqvhgve.pdf> (Дата обращения: 25.03.2024).
15. Деловой туризм в 2023 [Электронный ресурс]. URL: <https://spborbita.ru/guide/delovoj-turizm/> (Дата обращения: 25.03.2024).
1. National project «Tourism and Hospitality Industry» [Electronic resource]. URL: <https://nacionalnyeproekty.rf/projects/turizm> (Date of access: 24.03.2024).
2. Karpov D.A. The impact of business tourism on the economy of cities and countries (2023). *Economics and management: problems, solutions*, 10 (139), 45-53.
3. Pavlova E.A., Sergienko V.S. The role of business tourism and the convention and exhibition industry in the Russian economy (2020). *Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law*, 6-2, 286-291.
4. Fomin S.V. Main market trends, business tourism segment (2023). *Russian regions: a look into the future*, 3-4, 75-87.
5. Shpyrnya O.V. Overview of the development of the business tourism market in the Russian Federation (2019). *Scientific Bulletin of the Southern Institute of Management*, 4 (28), 109-112.
6. Petrenko N.E. The modern business tourism market: structure, features of functioning (2022). *Bulletin of the Russian University of Cooperation*, 2 (48), 60-66.
7. Khorev A.O., Korsakova S.A. The state and prospects of business tourism development in Russia and abroad (2020). *Tourism industry: opportunities, priorities, challenges and prospects*, 2, 351-360.
8. Karpov D.A. Analysis of the business tourism market: the main players and competitive advantages of Russia (2023). *Economics and management: problems, solutions*, 12 (141), 165-174.
9. Pyankova S.G., Ergunova O.T., Okhrimenko E.I., Tikhonovich E.A. The influence of environmental factors on the development of the Russian business tourism market (2019). *Economics: yesterday, today, tomorrow*, 6-1, 354-366.
10. Strategy for the development of congress and exhibition activities in the Russian Federation for the period up to 2030 [Electronic resource]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/407556180/> (Date of access: 24.03.2024).
11. Tourism development Strategy in the Russian Federation for the period up to 2035 [Electronic resource]. URL: <http://government.ru/docs/all/123838/> (Date of access: 24.03.2024).
12. Business Tourism Analytics [Electronic resource]. URL: https://travelhub.moscow/media/useful_file/Аналитика_делового_туризма.pdf (Date of access: 25.03.2024).
13. In 2024, the business tourism market in Russia will grow by another 5-7% [Electronic resource]. URL: <https://www.atorus.ru/node/55529> (Date of access: 25.03.2024).
14. The Russian economy and congress and exhibition activities [Electronic resource]. URL: <https://russiacb.com/upload/iblock/728/0iru3bbexmz1bvix9rnb6ena70aqvhgve.pdf> (Date of access: 25.03.2024).
15. Business tourism in 2023 [Electronic resource]. URL: <https://spborbita.ru/guide/delovoj-turizm/> (Date of access: 25.03.2024).

УДК 332.14 : 339.137.23

Технология управления конкурентоспособностью новых регионовН.П. Рыбальченко¹, Л.А. Андреева²^{1,2}Мелитопольский государственный университет, г. Мелитополь, 272319 Россия,¹ninarybka07@mail.ru, ²cherkasova2408@yandex.ru

Статья поступила 17.04.2024

Аннотация

Развитие экономики страны напрямую связано с повышением конкурентоспособности регионов. В связи с присоединением Запорожской, Херсонской области, а также ЛНР и ДНР к Российской Федерации возникла необходимость в самостоятельной разработке технологий управления регионом субъектами органов власти. Целью статьи является разработка этапов технологии управления конкурентоспособностью регионов. При проведении данного исследования использовались данные литературных источников и такие общенаучные методы, как абстрактно-логический для анализа мнения различных авторов; методы обобщения, системного и экономического анализа для формирования терминологического базиса. Для качественной разработки управленческих решений, повышающих уровень конкурентоспособности региона необходимо использовать эффективную, действующую технологию управления региональной конкуренцией, которая в свою очередь базируется на основательной, адекватной оценке самого состояния региональной конкурентоспособности. Управление регионом – это уникальное право органов власти повысить конкурентные региональные преимущества. Технология управления является важным генерирующим процессом сочетания методов, применяемых субъектами управления с их региональными эффективными решениями, которые повышают конкурентоспособность региона. В дальнейшем планируется анализ технологий управления региональной конкурентоспособности на конкретных примерах.

Ключевые слова: конкурентоспособность регионов, управление конкурентоспособностью регионов, технология управления конкурентоспособностью регионов, оценка конкурентоспособности регионов

JELcodes: R1, R12, R13

Technology for managing the competitiveness of new regionsN.P. Rybalchenko¹, L.A. Andreeva²^{1,2}Melitopol State University, Melitopol, 272319 Russia,¹ninarybka07@mail.ru, ²cherkasova2408@yandex.ru

Received 17.04.2024

Abstract

The development of the country's economy is directly related to increasing the competitiveness of the regions. In connection with the accession of the Zaporozhye, Kherson regions, as well as the LPR and DPR with the Russian Federation, there was a need for independent development of technologies for managing the region by subjects of government bodies. These technologies should also become the most competitive regional advantage. For the qualitative development of management solutions that increase the level of regional competitiveness, it is necessary to use an effective, effective technology for managing regional competition, which in turn is based on a thorough, adequate assessment of the very state of regional competitiveness. Regional governance is a unique right of government authorities to enhance competitive regional advantages. Management technology is an important generating process of combining methods used by management entities with their regional effective solutions that increase the competitiveness of the region. In turn, for the technology of managing regional competitiveness, it is necessary to conduct a thorough assessment of the level of competitiveness of the region as a basic element of the development and coordination of management decisions. Management technology is an important generating process of combining methods used by management entities

Keywords: Competitiveness of regions, regional competitiveness management, technology of regional competitiveness management, regional competitiveness assessment.

Введение

Реализация эффективной региональной политики связано с устойчивым развитием регионов связана, а также с проблемой повышения конкурентоспособности региона. Регион выступает субъектом конкурентной борьбы в достижении конкурентоспособности и значит, с одной стороны, возможность повышения эффективности развития, с другой стороны - право занять достойное место в системе государственного устройства и способствовать экономическому росту в стране.

Анализ последних исследований и публикаций

Вопросы конкурентоспособного развития России в целом изучали отечественные и зарубежные ученые, а именно: Ерошкин А., Калятин В., Лебедева Л., Леонтьев Б., Наумов В., Никифорова Т., Петров М., Балашов А., Добрина Л., Заркович А., Перцев С., Рогова Е., Рудская И., Славнецкова Л., Соломатина Н. Сегодня есть потребность в формировании технологии управления конкурентоспособности новых регионов на основе оценки конкурентоспособности регионов, которая бы характеризовалась актуальностью и динамичностью.

Данные и методы исследования

При проведении данного исследования использовались данные литературных источников и такие общенаучные методы, как абстрактно-логический для анализа мнения различных авторов; методы обобщения, системного и экономического анализа для формирования терминологического базиса, выделения классических и современных маркетинговых технологий, используемых при формировании имиджа предприятия.

Целью статьи является разработка этапов технологии управления конкурентоспособностью регионов их содержательным наполнением и перечнем

последовательно взаимосвязанных операций для эффективного управления сферы.

Результаты исследования

Под «технологией» понимают список и последовательность осуществления действий, операций, работ, этапов, шагов. В широком смысле «технология» является способом превращения входных ресурсов в исходный результат. Учитывая вышесказанное, под технологией управления конкурентоспособностью региона целесообразно понимать совокупность последовательных и взаимосвязанных этапов по разработке плана достижения регионом конкурентных преимуществ в различных областях, сочетание которых формирует для него более устойчивые позиции среди других регионов в соответствующий период времени и с учетом изменений экономической национальной политики. При этом следует заметить, что технология управления отличается от процесса управления тем, что ключевое внимание акцентируется на детализации этапов технологии с указанием необходимых операций. Технология управления имеет свою структуру и закономерность управленческих операций. Для решения указанных задач используются методы, а именно - методы изучения потребности в оценке экономической деятельности региона. Это учитывается при использовании методов, позволяющих достоверно оценить, и выявлять факторы, которые могут положительно повлиять. Следовательно, технология управления конкурентоспособности региона направлена на решение конкретных задач и достижение целей в данном направлении. Непосредственно это реализуется посредством разработки и внедрения управленческих решений по повышению уровня конкурентоспособности региона. Для управленческих решений с повышением региональной конкурентоспособности, в первую очередь, осуществляется качественная оценка уровня

конкурентоспособности региона. Она призвана не только дать наглядный результат оценки, но и за счет удачно подобранной системы показателей дать оценку основным составляющим конкурентоспособности региона. По нашим исследованиям алгоритм оценки уровня конкурентоспособности региона, который находит свое прямое применение в разработке управленческих решений, направленных на повышение конкурентоспособности региона, приобретение конкурентных преимуществ над конкурентами и удержание их на определенный промежуток времени. Он состоит из четырех этапов, которые позволяют получить уровень конкурентоспособности региона, оценку основным элементам конкурентоспособности регионов.

I этап – разработка. Осуществляется выбор цели и задачи оценки конкурентоспособности региона. Такая цель - оценка уровня конкурентоспособности региона среди других регионов страны. Основными задачами аналитического исследования являются:

- расчет блочных показателей составляющих интегрального показателя конкурентоспособности региона (ИПКР);
- расчет итогового интегрального регионального уровня конкурентоспособности региона;
- сведение регионов страны в рейтинг по принципу от лучшего к самому слабому региону согласно расчетному ИПКР;
- группировка регионов согласно уровню ИПКР; Определение приоритетов повышения конкурентоспособности региона и его целей предполагает проявление амбиций и способности к их эффективному внедрению управленцами на пути достойного уровня конкурентоспособности.

Регион как экономический субъект является зависимым от национальной экономики и ограничен законодательно закрепленными возможностями. Однако этот объем экономических возможностей предоставляет платформу для достижения высоких уровней конкурентоспособности

региональных субъектов в первую очередь деловых и высокого уровня благосостояния населения. На данном этапе рассматривается как конкурентоспособность со стороны тактического уровня, то есть текущие вопросы, так и стороны стратегического повышения конкуренции региона, его перспективы и способы достижения.

Сложившаяся информационная система служит не только для оценки конкурентоспособности региона, но и для обоснования и принятия управленческих решений в разных сферах и на разных уровнях.

II этап – анализ. Осуществляется анализ системы характеристик, оценивающих состояние конкурентоспособности региона. Следует также учесть, что данные показатели в большей степени чувствительны и зависят от национальной экономики и ее курса, чем к региональному управлению. Последний показатель данной группы свидетельствует не столько об уровне заработной платы у населения, сколько готовность платить за новое жилье при условии наличия дополнительных источников дохода в том числе и из-за границы. Блок второй – экономическая деятельность региона состоит из 6 показателей, а именно: объем реализуемой промышленной продукции; оборот розничной торговли; общий объем экспорта товаров; общий объем импорта товаров; общий объем экспорта услуг; общие объемы импорта услуг. Показатели призваны оценить основу экономики, то есть производственные и торговые объемы региональных хозяйствующих субъектов. Именно завоевание рынков сбыта товаров или услуг, их динамика свидетельствует о приросте деловой активности в регионе и благоприятных обстоятельствах для этого процесса. Отсутствие общегосударственных негативных причин не делового характера сдерживания предпринимательской деятельности в регионе, а именно уровень региональной коррупции, региональной бюрократии, особенностей регионального злоупотребления властью в отношении субъектов хозяйственной деятельности

отражается в показателях данной группы.

Как известно, создаются предприятия во всех регионах, развиваются в регионах с имеющейся инфраструктурой, а становятся успешными в регионах с развитой свободой законного предпринимательства. В свою очередь, объем экспорта свидетельствует о наличии товаров и услуг, реализуемых за рубежом и имеющих конкурентные преимущества над зарубежными.

Блок третий – инновационно – инвестиционная деятельность региона. Группа из 9 показателей, отражающих всю инновационную и инвестиционную деятельность регионов в рамках имеющейся статистической информации. К этому блоку относятся те организаций, которые выполняют научные и научно – технические работы, а также специалисты, выполняющие научные и научно-технические работы; инновационно активных предприятий в промышленности; распределение общего объема затрат; объем инновационной продукции; внедрение инновационных технологических действий в индустрия; внедрение инновационных видов продукции в индустрии; капитальные инвестиции на одного человека; прямые иностранные инвестиции на одного человека в регионах. Существование такой деятельности начинается с наращиванием объема инвестиций регионов и их эффективное использование в развитии инновационной деятельности. Данные показатели свидетельствуют о региональном существовании инновационной деятельности и «потребление» инвестиций в регионе. Современное требование к управлению регионом требует в свою очередь и постоянный мониторинг, и анализ инновационно – инвестиционной деятельности, поэтому следует использовать широкий перечень данного вида показателей для полной объективной оценки. Учитывая разнообразие размерностей необходимых показателей, необходимо осуществить нормирование

Анализ уровня конкурентоспособности региона в соответствии с основными регионами – конкурентами позволяет

выяснять конкурентные преимущества над другими. Региональная политика, проводимая органами управления, открыта и результаты ее могут служить опытом для других.

IV этап практического применения. Анализ ресурсных возможностей по реализации управленческих решений повышения конкурентоспособности региона. На этом этапе изучается финансовое, техническое, имущественное, кадровое, материальное, энергетическое, информационное обеспечение реализации избранных управленческих решений, взвешиваются ресурсные возможности и ограничения, анализируются потенциальные источники привлечения необходимых ресурсов, оцениваются риски, связанные с этим процессом.

Управленческая деятельность региона заключается в нахождение форм, методов, средств и инструментов принятия решений, которые способствуют достижению оптимального результата в конкретных условиях. Для этого целесообразна реализация следующих операций:

- формирование критериев выбора инструментария для управленческих решений по повышению конкурентоспособности региона;
- обоснование базового подхода к решениям управления по вопросу повышения конкурентоспособности;
- выбор методов и методик регионального управления по повышению конкурентоспособности региона.

Реализация управленческих решений по повышению конкурентоспособности региона. Реализация управленческих решений – важная составляющая технологии управления. Пока решения не претворены в жизнь – это не решение, а лишь намерения [2, с. 421]. Нужно провести большую организационную работу, чтобы добиться его реализации. На практике часто возникают случаи, когда работа осложняется тем, что люди своей деятельностью или бездействием могут вносить существенные коррективы в первоначальный вариант решения, это вызывает дополнительные

затраты времени и средств, которые нужно компенсировать или догонять во времени исполнения решений. Поэтому в технологической цепи управленческих операций, направленных на решение проблем, сложным и ответственным является этап выполнения принятых решений.

Для повышения конкурентоспособности региона выполнение управленческих решений предусматривает осуществление следующих операций: – определение календарных сроков (конечных и промежуточных) выполнения данных решений и получение конечного результата положительного изменения конкурентоспособности региона; – назначение ответственных субъектов управления, исполнителей или нескольких исполнителей; – инструктаж исполнителей, разъяснение каждому из них его места и значимость в общем управлении, конкретизация задач для выполнения и ответственности в пределах должностных обязательств; – материально-техническое обеспечение выполнения решений управления субъектами исполнителями, а также обоснованное распределение ресурсов; – проведение согласительного совещания, разъяснение целей и задач, ведение диалога со всеми участниками управленческого процесса; – координация действий исполнителей; – корректировка ранее принятого решения в зависимости от изменения ключевых факторов или среды функционирования; – мотивация деятельности исполнителей в пределах прав и обязанностей должностных лиц; – учет и контроль выполнения на основе периодического мониторинга наличия изменений в экономических показателях региональной деятельности.

Для повышения уровня конкурентоспособности региона необходимо сделать этот процесс управляемым, открытым для населения, бизнес-структур. Применяя современные технологии территориального маркетинга, органы местного самоуправления активизируют деловую активность различных субъектов

как бизнеса, так и общественных объединений. Усиление факторов конкурентоспособности требует разработки четкой программы маркетинговых мероприятий как в среднесрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Управленческое решение может быть направлено на уменьшение объема влияния, что отражается в составляющих показателях конкурентоспособности региона. То есть только часть запланированных результатов по решению повышения региональной конкурентоспособности будет достигнута. – осуществление корректировки решений. При настройке обратной связи, позволяющей своевременно получить информацию для корректировки решений, возможна потребность в изменениях, например, влияния управленческих решений или на поэтапность течения их выполнения. – прекращение реализации управленческих решений. Только в случае, если прогнозируемые издержки превышают ожидаемые выгоды принимается кардинальные решения.

Заключительным этапом является получение результатов от реализуемых и внедренных управленческих решений повышения конкурентоспособности региона. Результаты продаются на основе сопоставления полученного полезного эффекта за определенный период времени. Осуществляется на основе сравнения оценки уровня конкурентоспособности региона. Конечно эффективность управленческих решений может возрасть за определенные периоды времени, так что на краткосрочных сроках значительных сдвигов не предусматривается для тактического управления в отличие от стратегического уровня. На данном этапе осуществляются следующие операции: производится сравнение полученных результатов на основе динамики соответствующих показателей региональной деятельности; – сравнение результатов осуществляется согласно учету типа управления по времени; определяется эффективность полученных результатов на основе ресурсных затрат на выполнение управленческих решений и

полученного экономического эффекта от реализации управленческих решений; для представления результатов используются графические приложения и статистическое сравнение. На практике при разработке управленческого решения используются не все приведенные этапы, но без научной основы уменьшается эффективность таких решений в сторону интуитивного видения управленцев, что не всегда оправдано для практики. На наш взгляд, именно осуществление достоверной оценки существующего уровня конкурентоспособности региона является основой для принятых управленческих решений по его повышению или удержанию. Систематическое сравнение полученных результатов в проведении такой политики позволит проявить сильные и слабые стороны деловой активности региона. Принятый курс регионального развития инновационно-инвестиционной деятельности и успешной реализации управленческих решений позволит региону получать долгосрочные дивиденды от повышения своего уровня конкуренции для повышения уровня благосостояния населения региона. На региональный уровень развития возложены большие вызовы в отношении государства и общества, поскольку это дополнительный резерв управленческих рычагов влияния на рост экономики, что необходимо как самим регионам, так и населению.

Заключение

Технология управления региональной конкурентоспособности требует уменьшать время принятия решений на определенных этапах и составляющих операций и доводить их до эффективного результата. Предлагаемый список принципов служит основой для осознания субъектами управления регионами сущности, особенностей и характера существования

самого регионального управления. Практика управления органами управления вводит коррективы в этапы технологии управления, но их эффективность результатов управления остается на основе научности подходов к управлению.

Данное исследование выполнено в рамках научно-исследовательской работы на период 2023-2025 гг. по теме «Концепция формирования конкурентоспособности предприятий новых территорий Российской Федерации» (код (шифр) научной темы, присвоенный учредителем FRRS-2023-0036).

Список литературы

1. Конкурентоспособность социально-экономических систем в условиях цифровой трансформации российской экономики. Монография. Под ред. С. А. Толкачева, Н. М. Абдикеева, М. В. Мельничук. – М.: Прометей, 2019 г. - 354 с.
2. Дуканова И. В. Система методов оценки уровня социально-экономического развития муниципального образования / Дуканова В. И.- М., 2011. - №19-с. 35-39
3. Еремеева Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг. Учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2020 г. - 242 с.
4. Чайникова Л.Н. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности региона: монография / Л.Н. Чайникова. - Тамбов: Изд- во Тамб. гос. техн. ун-та, 2018. - 148 с.

References

1. S. A. Tolkacheva, N. M. Abdikeeva, M. V. Mel'nichuk (2019) *Competitiveness of socio-economic systems in the conditions of digital transformation of the Russian economy*. M.: Prometej, 354
2. Dukanova I.V. (2011) System of methods for assessing the level of socio-economic development of a municipality M., 19, 35-39.
3. Eremeeva N. V. (2020) System of methods for assessing the level of socio-economic development of a municipality. M.: Jurajt, 242.
4. Chajnikova L.N. (2018) Methodological and practical aspects of assessing the competitiveness of a region. *Tamбов: Izd- vo Tamb. gos. tehn. un-ta*, 148.

УДК: 338.1

Влияние искусственного интеллекта на развитие розничной торговли в Российской Федерации

С.А. Щербакова^{1,2}, Е.А. Швец³¹Смоленский государственный университет, г. Смоленск, 214000, Российская Федерация²Севастопольский государственный университет, г. Севастополь, 299015, Российская Федерация³Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Смоленской области, 214014, Российская Федерация^{1,2}sollos@mail.ru, ³shvets.ekaterina1209@mail.ru

Статья поступила 17.04.2024

Аннотация

В современных условиях Российской Федерацией определена главная цель – обеспечение устойчивого развития национальной экономики, что возможно только в случае совершенствования каждой отдельной отрасли и повышения эффективности их деятельности. Розничная торговля в стране выступает одним из источников поступления доходов в федеральный бюджет. В условиях цифровизации происходит повсеместный процесс внедрения искусственного интеллекта, который активно используется в розничной торговле по таким направлениям как: прогнозирование и контроль, логистика, бизнес-аналитика, персонализация. Благодаря ИИ оптимизируется не только работа сотрудников компаний, но и достигается высокий уровень удовлетворенности каждого отдельного покупателя, позволяя компании совершенствоваться и повышать их конкурентоспособность. В работе представлен анализ современного состояния рынка розничной торговли, рассмотрены его основные особенности. Проанализированы основные проблемы российского ритейла в условиях санкционного давления и предложены пути их решения с использованием ИИ. Доказано, что дальнейшее внедрение технологий на основе ИИ может стать катализатором развития розничной торговли РФ и ее быстрым переориентированием на новые тенденции и потребности потребителей, что позволит отрасли улучшить свои позиции в национальной экономике.

Ключевые слова: розничная торговля, Интернет-торговля, маркетплейсы, бизнес-аналитика, прогнозирование, искусственный интеллект, Российская Федерация

JEL codes: M30, F51

The influence of artificial intelligence on the development of retail trade in the Russian Federation

S.A. Shcherbakova^{1,2}, E.A. Shvets³¹Smolensk State University, Smolensk, 214000, Russian Federation²Sevastopol State University, Sevastopol, 299015, Russian Federation³Territorial Body of the Federal State Statistics Service for the Smolensk Region, 214014, Russian Federation^{1,2}sollos@mail.ru, ³shvets.ekaterina1209@mail.ru

Received 17.04.2024

Abstract

In modern conditions, the Russian Federation has defined the main goal - ensuring the sustainable development of the national economy, which is only possible if each individual industry is improved and the efficiency of their activities

is increased. Retail trade in the country is one of the sources of revenue for the federal budget. In the context of digitalization, there is a widespread process of introducing artificial intelligence, which is actively used in retail trade in such areas as forecasting and control, logistics, business analytics, personalization. Thanks to AI, not only the work of company employees is optimized, but also a high level of satisfaction for each individual customer is achieved, allowing the company to improve and increase their competitiveness. The paper presents an analysis of the current state of the retail market and examines its main features. The main problems of Russian retail under sanctions pressure are analyzed and ways to solve them using AI are proposed. It has been proven that the further introduction of AI-based technologies can become a catalyst for the development of retail trade in the Russian Federation and its rapid reorientation to new trends and consumer needs, which will allow the industry to improve its position in the national economy.

Keywords: retail, Online commerce, marketplaces, business analytics, forecasting, artificial intelligence, Russian Federation

Введение

В процессе реализации определенных государством задач по стабилизации национальной экономики и укреплению ее позиций на мировой арене, важную роль играет развитие каждой отдельной отрасли экономики. Одной из приоритетных отраслей, доходы от деятельности которой выступают основным источником пополнения федерального бюджета, является торговля, а именно розничная торговля. После введения санкционной политики в отношении РФ производство было переориентировано на обеспечение необходимым ассортиментом товаров и услуг внутреннего рынка. Несмотря на «турбулентность», образовавшуюся на рынке розничной торговли в связи с введенными странами запада санкциями, включая различные логистические и финансовые ограничения, многие иностранные компании приостановили работу на российском рынке либо вовсе объявили о своем окончательном уходе. Но, несмотря на разрыв большинства международных торговых соглашений, российские компании не только не ушли с рынка, но и многие из них продолжили активно развиваться, о чем свидетельствует их годовая выручка и количество открываемых торговых точек в стране.

Одним из инструментов, способствующих развитию не только розничной торговли, но и всей экономики в целом, является искусственный интеллект (ИИ), проникнувший во всех отраслях жизнедеятельности общества. В ритейле (дословно означает «розница») ИИ

используется при прогнозировании и контроле, включая повышение и снижение спроса на тот или иной товар, логистике – при разработке маршрутов доставки, позволяющих снизить временные и материальные издержки, анализе рынка – для оценки состояния основных компаний-конкурентов, ассортимент продукции и цены на них, персонализации – в целях повышения удовлетворенности каждого отдельного потребителя получаемым товаром или услугой.

На сегодняшний день главной задачей, возложенной на ИИ, является оптимизация работы сотрудников различных торговых сетей и повышение уровня удовлетворенности покупателей как фактора повышения конкурентоспособности компании. Поспособствовать улучшению работы сотрудников магазинов могут такие современные технологии, например, как робот-мерчандайзер, который забирает на себя всю рутинную работу. Говоря о повышении конкурентоспособности компаний путем индивидуального подхода к каждому покупателю, следует внедрить системы, направленные на контроль и отслеживания эмоций покупателей, давая возможность сотрудникам торговой точки, при возникновении различных проблем, оказать своевременную помощь и тем самым посособствовать формированию положительного имиджа и достойной репутации компании.

Анализ последних исследований и публикаций

В современном мире одной из самых быстро развивающихся цифровых систем,

внедряемых в различные сектора экономики, является искусственный интеллект. Его активное использование обусловлено необходимостью реформирования и совершенствования отдельных отраслей экономики путем оптимизации трудовых ресурсов и минимизации временных и материальных издержек. Как отмечает Абдуллаев Э.А. системы на основе ИИ внедряются в работу компаний в целях упрощения анализа больших объемов данных и составления прогнозов, что необходимо для принятия рациональных решений [1].

Наумов Д.М. и Назаров А.Д. также рассматривают в своих научных трудах основные сферы внедрения ИИ - бизнес-аналитика, экспертные системы и системы информационной безопасности [2].

Одна из самых цифровизованных отраслей сегодня является российский ритейл, который является основным источником поступлений в федеральный бюджет. По мнению Миргородской О.Н. и Иванченко О.В., использование технологий ИИ позволяет принимать наиболее эффективные маркетинговые решения благодаря анализу рынка, включая оценку конкурентоспособности компании или конкретного товара, а также спрогнозировать возможный возврат инвестиций. В связи с этим ИИ выступает главным преимуществом ритейл-компаний и катализатором развития инноваций в этой отрасли [3].

Семенова А.А. в своих работах выделяет несколько проблем традиционного ритейла: изменение «портрета потребителя», развитие онлайн-торговли и повышение конкуренции как между представителями ритейла, так и между представителями других сервисных отраслей. Решением этих проблем выступают технологии и системы на основе ИИ, предполагающие персонализацию пользовательского опыта как фактор, влияющий на уровень клиентоцентричности. Также ИИ позволяет обеспечить успешность бизнес-процессов, включая выбор выгодного расположения торговой точки продаж, разработка логистических путей, влекущих

наименьшие временные и материальные затраты и т.п. [4].

Значимость ИИ в развитии и повышении конкурентоспособности ритейл-компаний также отмечают в своих исследованиях Адаева А.Р. и Соловьева Н.Е. Согласно их мнению, компании, предоставляющие услуги в сфере розничной торговли работают в режиме повышенной мультизадачности, что обусловлено необходимостью привлечения большего числа потребителей путем повышения уровня удовлетворения их потребностей. Одним из главных направлений ИИ является персонализация и сбор данных о потребительском поведении, позволяющие повысить рентабельность бизнеса [5].

Анализ влияния ИИ на развитие экономики и, в частности, ритейла, в своих научных трудах представляют не только отечественные, но и многие иностранные исследователи. Одним из таких исследователей является Вуттке Л., который отмечает, что при формировании бизнес-стратегий необходимо руководствоваться желаниями и потребностями покупателей, так как именно от уровня их удовлетворенности зависит будет ли компания конкурентоспособна или нет, чему активно способствует ИИ, упрощая процесс бизнес-аналитики [6].

Внедрение ИИ в розничную торговлю анализирует немецкий исследователь Мейн И., утверждающий, что использование систем на основе ИИ в прогнозной аналитике дает возможность сбора и анализа большого количества данных, включая предпочтения покупателей. Собранная информация может использоваться для создания информационных бюллетеней и рекламы для привлечения большого количества клиентов [7].

Немецкие ученые Вебер Ф. и Шютте Р. предполагают, что ИИ должен использоваться на всех этапах реализации товаров и услуг, начиная от мониторинга и прогнозирования востребованности того или иного товара в целях недопущения его нехватки или избытка на складе магазина, заканчивая обслуживанием клиентов. В

своей работе ученые представили конкретные технологии на основе ИИ, включая системы, позволяющие отслеживать ассортимент товаров на полках магазинов и, в случае отсутствия какого-либо товара, передавать соответствующий сигнал персоналу склада магазина [8].

Вагнер П. в своей работе представил анализ используемых в крупнейших маркетплейсах систем на основе ИИ, включая направление по обеспечению персонализированного подхода к потребителям. Например, применение касс самообслуживания позволяет избежать больших очередей и, соответственно, сэкономить время похода в магазин. Также немецкий исследователь проанализировал влияние ИИ в системах контроля настроения и потребительского поведения на формирование положительного имиджа компании [9].

Данные и методы

Цель исследования – определение путей совершенствования рынка розничной торговли с учётом использования систем на основе искусственного интеллекта.

Задачи исследования – оценка возможности применения в ритейле современных технологий искусственного интеллекта.

Объект исследования – современное состояние розничной торговли в условиях цифровизации. Предмет исследования – развитие розничной офлайн и онлайн торговли под влиянием внедрения искусственного интеллекта.

Основными методами исследования стали анализ и синтез, а также методы теоретического и статистического анализа, включая анализ динамики и структуры рынка розничной торговли, включая оценку состояния крупнейших российских ритейлеров.

В исследовании использовались данные Росстата, официальные данные российских торговых компаний X5 Retail Group, ПАО «Магнит», ООО «Wildberries», Mercury Retail Group, ГК «DNS» и «М.Видео-Эльдорадо», ООО «Лента», а также крупных

мировых ритейлеров Walmart, Amazon и Walgreen's.

Результаты исследования

Одной из приоритетных задач государства является развитие национальной экономики и обеспечение ее стабильности, что обусловлено необходимостью повышения уровня жизни населения, снижения уровня бедности, а также улучшения инфраструктуры. На состояние национальной экономики влияние оказывает развитие каждой отдельной ее отрасли, включая такие как промышленность, сельское хозяйство, финансы и банковское дело, торговлю (оптовую и розничную), транспорт и логистику и многие другие.

Говоря о такой отрасли экономики как торговля, мы будем понимать операции купли-продажи или обмен товарами между производителем и конечным потребителем [10]. Данный экономический сектор включает в себя оптовую и розничную торговлю, первая из которых предполагает поставку товаров крупными партиями через посредников или путем прямых контактов по более низким ценам за единицу товара, вторая – ориентирована на конечных потребителей, а основными точками сбыта такой продукции выступают магазины, интернет-магазины и иные каналы прямой поставки. Розничная торговля, являясь одним из основных источников поступлений в федеральный бюджет страны, оказывает непосредственное влияние на ключевые бизнес-процессы, которые связаны с производством и продажей продукции, чем и обусловлена ее значимость для национальной экономики государства в целом.

Введение санкционного режима странами Запада в отношении РФ оказало большое влияние на сектор розничной торговли, что повлекло за собой ряд запретов и ограничений, включая финансовые, логистические и прямые ограничения поставок товаров, идущих как на экспорт, так и на импорт. Вследствие разрыва традиционных логистических цепочек с отдельными странами, а также в

условиях ажиотажного спроса, обусловленного опасениями потребителей исчезновения многих продуктов (продуктов питания, средств личной гигиены, медикаментов и т.д.), возникла проблема обеспечения внутреннего рынка необходимыми товарами и услугами. Помимо этого, в 2022 г. был зафиксирован резкий скачок курса валют и, как следствие, снижение конкурентоспособности внутренних цен и эффективности экспорта, что также отрицательно сказалось на национальной экономике.

Несмотря на сложившуюся на мировой арене ситуацию, экономика РФ не только выстояла, но и продолжила развиваться. В частности, оборот розничной торговли после февраля 2022 г. увеличился и, согласно данным Росстата, составил 40,6 трлн. руб. (без учета розничных рынков и ярмарок) [11].

Для более детального анализа состояния отрасли, следует рассмотреть динамику оборота розничной торговли за последние 9 лет (рис. 1).

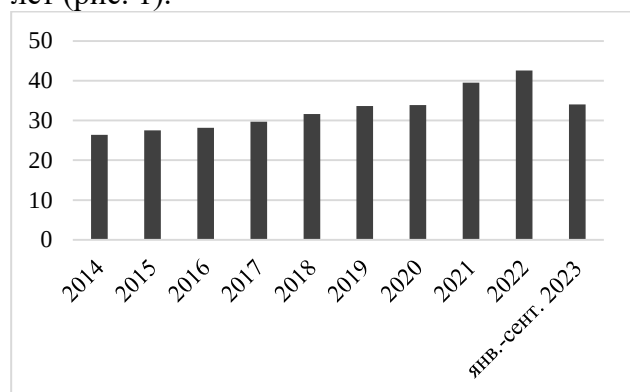


Рис. 1. Динамика оборота розничной торговли в РФ за период 2014-2023 гг., трлн. руб.

Согласно представленным данным, оборот розничной торговли в период 2014-2022 гг. (с учетом розничных рынков и ярмарок) увеличился в 1,6 раза, составив в 2022 г. 42,6 трлн. руб. В 2023 г. объемы поставок товаров продолжали расти и оборот розничной торговли за первые 9 месяцев достиг отметки 34 трлн. руб., что на 8,2% больше аналогичного показателя 2022 г. При этом 95,6% в сентябре 2023 г. пришлось на торгующие организации и ИП,

осуществляющих деятельность вне рынка. Оставшиеся 4,4% - розничные рынки и ярмарки. При этом в рассматриваемом периоде непродовольственных товаров было продано на сумму, превышающую 17 трлн. руб., что составило 52% всей прибыли от поставок в розницу. Соответственно, продовольственные товары составили 48% всего оборота розничной торговли, а прибыль, полученная за продажу товаров данной категории, составила 16,4 трлн. руб. Наибольший прирост наблюдался в продаже таких продовольственных товаров как мясо животных (105,6%), морепродукты и кондитерские изделия (107% и 107,3% соответственно) и таких непродовольственных товаров как лекарственные средства и изделия, применяемые в медицинских целях (103,4% и 101,4% соответственно).

Такому положению поспособствовало быстрое переориентирование РФ на новых торговых партнеров и, соответственно, развитие торговли с азиатскими, ближневосточными и африканскими странами.

Согласно Прогнозу социально-экономического развития до 2026 г., представленного Минэкономразвития РФ, в ближайшие годы оборот розничной торговли будет постепенно расти, и его прирост составит суммарно 10,5% (+3,5% ежегодно), достигнув в 2026 г. отметки в 50 трлн. руб.

Рассматривая ритейл (торговля в розницу) как способ организации продаж, можно выделить его основные виды. В зависимости от категории продаваемых товаров выделяют - продуктовый (продовольственный) и непродуктовый (непродовольственный) ритейл. Также в настоящее время набирает популярность стрит-ритейл, сущность которого заключается в продаже товаров в небольших, узкоспециализированных магазинах.

Ещё один вид ритейла - сетевой ритейл, который предполагает продажу товаров в сети магазинов, объединенных единой торговой концепцией. Одним из самых востребованных видов ритейла выступает онлайн-ритейл, т.е. продажа посредством Интернет-ресурсов. Популярность данного вида ритейла стремительно растет, о чем свидетельствует повышение доли Интернет-торговли в общем объеме торговли в розницу. Наибольший рост сумм Интернет-продаж зафиксирован в 2020 г. (+51% относительно показателя 2019 г.), что обусловлено охватившей весь мир пандемией COVID-19 и введенным в тот период локдауном. Пандемия стала неким катализатором развития торговли через Интернет, т.к. многие товары и услуги можно было получить только онлайн. Объем рынка интернет-торговли в период пандемии составил 2,7 трлн. руб.

В 2021 г. также наблюдался рост объемов торговли через Интернет-ресурсы (+25%), а его доля в общей структуре розничной торговли составила 5,1%. В 2022 г. общая сумма продаж товаров и услуг через Интернет составила 5,7 трлн. руб., что почти в 10 раз превышает показатель 2014 г.

Согласно данным Росстата, за первые 9 месяцев 2023 г. общий объем Интернет-торговли превысил показатель аналогичного периода прошлого года на 23%, составив 4,3 трлн. руб. При этом 97,2% это продажи российских компаний.

В 2022 г. крупнейшими ритейлерами РФ по выручке стали компании, представленные на рисунке 2.

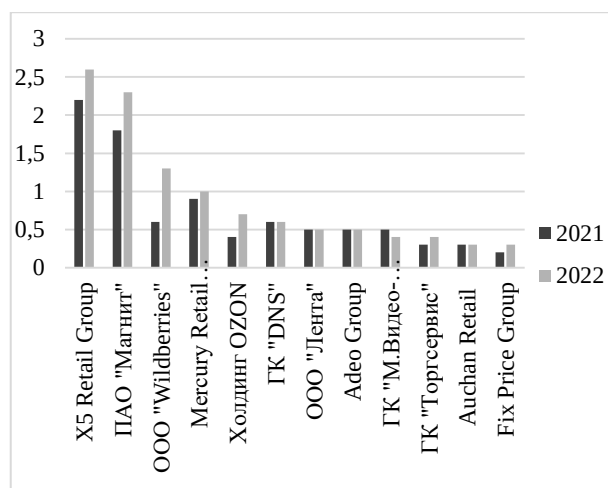


Рис. 2. Крупнейшие ритейлеры России по выручке в 2022 г. и уровень ее прироста относительно 2021 г., трлн. руб.

Говоря о топ-3 представителях продуктового (продовольственного) ритейла, следует выделить X5 Retail Group, ПАО «Магнит» и «Mercury Retail Group». Первое место как в общем рейтинге, так и в рейтинге продовольственного ритейла занимает X5 Retail Group, которая включает в себя торговые сети «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель» (до 6 апреля 2023 г.) и «Чижик». Прирост чистой прибыли данной компании в 2022 г. составил 106% относительно показателя 2021 г., что связано с увеличением их торговой площади на 5%. При этом 82,9% пришлось на прибыль от продаж через торговую сеть «Пятерочка», 15,1% - торговую сеть «Перекресток», 1,4% - на точки сети дискаунтеров «Чижик», оставшиеся 0,6% составили продажи торговой сети «Карусель». Важно отметить, что наибольший прирост выручки зафиксирован у дискаунтера «Чижик» (+92% относительно показателя 2021 г.).

Компания, занявшая по объему выручки в 2022 г. вторую строчку – ПАО «Магнит», включает в себя такие сети как «Магнит», «МагнитКосметик», «МагнитАптека», дискаунтер «Моя цена», а также «Дикси» и «Мегамарт» (компания приобрела 100% акций в 2021 году). По данным компании, их выручка в 2022 г. увеличилась в 1,2 раза,

составив в 2022 г. 2,3 трлн. руб. Увеличении прибыль ПАО «Магнит» также, как и в случае с X5 Retail Group, обусловлено увеличением количества торговых точек. В 2022 г. их число превысило 27 тыс., что на 5,3% превышает аналогичный показатель предыдущего года.

Замыкает тройку лидеров продовольственного ритейла «Mercury Retail Group», в которую входят такие торговые сети как «Красное и Белое» и «Бристоль», суммарная выручка которых составила в 2022 г. почти 1 трлн. руб. При этом Mercury Retail Group является лидером среди всех российских ритейлеров по чистой прибыли – 48,2 млрд. руб., прирост которой (относительно 2021 г.) составил 123%. Эта компания развивается активнее своих основных конкурентов, чему способствует открытие новых торговых точек на территории всей страны. На сегодняшний день магазины «Красное и Белое» и «Бристоль» функционируют в 75 субъектах РФ, а их общее количество превышает 16 тыс. точек.

Говоря о компаниях, специализирующихся на продаже непродовольственной продукции, следует выделить ГК «DNS», ООО «Лента» и ГК «М.Видео-Эльдорадо». Компания ГК «DNS» является крупнейшим ритейлером бытовой техники и электроники, существующем на российском рынке и успешно развивающимся уже более 10 лет. Выручка компании достигла 600 млрд. руб. При этом показатель чистой прибыли компании стал рекордным – 37,7 млрд. руб. В России функционирует более 2,6 тыс. магазинов сети ГК «DNS», число которых продолжает увеличиваться.

Еще одним крупным ритейлером, специализирующимся на продаже бытовой техники и электроники, выступает ГК «М.Видео-Эльдорадо», выручка которой превысила в 2022 г. 400 млрд. руб. Меньшие суммы, получаемые компанией, в сравнении с ГК «DNS», связаны с меньшим

количеством торговых точек – 1,2 тыс. магазинов по сравнению с 2,6 тыс. магазинов ГК «DNS».

Одной из значимых компаний на рынке розничной торговли стало ООО «Лента». Этот представитель является как продовольственным, так и непродовольственным ритейлером, так как предоставляет покупателям возможность выбора различных продуктов питания, большой ассортимент товаров для дома и т.п. ООО «Лента» включает в себя гипермаркеты и супермаркеты и магазины «У дома», общее количество которых на конец 2022 г. составляло более 700 магазинов. При этом компания владеет 15 распределительными центрами. Выручка компании превышает сумму рассмотренной ранее компании и составляет 530 млрд. руб. Важно отметить, что сейчас компания ООО «Лента» продолжает активно развиваться, чему способствуют приобретенные в октябре 2023 г. магазины сети «Монеточка», общее количество которых превышает 2000 торговых точек. Данная сеть является региональной и позволяет компании не только увеличивать прибыль, но и расширять ее географию.

Ранее было отмечено, что большую популярность последние несколько лет имеет онлайн-ритейл. Около 73% общего объема Интернет-торговли приходится на маркетплейсы. Сегодня существует множество маркетплейсов, например, Ozon, СберМегаМаркет, ЯндексМаркет, но безусловным лидером выступает именно Wildberries, занявший в мировом рейтинге в 2023 г. 10 место по обороту товаров и 1 место в российском рейтинге. Wildberries активно развивается, о чем свидетельствует выручка, прирост которой в первом полугодии 2023 г. составил 194% к аналогичному показателю 2022 г. (1,2 трлн. руб., из которых 1,1 трлн. руб. пришелся на проданные товары, а оставшиеся трлн. руб. – на услуги продавцам и покупателям).

Таким образом, можно говорить о развитии розничной офлайн и онлайн торговли как одной из самых перспективных отраслей экономики РФ.

Важным направлением развития национальной экономики РФ и отдельных ее отраслей является цифровизация, предполагающая внедрение различных цифровых и информационно-коммуникационных технологий. Одной из самых цифровизованных отраслей сегодня является именно российский ритейл, достигнувший высокого уровня цифровой зрелости еще в период пандемии COVID-19. Технологии и программы, основанные на основе искусственного интеллекта (ИИ) функционируют как в офлайн-торговле, так и в онлайн-торговле.

Специалисты в области ритейла назвали 2022 г. «турбулентным» периодом, что связано с нестабильностью на мировой арене и большим количеством введенных санкций. В такой обстановке существенно возросла роль IT-поставщиков, так как ритейл как постоянно развивающаяся и подверженная изменениям внешних и внутренних условий система, нуждается в современных IT-решениях. В связи со сложившейся обстановкой, многие зарубежные IT-поставщики решили приостановить работу с российскими компаниями или вовсе уйти с российского рынка. Но, несмотря на это, российский ритейл продолжил оптимизировать бизнес-процесс, замещать зарубежное ПО и развивать онлайн-торговлю. В 2022 г. основными IT-поставщиками стали (рис. 3):

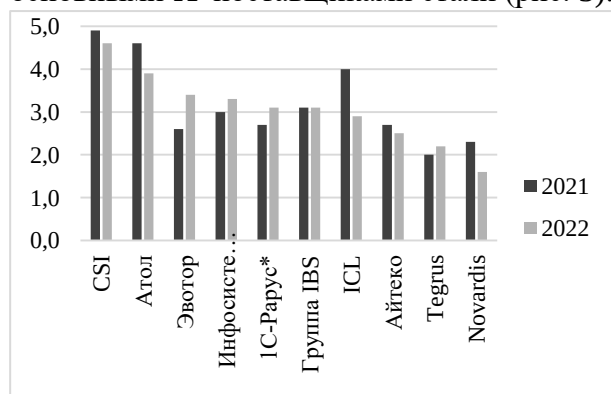


Рис. 3. Крупнейшие IT-поставщики в российском ритейле по выручке в 2022 г., млрд руб.

В реализации различных IT-проектов в ритейле приняли участие 50 компаний, доходы которых к концу 2022 г. превысили 46 млрд. руб. Наибольшую прибыль получили такие компании как: CSI (4,55 млрд руб.), Атол (3,93 млрд руб.) и Эвотор (3,37 млрд руб.). При этом прирост показателя наблюдался только у четырех компаний (из компаний, занявших в рейтинге крупнейших IT-поставщиков в российском ритейле первые 10 позиций) – Эвотор (130,8%), Инфосистемы Джет (110%), 1С-Рарус (114,8%) и Tegrus (110%). Тенденция к снижению прибыли IT-поставщиков связана с множеством внешних факторов, включая экономические, политические и другие.

Несмотря на возникшие сложности, применение ИИ в ритейле и внедрение в эту отрасль новых технологий на основе ИИ продолжается. На сегодняшний день они используются по нескольким направлениям.

Первое направление – прогнозирование и контроль. Программы на основе ИИ позволяют проводить анализ и прогнозировать поведение потребителей, т. е. повышение или снижение спроса на те или иные товары и, соответственно, контролировать и оптимизировать управление запасами в целях предотвращения их нехватки или избытка, увеличение или снижение объемов продаж и остатков на складе.

Следует выделить крупнейших поставщиков систем управления складов (WMS) в России (рис. 4).

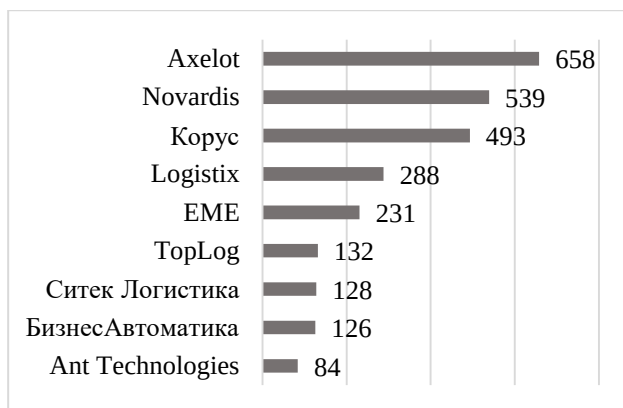


Рис. 4. Крупнейшие поставщики WMS-систем по выручке за 2022 г., млн. руб.

2022 г. стал переломным и для поставщиков WMS-систем, но, благодаря разработке проектов при поддержке Правительства всей IT-отрасли и, в частности, WMS-систем, рынок смог приспособиться к новым реалиям и не только сохранить качество оказываемых услуг, но и повысить его. Наибольший прирост прибыли в 2022 г. относительно аналогичного показателя 2021 г. зафиксирован у двух компаний – Novardin (226,7%) и Ситек Логистика (139,8%). Таким образом, развитие и совершенствование WMS-систем продолжается, чему активно способствует множество новых проектов, несомненным лидером по количеству которых уже несколько лет является Axelot (более 368 реализованных проектов).

Второе направление – логистика. В логистике ИИ играет важную роль, так как благодаря ему возможно автоматизировать процессы мониторинга и управления транспортом в целях оптимизации маршрутов доставки. Соответственно, использование ИИ в логистике способствует снижению временных и материальных издержек в связи с возможными проблемами, возникающими в процессе доставки товаров. Axelot, упомянутая ранее, является лидером по разработке проектов не только в сфере управления складскими запасами, но и в сфере логистики. Идеи, выдвигаемые этой компанией направлены на разработку цепочек поставок, требующих

меньших временных и материальных затрат. На сегодняшний день более 1000 компаний в 18 странах мира пользуются продукцией Axelot.

Говоря об онлайн-ритейле, а именно маркетплейсах, следует отметить такое нововведение как беспилотные грузоперевозки. Беспилотные электромобили запустила в тестовом режиме компания Wildberries летом 2023 г. Такие электромобили осуществляют доставку товаров по заранее заданному маршруту, от одного блока логистического центра до другого, протяженностью не более 2,5 км. По данным компании, общая грузоподъемность составляет 2 т., а количество единиц товара, перемещаемого каждый день, превышает 50 тыс. единиц. Так как беспилотные электромобили находятся на стадии тестирования, они контролируются оператором, чтобы, в случае внештатной ситуации, были приняты соответствующие меры. Безопасность такого способа перевозок достигается благодаря встроенным высокочувствительными световыми и звуковыми датчиками, спутниковой навигацией и видеокамерами. При успешном прохождении тестового этапа планируется организация перевозок не только между складскими помещениями, но и доставка в различные пункты выдачи конечным потребителям. Такой подход позволит перевозить большее количество товаров и экономить время на доставку, тем самым повышая уровень удовлетворенности потребителей и, как следствие, делая компанию более конкурентоспособной.

Третье направление - анализ обстановки на рынке. Программы на основе ИИ проводят анализ предложений конкурентов, включая сильные и слабые стороны компаний, ассортимент их продукции или услуг, их цены и т.д. и на основании этого делает общие выводы, благодаря которым компании могут корректировать свои действия на рынке, в том числе выбранную маркетинговую стратегию. При этом в

качестве помощника как продавцам, так и потребителям выступают чат-боты. Этот помощник играет важную роль в торговле товарами и услугами, что связано с выполняемыми им функциями, одной из которых является круглосуточная помощь клиентам (потребителям), предоставление им необходимой информации об интересующих их товарах или услугах. Благодаря им повышается уровень удовлетворенности пользователей и, соответственно, конкурентоспособность компании.

Сегодня чат-боты проникли во многие сферы торговли, некоторые из которых представлены далее (рис. 5).



Рис. 5. Уровень проникновения чат-ботов в цифровые каналы в разрезе торговых сегментов в январе-сентябре 2023 г.

Самый высокий уровень проникновения чат-ботов в первые 9 месяцев 2023 г. зафиксирован в маркетплейсах – 75%. При этом используемые в маркетплейсах чат-боты делятся на несколько групп в зависимости от возложенных на них задач. Например, самые популярные чат-боты для Wildberries находятся в мессенджере Telegram. Популярными помощниками продавцов выступают следующие:

1. MarketGuru_Data_Bot – анализ рынка и конкурентов. Продавец может направить в чат запрос об интересующем его продавце или товаре и получить полную информацию, включая выручку за последний месяц продажи такого товара. Соответственно,

этот чат-бот позволяет продавцу оценить конкурентоспособность его товара.

2. WbNinjaBot – отслеживание заказов. Значимость данного чат-бота обусловлена необходимостью контроля остатков товаров на складе в целях недопущения их дефицита или избытка. Также чат-бот позволяет в реальном времени отслеживать статус товара.

3. WbRatesBot – реклама. Позволяет получить актуальную информацию о различных рекламных кампаниях и, соответственно, сэкономить денежные средства продавца.

4. Vykuzy_wb – продвижение товара. Дает актуальную информацию о реализуемом товаре, приводит аналитику, включая оценку его конкурентоспособности, и тем самым помогает продвигать этот товар на базе маркетплейса.

5. Wb_buhbot – отчетные данные. Позволяет выполнить анализ продаж за заданный период (неделя, месяц и т.п.) и определить рентабельность реализуемого товара.

Еще одним направлением использования ИИ, основной целью которого является повышение уровня удовлетворенности потребителей от полученных товаров или услуг, выступает персонализация. ИИ позволяет на основе данных о потребителе (его предпочтения, поведенческие паттерны) адаптировать предложения под него. Другими словами, в случае большого количества запросов того или иного товара, ИИ, считав данную информацию, предлагает потребителю имеющиеся варианты интересующих его товаров или услуг.

Одной из главных целей внедрения ИИ в любую отрасль экономики, в том числе и ритейл, является оптимизация трудовых ресурсов, повышение эффективности осуществляемой деятельности и конкурентоспособности компании. Примером такого внедрения стало введение в эксплуатацию касс самообслуживания

(далее – КСО) в торговые точки компании X5 Retail Group.

Преимуществом таких касс является возможность увеличения потоков покупателей посредством снижения временных затрат на ожидание в очереди. Не менее важным является тот факт, что КСО делают для человека поход в магазин более комфортным. Связано это с тем, что КСО позволяют покупателям приобрести нужные им товары не только экономя время, но и предоставляя возможность оплаты без контакта с кассирами. Также положительным моментом является возможность увидеть цену товара и, при необходимости, сделать его возврат. Но, несмотря на удобство таких касс, существует несколько проблем, связанных с покупкой отдельных категорий товаров (например, молочной продукции). Дело в том, что на упаковке молочной продукции помимо стандартного QR-кода присутствует маркировка «Честный знак», который и нужно сканировать при оплате товара. В данном случае сложности возникают даже у тех клиентов, которые постоянно пользуются КСО, что обусловлено неправильном выборе штрих-кода, который требуется отсканировать.

Решением данной проблемы может стать внедрение программ на основе ИИ, позволяющих благодаря встроенным динамикам, микрофонам и камерам, идентифицировать товар, попавший в зону сканирования (без поднесения штрих-кода к сканеру), и в случае выявления ошибки подсказать покупателю, какой из товаров был некорректно отсканирован. Также благодаря ИИ станет возможным фиксация нестандартного поведения покупателя, связанного с возникшими при оплате трудностями, и дать соответствующий сигнал сотруднику магазина. Такой подход позволит повысить уровень удовлетворенности покупателей и оптимизировать работу сотрудников торговых точек.

Таким образом, ИИ играет важную роль в развитии и совершенствовании офлайн и онлайн ритейла. В связи с этим следует представить несколько предложений для дальнейшего развития российского ритейла. Можно обратиться к мировой практике использования ИИ в ритейле. Лидером по внедрению в розничную торговлю ИИ много лет является Walmart.

Walmart уже несколько лет использует системы для контроля и отслеживания эмоций покупателей, путем определения у них признаков гнева или неудовлетворенности. Одной из таких систем стали видеокamеры на кассовых линиях, которые, в случае фиксации отрицательных эмоций человека, посылают соответствующий сигнал персоналу магазина, который, в свою очередь, обязан разобраться в возникшей проблеме для того, чтобы у покупателя остались положительные эмоции от посещения данной торговой точки и он вернулся в нее снова. Подобной системой, проект которой был запатентован еще в 2018 г. стала «Система и метод получения обратной биометрической связи через торговую тележку». Работа этой системы реализуется следующим образом – датчики считывают силу сжатия, температуру и пульс покупателя, отправляя полученные данные на сервер. После этого проводится анализ полученных сведений и формирует общая картина покупательского поведения. Например, при фиксации стресса сразу у нескольких покупателей в одной части магазина, сотрудник получает сигнал и обязан проверить и, при необходимости, решить возникшие у них трудности. В условиях высокой конкуренции потеря клиентов вследствие наличия у них негативного опыта от посещения того или иного магазина может привести к снижению прибыли и конкурентоспособности компании. Соответственно, эти и многие другие, используемые Walmart системы анализа покупательского поведения,

позволят избежать вышеперечисленных негативных последствий.

Также Walmart использует ИИ в целях оптимизации работы сотрудников магазинов. Например, робот-мерчандайзер, который три раза в день проезжает по всему супермаркету и сканирует полки с товарами. Другими словами, такой робот выполняет функции мерчандайзеров. В ходе сканирования робот отправляет на склад информацию о скупленных товарах или неправильных ценниках. Такой подход позволяет работникам оптимизировать свои ресурсы и, на основе полученных данных, оперативно пополнять полки необходимыми товарами и заменять неверные ценники на действующие. В компании отмечают, что использование роботов-мерчандайзеров не направлено на полную замену ими реальных людей, основной их целью является взятие на себя рутинной работы и предоставление работникам большего времени на общение с клиентами.

Еще одна компания, имеющая положительный опыт внедрения систем на основе ИИ, является Amazon. С 2018 г. успешно функционирует беспилотный магазин, оборудованный высокотехнологичными камерами, считывающими поведение человека с момента его входа в магазин и до оплаты товара. Такая система используется для определения наиболее востребованных позиций, включая ценовую характеристику, наименее востребованные позиции и на основании полученных данных корректируется работа компании с целью ее дальнейшего развития.

Еще одним инструментом, направленным на оптимизацию работы сотрудников, являются сенсорные холодильники, которые внедрила в свою сеть аптек компания Walgreen's. Такие холодильники связаны с системой инвентаризации, т.е. в момент, когда тот или иной товар заканчивается, складские работники получают сигнал и пополняют

холодильники необходимой продукцией. Также сенсорные холодильники оснащены камерами распознавания лиц, которые позволяют анализировать информацию о наиболее популярных товарах и определить взаимосвязь между покупателями и потребляемыми товарами. и на основе этих данных персонализирует рекламу для конкретных покупателей.

Таким образом, внедрение подобных систем в российскую практику позволит повысить конкурентоспособность компаний путем персонализированного подхода к клиентам и повышения уровня их удовлетворенности товарами и услугами в той или иной торговой точке, а также оптимизировать работу сотрудников, отдав современным технологиям на основе ИИ выполнение рутинных процессов, давая возможность персоналу больше времени уделять каждому покупателю, чтобы у него остались положительные эмоции от посещения супермаркета, гипермаркета и любого другого магазина и было желание вернуться в него снова.

Заключение

Российский ритейл продолжает развиваться несмотря на возникшие в связи со сложной геополитической обстановкой сложности, включая разрыв многих международных соглашений в области торговли и логистики. Активное внедрение в последние несколько лет в розничную торговлю, как и во многие другие отрасли экономики, технологий на основе ИИ, обусловлено необходимостью модернизации и совершенствования данной отрасли, выступающей одним из приоритетных секторов российской экономики.

Используемые в ритейле современные технологии, с одной стороны, способствуют развитию компаний, позволяя анализировать рынок, прогнозировать и контролировать складские запасы в целях недопущения их дефицита или избытка, с другой, выступают помощниками для покупателей. В будущем внедрение систем и технологий на основе ИИ позволит российскому ритейлу повысить качество оказываемых услуг и,

соответственно, конкурентоспособность отечественных компаний, выйти и закрепиться на мировой арене.

Список литературы

1. Абдуллаев Э. А. Искусственный интеллект и его влияние на экономику и бизнес // Молодой ученый. - 2023. - № 6 (453). - С. 2-3.
2. Назаров Д.М., Назаров А.Д. Перспективы искусственного интеллекта и их влияния на цифровую экономику России // Умная цифровая экономика. - 2022. - №3. - С. 55-59.
3. Миргородская О.Н., Иванченко О.В. Использование технологий искусственного интеллекта в маркетинговой деятельности зарубежных и российских ритейл-компаний // Вестник Ростовского государственного университета. - 2021. - №3 (75). - С. 87-96.
4. Семенова А.А. Будущее цифрового ритейла: тренды для инноваций // Петербургский экономический журнал. - 2020. - №1. - С. 64-69
5. Адаева А.Р., Соловьева Н.Е. Искусственный интеллект, машинное обучение и системы прогнозирования в ритейле // International Journal of Advanced Studies in Computer Engineering. - 2022. - № 1. - С. 33-40.
6. Вуттке Л. Искусственный интеллект в розничной торговле: области применения, разработки и проблемы // Datasolut. Mehr Wert mit KI [Электронный ресурс]. URL: <https://datasolut.com/kunstliche-intelligenz-im-einzelhandel/> (дата обращения 01.03.2024).
7. Мейн И. Искусственный интеллект в торговле – чему оптовая торговля может научиться у розничной торговли? // Qymatix [Электронный ресурс]. URL: <https://qymatix.de/de/kuenstliche-intelligenz-im-grosshandel-einzelhandel/> (дата обращения 01.03.2024).
8. Вебер Ф., Шютте Р. Современное состояние и внедрение искусственного интеллекта в розничной торговле // Цифровая политика, регулирование и управление [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/333222953_State-of-the-art_and_adoption_of_artificial_intelligence_in_retail (дата обращения 01.03.2024).
9. Вагнер П. Искусственный интеллект в розничной торговле // LocationInsider. Digitalisierung des Handels [Электронный ресурс]. URL: <https://locationinsider.de/kuenstliche-intelligenz-im-einzelhandel/> (дата обращения 01.03.2024).
10. Арская Е.В., Усатова Л.В., Подмокова В.Н. Понятия, сущность и функции розничной торговли в современных условиях // Белгородский экономический вестник. - 2021. - № 1(101). - С. 152-157.

11. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Розничная торговля и общественное питание [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya#> (дата обращения: 02.03.2024).

References

1. Abdullaev E.A. Artificial intelligence and its impact on economics and business (2023). *Young scientist*, 6 (453), 2-3.
2. Nazarov D.M., Nazarov A.D. Prospects of artificial intelligence and their impact on the digital economy of Russia (2022). *Smart digital Economy*, 3, 55-59.
3. Mirgorodskaya O.N., Ivanchenko O.V. The use of artificial intelligence technologies in marketing activities of foreign and Russian retail companies (2021). *Bulletin of the Rostov State University*, 3 (75), 87-96.
4. Semenova A.A. The future of digital retail: trends for innovation (2020). *St. Petersburg Economic Journal*, 1, 64-69
5. Adaeva A.R., Solovyova N.E. Artificial intelligence, machine learning and forecasting systems in retail (2022). *International Journal of Advanced Studies in Computer Engineering*, 1, 33-40.
6. Wuttke L. Artificial intelligence in retail: applications, developments and problems // Datasolut. Mehr Wert mit KI [Electronic resource]. URL: <https://datasolut.com/kunstliche-intelligenz-im-einzelhandel/> (Date of access 01.03.2024).
7. Main I. Artificial intelligence in trade – how can wholesale trade differ from retail? // Qymatix [Electronic resource]. URL: <https://qymatix.de/de/kuenstliche-intelligenz-im-grosshandel-einzelhandel/> / (Date of access 01.02.2024).
8. Weber F., Schutte R. The current state and implementation of artificial intelligence in retail trade // *Digital policy, regulation and management* [Electronic resource]. URL: https://www.researchgate.net/publication/333222953_State-of-the-art_and_adoption_of_artificial_intelligence_in_retail (Date of access 01.03.2024).
9. Wagner P. Artificial intelligence in retail trade // *LocationInsider. Digitalisierung des Handels* [Electronic resource]. URL: <https://locationinsider.de/kuenstliche-intelligenz-im-einzelhandel/> (Date of access 01.03.2024).
10. Arskaya E.V., Usatova L.V., Podmokova V.N. The concept, essence and functions of retail trade in modern conditions (2021). *Belgorod Economic Bulletin*, 1(101), 152-157.
11. Official website of the Federal State Statistics Service. Retail trade and catering [Electronic resource]. URL: [https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya #](https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya#) (Date of access 02.03.2024).

УДК 332.05

Подходы к разработке концепции стратегии цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта

Г.И. Шепелин

Российский Университет Транспорта МИИТ Академия водного транспорта, г. Москва, 101000, Россия
line75@yandex.ru

Статья поступила 26.04.2024

Аннотация

Подходы к разработке концепции стратегии цифровой трансформации определяют развитие цифровых сервисов, необходимых для трансформации бизнес-процессов и направлены на удовлетворение потребностей субъектов водного транспорта; содержат подходы к трансформации культуры, бизнес-процессов и технологий, перечень направлений, проектов и оценку потенциальных эффектов от их реализации, кадровые ресурсы и их компетенции, необходимые для трансформации. Цель статьи – показать возможные подходы к разработке концепции стратегии цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта. Использованы информационные, математические, логические методы. В результате показано, что в составе стратегии должна быть разработана финансовая модель цифровой трансформации, учитывающая, к примеру, такие показатели, как объем инвестиций по годам в цифровые платформы, инфраструктуру ИТ и связи. Автором определены негативные внешние факторы разработки концепции стратегии, такие, как интенсивный рост цен на отечественное программное обеспечение и связанные с ним работы (услуги), недостаток необходимой радиоэлектронной продукции российского производства, отсутствие единой методологии распределения текущих и планируемых затрат на информационно-коммуникационные технологии и другое. Дальнейшие исследования направлены на непосредственную разработку стратегии.

Ключевые слова: подходы, цифровая трансформация, стратегия, хозяйствующие субъекты, водный транспорт, финансовая модель

JELcodes: R49; G17; L91; O38

Approaches to the development of a digital strategy concept transformations of economic entities of water transport

G.I. Shepelin

Russian University of Transport MIIT Academy of Water Transport, Moscow, 101000, Russia
line75@yandex.ru

Received 26.04.2024

Abstract

Approaches to the development of the digital transformation strategy concept define the development of digital services necessary for the transformation of business processes and are aimed at meeting the needs of water transport entities; contain approaches to the transformation of culture, business processes and technologies, a list of directions, projects and an assessment of potential effects from their implementation, human resources and their competencies necessary for transformation. The purpose of the article is to show possible approaches to the development of a digital transformation strategy for economic entities of water transport. Information, mathematical, and logical methods were used. As a result, it is shown that a financial model of digital transformation should be developed as part of the strategy, taking into account, for example, such indicators as the volume of investments by year in digital payment forms, IT infrastructure and communications. The author identifies negative external factors in the development of the strategy concept, such as an intensive increase in prices for domestic software and related works (services), a lack of necessary Russian-made radioelectronic products, the lack of a unified methodology for allocating current and planned costs for information and communication technologies, and more. Further research is aimed at the direct development of the strategy.

Keywords: approaches, digital transformation, strategy, business entities, water transport, financial model

Введение

В соответствии с Паспортом Стратегии цифровой трансформации транспортной отрасли Российской Федерации в настоящий момент перед транспортной отраслью Российской Федерации стоит ряд вызовов, один из которых – отсутствие возможности оперативного стратегического управления транспортным комплексом из единого центра в зависимости от ситуации.

Цифровая трансформация (цифровизация) транспортной отрасли может помочь преодолеть данный вызов. Однако существующая структура цифровых решений/ИТ-систем транспортной отрасли имеет проблему – отсутствие цифрового инструмента контроля всей транспортной системы Российской Федерации из единого федерального центра – ситуационно-информационного центра Минтранса России.

Актуальность представленного исследования обусловлена высокой значимостью с «целью решения национальной задачи по обеспечению ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере» [1].

Анализ последних исследований и публикаций

Исследованиями в области внутреннего водного транспорта, ее логистики, конкурентоспособности в эпоху цифровой трансформации занимались ученые Алексеев А.Н., Королев Г.В. [2], Свиридова С.В., Шкарупета Е.В., Арчакова С.Ю. [3].

Исследовали инновации, изучали направления стратегии водного транспорта Мальгин И.Г., Комашинский В.И. [4], Фуртатова А.С., Каменик Л.Л. [5].

Изучению инструментов цифровизации и цифровой трансформации в экономике и промышленности посвятили свои работы: Ганчеренок И., Горбачев Н., Ничипорук А., Шумовская Н., Харченко О. [6] и другие российские ученые-исследователи.

Вместе с тем, в настоящее время недостаточно обсуждены подходы к разработке

концепции стратегии цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта.

Данные и методы

Концептуально цифровая трансформация является преобразованием хозяйствующего субъекта посредством осуществления проектов, планов и программ цифровой трансформации внутренней среды и оптимизации его окружения, направленной на рост доли цифровых процессов цепочки поставок и цифровизации внешней среды. Поэтому методологическая основа исследования построена в соответствии с тремя ключевыми принципами познания: детерминизма, соответствия и дополнительности. В исследовании использованы информационные, математические, логические и языковые средства познания.

Модель

Модель исследования составляют базис, целевой ориентир, индикаторы трансформации, ее характеристика, каналы, способ и направления реализации.

Базисом цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта в настоящее время является развитие технологического суверенитета, использование отечественных облачных решений, выделение и модернизация целевых и базовых производственных процессов, создание и установка приоритетов в бюджетах по инвестициям ИТ на кратко- средне- и долгосрочную перспективу, создание управленческого механизма цифровой трансформации, участие в комплексных научно-технических проектах «Цифровой субъект водного транспорта».

Целевым ориентиром цифровой трансформации является достижение результата, при котором не менее половины добавленной стоимости хозяйствующих субъектов водного транспорта создается при помощи цифровых технологий.

Индикатором качества цифровой трансформации является интеграция и(или) спо-

способность к интеграции внутренних систем и процессов хозяйствующих субъектов водного транспорта с цифровыми системами отрасли, зарубежных партнеров.

Индикатором реалистичности цифровой трансформации является адаптивность организационной модели и корпоративной культуры хозяйствующих субъектов водного транспорта, ориентированность на лидера – локомотива цифровой трансформации отрасли, ориентированность на рынки будущего, цифровая интегрированность с федеральными и региональными органами власти.

Характеристиками цифровой трансформации являются: высокий уровень резервирования и отказоустойчивости, ориентирование на несколько региональных вычислительных центров, расположенных в зоне действия хозяйствующих субъектов водного транспорта, внедрение целевой архитектуры и технологий, обеспечивающие непрерывность работы информационных систем, вычислительный центр высокого уровня, обеспечивающий технологии и вычислительный центр высокого уровня, обеспечивающий устойчивость управления.

Каналы цифровой трансформации, требующие общепромышленных решений, должна обеспечивать цифровая связь – оптоволокно, Глонасс GPS и CDKM (луч), обеспечивающие связанную работу всех автоматизированных систем хозяйствующих субъектов водного транспорта, базовые станции операторов, объединяющие мобильные устройства, выполняющие роли пассивного датчика и источника информации для IoT платформ, а также данные сотовых операторов и интернет компаний, объединяющих обезличенные и деперсонализированные данные с мобильных приложений.

Способом реализации цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта является реализация проектов основной деятельности, инфраструктурных проектов и проектов IoT инфраструктуры, проектов мониторинга гидрометеорологических параметров и мониторинга экологических параметров.

Направлениями реализации цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта являются «оцифровка» существующей инфраструктуры и процессов, разработка новых цифровых процессов и инновационной инфраструктуры, синхронизация с государственными и отраслевыми задачами, учитывающие директивы Правительства, инициативы Индустриального центра компетенций по замещению зарубежных отраслевых цифровых продуктов и решений, включая программно-аппаратные комплексы, «Морской и речной транспорт». При этом необходимо учитывать такие внутренние факторы, как: сложности в синхронизации показателей цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта с показателями, установленными государством; применение различных подходов при расчете показателей эффективности и соответствующих им индикаторов перехода на использование отечественного программного обеспечения; методологические ошибки при расчете значений ключевых показателей эффективности цифровой трансформации. Индустриальный центр компетенций по замещению зарубежных отраслевых цифровых продуктов и решений, включая программно-аппаратные комплексы, «Морской и речной транспорт» (ИЦК «Морской и речной транспорт») создан в рамках исполнения перечня поручений Председателя Правительства Российской Федерации М.В. Мишустина по итогам конференции «Цифровая индустрия промышленной России» от 16.06.2022 № ММ-П10-10127.

Технологические решения цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта должны быть основаны на сквозных информационных технологиях, включая: интернет вещей, большие данные, распределенные реестры, интеллектуальные системы, реализующие, в том числе, методы машинного обучения, виртуальная и дополненная реальность, а также новые технологии передачи данных, включая квантовые коммуникации. Особое внимание должно уделяться созданию цифровых двойников.

Для осуществления концепции должна быть разработана стратегия цифровой

трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта, реализация приоритетных направлений которой оценивается по достижению конкретных, измеряемых результатов – показателей, отражающих прогресс по разным направлениям. Особое внимание в стратегии должно быть уделено информационной безопасности, импортозамещению и направлению по работе с рисками.

Результаты исследования

Положим в основу разработки концепции стратегии цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта полученные на основе личных исследований рекомендуемые значения показателей осуществления инновационных вложений хозяйствующих субъектов водного транспорта, которые приведены в табл. 1, рекомендуемые значения показателей деятельности организаций, осуществляющих инновационные вложения в кораблестроении, которые приведены в табл. 2.

Таблица 1. Рекомендуемые значения показателей осуществления инновационных вложений хозяйствующих субъектов водного транспорта

№ п/п	Показатели	Значение
1	Нормированный показатель (НП) объема инновационных товаров, работ по уровню новизны	1.01 и выше
2	НП объема товаров, работ вновь введенных или подвергавшихся значительным технологическим изменениям	1.01 и выше
3	НП объема товаров, работ, подвергавшихся усовершенствованию	1.01 и выше
4	НП затрат на инновационную деятельность	1.01 и выше
5	НП собственных средств организаций, направленных на инновационную деятельность	1.01 и выше
6	НП объема совокупной оценки статей затрат на инновационную деятельность	1.01 и выше
7	НП объема инновационных товаров, работ созданных с использованием результатов интеллектуальной деятельности, права на которые принадлежат российским правообладателям	1.01 и выше

8	НП удельного веса организаций, осуществлявших экологические инновации, в общем числе организаций, имевших завершённые инновации	1.01 и выше
9	НП удельного веса организаций, участвовавших в совместных проектах по выполнению исследований и разработок	1.01 и выше
10	НП совокупной оценки совместных проектов на инновационную деятельность	1.01 и выше
11	НП совокупной оценки удельного веса организаций, инновационная деятельность которых прервана	1.01 и выше
12	НП среднесписочной численности работников, участвующих в инновационной деятельности	1.01 и выше
13	НП среднесписочной численности работников, имеющих высшее образование, которые участвуют в инновационной деятельности	1.01 и выше
14	НП числа научно-исследовательских, проектно-конструкторских подразделений	1.01 и выше
15	НП численности работников в подразделениях, выполнявших научные исследования и разработки	1.01 и выше
16	Комплексный показатель оценки осуществления инновационных вложений организациями кораблестроения	1.01 и выше
17	Единичный показатель оценки осуществления инновационных вложений организациями кораблестроения	1.01 и выше

Таблица 2. Рекомендуемые значения показателей деятельности организаций, осуществляющих инновационные вложения в кораблестроении

№ п/п	Показатели	Значение
1	НП уровня инновационной активности организаций	1.01 и выше
2	НП соотношения объема инновационных товаров, работ к затратам на их производство	1.01 и выше
3	НП рентабельности продаж инновационных товаров и работ	1.01 и выше
4	НП объема продаж инновационных товаров и работ на 1 работника организаций, осуществлявших инновационную деятельность	1.01 и выше
5	НП объема продаж инновационных товаров и работ на 1 работника с высшим образованием в организациях, осуществлявших инновационную деятельность	1.01 и выше

6	НП объема инновационных товаров, работ созданных с использованием результатов интеллектуальной деятельности, права на которые принадлежат российским правообладателям, в общем объеме инновационных товаров, работ	1.01 и выше
7	Комплексный показатель оценки деятельности организаций, осуществляющих инновационные вложения в кораблестроении	1.01 и выше
8	Единичный показатель оценки деятельности организаций, осуществляющих инновационные вложения в кораблестроении	1.01 и выше

Также предлагаются два интегральных показателя:

1. Комплексный показатель инновационной активности организаций, осуществляющих кораблестроение – значение – 1,01 и выше;

2. Единичный показатель оценки инновационной активности организаций, осуществляющих кораблестроение – значение – 1,01 и выше.

Для реализации стратегии должна быть разработана Программа развития информационных технологий хозяйствующих субъектов водного транспорта, которая будет являться технологической основой цифровой трансформации и определять основные направления развития технической и инфраструктурной базы для обеспечения реализации цифровой трансформации, в частности: организации информационных технологий, телекоммуникаций, инфраструктуры, использования отечественного программного обеспечения, а также определять приоритетные для хозяйствующих субъектов водного транспорта цифровые технологии.

Стратегические документы хозяйствующих субъектов водного транспорта, включая концепцию, должны содержать мероприятия, снижающие такие негативные явления, как:

- 1) высокая аварийность ввиду человеческого фактора;
- 2) низкая мобильность населения;
- 3) низкая привлекательность транспортных коридоров Российской Федерации ввиду высокой транзакционной нагрузки (бу-

мажные документы, контрольные процедуры, посредники);

4) отсутствие возможности оперативного управления транспортным комплексом из единого центра в зависимости от ситуации;

5) низкая информированность и скоординированность действий федеральных, региональных и местных органов власти, субъектов транспортной деятельности по вопросам обеспечения безопасности на транспорте (включая транспортную безопасность, кибербезопасность) вследствие отсутствия единой защищенной цифровой среды оперативного взаимодействия;

6) отсутствие возможности мониторинга состояния объектов транспортной инфраструктуры на всех этапах жизненного цикла.

В концепции цифровой трансформации должны быть определены миссия и стратегическая цель хозяйствующих субъектов водного транспорта.

Основными задачами Концепции цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта должны стать:

1) обеспечение роста конкурентоспособности отдельных услуг хозяйствующих субъектов водного транспорта как внутри отрасли, так и по отношению к другим видам транспорта;

2) повышение доступности и качества услуг хозяйствующих субъектов водного транспорта для грузоотправителей;

3) повышение уровня безопасности, экологичности услуг хозяйствующих субъектов водного транспорта;

4) повышение производственного потенциала хозяйствующих субъектов водного транспорта;

5) повышение конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности хозяйствующих субъектов водного транспорта;

6) увеличение объемов перевозок пассажиров хозяйствующих субъектов водного транспорта, в том числе, на социально значимых маршрутах;

7) увеличение объема перевозок хозяйствующих субъектов водного транспорта внешнеторговых грузов и транзита по внутренним водным путям

8) учет особенностей цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта для способности взаимодействия на межгосударственном уровне.

Концепция цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта должна реализовываться по таким направлениям, как:

1) обновление карт существующих процессов хозяйствующих субъектов водного транспорта с позиции их цифровой трансформации;

2) разработка карт цифровых процессов хозяйствующих субъектов водного транспорта;

3) разработка программных продуктов хозяйствующих субъектов водного транспорта;

4) внедрение программных продуктов на хозяйствующих субъектах водного транспорта;

5) реализация инноваций на хозяйствующих субъектах водного транспорта, в том числе, инфраструктурных;

6) обучение персонала хозяйствующих субъектов водного транспорта работе с программными продуктами;

7) обучение персонала хозяйствующих субъектов водного транспорта работе с новыми технологиями;

8) обучение массового пользователя пользованию программными продуктами.

Для реализации цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта в концепции должна быть предусмотрена разработка локальных нормативных актов сопровождения цифровой трансформации.

Заключение

Таким образом, цифровая трансформация хозяйствующих субъектов водного транспорта, на наш взгляд, должна осуществляться в логике реализации ключевых стратегических инициатив, с одновременным развитием структуры, модели и системы управления, кадрового потенциала и корпоративной культуры. Реализация Концепции цифровой трансформации должна позволить к намеченному времени внести

необходимые изменения в систему профессиональных ценностей, изменить корпоративную культуру и управленческую парадигму хозяйствующих субъектов водного транспорта, обеспечить устойчивость процесса функционирования и развития хозяйствующих субъектов водного транспорта как инновационного, технологического и цифрового.

Ведущими ориентирами деятельности хозяйствующих субъектов водного транспорта по трансформации ключевых и вспомогательных процессов, структуры и системы управления хозяйствующих субъектов водного транспорта для решения задач преобразования в центр инновационного, технологического и цифрового развития отрасли являются:

1) необходимость совместной с органами власти, муниципальными образованиями, предприятиями и организациями реального сектора экономики направленной работы по формированию и реализации Концепции цифровой трансформации для решения задач обновления основных фондов субъектов водного транспорта за счет появления и роста новых проектов, их ускоренной институционализации;

2) необходимость обеспечения устойчивой конкурентоспособности и финансовой безопасности субъектов водного транспорта в долгосрочной перспективе, в том числе посредством создания инновационных проектов;

3) необходимость интеграции хозяйствующих субъектов водного транспорта в систему экономических, инновационных и цифровых отношений в регионах присутствия в качестве центра инновационного, технологического и цифрового развития по приоритетным секторам деятельности, в том числе посредством экспертно-консультационной поддержки актуализации стратегий социально-экономического развития и отраслевых стратегий.

При разработке стратегии цифровой трансформации необходимо принять во внимание развитие цифровых сервисов, которые требуются для изменения бизнес-процессов и удовлетворения потребностей

субъектов водного транспорта. Стратегия должна также включать подходы к изменению культуры, бизнес-процессов и технологий, а также определить направления, проекты и потенциальные эффекты от их реализации. Для этого необходимы подготовленные кадровые ресурсы в транспортной отрасли с соответствующими компетенциями.

Также в рамках стратегии следует разработать финансовую модель цифровой трансформации хозяйствующих субъектов водного транспорта, которая учитывает объем инвестиций на цифровые платформы, ИТ и связи в разные годы. Необходимо учесть и негативные внешние факторы, такие как рост цен на отечественное программное обеспечение и связанные услуги, ограничение доступности отечественной радиоэлектронной продукции, а также отсутствие единой методологии распределения затрат на информационно-коммуникационные технологии хозяйствующих субъектов водного транспорта и другие факторы.

Список литературы

1. Цифровая экономика РФ [Электронный ресурс] / Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (digital.gov.ru). URL: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/?utm_referrer=https%3a%2f%2fyandex.ru%2f
2. Алексеев А. Н., Королев Г.В. Реорганизация предприятий в эпоху цифровизации // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1. Экономика и управление. – 2019. – № 2 (29). – С. 65–77. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=39557151> (дата обращения: 21.06.2023).
3. Свиридова С. В., Шкарупета Е. В., Арчакова С. Ю. Механизм управления инновационной средой предприятия в условиях цифровой экономики // Организатор производства. 2019. № 1. С. 27–83.
4. Малыгин И. Г., Комашинский В. И. Некоторые проблемы построения когнитивных транспортных систем и сетей // Труды международной конференции «Транспорт России: проблемы и перспективы – 2015 год». Том. 1. С. 3–8.
5. Фуртатова А.С. Каменник Л.Л. Тенденции формирования инновационно–ресурсного подхода в управлении предприятием водно–промышленного комплекса // Креативная экономика, 2019. – Том 13. – №3 – С. 459–470.
6. Gancherenok, Igor & Gorbachev, Nikolay & Nichiporuk, Andrey & Shumovskaya, Natalia & Kharchenko, Olga. (2022). Problems of digitalization of inland water transport // Russian Journal of Water Transport. 110–124. 10.37890/jwt.vi70.233.

References

1. Digital Economy of the Russian Federation [Electronic Resource] / Ministry of Digital Development, Communications and Mass Media of the Russian Federation (digital.gov.ru). URL: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/?utm_referrer=https%3a%2f%2fyandex.ru%2f
2. Alekseev A. N., Korolev G.V. Reorganization of enterprises in the era of digitalization // *Bulletin of the Moscow State University named after S.Yu. Witte. Series 1. Economics and management.* – 2019. – № 2 (29). – Pp. 65-77. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=39557151> (date of application: 06/21/2023).
3. Sviridova S. V., Shkarupeta E. V., Archakova S. Yu. The mechanism of management of the innovative environment of the enterprise in the conditions of the digital economy // *Organizator of production.* 2019. No. 1. pp. 27-83.
4. Malygin I. G., Komashinsky V. I. Some problems of building cognitive transport systems and networks // *Proceedings of the international conference "Transport of Russia: problems and prospects – 2015".* Vol. 1. Pp. 3-8.
5. Furtatova A.S. Kamenik L.L. Trends in the formation of an innovative resource approach in the management of a water–industrial complex enterprise // *Creative economics*, 2019. – Volume 13. – No.3 – pp. 459-470.
6. Gancherenok, Igor and Gorbachev, Nikolai and Nichiporuk, Andrey and Shumovskaya, Natalia and Kharchenko, Olga. (2022). Problems of digitalization of inland waterway transport // *Russian Journal of Water Transport.* 110-124. 10.37890/jwt.vi70.233.

Абрамов Виктор Иванович – доктор экономических наук, профессор, доцент кафедры «Управление бизнес-проектами», факультет бизнес-информатики и управления комплексными системами, Национальный исследовательский ядерный университет МИФИ; e-mail: viabramov@merphi.ru (ш. Каширское, 31, г. Москва, Российская Федерация, 115409);

Аблитаров Эрнест Рефатович – обучающийся кафедры экономики предприятия, Институт экономики и управления, Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского; e-mail: ablitaroff@mail.ru (пр. Академика Вернадского, 4, г. Симферополь, Российская Федерация, 295007).

Андреева Лариса Александровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент», Мелитопольский государственный университет; e-mail: cherkasova2408@yandex.ru (ул. Б. Хмельницкого, 18, г. Мелитополь, Запорожская область Российская Федерация, 272312).

Барыкин Сергей Евгеньевич – доктор экономических наук, профессор, доцент, Высшая школа сервиса и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; e-mail: sbe@list.ru (ул. Политехническая, д. 29, литера Б, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, 195251).

Берсенева Влада Витальевна – доцент кафедры «Туризм, сервис и гостиничный бизнес», Институт развития города; Севастопольский государственный университет; e-mail: vlarech@inbox.ru (ул. Университетская, 33, г. Севастополь, Российская Федерация, 299053);

Биттер Наталья Викторовна – кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой рекреационной географии, сервиса, туризма и гостеприимства;

Алтайский государственный университет; e-mail: valeolog@yandex.ru (пр. Ленина, 61, г. Барнаул, Российская Федерация, 61656049).

Быкова Вера Александровна – кандидат географических наук, доцент кафедры рекреационной географии, сервиса, туризма и гостеприимства, Алтайский государственный университет; e-mail: vera-bykova-22@mail.ru (пр. Ленина, 61, г. Барнаул, Российская Федерация, 61656049).

Вашкевич Наталья Петровна – соискатель, Высшая школа сервиса и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; e-mail: natali.vashkevich@internet.ru (ул. Политехническая, д. 29, литера Б, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, 195251).

Верна Вероника Валериевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Туризм», Крымский университет культуры, искусств и туризма; e-mail: nica2605@rambler.ru (Киевская, 39, г. Симферополь, Российская Федерация, 295017); доцент кафедры «Менеджмент, туризм и гостиничный бизнес», Севастопольский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова; e-mail: nica2605@rambler.ru (Вакуленчука, 29, г. Севастополь, Российская Федерация, 299053).

Гордеев Владимир Владимирович – аспирант факультета бизнес-информатики и управления комплексными системами, Национальный исследовательский ядерный университет МИФИ; e-mail: v.gordeev.v@gmail.com (ш. Каширское, 31, г. Москва, Российская Федерация, 115409).

Каширина Екатерина Сергеевна – кандидат географических наук, доцент, Филиал МГУ в г. Севастополе (ул. Героев Севастополя, г. Севастополь, Российская Федерация, 7299001); доцент кафедры «Туризм, сервис и гостиничный бизнес»,

Институт развития города;
Севастопольский государственный
университет; e-mail: e_katerina.05@mail.ru
(Университетская, 33, г. Севастополь,
Российская Федерация, 299053).

Кирильчук Светлана Петровна – доктор
экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой экономики
предприятия, Крымский федеральный
университет им. В.И. Вернадского; e-mail:
skir12@yandex.ru (проспект Академика
Вернадского, 4, г. Симферополь,
Российская Федерация, 295007).

Косовская Мария Алексеевна – старший
преподаватель кафедры «Агротехнологии»,
Институт развития города, старший
преподаватель кафедры «Радиоэкология и
экологическая безопасность», Институт
ядерной энергии и промышленности;
Севастопольский государственный
университет; e-mail: makosovskaya@
mail.sevsu.ru, (ул. Университетская, 33,
Севастополь, Российская Федерация,
299053).

Котляров Иван Дмитриевич – кандидат
экономических наук, доцент, доцент,
Высшая школа сервиса и торговли; Санкт-
Петербургский политехнический
университет Петра Великого; e-mail:
ivan.kotliarov@mail.ru (ул.
Политехническая, д. 29, литера Б, г. Санкт-
Петербург, Российская Федерация, 195251).

Леонова Ирина Леонидовна – ассистент
кафедры «Туризм, сервис и гостиничный
бизнес», Институт развития города;
Севастопольский государственный
университет; e-mail:
comfytrafe31@gmail.com (ул.
Университетская, 33, г. Севастополь,
Российская Федерация, 299053).

Лямина Наталья Викторовна – кандидат
биологических наук, доцент кафедры
«Агротехнологии», Институт развития
города; Севастопольский государственный
университет; e-mail:

nvlyamina@mail.sevsu.ru (ул.
Университетская, 33, Севастополь,
Российская Федерация, 299053).

Мацюра Елена Сергеевна – кандидат
экономических наук, доцент, заведующий
сектором анализа и планирования научных
исследований, Алтайский государственный
университет; e-mail: permyakova@mail.asu.ru
(пр. Ленина, 61, г. Барнаул, Российская
Федерация, 61656049).

Наливайченко Екатерина Владимировна
– доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры экономики
предприятия, Институт экономики и
управления, Крымский федеральный
университет им. В.И. Вернадского, e-mail:
katnaliv@yandex.ru (проспект Академика
Вернадского, 4, г. Симферополь,
Российская Федерация, 295007).

Пискун Елена Ивановна – доктор
экономических наук, доцент, заведующий
кафедрой «Туризм, сервис и гостиничный
бизнес», Институт развития города;
Севастопольский государственный
университет; e-mail: lenapiskun@mail.ru.
(Университетская, 33, г. Севастополь,
Российская Федерация, 299053).

Рыбальченко Нина Павловна – кандидат
наук по государственному управлению,
доцент кафедры «Менеджмент»,
«Мелитопольский государственный
университет»; e-mail: ninarybka07@mail.ru
(ул. Б. Хмельницкого, 18, г. Мелитополь,
Запорожская область Российская
Федерация, 272312).

Скараник Станислава Степановна –
кандидат экономических наук, доцент
кафедры «Мировая экономика и
экономическая теория», Крымский
инженерно-педагогический университет
имени Февзи Якубова; e-mail:
stanislava1307@mail.ru (Учебный, 8, г.
Симферополь, Российская Федерация,
295015); доцент кафедры «Туризм, сервис и
гостиничный бизнес», Институт развития

города, Севастопольский государственный университет; e-mail: stanislava1307@mail.ru (Университетская, 33, г. Севастополь, Российская Федерация, 299053).

Столяров Александр Дмитриевич – научный сотрудник НОЦ «Цифровая трансформация бизнеса», НУ Институт прикладных информационных технологий; e-mail: mr.alexst@gmail.com (ш. Каширское, 53, корп.5, г. Москва, Российская Федерация, 115211).

Шабалина Наталия Владимировна – кандидат географических наук, доцент кафедры рекреационной географии и туризма, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова; доцент кафедры «Туризм, сервис и гостиничный бизнес», Институт развития города; Севастопольский государственный университет; e-mail: natshab@yandex.ru (ул. Университетская, 33, Севастополь, Российская Федерация, 299053).

Швец Екатерина Анатольевна – экономист 1 категории, Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Смоленской области; e-mail: shvets.ekaterina1209@mail.ru (ул. Тенишевой, д.17-А, г. Смоленск, Смоленская область, Российская Федерация, 214014).

Шепелин Геннадий Ильич – кандидат экономических наук, доцент, и.о. заведующего кафедрой «Эксплуатация водного транспорта», Российский Университет Транспорта МИИТ Академия водного транспорта; e-mail: line75@yandex.ru (ул. Судостроительная, д. 46, стр. 1, г. Москва, Российская Федерация, 115407).

Шкаруба Виктория Ивановна – обучающаяся кафедры «Туризм, сервис и гостиничный бизнес», Институт развития города; Севастопольский государственный университет; e-mail: shulvi2020@yandex.ru (ул. Университетская, 33, г. Севастополь, Российская Федерация, 299053).

Щербакова Светлана Александровна – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры географии, Смоленский государственный университет; e-mail: sollos@mail.ru (ул. Пржевальского, д. 4, г. Смоленск, Смоленская область, Российская Федерация, 214000); доцент кафедры «Туризм, сервис и гостиничный бизнес», Институт развития города; Севастопольский государственный университет; e-mail: sollos@mail.ru (Университетская, 33, г. Севастополь, Российская Федерация, 299053).

INFORMATION about the AUTHORS

Abramov Viktor Ivanovich – Doctor of Economics, Professor, Associate Professor of the Department of Business Project Management, Faculty of Business Informatics and Integrated Systems Management, National Research Nuclear University MEPhI; e-mail: viabramov@mephi.ru (Kashirskoe highway, 31, Moscow, Russian Federation, 115409);

Ablitarov Ernest Refatovich – student of the Department of Enterprise Economics, Institute of Economics and Management, Crimean Federal University. IN AND. Vernadsky; e-mail: ablitaroff@mail.ru (4 Akademika Vernadsky Ave., Simferopol, Russian Federation, 295007).

Andreeva Larisa Aleksandrovna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management, Melitopol State University; e-mail: cherkasova2408@yandex.ru (B. Khmel'nitsky St., 18, Melitopol, Zaporozhye region, Russian Federation, 272312).

Barykin Sergey Evgenievich – Doctor of Economics, Professor, Associate Professor, Higher School of Service and Trade, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; e-mail: sbe@list.ru (29 Politekhnicheskaya str., letter B, St. Petersburg, Russian Federation, 195251).

Berseneva Vlada Vitalievna – Associate Professor of the Department of Tourism, Service and Hotel Business, Institute of Urban Development; Sevastopol State University; e-mail: vlarech@inbox.ru (University street, 33, Sevastopol, Russian Federation, 299053);

Bitter Natalya Viktorovna – candidate of pedagogical sciences, associate professor, head of the department of recreational geography, service, tourism and hospitality; Altai State University; e-mail: valeolog@yandex.ru (61 Lenina Ave., Barnaul, Russian Federation, 61656049).

Bykova Vera Aleksandrovna – Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the Department of Recreational Geography, Service, Tourism and Hospitality, Altai State University; e-mail: vera-bykova-22@mail.ru (Lenin Ave., 61, Barnaul, Russian Federation, 61656049).

Vashkevich Natalya Petrovna – applicant, Higher School of Service and Trade, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; e-mail: natali.vashkevich@internet.ru (29 Politekhnicheskaya str., letter B, St. Petersburg, Russian Federation, 195251).

Verna Veronika Valerievna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism, Crimean University of Culture, Arts and Tourism; e-mail: nica2605@rambler.ru (Kyiv, 39, Simferopol, Russian Federation, 295017); Associate Professor of the Department of Management, Tourism and Hotel Business, Sevastopol Branch of the Russian Economic University named after. G.V. Plekhanov; e-mail: nica2605@rambler.ru (Vakulenchuka, 29, Sevastopol, Russian Federation, 299053).

Gordeev Vladimir Vladimirovich – graduate student of the Faculty of Business Informatics and Management of Complex Systems, National Research Nuclear University MEPhI; e-mail v.gordeev.v@gmail.com (Kashirskoe highway, 31, Moscow, Russian Federation, 115409).

Kashirina Ekaterina Sergeevna – Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Branch of Moscow State University in Sevastopol (Geroev Sevastopol St., Sevastopol, Russian Federation, 7299001); Associate Professor of the Department of Tourism, Service and Hotel Business, Institute of Urban Development; Sevastopol State University; e-mail: e_katerina.05@mail.ru (University, 33, Sevastopol, Russian Federation, 299053).

Kirilchuk Svetlana Petrovna – Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Enterprise Economics, Crimean Federal University. IN AND. Vernadsky; e-mail: skir12@yandex.ru (Academician Vernadsky Avenue, 4, Simferopol, Russian Federation, 295007).

Kosovskaya Maria Alekseevna – senior lecturer of the Department of Agricultural Technologies, Institute of Urban Development, senior lecturer of the Department of Radioecology and Environmental Safety, Institute of Nuclear Energy and Industry; Sevastopol State University; e-mail: makosovskaya@mail.sevsu.ru, (33 Universitetskaya St., Sevastopol, Russian Federation, 299053).

Kotlyarov Ivan Dmitrievich – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor, Higher School of Service and Trade; Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; e-mail: ivan.kotlyarov@mail.ru (29 Politekhnicheskaya str., letter B, St. Petersburg, Russian Federation, 195251).

Leonova Irina Leonidovna – assistant of the department “Tourism, service and hotel business”, Institute of Urban Development; Sevastopol State University; e-mail: comfytrafe31@gmail.com (University street, 33, Sevastopol, Russian Federation, 299053).

Lyamina Natalya Viktorovna – Candidate of Biological Sciences, Associate Professor of the Department of Agricultural Technologies, Institute of Urban Development; Sevastopol State University; e-mail: nvlyamina@mail.sevsu.ru (33 Universitetskaya St., Sevastopol, Russian Federation, 299053).

Matsyura Elena Sergeevna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Sector for Analysis and Planning of Scientific Research, Altai State University; e-mail: permyakova@mail.asu.ru (Lenin Ave., 61, Barnaul, Russian Federation, 61656049).

Nalivaychenko Ekaterina Vladimirovna – Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Enterprise Economics, Institute of Economics and Management, Crimean Federal University. IN AND. Vernadsky, e-mail: katnaliv@yandex.ru (Academician Vernadsky Avenue, 4, Simferopol, Russian Federation, 295007).

Piskun Elena Ivanovna – Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Tourism, Service and Hotel Business, Institute of Urban Development; Sevastopol State University; e-mail: lenapiskun@mail.ru. (University, 33, Sevastopol, Russian Federation, 299053).

Rybalchenko Nina Pavlovna – Candidate of Sciences in Public Administration, Associate Professor of the Department of Management, Melitopol State University; e-mail: ninarybka07@mail.ru (B. Khmelnytsky St., 18, Melitopol, Zaporozhye region, Russian Federation, 272312).

Skaranik Stanislava Stepanovna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of World Economy and Economic Theory, Crimean Engineering and Pedagogical University named after Fevzi Yakubov; e-mail: stanislava1307@mail.ru (Uchebny, 8, Simferopol, Russian Federation, 295015); Associate Professor of the Department of Tourism, Service and Hotel Business, Institute of City Development, Sevastopol State University; e-mail: stanislava1307@mail.ru (University, 33, Sevastopol, Russian Federation, 299053).

Stolyarov Alexander Dmitrievich – researcher at the REC “Digital Transformation of Business”, NU Institute of Applied Information Technologies; e-mail: mr.alexst@gmail.com (Kashirskoe highway, 53, building 5, Moscow, Russian Federation, 115211).

Shabalina Natalia Vladimirovna – Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the Department of Recreational Geography and Tourism, Moscow State University named

after M.V. Lomonosov; Associate Professor of the Department of Tourism, Service and Hotel Business, Institute of Urban Development; Sevastopol State University, e-mail: natshab@yandex.ru (University str., 33, Sevastopol, Russian Federation, 299053).

Shvets Ekaterina Anatolyevna – economist of the 1st category, Territorial body of the Federal State Statistics Service for the Smolensk region; e-mail: shvets.ekaterina1209@mail.ru (Tennisheva str., 17-A, Smolensk, Smolensk region, Russian Federation, 214014).

Shepelin Gennady Ilyich – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Acting Head of the Department of “Operation of Water Transport”, Russian University of Transport MIIT Academy of Water Transport; e-mail line75@yandex.ru (Sudostroitelnaya str., 46, building 1, Moscow, Russian Federation, 115407).

Shkaruba Victoria Ivanovna – student of the Department of Tourism, Service and Hotel Business, Institute of Urban Development; Sevastopol State University; e-mail: shulvi2020@yandex.ru (33 Universitetskaya St., Sevastopol, Russian Federation, 299053).

Shcherbakova Svetlana Aleksandrovna – Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Geography, Smolensk State University; e-mail: sollos@mail.ru (Przhevalskogo str., 4, Smolensk, Smolensk region, Russian Federation, 214000); Associate Professor of the Department of Tourism, Service and Hotel Business, Institute of Urban Development; Sevastopol State University; e-mail: sollos@mail.ru (University, 33, Sevastopol, Russian Federation, 299053).

Научное издание

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ:

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ

2024 • Том 10 • №1

ECONOMY AND MANAGEMENT:

THEORY AND PRACTICE

COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS

Vol. 10 • No 1 • 2024

Учредитель и издатель:

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»
ул. Университетская, 33, Севастополь, 299053, Российская Федерация

Адрес редакции:

ул. Университетская, 33, Севастополь, 299053, Российская Федерация
E-mail: snteutp@mail.ru

Сборник включен в Российский индекс научного цитирования: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=56628

Сборник зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.
Свидетельство ПИ № ФС 77 – 64119 от 25.12.2015 г.

Редакция не несет ответственности за нарушение авторами исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности третьих лиц. Мнения, высказываемые авторами в публикуемых статьях, не всегда совпадают с мнением редакции. При перепечатке материалов ссылка на сборник научных трудов «Экономика и управление: теория и практика» обязательна.

Все поступившие в редакцию статьи подлежат рецензированию.

Подписано в печать 13.06.2024 г.

Выход в свет 13.06.2024 г.

Формат 60×84/8. Усл. печат. листов 14,78

Тираж 500 экз. Издательский № 11/2024. Заказ № 10/2024.

Отпечатано с готового оригинал-макета на полиграфической базе редакционно-информационного издательского центра – медиацентра ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет», ул. Университетская, 33, Севастополь, 299053