

ISSN 2541-9501

ЭКОНОМИКА НОВОГО МИРА

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

**2022
Том 7
№ 1
Выпуск 24**

ECONOMY OF THE NEW WORLD

SCIENTIFIC JOURNAL

**Edition 24
No. 1
Volume 7
2022**

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
**ЭКОНОМИКА
НОВОГО
МИРА**

2022
№ 1
(24)

продолжает традиции научного журнала
**Вестник Ленинградского государственного
университета имени А. С. Пушкина (Экономика),
выходившего в свет с 2008 по 2015 г.**

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой по надзору
в сфере связи и массовых
коммуникаций
4 марта 2016 г.

Свидетельство о регистрации СМИ:
ПИ № ФС77-64979

**Журнал издается
с 2016 года
Периодичность 4 раза в год**

Учредитель: Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина

Главный редактор:

Н. М. Космачева, доктор экономических наук, профессор, Россия

Редакционная коллегия:

С. А. Белозеров, доктор экономических наук, профессор, Россия

С. Бохэнноне, доктор экономики (PhD), профессор, США

Г. Г. Зайцев, доктор экономических наук, профессор, Россия

О. А. Золотарева, доктор экономических наук, профессор, Республика Беларусь

Ф. М. Урумова, доктор экономических наук, профессор, Россия

О. П. Чекмарев, доктор экономических наук, доцент, Россия

Г. В. Черкасская, доктор экономических наук, профессор, Россия (отв. секретарь)

*Рукописи статей в обязательном порядке оформляются в соответствии
с требованиями для авторов, установленными редакцией.*

*Редакция не вступает в переписку с авторами статей, получившими
мотивированный отказ в опубликовании.*

Статьи, оформленные не по правилам, редакцией не рассматриваются.

Адрес учредителя:
196605, Россия,
Санкт-Петербург, г. Пушкин,
Петербургское шоссе, д. 10
тел. +7(812) 466-65-58
<http://lengu.ru/>
e-mail: pushkin@lengu.ru

196605, Россия,
Санкт-Петербург, г. Пушкин,
Петербургское шоссе, д. 10
тел. +7(812) 451-68-98
<http://lengu.ru/>
e-mail: new.economist@lengu.ru

SCIENTIFIC JOURNAL
**ECONOMY
OF THE NEW WORLD**

2022
№ 1
(24)

carries on traditions of the scientific journal
**Vestnik of the Pushkin Leningrad State
University (Economics),**
published from 2008 to 2015

The journal is registered by
The Federal Service for Supervision of
Communications, Information
Technology, and Mass Media
March 04, 2016

The certificate
of the mass media registration
ПИ № ФС77-64979

**The journal is issued
since 2016
Quarterly, 4 issues per year**

Founder: Pushkin Leningrad State University

The chief editor:

N. M. Kosmacheva, Doctor of Economic Sciences, Full Professor, Russia

Editorial Board:

S. A. Belozerov, Doctor of Economic Sciences, Full Professor, Russia
S. Bohannone, Doctor of Economics (PhD), Professor, USA
G. G. Zaitsev, Doctor of Economic Sciences, Full Professor, Russia
O. A. Solotareva, Doctor of Economic Sciences, Professor, Republic of Belarus
F. M. Urumova, Doctor of Economic Sciences, Full Professor, Russia
O. P. Chekmarev, Doctor of Economic Sciences, Professor, Russia
G. V. Cherkasskaia, Doctor of Economic Sciences, Professor, Russia (executive secretary)

The papers assigned for publication are to be prepared in accordance with the requirements for authors established by editorial board.

The editors do not enter into correspondence with the authors of papers fairly rejected. Papers which do not follow the rules are rejected by the editorial board.

Founder's address:
196605, Russia,
St. Petersburg, Pushkin,
Peterburgskoe shosse, 10.
Tel. +7(812) 466-65-58
<http://lengu.ru/>
e-mail: pushkin@lengu.ru

Editorial board's address:
196605, Russia,
St. Petersburg, Pushkin,
Peterburgskoe shosse, 10.
Tel. +7(812) 451-68-98
<http://lengu.ru/>
e-mail: new.economist@lengu.ru

Содержание

ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕЙ

<i>Прилепина В. Р.</i> Оценка роли развития креативных индустрий в экономике страны и регионов	6
<i>Глазова А. Ю.</i> Основные тенденции инновационного развития российских банков.....	23
<i>Спиридонов В. А.</i> Современное состояние фармацевтического сектора мировой экономики: рынок, акторы и стратегии развития	34
<i>Мельников Е. Н.</i> Территориальные особенности управления развитием филиалов организации общественного питания: сравнительный анализ	47

МЕНЕДЖМЕНТ

<i>Соловьева Ю. М.</i> Принцип должной осмотрительности и риск-менеджмент	58
Сведения об авторах.....	72

Contents

ECONOMY OF INDUSTRIES

<i>Prilepina V. R.</i> Assessment of the role of the development of creative industries in the economy of the country and the region	6
<i>Glazova A. Yu.</i> Main trends in innovative development of Russian banks	23
<i>Spiridonov V. A.</i> Current state of the pharmaceutical sector of the global economy: market, actors and development strategies	34
<i>Melnikov E. N.</i> Territorial features of managing the development of catering branches: comparative analysis	47

MANAGEMENT

<i>Solovyova Y. M.</i> Due Diligence and Risk Management	58
About Authors	72

УДК 330.34(470)

DOI 10.35231/25419501_2022_1_6

Прилепина В. Р.

Оценка роли развития креативных индустрий в экономике страны и регионов

В статье рассмотрены вопросы возможности развития креативных индустрий в России, в том числе национальная законодательная база как основа закрепления института творческих (креативных) индустрий. Представлен краткий обзор процессов и результатов развития креативных индустрий в мире и в Российской Федерации, раскрыта специфика развития креативных индустрий на национальном уровне, определена доля их вклада в национальную экономику. Сделан вывод о перспективности развития креативных индустрий в региональном уровне и необходимости их поддержке как драйвера развития депрессивных территорий.

Ключевые слова: креативные индустрии, креативная экономика, национальная экономика, экономика региона.

ГРНТИ: Экономика / Экономические науки: 06.71.02 Организация и структура отраслей экономики. Внутриотраслевые и межотраслевые связи.

Prilepina V. R.

Assessment of the role of creative industries development in national and regional economies

The article deals with the issues of opportunities for the development of creative industries in Russia, including the national legislative framework as the basis for establishing the institution of creative industries. The article provides a brief overview of the processes and results of creative industries development in the world and in the Russian Federation, reveals the specifics of creative industries development at the national level, and determines the share of their contribution to the national economy. It is concluded that the development of creative industries at the regional level is promising and that they should be supported as a driver of development in disadvantaged areas.

Key words: creative industries, creative economy, national economy, regional economy.

JEL classifications: L10

© Прилепина В.Р., 2022

Последнее десятилетие очевидно характеризуется развитием относительного нового направления в экономике, основанном на инновациях, идеях, воображении, изобретательности и мастерства, которое получило название «креативная экономика». В отличие от творчества, по мнению специалистов, креатив ведет к появлению инноваций в той или иной сфере. Сегодня это динамичная и быстрорастущая отрасль экономики, в которой не деньги, а новые идеи играют главную роль, и которая дает новую жизнь производству, торговле, культурной сфере. По большому счету, она создает особую среду жизни, в которой люди хотят учиться, работать, изобретать и творить. Современные экономика и общество в развитых странах все в большей степени становятся креативными (творческими), главными продуктами в которых являются новые идеи, инновации в различных областях человеческой деятельности. В развитых странах креативность становится и основным источником экономической ценности. В связи с этим научный интерес представляет анализ и мониторинг этой сферы экономики.

По нашему мнению, возникновение современной креативной экономики – это значимый и достаточно высокий этап развития общества и экономики в целом. Креативные индустрии разных стран активно развиваются и по оценке специалистов являются одним из драйверов инновационного развития мировой и национальных экономик, ведь по данным экономистов их доля составляет до 3 % мирового ВВП с числом занятого населения до 1 % (рис. 1).

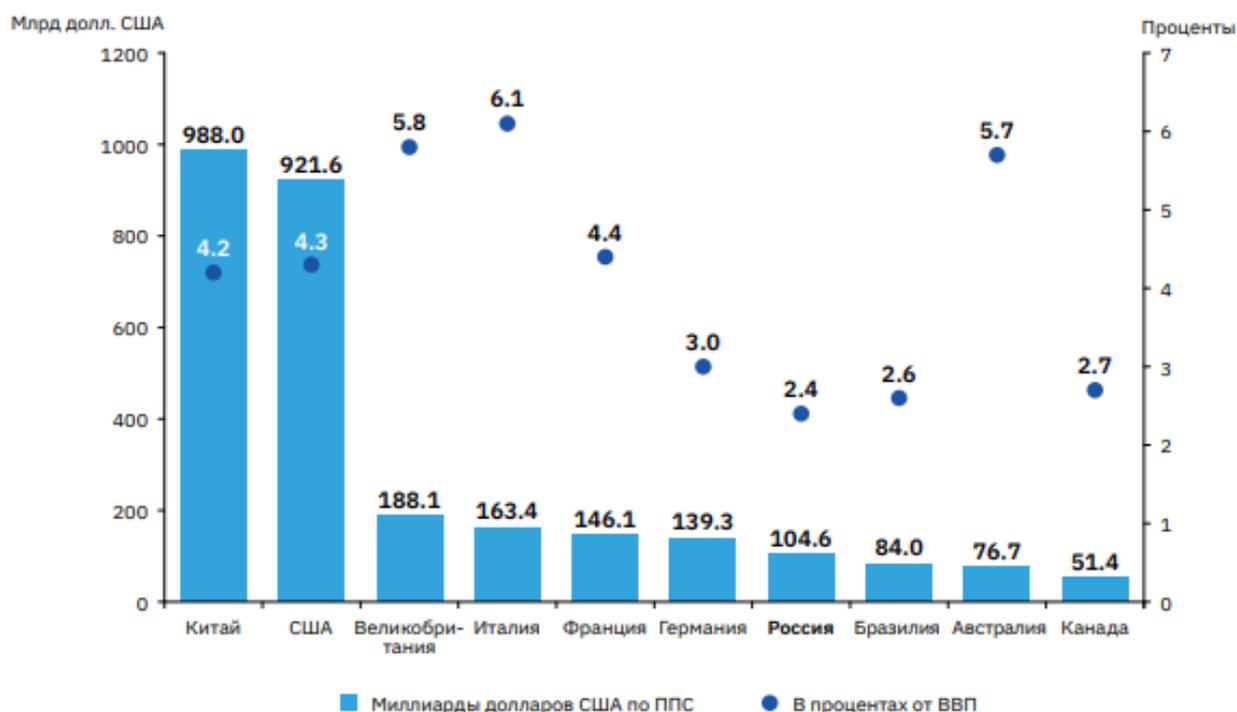


Рис. 1. Валовая добавленная стоимость креативных индустрий по странам за 2019 г. [15, с. 5]

Рассмотрим результаты развития направлений креативной индустрии в России и оценим уровень ее обеспеченности необходимыми ресурсами.

2021 г. был объявлен ООН Международным годом креативной экономики, что свидетельствует о признании роли данного направления развития на международном уровне. Министерство культуры РФ предложило впервые на законодательном уровне закрепить понятия «креативные индустрии» и «креативное предпринимательство» [16]. Представленные предложения по развитию креативной индустрии в стране были приняты Правительством РФ и в сентябре минувшего года нашли отражение в стратегическом документе «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года» [3], что несомненно укрепило основу для развития креативных индустрий в РФ.

Кроме того, понятие креативных индустрий и оценка их вклада в экономику представлена в иных стратегических документах, характеризующих развитие страны в ближайшей перспективе – Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 г., утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р [4], и планируется внесение изменений в основополагающий документ в сфере культуры «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» [2] в части закрепления института творческих (креативных) индустрий.

Следует отметить, что креативные индустрии как социально-экономический феномен существует уже более 40 лет, поэтому в экономической науке присутствует множество трактовок этого понятия и наблюдается разнообразие подходов. Условно список направлений, включаемых в понятие креативных индустрий достаточно широк: искусство, мода, дизайн, ремесла и др. Но в разных странах есть различия в структурных составляющих, например, городское предпринимательство как основа урбанистической трансформации или использование креативности как катализатора экономических процессов [10, с. 1].

В любом случае, в настоящее время признано, что креативная экономика позволяет создать продукт и оказывать услуги, используя культурные пространства, и не предполагает наличие производственных мощностей в виде станков, цехов, заводов, однако может использоваться и накопленный потенциал других отраслей, где и может быть создан креативный продукт.

Анализ практики развития креативных индустрий в разных странах показывает, что роль государства в их развитии неоспорима и включает следующие меры: создание условий защиты интеллектуальных прав, собственности; развитие институтов поддержки предпринимательских инициатив и реализация национальной политики, включающей поддержку и развитие креативных индустрий [18].

Таким образом, развитие и обучение креативным компетенциям должно быть принято государством и созданы условия для реализации креативных технологий. С другой стороны, креативная экономика носит и социальную окраску, поскольку ориентирована на удовлетворение потребностей в конкретном регионе и в ограниченное время. При этом творческая деятельность далеко не всегда имеет своей целью извлечение прибыли. Это особенность, а не изъян, ведь человек не сводим к экономической функции. Кроме того, представители креативного сектора зачастую предпочитают находиться вне поля зрения налоговых и статистических органов государства [20, с. 30]. Зачастую невозможно отследить и установить изменение финансового состояния таких компаний, что в свою очередь приводит к низкому уровню доверия со стороны инвесторов и потенциальных партнеров [21, с. 54–60]. У большинства творцов нет заводов или станков, они нераздельно вплетены в ткань городской жизни. Будучи невидимым, креативный сектор выпадает из контура экономической политики государства.

Центр городских компетенций Агентства стратегических инициатив (АСИ) оценил долю креативных индустрий в ВВП России в размере 4,37 % (натуральном выражении более 4,8 триллиона рублей) и оказалась существенно выше среднемировой (2,6 %) (рис. 2).

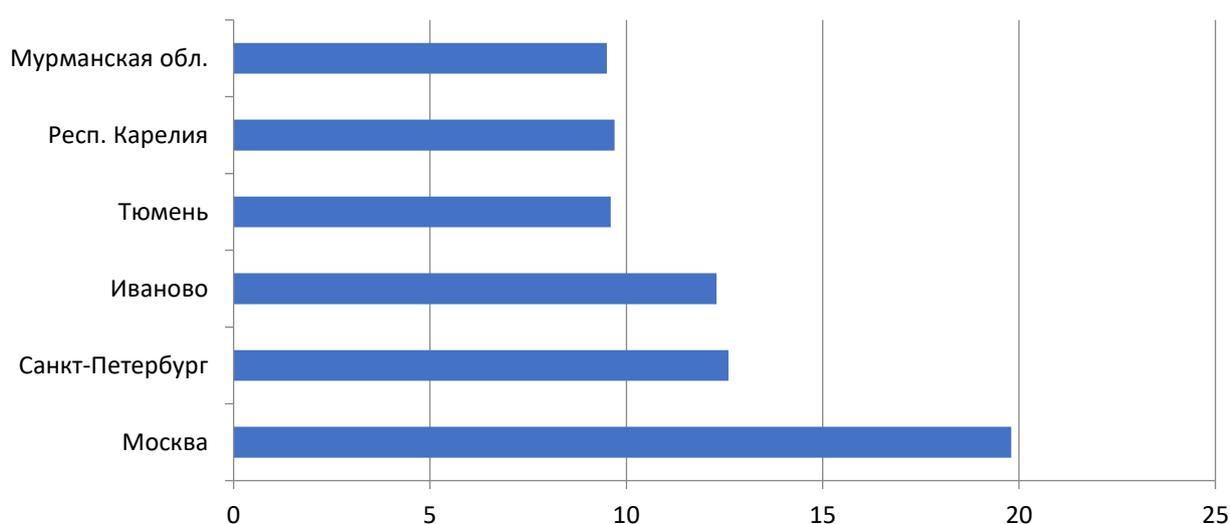


Рис. 2. Доля креативных индустрий в стране по регионам в 2019 г., % [8]

Определенная часть организаций креативных индустрий персонализирована (рис. 3).

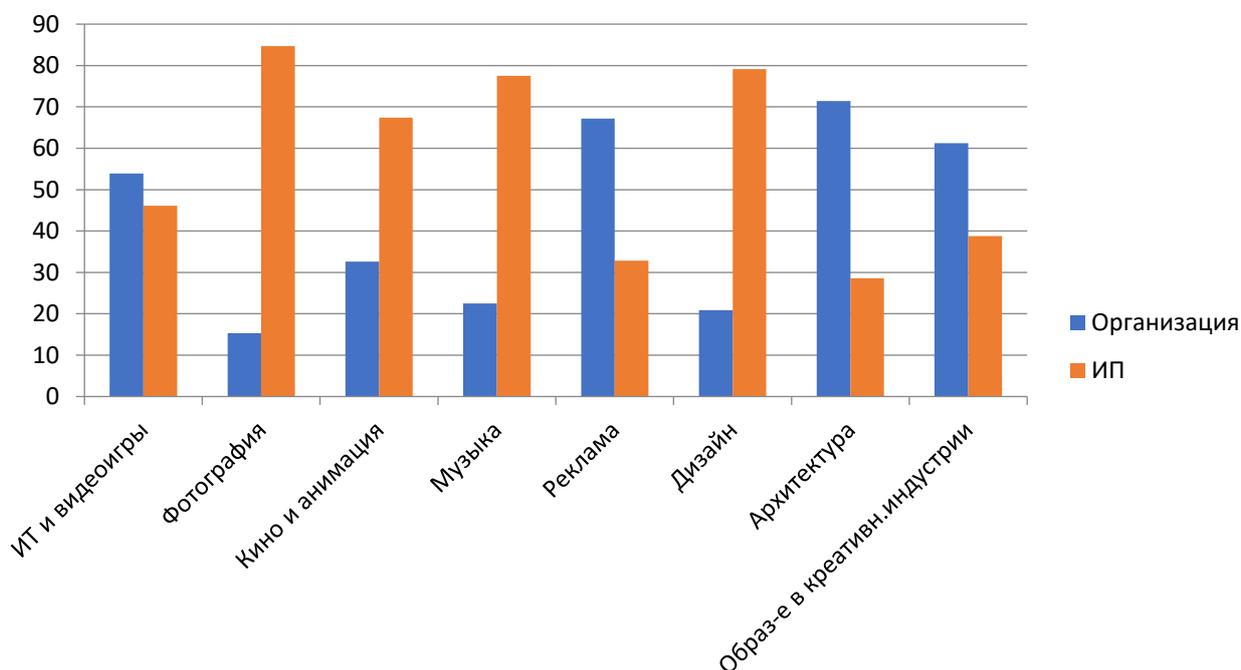


Рис. 3. Доля ИП в общем числе организаций креативной индустрии в г. Москва

По оценке специалистов доля креативных индустрий в России может достичь 15–20 % за 10 лет [7].

Отечественная сфера креативных индустрий развивается и в настоящее время объединяет более 20 профессиональных организаций, творческих союзов и успешных компаний креативного бизнеса: Роскультцентр, МХАТ им. М. Горького, Институт национальных проектов, Ассоциация продюсеров кино и телевидения (АПКиТ), Ассоциация анимационного кино России, Ассоциация IPChain, Российская ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК), Российский музыкальный союз, Союз креативных кластеров, Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР) и др. которые вошли в Федерацию креативных индустрий созданную конце 2020 г. [6]. В основу деятельности положено решение задачи

развития креативных индустрий в стране, повышение роли сегмента в структуре национальной экономики и реализация программ регионального развития.

Наибольший вклад креативные индустрии вносят в экономику Москвы (19,8 %), Санкт-Петербурга (12,6 %), Иванова (12,3 %) и Тюмени (9,6 %) [12, с. 46].

Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ в рамках анализа креативной экономики Москвы – «Креативная экономика Москвы в цифрах» отмечает, что в креативных индустриях Москвы действуют более 58 тыс. организаций и 54 тыс. ИП. В 2018 г. общий объем выручки компаний составил 3.04 трлн р., а численность занятых превысила 463 тыс. человек (без учета организаций, не предоставивших информацию). По оценкам НИУ ВШЭ, в 2019 г. размер выручки организаций креативных индустрий достиг 4 трлн руб. При этом в креативном секторе Москвы в целом зарегистрировано больше организаций, чем ИП, но если отдельно рассмотреть отраслевую принадлежность, то отмечается, преобладание ИП (рис. 3) [17, с. 3–20].

Таким образом, можно утверждать, что в креативной экономике имеются большие возможности для развития малого бизнеса, предоставляющего комфортные условия труда и удобство регуляторных режимов, что позволяет использовать скрытый потенциал населения путем предоставления рабочих мест домохозяйкам, фрилансерам, пенсионерам и студентам [13, с. 58]. Качество целевых ориентиров развития субъектов малого бизнеса могут быть и региональные направления развития экономики, которые должны найти отражение и системе регулирования и поддержки данной сферы бизнеса [5, с. 128]. Возможно одним из путей развития креативных направлений могло бы стать включение их в программы поддержки на национальном уровне – в рамках национальных проектов и

программ, что позволило бы субъектам малого бизнеса получить финансовые стимулы для развития данной сферы [10, с. 426–428].

Одним из самых распространённых направлений среди креативных индустрий является туристическая привлекательность территорий. По оценкам экспертов в Европейских странах более 15 % населения заняты в сфере туризма, основанного на брендинге территорий [15, с. 175].

Рассмотрим некоторые виды креативных индустрий.

Основные характеристики анимационного рынка представлены в таблице 1.

Таблица 1

Основные характеристики анимационной индустрии

Характеристика	Значение
Границы рынка	Наличие узнаваемого бренда, федеральный уровень (ниже производство контента не рентабельно), подготовленная аудитория
Масштаб	Широкая аудитория
Объем продукции	Рынок относится к оптово-розничному уровню, что предполагает продажу прав пользования трансляцию, показ в кинотеатрах, возможность продажи напрямую потребителю через интернет
Ориентация	Бизнес – структуры и потребительская аудитория
Объем рынка	В мире более 250 млрд долларов / год, в России до 2,5 млрд долларов / год
Доступность финансовых показателей	Ограниченный доступ, сведения в рамках финансовой отчетности в целом характеризуется как непрозрачный

Анимационная индустрия имеет свою специфику:

научно-технический прогресс позволяет увеличивать производительность и существенно снижать производственные затраты (30 лет назад для производства мультипликационного фильма продолжительностью 5 мин. требовалось около 9 мес. 5 мин. сейчас – около недели и менее);

для достижения окупаемости, необходимо, чтобы сборы превышали вдвое затраты на производство, поскольку часть сборов от проката уходит на посредников (дистрибьюторов, кинотеатры и др.);

производство анимационных фильмов выступает в качестве рекламы для мерчандайзинга, герои которых смогут обеспечивать получение доходов длительное время после проката.

За последние 8–10 лет российская анимация буквально возродилась: в 2011 г. было менее 30 студий, в 2019 г. – уже 50, в прогнозе – более 70, результаты наиболее значимых студий представлены в табл. 2.

Таблица 2

Основные достижения мультипликационных студий – лидеров российского рынка

Студия	Мультипликационный фильм	Бюджет, долларов	Сбор в прокате, долларов	Результат
«Мельница»	«Карлик Нос»	1,5 млн	700 тыс.	Продукция осталась убыточной
«Мельница»	«Илья Муромец и Соловей-Разбойник»	2,5 млн	9,74 млн	Продукция окупилась
«КиноАтис»	«Белка и Стрелка: звездные собаки»	4,5 млн	6,5 млн	Продукция окупилась
«Рики»	«Смешарики»	11,5 млн	7,8 млн	Продукция осталась убыточной
«Анимаккорд»	«Маша и медведь»	300 тыс. за серию, 78 серий оценивают в 23 млн	Топ 2 самых популярных детских шоу в мире	

Другой, не менее распространённой и значимой, является индустрия дизайна и моды. Данная сфера включает производство особой одежды, сырья, оборудования, таким образом является драйвером для других от-

раслей (сельского хозяйства, машиностроения, текстильного производства и др.). По данным 2020 г. стране работает 458 крупных и средних предприятий легкой промышленности, в том числе 221 швейное производство. Более 80 % продукции составляют изделия сферы B2B (спецодежда) и B2G (униформа для силовых и гражданских ведомств) и только 20 % в общем объеме выпуска занимают товары для обычных людей (B2C). Рынок индустрии моды в России – второй по величине после продовольственного, его объем в 2020 г. составил 2,3 трлн рублей. В России отрасль модной одежды развивается благодаря имеющимся молодым и креативным дизайнерам и растущему спросу на модные товары, особенно в массовом демократическом сегменте.

Также интересным представляется нам возможность включения музеев в данное направление [11, с. 456]. Несмотря на то, что музеи не преследуют только коммерческие цели, они являются центром культурного и экономического притяжения. Спецификой музеев является возможность не создавать новые продукты и услуги креативного характера, а использовать свои коллекции для развития творческих направлений – культурного продукта. Примерами реализации таких услуг является производство и продажа современными авторами представленных в музеях изделий, проведение матер-классов, проведение тематических мероприятий и др. Таким образом музеи обладают ресурсами для создания музейного продукта и могут считаться полноправными участниками культурных индустрий [22, с. 131].

Музеи обладают огромными возможностями, большим штатом и, безусловно, являются важнейшими социальными, туристическими, инфраструктурными или даже политическими институтами. Вклад этих музеев в городскую и мировую жизнь бесценен, как и опыт, который они нам дают для работы [6]. Обстоятельства 2020 г. оказались чрезвычайными и даже

экстремальными, однако музеи все-таки работали, пусть и с перерывами на локдауны и в условиях жестких ограничений. В 2019 г. в НК РФ появилась статья 284.8, которая предоставила право музеям, театрам и библиотекам применять с 01.01.2020 г. ставку налога на прибыль в размере 0 %, при соблюдении ряда условий [1]. Налоговые возможности есть и у регионов [19].

Конечно, креативная экономика не может развиваться без развития креативных компетенций населения. Постоянное обновление производства, внедрение современных и инновационных технологий диктует необходимость изменения требований к современному работнику. Креативность – это уникальное свойство личности, которое является практически неисчерпаемым ресурсом. Такая личность обладает способностями нестандартно мыслить, создавать новые идеи и мышления. Креативные люди – это люди-новаторы, которые способны найти неожиданное и нестандартное решение проблемы. У каждого из нас есть что-то отличительное от других, креативность в каждом человеке заложена с рождения и его нужно развивать с детства. Поэтому так необходимо с раннего возраста выявить способности у ребенка, будь это рукоделие, искусство, музыка и помочь ему развить его, ведь каждая деятельность раскрывает самые разные таланты.

По мнению американского исследователя Ричарда Флориды (именно он ввел понятие креативного класса), одним из трех ключевых индексов креативности являются: талант, технология и толерантность – без этого развитие креативной экономики невозможно [14, с. 481].

Специалисты предупреждают, что в недалеком будущем рынок труда изменится до неузнаваемости, ведь прогресс порождает новые профессии и специальности. В России профессии будущего изучают с помощью

технологического форсайта. Благодаря было проведено большое исследование. На основе исследования востребованных профессий в будущем Московской школой управления «Сколково» совместно с Агентством стратегических инициатив был составлен «Атлас новых профессий» в девятнадцати экономических отраслях [24], и креативные индустрии сферы услуг занимают в нем не последнее место. Например, появление новых цифровых платформ, финансовых инструментов, автоматизированных систем и приложений вносят коррективы и в финансовую сферу. Новый специалист экономической сферы должен уметь грамотно разбираться в вопросах инвестирования, прогнозирования экономического развития, анализировать новые тенденции международной экономики [23]. В «Атласе новых профессий» в финансовой сфере рассматриваются появление в будущем новых специальностей (табл. 3).

Таблица 3

Современные креативные профессии (выборка)

Наименование специальности	Задачи
Менеджер фонда прямых инвестиций в талантливых людей	Собрать инвестиционный портфель из перспективных людей, с целью максимизации их доходов и доходов фонда.
Мультивалютный переводчик	Обмен традиционных и альтернативных валют.
Разработчик персональных пенсионных планов	Разработка индивидуальных планов инвестирования в пенсионные фонды с учетом доходов, места работы и др.
Менеджер по краудфандинговым и краудинвестиционным платформам	Организация работы краудфандинговых платформ, проводит предварительную оценку проектов для получения краудфандингового финансирования, разбирает конфликты между вкладчиками и держателями проектов.
Оценщик интеллектуальной собственности	Определение стоимости нематериальных активов (идеи, бизнес-модели, изобретения и др.).

Выбор таких направлений обучения может быть заложен еще на этапе школьного обучения, когда подросткам будут рассказывать о возможностях предпринимательской деятельности [9, с. 46]. Для этого важен и школьный интернет на территории всей страны, и возможности личного и онлайн-обучения предпринимательству и творчеству еще в школе.

Безусловно, новые требования к уровню компетенции специалистов возникают постоянно и повсеместно. Наряду с общепринятыми требованиями к образованию и профессиональному опыту не менее важны будут неспециализированные навыки: системное и творческое мышление, свободное владение несколькими иностранными языками, умение управлять проектами и процессами, программирование ИТ-процессами, работа с искусственным интеллектом и др. В связи с появлением новых технологий необходимо постоянно актуализировать свои знания, подстраиваться под реалии современности поэтому спрос на дополнительное постдипломное образование будет расти. Развитие новых технологий порождает спрос на появление новых профессий, которые будут дополнять уже существующие.

Таким образом, признаками креативной экономики являются: интеллектуальная собственность, инновации и технологии в области сервисного бизнеса; рост доли специалистов с творческими способностями и управленческими компетенциями; повышение роли сферы услуг над производственной; активное использование сети Интернет при разработке и реализации креативных услуг; повышение роли образования и рост инвестиций в данную сферу. Перечисленные признаки мы наблюдаем в национальной экономике. Интерес государства в креативных индустриях растет, активно формируется нормативное регулирование данной сферы

и осуществляется поддержка отдельных направлений и сфер креативного бизнеса. Соответственно, можно утверждать, что в настоящее время развитие креативных индустрий оказывает определенное и возрастающее влияние на национальную экономику. По нашему мнению, развитие креативных индустрий может быть драйвером развития региональной и национальной экономики, в том числе в депрессивных регионах, поэтому и требует более детального научного изучения.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 02.07.2021) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>
2. Основы законодательства Российской Федерации о культуре, утверждено ВС РФ 09.10.1992 № 3612-1 (ред. от 30.04.2021) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>
3. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2021 г. № 2613 «Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года [Электронный ресурс]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVlxBCjAtAya8FAVDUfP.pdf>
4. Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>
5. Афанасьев К.С., Бушенева Ю.И., Стецюнич Ю.Н. Технология управления по целям в системе региональной поддержки малого предпринимательства // Актуальные проблемы менеджмента: менеджмент как важнейший фактор экономического роста и подъема уровня жизни в регионах: материалы международной научно-практической конференции. Санкт-Петербургский государственный университет, 2019. – С. 127–129.
6. Березкин Л. В Петербурге обсудили развитие современных музеев России // Санкт-Петербургские ведомости. 11.05.2021. [Электронный ресурс]. – URL: <https://spbvedomosti.ru/news/culture/v-peterburge-obsudili-razvitie-sovremennykh-muzeev-rossii/>.
7. Бизнес с творческим подходом: в России создана Федерация креативных индустрий // Российская газета от 26.02.2021 [Электронный ресурс]. – URL: <https://rg.ru/2021/02/26>
8. Бутрин Д. Доля креативных индустрий в России оценена значимо выше среднемирового уровня // Газета Коммерсант. – 14.09.2020. – №166/П.
9. Бушенева Ю.И., Стецюнич Ю.Н. Методические разработки по обучению предпринимательству в школе и вузе // Экономика нового мира. – 2019. – Т. 4. – № 3 (15). – С. 44–54.
10. Зайцев А.А., Стецюнич Ю.Н. Оценка регионального уровня развития малого и среднего предпринимательства в российской федерации на современном этапе //

Устойчивое развитие цифровой экономики, промышленности и инновационных систем: сборник трудов научно-практической конференции с зарубежным участием / под ред. Д.Г. Родионова, А.В. Бабкина, 2020. – С. 426–428.

11. Захарова В.А. Финансирование музеев в России // Молодой ученый. – 2021. – № 23 (365). – С. 456–457.

12. Каменских М.А. Значение креативной экономики в стратегическом развитии России // Инновации и инвестиции: Вестник УрФУ. Экономика и управление. – № 6. – 2013. – С. 46–52.

13. Ленковец О.М. Современные проблемы социально-экономического развития национальной экономики РФ // Современное общество: проблемы, противоречия, решения: сборник научных трудов. II Межвузовский научный семинар с международным участием. – СПб., 2021. – С. 58–60.

14. Макарова А.Д. Анализ и перспективы развития креативной экономики в РФ // Молодой ученый. – 2016. – № 28 (132). – С. 481–484.

15. Новикова С.К. Креативная экономика как драйвер роста: мировой и российский опыт // Новые технологии. – 2019. – № 2 (48). – С. 175–184.

16. Охлопков А. Россия в центре креатива // Ведомости: электр. журн. – 2019. – URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/12/24/819475-rossiya-kreativa>.

17. Развитие креативных индустрий в России: ключевые индикаторы // Научный дайджест № 1. – Высшая школа экономики. Национальный исследовательский университет. – С. 1–20 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.hse.ru/data>

18. Савина О. Творчество как товар. Как развивается креативная экономика в России? // Полит.ру: электронный журнал. 2020. – URL: <https://polit.ru/article/2020/08/24/creative/>

19. Стецюнич Ю.Н. Государственная налоговая политика: региональный аспект // Государственное и региональное развитие: возможности и ограничения в условиях пандемии: материалы Международной научно-практической конференции. – СПб., 2021. – С. 121–126.

20. Стецюнич Ю.Н. Неправомерное банкротство: экономические признаки и возможности предотвращения // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2014. – Т. 6. – № 2. – С. 29–36.

21. Стецюнич Ю.Н. Новые формы налогового контроля как современный инструмент государственного финансового контроля // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – СПб., 2021. – С. 54–60.

22. Самозанятость и креативность в социально-экономическом развитии России: коллект. моногр. / под ред. Ю.В. Гнездовой, И.В. Хриптулова. – М. Издательство «Научный консультант», 2019.

23. Щукин Д. Гибкая креативная индустрия // Российская газета. – Экономика Центрального округа. – 2021. – № 146 (8497).

24. Официальный сайт Автономной некоммерческой организации «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов». – URL: <https://asi.ru/news>

References

1. *Nalogovyj kodeks Rossijskoj Federacii (chast' vtoraya) ot 05.08.2000 № 117-FZ (red. ot 02.07.2021)*. URL: <http://www.consultant.ru>

2. *Osnovy zakonodatel'stva Rossijskoj Federacii o kul'ture: utverzhdeno VS RF 09.10.1992 № 3612-1 (red. ot 30.04.2021)*. URL: <http://www.consultant.ru>

3. *Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 20.09.2021 g. № 2613 «Koncepciya razvitiya tvorcheskikh (kreativnykh) industrij i mekhanizmov osushchestvleniya ikh gosudarstvennoj podderzhki v krupnykh i krupnejshikh gorodskikh aglomeracijakh do 2030 goda.* URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVlxBcJlAtAya8FAVDUfP.pdf>

4. *Strategii prostranstvennogo razvitiya Rossijskoj Federacii na period do 2025 goda, utverzhdennoj rasporyazheniem Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 13 fevralya 2019 g. № 207-r.* URL: <http://www.consultant.ru>

5. Afanas'ev K.S., Busheneva YU.I., Stecyunich YU.N. *Tekhnologiya upravleniya po celyam v sisteme regional'noj podderzhki malogo predprinimatel'stva.* Aktual'nye problemy menedzhmenta: menedzhment kak vazhnejshij faktor ehkonomicheskogo rosta i pod"ema urovnya zhizni v regionakh. materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Sankt-Peterburgskij gosudarstvennyj universitet. 2019. P. 127–129.

6. Berezkin L. *V Peterburge obsudili razvitie sovremennykh muzeev Rossii.* Sankt-Peterburgskie vedomosti. 11.05.2021. URL: <https://spbvedomosti.ru/news/culture/v-peterburge-obsudili-razvitie-sovremennykh-muzeev-rossii/>.

7. *Biznes s tvorcheskim podkhodom: v Rossii sozdana Federaciya kreativnykh industrij.* Rossijskaya gazeta ot 26.02.2021. URL: <https://rg.ru/2021/02/26>

8. Butrin D. *Dolya kreativnykh industrij v Rossii ocenena znachimo vyshe srednemi-rovogo urovnya.* Gazeta Kommersant. 14.09.2020. № 166/P.

9. Busheneva YU.I., Stecyunich YU.N. *Metodicheskie razrabotki po obucheniyu predprinimatel'stvu v shkole i vuze.* Ehkonomika novogo mira. 2019. T. 4. № 3 (15). P. 44–54.

10. Zajcev A.A., Stecyunich YU.N. *Ocenka regional'nogo urovnya razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v rossijskoj federacii na sovremennom ehtape.* Ustojchivoe razvitie cifrovoj ehkonomik, promyshlennosti i innovacionnykh sistem Sbornik trudov nauchno-prakticheskoy konferencii s zarubezhnym uchastiem. 2020. P. 426–428.

11. Zakharova V. A. *Finansirovanie muzeev v Rossii.* Molodoj uchenyj. 2021. № 23 (365). P. 456–457.

12. Kamenskikh M.A. *Znachenie kreativnoj ehkonomiki v strategicheskom razvitie Rossii.* Innovacii i investicii. Vestnik URFU. Ehkonomika i upravlenie. №6. 2013. P. 46–52.

13. Lenkovec O.M. *Sovremennye problemy social'no-ehkonomicheskogo razvitiya nacional'noj ehkonomiki RF.* Sovremennoe obshchestvo: problemy, protivorechiya, resheniya Sbornik nauchnykh trudov. II Mezhvuzovskij nauchnyj seminar s mezhdunarodnym uchastiem. Sankt-Peterburg, 2021. P. 58–60.

14. Makarova A. D. *Analiz i perspektivy razvitiya kreativnoj ehkonomiki v RF.* Molodoj uchenyj. 2016. № 28 (132). P. 481–484.

15. Novikova S.K. *Kreativnaya ehkonomika kak drajver rosta: mirovoj i rossijskij opyt.* Nove tekhnologii. – 2019. – № 2 (48). – P. 175–184.

16. Okhlopov A. *Rossiya v centre kreativa.* Ehlekt. zhurnal. Vedomosti. 2019. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2019/12/24/819475-rossiya-kreativa>.

17. *Razvitie kreativnykh industrij v Rossii: klyuchevye indicatory.* Nauchnyj dajdzhest №1. Vysshaya shkola ehkonomiki. Nacional'nyj issledovatel'skij universitet. P. 1-20. URL: <https://www.hse.ru/data>

18. Savina O. *Tvorchestvo kak tovar. Kak razvivaetsya kreativnaya ehkonomika v Rossii?* Ehlekt. zhurnal. Polit.ru. 2020. URL: <https://polit.ru/article/2020/08/24/creative/>

19. Stecyunich YU.N. *Gosudarstvennaya nalogovaya politika: regional'nyj aspect.* Gosudarstvennoe i regional'noe razvitie: vozmozhnosti i ogranicheniya v usloviyakh pandemii. Materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. St. Petersburg, 2021. P. 121–126.

20. Stecyunich YU.N. *Nepravomernoje bankrotstvo: ehkonomicheskie priznaki i vozmozhnosti predotvrashcheniya*. Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina. 2014. T. 6. № 2. P. 29–36.

21. Stecyunich YU.N. *Novye formy nalogovogo kontrolya kak sovremennyy instrument gosudarstvennogo finansovogo kontrolya*. Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir. XII Vserossiyskaya nauchno-prakticheskaya konferenciya s mezhdunarodnym uchastiem. St. Petersburg, 2021. P. 54–60.

22. *Samozanyatost' i kreativnost' v social'no-ehkonomicheskom razvitii Rossii. Kollektivnaya monografiya*. Moscow: Izdatel'svto «Nauchnyj konsul'tanT», 2019.

23. Shchukin D. *Gibkaya kreativnaya industriya*. Rossiyskaya gazeta-Ekonomika Central'nogo okruga. 2021. № 146 (8497).

24. Oficial'nyj sayt Avtonomnoj nekommercheskoj organizacii «Agentstvo strategicheskikh iniciativ po prodvizheniyu novykh proektov». URL: <https://asi.ru/news>

Глазова А. Ю.

Основные тенденции инновационного развития российских банков

Статья посвящена изучению современных тенденций развития банковских инноваций в Российской Федерации, поскольку во многом благодаря инновационным процессам внутри различных банков банковские продукты и услуги совершенствуются и меняются, появляются абсолютно новые банковские и иные экосистемы и ориентиры дальнейшего развития. Подробно рассмотрена значимость инноваций для банка, потребителей банковских продуктов и услуг и банковской системы в целом. Выявлены основные тенденции развития инноваций, каждое направление охарактеризовано, даны примеры и пояснения касательно ряда инноваций продуктов и услуг, технологий и бизнес-моделей банков. Определены возможные эффекты от введения той или иной инновации. Сделаны соответствующие выводы и заключения, а также сформирован перечень актуальных банковских инноваций в России.

Ключевые слова: банки, инновации, инновационные процессы, банковская сфера.

ГРНТИ: Экономика/Экономические науки: 06.73.55 Банки.

Glazova A. Yu.

Key trends in the innovative development of Russian banks

The article is devoted to the study of current trends in the development of banking innovation in the Russian Federation, as in many respects due to innovation processes within various banking products and services are improving and changing, completely new banking and other ecosystems and benchmarks for further development are emerging. The importance of innovation for banks, consumers of banking products and services and the banking system as a whole is discussed in detail. The main trends in innovation development are identified, each area is characterised, and examples and explanations are given for a number of innovations in products and services, technologies and business models of banks. Possible effects of the introduction of a particular innovation are identified. Conclusions and outputs are drawn, and a list of relevant banking innovations in Russia is compiled.

Key words: banks, innovation, innovation processes, banking sector.

JEL classifications: G21

© Глазова А. Ю., 2022

На современном этапе инновации приносят существенный вклад в жизненный уклад населения Российской Федерации и играют важную роль в развитии многих отраслей экономики, банковская сфера не является исключением.

Так, грамотное внедрение инноваций способно положительно сказаться на многих аспектах деятельности банка (рис. 1, собственная разработка).

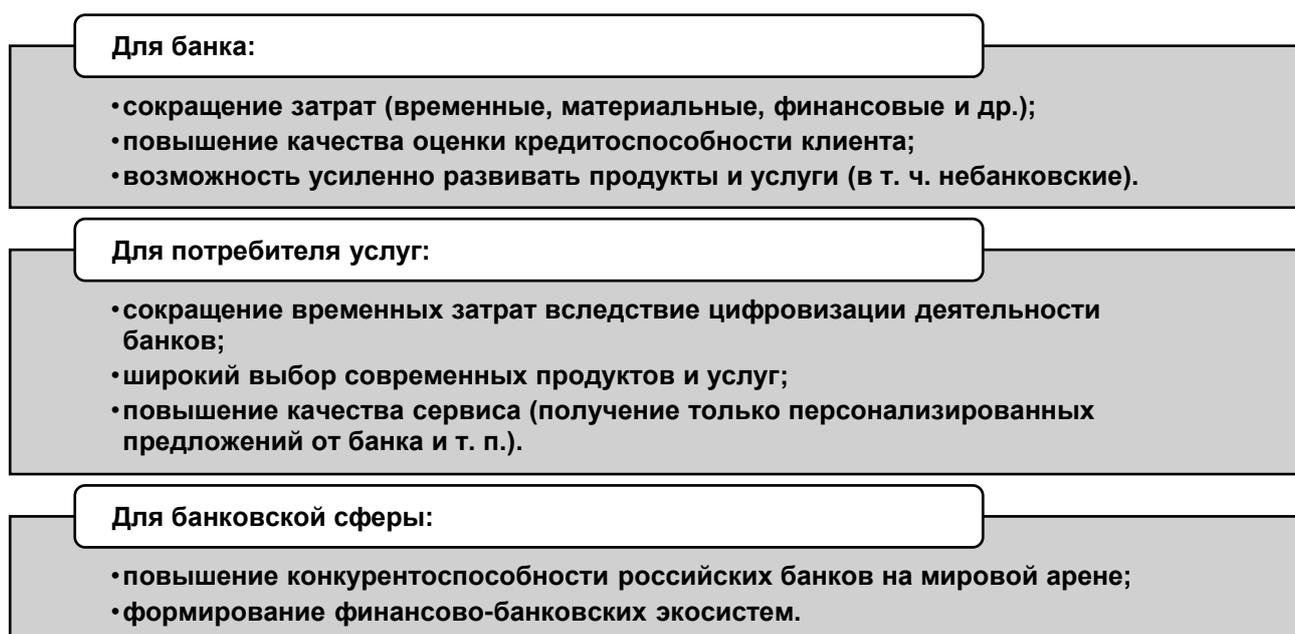


Рис. 1. Значимость банковских инноваций

Совершенствование продуктов и технологий коммерческих банков занимает важное место в процессах современных коммуникаций, являющихся совокупностью информационных и телекоммуникационных технологий [3, с. 237]. Из нашей схемы видно, что банковские инновационные процессы способны влиять не только на сам банк, но и позитивно и негативно сказываться на клиентах. Совокупность этих факторов в дальнейшем может значительно отразиться на состоянии банковской сферы и

экономике России в целом, поэтому банку необходимо грамотно подходить к внедрению инноваций, просчитав возможные риски и проанализировав имеющийся опыт [11, с. 47].

Как правило, можно выделить три направления развития инноваций в банковской сфере (рис. 2, собственная разработка на основе данных [18]).



Рис. 2. Направления развития инноваций

Разберем каждое из направлений более подробно.

1. Продукты и услуги.

Модернизация банковских продуктов и услуг может позволить кредитным организациям значительно расширить клиентскую базу за счет сокращения времени и количества необходимых взаимодействий с клиентом, улучшения сервиса по оказанию услуг и разработки принципиально новых продуктов на основе современных технологий [16, с. 186]. При этом, для достижения наибольшего позитивного эффекта от введения инноваций и повышения конкурентоспособности, банку важно своевременно реагировать на мировые тренды и тенденции, оперативно выводить свои усовершенствованные продукты и услуги на рынок.

К актуальным инновациям в банковских продуктах и услугах можно отнести:

– персонализация продуктов и услуг. Ярким примером данной инновации является появление персонализированных «кэшбек-сервисов» в ряде банков (Тинькофф, Открытие и др.), где клиент может выбрать определенные категории покупок, за осуществление которых ему будет начислен кэшбек по истечении определенного временного периода. Кроме того, некоторые банки (Сбербанк, ВТБ) используют предиктивный анализ данных (предсказательную аналитику) для создания индивидуальных предложений [18];

– активное развитие интернет-банкинга. Интернет-банкинг представляет собой метод дистанционного обслуживания, который реализуется посредством предоставления клиенту постоянного доступа к актуальной информации по его банковским счетам и операциям через компьютер или мобильное приложение [12, с. 283–284]. Данная инновация значительно сокращает временные затраты обеих сторон, позволяет реализовывать ряд банковских услуг в дистанционном формате (открытие накопительного счета, выпуск виртуальных банковских карт и др.);

– повышение роли электронных помощников (ботов) при обслуживании клиентов. Многие российские банки прибегают к услугам голосовых финансовых помощников: Сбербанк – Салют, Тинькофф – Олег, Альфа-Банк – Alf и др. Голосовые помощники помогают клиентам решить ряд определенных вопросов, в основном носящих базовый характер, тем самым значительно снижая нагрузку на операторов банка [6, с. 63–64].

2. Банковские процессы (технологии).

Не имея налаженных рабочих процессов и должного уровня технологического развития, создавать инновационные продукты и услуги банку достаточно сложно. В связи с чем «процессные инновации» играют одну из ключевых ролей в деятельности банка.

Инновации в сфере банковских технологий требуют больших финансовых и трудовых затрат, так как для их разработки и внедрения банку необходимо прибегнуть к помощи высококвалифицированных специалистов, хорошо разбирающихся в сфере IT-технологий и конкретно в управлении высокотехнологичным программным обеспечением [4, с. 4]. Однако в дальнейшем, как показывает практика, развитие банковских технологий позволяет кредитным организациям значительно сократить расходы и ускорить базовые рабочие процессы.

Важно отметить, что, как правило, только крупные российские банки способны полно и своевременно производить модернизацию технологических процессов. В свою очередь средние и мелкие банки не производят полную модернизацию банковских процессов, предпочитая излишне не рисковать, они вкладываются в развитие наиболее приоритетных технологий и процессов или обращаются к услугам аутсорсинговых компаний [5, с. 223].

Направлений развития инноваций в сфере банковских процессов и технологий множество, представим их в виде схемы (рис. 3, собственная разработка на основе данных [4]).



Рис. 3. Процессные инновации российских банков

Кратко поясним некоторые из представленных инноваций:

– разработка и отлаживание электронных помощников обычно включает написание соответствующих команд, проверка программы на наличие ошибок и т. п.;

– «blockchain»-технологии позволяют банкам осуществлять операции с криптовалютами, хранить данные по различным операциям и сделкам, сохраняя при этом их прозрачность. Более того, применение упомянутых технологий позволяет сократить сроки и затраты на реализацию операций [14, с. 47];

– за счет постоянного развития систем дистанционного обслуживания банк способен предоставлять клиенту актуальную информацию в любой момент времени (через мобильное приложение или сайт банка);

– написание программ под определенные операции позволяет цифровизировать процесс предоставления услуг и сократить затраты [8, с. 3–4].

3. Бизнес-модели.

Одним из основных витков развития инноваций в бизнес-моделях российских банков выступает создание экосистем (финансовых экосистем), представляющих собой, как правило, совокупность собственных или партнерских сервисов, объединенных вокруг банка [15, с. 477–478]. Проще говоря, экосистема – это своего рода единое виртуальное пространство, где клиент банка может найти различные продукты и услуги.

Главным отличием экосистемы банка от классической модели функционирования является повышенное внимание к потребителю и его потребностям, а также усиленное выстраивание партнерских отношений с другими компаниями [13, с. 329–330]. Для большей эффективности продукты и услуги, предоставляемые в экосистеме, должны соответствовать повседневным потребностям потенциальных клиентов.

Важно учесть, что для создания полноценной экосистемы в текущем временном периоде банку необходимо как минимум обладать достаточным количеством финансовых ресурсов и должным уровнем технологического развития, т. е. осуществление деятельности с применением современных цифровых технологий, достижение минимального уровня цифровизации рабочих процессов и прочее [9, с. 269].

Помимо создания экосистем, банки нацелены на выстраивание долгосрочных партнерских отношений с технологическими компаниями, агрегаторами пользовательской информации и прочие организации, способные положительно повлиять на инновационные процессы банков. Стоит отметить, что в будущем это сотрудничество может открыть доступ к созданию абсолютно новых и уникальных по своей природе бизнес-направлений. Кроме того, сотрудничество банков с ведущими технологическими компаниями способствует внедрению наиболее качественных и технически проработанных продуктов и услуг, осуществлению совместной инновации банковских процессов, и многому другому [17, с. 223].

Основным преимуществом инноваций в бизнес-моделях выступает их вариативность и как следствие доступность не только крупным, но и средним, а порой и мелким банкам. Так небольшие кредитные организации, которые не могут осуществить модернизацию своих систем и IT-технологий, вправе обратиться за помощью к компаниям, работающим на основе аутсорсинга. Это решение позволит мелкому банку улучшить качество услуг, расширить круг клиентов и существенно сэкономить на развитии и улучшении собственных технологий.

Аутсорсинговые компании способны предоставить банку множество полезных опций: доступ к облачному хранилищу и программам обработки

данных, помощь при проведении анализа (в т. ч. и больших объемов данных), применение различных методов финансовой аналитики и другое [18]. При этом главное достоинство обращения к аутсорсинговым компаниям проявляется в предоставлении банку возможности сосредоточиться на осуществлении своих основных обязанностей как кредитной организации (кредитование физических и юридических лиц, помощь в открытии депозитов и др.), совершенствовании и проработке рабочего процесса.

Обобщим основные моменты анализа банковских инноваций и представим их в виде схемы (рис. 4, собственная разработка).

Инновации в российских банках

• **Продукты и услуги:**

- персонализация продуктов и услуг;
 - активное развитие интернет-банкинга;
- повышение роли электронных помощников (ботов) и др.

• **Банковские процессы:**

- применение «blockchain»-технологий;
- объединение новейших сервисов банка;
- совершенствование систем дистанционного обслуживания;
- написание программ для банковских операций и др.

• **Бизнес-модели:**

- создание экосистем;
- развитие партнерских отношений с другими компаниями, в т. ч. аутсорсинг;
- создание принципиально новых направлений бизнеса и т. д.

Рис. 4. Основные тенденции банковских инноваций

В результате проведенного анализа можно прийти к выводу о том, что на современном этапе развития экономики России инновациям в банковской сфере отведена одна из ключевых ролей. Ведь данные процессы, являясь по себе уникальными, не только оказывают положительное влияние на финансовый сегмент рынка, но и помогают стабилизировать, модернизировать работу банков и других элементов экономики [8, с. 2].

Таким образом, можно предположить, что инновации банковских продуктов и услуг, инновационные процессы и инновации в бизнес-моделях банков способны повлечь за собой существенные изменения финансовой системы – сначала на национальном уровне, а затем и на уровне международном. При этом важно понимать, что любые инновации в банковской сфере могут как способствовать быстрому и качественному развитию экономики, так и привести к негативным последствиям, и даже вызвать крах финансовой системы.

Список литературы

1. Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» от 23.08.1996 № 127-ФЗ (последняя редакция) // Официальный интернет-портал правовой информации КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/document/>
2. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 02.12.1990 г. № 395-1-ФЗ (последняя редакция) // Официальный интернет-портал правовой информации КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/document/>
3. Арзумян С.Ю., Наврузова Э.Н. Стратегии управления финансовыми инновациями в банках // Молодой ученый. – 2020. – № 14 (304). – С. 236–239.
4. Баско О.В. Инновационные продукты и технологии российских коммерческих банков в условиях формирования цифровой // Вестник Евразийской науки. – 2019. – № 5. – URL: <https://esj.today/PDF/66ECVN519.pdf>
5. Бражников И.Б. Роль инноваций в банковском секторе // Молодой ученый. – 2021. – № 24 (366). – С. 222–224.
6. Габитов И.М. Цифровизация банковских продуктов как основное направление развития банковского бизнеса // Молодой ученый. – 2021. – № 10 (352). – С. 63–64.
7. Горелов С.В., Горелов В.П., Григорьев Е.А. Основы научных исследований: учеб. пособие / под ред. В. П. Горелова. – 2-е изд., стер. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 534 с.
8. Горловой Д.Н., Мазий В.В. Банковские инновации: перспективы и проблемы внедрения // Вестник Евразийской науки. – 2020. – № 1. – URL: <https://esj.today/PDF/65ECVN120.pdf>
9. Ивлева М. И. Тенденция цифровизации банковской отрасли // Молодой ученый. – 2020. – № 2 (292). – С. 268–270.
10. Климантова Г.И., Черняк Е.М., Щегорцов А. А. Методология и методы социологического исследования: учебник. – 2-е изд., стер. – М.: Дашков и К°, 2019. – 256 с.
11. Космачева Н.М., Бушенева Ю.И. Сбалансированность и противоречия: предпринимательство в период кризиса // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: сборник статей XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – СПб., 2020. – С. 46–51.

12. Кочиева Э.М. Совершенствование бизнес-процессов операционного обслуживания физических лиц в банке // Молодой ученый. – 2020. – № 8 (298). – С. 282–285.
13. Лебедева А.С., Решетникова О.Е. Развитие экосистем банков на основе современных цифровых технологий // Молодой ученый. – 2020. – № 52 (342). – С. 328–334.
14. Миусова Е. С. Роль блокчейн-технологии в банковской сфере // Молодой ученый. – 2021. – № 20 (362). – С. 45–49.
15. Семикина О.П., Рудакова О.С. О роли банка в цифровой экономике // Молодой ученый. – 2021. – № 50 (392). – С. 476–480.
16. Слободенюк Д.Д., Павлова А.М. Инновационные банковские продукты // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 5–2 (63). – С. 184–188.
17. Токарев К.К., Веселуха К.В., Симонянц Н.Н. Кредитный рынок России: современное состояние и перспективы развития // MODERN SCIENCE. – 2020. – № 11–3. – С. 221–225.
18. Росбизнесконсалтинг [Электронный ресурс]: официальный сайт АО «Росбизнесконсалтинг». – Электрон. текстовые дан. – М., 1995–2022. – URL: <https://www.rbc.ru/>

References

1. *Federal'nyj zakon «O nauke i gosudarstvennoj nauchno-tekhnicheskoy politikE» ot 23.08.1996 № 127-FZ.* Oficial'nyj internet-portal pravovoj informacii Konsul'tanTPlyus. URL: <http://www.consultant.ru/document/>
2. *Federal'nyj zakon «O bankakh i bankovskoj deyatel'nosti» ot 02.12.1990 g. № 395-1-FZ.* Oficial'nyj internet-portal pravovoj informacii Konsul'tanTPlyus. URL: <http://www.consultant.ru/document/>
3. Arzumanyan S.YU., Navruzova E.H.N. *Strategii upravleniya finansovymi innovacijami v bankakh.* Molodoj uchenyj. 2020. № 14 (304). P. 236–239.
4. Basko O.V. *Innovacionnye produkty i tekhnologii rossijskikh kommercheskikh bankov v usloviyakh formirovaniya cifrovoj.* Vestnik Evrazijskoj nauki. 2019. № 5. URL: <https://esj.today/PDF/66ECVN519.pdf>
5. Brazhnikov I. B. *Rol' innovacij v bankovskom sektore.* Molodoj uchenyj. 2021. № 24 (366). P. 222–224.
6. Gabitov I.M. *Cifrovizacija bankovskikh produktov kak osnovnoe napravlenie razvitiya bankovskogo biznesa.* Molodoj uchenyj. 2021. № 10 (352). P. 63–64.
7. Gorelov S.V., Gorelov V.P., Grigor'ev E.A. *Osnovy nauchnykh issledovanij: uchebnoe posobie.* Moscow; Berlin: Direkt-Media Publ., 2016. 534 p.
8. Gorlovoj D.N., Mazij V.V. *Bankovskie innovacii: perspektivy i problemy vnedreniya.* Vestnik Evrazijskoj nauki. 2020. № 1. URL: <https://esj.today/PDF/65ECVN120.pdf>
9. Ivleva M.I. *Tendenciya cifrovizacii bankovskoj otrasli.* Molodoj uchenyj. 2020. № 2 (292). P. 268–270.
10. Klimantova G.I., Chernyak E.M., Shchegorcov A.A. *Metodologiya i metody sociologicheskogo issledovaniya: uchebnik. 2-e izd., ster.* Moscow: Dashkov i K° Publ., 2019. 256 p.
11. Kosmacheva N.M., Busheneva YU.I. *Sbalansirovannost' i protivorechiya: predprinimatel'stvo v period krizisa./ Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir. Sbornik statej XI vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii s mezhdunarodnym uchastiem.* St. Petersburg, 2020. P. 46–51.
12. Kochieva E.H.M. *Sovershenstvovanie biznes-processov operacionnogo obsluzhivaniya fizicheskikh lic v banke.* Molodoj uchenyj. 2020. № 8 (298). P. 282–285.
13. Lebedeva A.S., Reshetnikova O.E. *Razvitie ehkosistem bankov na osnove sovremennykh cifrovyykh tekhnologij.* Molodoj uchenyj. 2020. № 52 (342). P. 328–334.

14. Miyusova E.S. *Rol' blokchejn-tekhnologii v bankovskoj sfere*. Molodoj uchenyj. 2021. № 20 (362). P. 45–49.
15. Semikina O.P., Rudakova O.S. *O roli banka v cifrovoj ehkonomie*. Molodoj uchenyj. 2021. № 50 (392). P. 476–480.
16. Slobodenyuk D.D., Pavlova A.M. *Innovacionnye bankovskie produkty*. Ehkonomika i biznes: teoriya i praktika. 2020. № 5–2 (63). P. 184–188.
17. Tokarev K.K., Veselukha K.V., *Simonyanc N.N. Kreditnyj rynok Rossii: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya*. MODERN SCIENCE. 2020. № 11–3. P. 221–225.
18. Rosbizneskonsalting: oficial'nyj sajt AO «Rosbizneskonsalting». Ehlektron. tekstovye dan. Moscow, 1995–2022. URL: <https://www.rbc.ru/>

Спиридонов В. А.

Современное состояние фармацевтического сектора мировой экономики: рынок, акторы и стратегии развития

В статье рассмотрены вопросы развития фармацевтического рынка и фармацевтических компаний, в том числе организации и результатов их деятельности в глобальных и региональных масштабах. Установлено, что на сегодняшний день фармацевтический рынок – один из товарных рынков, имеющих положительную тенденцию в своем развитии, и его главная отличительная черта – ярко выраженная социальная функция лекарственного обеспечения населения. Основной особенностью фармацевтического рынка является специфика фармацевтических продуктов, представленных на рынке. Дано определение фармацевтического рынка как совокупности заинтересованных в производстве, продаже и потреблении лекарственных препаратов и медицинских изделий лиц: компаний-производителей, дистрибьюторов, аптечных организаций, медицинских организаций, клиентов / пациентов. Сделан вывод о неоднозначности перспектив деятельности мировой фармы.

Ключевые слова: фарма, фармацевтический сектор, фармацевтический рынок, фармдистрибуция.

ГРНТИ: Экономика / Экономические науки: 06.71.47 Экономика здравоохранения и социального обеспечения.

Spiridonov V. A.

The current state of the pharmaceutical sector of the world economy: market, actors and development strategies

This article examines the development of the pharmaceutical market and pharmaceutical companies, including their organisation and performances on a global and regional scale. It has been established that the pharmaceutical market today is one of the commodity markets with a positive trend in its development, and its main distinguishing feature is a strongly pronounced social function of providing medicines to the population. The main feature of the pharmaceutical market is the specificity of the pharmaceutical products on the market. The pharmaceutical market is defined as the set of stakeholders in the production, sale and consumption of medicines and medical devices: manufacturing companies, distributors, pharmacies, medical organisations, and customers/patients. It is concluded that the outlook for global pharma is ambiguous.

Key words: pharma, pharmaceutical sector, pharmaceutical market, pharmaceutical distribution.

JEL classifications: I12

© Спиридонов В.А., 2022

ЭКОНОМИКА НОВОГО МИРА: науч. журн. 2022 г. Том 7. № 1 (Вып. 24). С. 34

Влияние деятельности и продукции фармацевтического сектора на жизнь людей трудно переоценить – ведь вопросы здоровья важны для всех. Поэтому мониторинговые аналитические исследования данного сектора всегда актуальны.

На сегодняшний день фармацевтический рынок – один из товарных рынков, имеющих положительную тенденцию в своем развитии, и его главная отличительная черта – ярко выраженная социальная функция лекарственного обеспечения населения. Основной особенностью фармацевтического рынка является товар, представленный на рынке, то есть фармацевтический рынок – это совокупность заинтересованных в производстве, продаже и потреблении лекарственных препаратов и медицинских изделий лиц: компании – производители, дистрибьюторы, аптечные организации, медицинские организации, сами пациенты. Его отличает полифункциональная многоуровневая структура, состоящая из двух сегментарных частей – коммерческой и государственной, и высокая степень конкуренции, достаточно высокое влияние государственных структур.

Современный этап развития фармсферы определяется постиндустриальной стадией развития мировой экономики, когда в результате процессов глобализации фармацевтический сектор / отрасль расширил географию производства от экономически развитых стран к развивающимся и странам с переходным типом экономики.

Данный факт подтверждается компанией IMS Health, которая в рамках аналитического отчета о развитии фармацевтической отрасли указывает на смещение локализации основных производителей из развитых стран (США, Япония, Франция, Германия, Италия, Великобритания, Испания, Канада), в государства с развивающимся или переходным типом экономики (Китай, Бразилия, Россия, Индия, Мексика, Турция) [16].

Изменения территориальной структуры связаны с демографическим переходом и улучшением общего уровня жизни населения, у граждан данных государств появилась возможность уделять больше внимания собственному здоровью, а со стороны властей осуществляется политика импортозамещения и организации производства собственных лекарств.

Сокращение финансовых и временных затрат на НИОКР в данной отрасли позволило ускорить дальнейшее продвижение продукта на рынок. Для сравнения: полный цикл производства фармацевтического препарата от разработки до успешной реализации на рынке занимает около 10–12 лет и требует финансовых вложений в размере от 0,8 до 1,7 млрд долл. В течение этого времени из 5–10 тысяч соединений, прошедших скрининг, приблизительно 250 пройдут доклинические, а 5 – и клинические испытания. Согласно статистике Pharmaceutical Research and Manufacturers of America, уровень рентабельности продаж на рынке лекарств (покрытие первоначальных затрат на разработку лекарства) составляет 20 % [15]. По причине высокой стоимости исследований, в период 1985–2010 гг. наблюдалась ориентация ТНК на выпуск препаратов-блокбастеров (препараты, продажи которых приносят максимальную прибыль – более 1 млрд долл.).

Данный вид препаратов стал основным источником роста фармацевтического рынка, дохода и возврата инвестиций на НИОКР для ТНК (доля продаж препаратов-блокбастеров в общей структуре продаж ТНК увеличилась с 16 % в 1995 г. до 35 % в 2010 г.) [16].

Начиная с 2010 г., в результате истечения срока действия ряда патентов на лекарственные формы началось активное замещение оригинальных патентованных средств дженериками, наблюдается снижение роли блокбастеров в формировании доходов фармацевтических компаний.

Компании начали нести убытки, поскольку производители дженериков осуществляли продажу лекарств по сниженным ценам. Причина в разнице цен между патентованным и генерическим фармацевтическим продуктом заключается в низкой стоимости затрат на исследования и разработку для последнего. Компаниям, выпускающим дженерики, достаточно указывать ссылку на клинические испытания, проводимые компанией-производителем оригинального препарата. Так, например, на исследование генерических / аналоговых лекарственных препаратов производители тратят до 2 % от полученной прибыли, в то время как фармацевтические предприятия, выпускающие оригинальные препараты, тратят в среднем 10–15 % от полученной прибыли на разработку новых препаратов [1, с. 98].

Для сохранения ведущих позиций на мировом фармацевтическом рынке, представители «большой фармы» (15 крупнейших фармацевтических компаний США, Европы и Японии) были вынуждены пересмотреть собственную деятельность. Одним из направлений сокращения издержек стали процессы разделения труда, в результате которых наблюдается специализация на определенных стадиях производства между несколькими организациями [49]. Ряд предприятий отдает на аутсорсинг исследования и разработку препаратов научно-исследовательским центрам и университетам, поскольку последние находятся в курсе инноваций и передовых технологий, что позволяет полностью задействовать инновационный потенциал и достижения науки.

Помимо коллаборации с научными и образовательными учреждениями при производстве фармацевтической продукции, для крупных предприятий и ТНК характерно слияние между собой, что позволяет сохранить финансовую стабильность компании. Так, слияние Pfizer и Merck в 2009 г. с такими компаниями, как Wyeth, Schering-Plough привело к дальнейшему

увеличению доли первых на мировом рынке. Одна из 10 крупнейших ТНК по выручке в 2020 г. Novartis появилась в результате слияния Ciba-Geigy и фармацевтического подразделения Sandoz в 1996 г., а в 1999 г. AstraZeneca возникла в результате объединения шведской Astra AB и британской Zeneca Group [3, с. 41].

На современном этапе для стран «большой фармы» характерна проблема снижения рентабельности в разработке новых лекарств для болезней широкого круга потребителей. В связи с этим, наблюдается фокусирование ТНК на исследовании и разработке новых лекарств для лечения онкологических и редких заболеваний [3, с. 42]. Данное производство ориентировано на жителей развитых стран, готовых платить за новый фармацевтический продукт.

Общие характеристики мирового фармацевтического рынка представлены на рисунках 1–4.

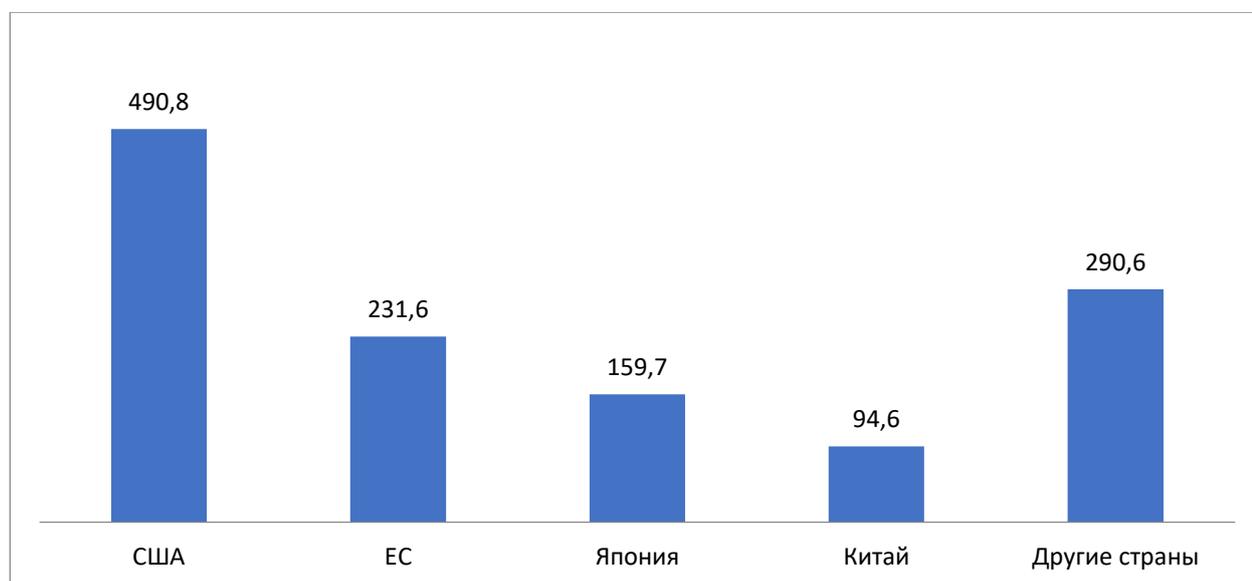


Рис. 1. Мировой фармацевтический рынок в 2020 г. по регионам (в млрд долл. США) [9]

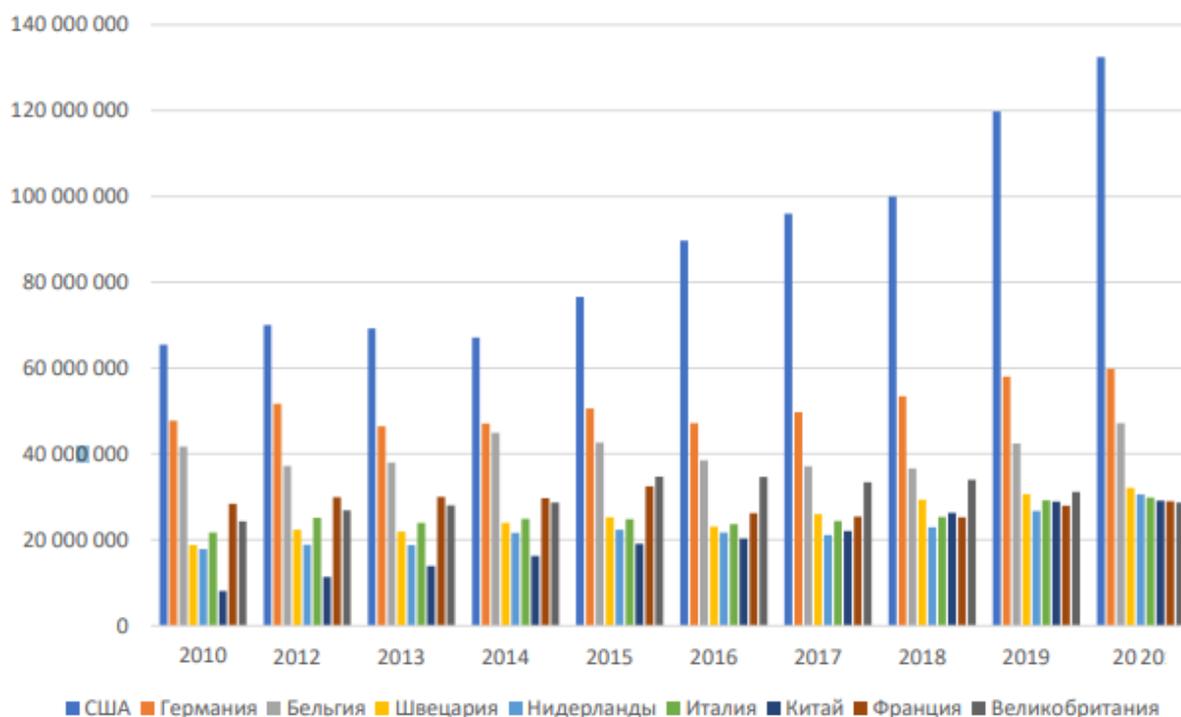


Рис. 2. Импорт фармацевтических товаров отдельных стран экономики в тыс. долл. США (2010–2020) [9]

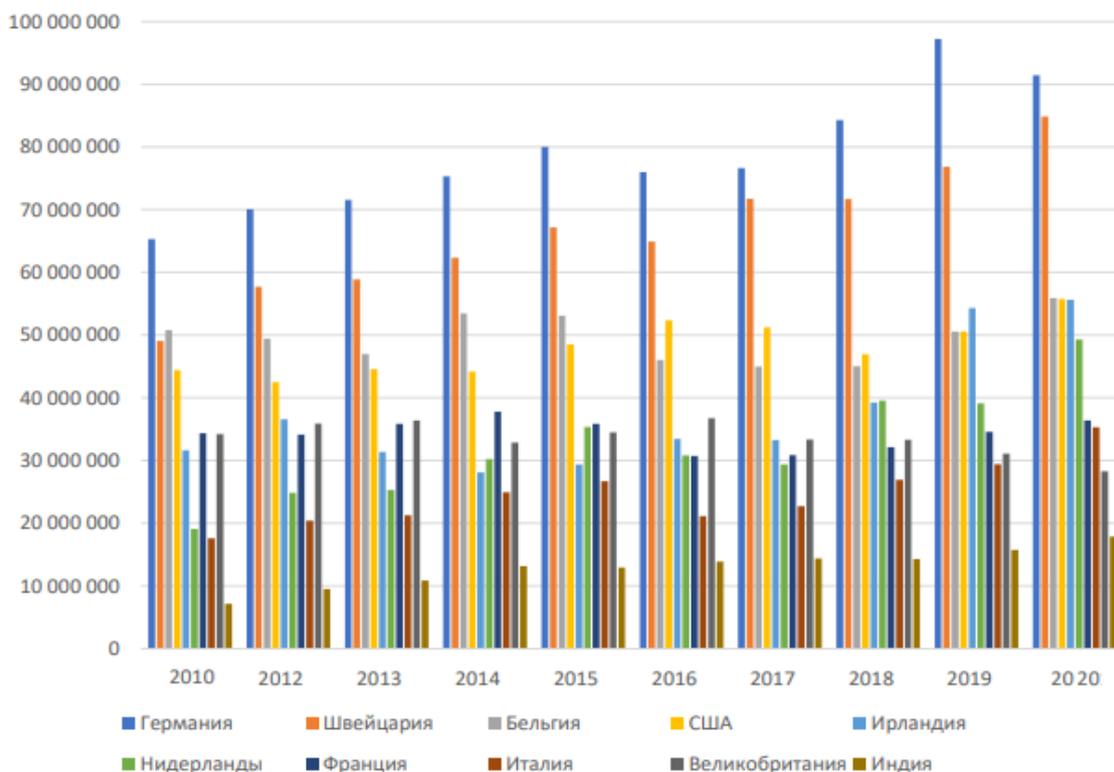


Рис. 3. Экспорт фармацевтических товаров отдельных стран экономики в тыс. долл. США [9]

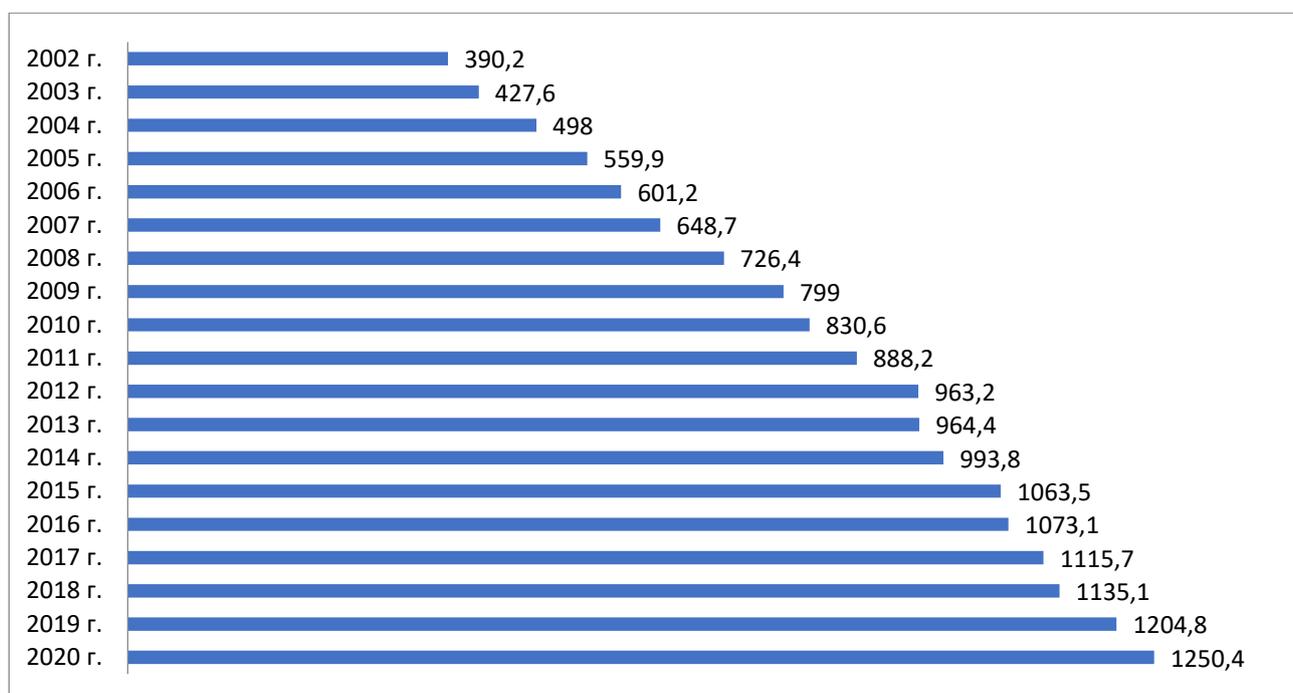


Рис. 4. Внешнеторговый оборот фармацевтической отрасли в мире в млрд долларов США [9]

В то же время исследователи отмечают, что стоимостной объем фармацевтического рынка России в последние 4 года устойчиво растет, несмотря на возникновение экономического кризиса после событий 2014 г., особенно в период первичной реакции на пандемию [2; 6; 7]. На рис. 5 представлена динамика объема коммерческого рынка фармацевтической продукции в РФ за последние 2 года.

По итогам 2021 г. объем рынка достиг 2 295 млрд р. (без учёта вакцин против Covid-19), динамика в денежном выражении составила 12,7 %, с учётом финансирования коронавирусной вакцинации ёмкость превысила 2 374 млрд р. (+76,5% к 2020 г.) [8, с. 234]. Действительно, именно государственные закупки лекарств, с учетом создания и развития фармацевтических кластеров в населенных регионах [13], второй год подряд остаются драйвером роста за счёт дополнительного финансирования национальных проектов, а также выделения средств на закупку препаратов для лечения коронавирусной инфекции.



Рис. 5. Динамика объема коммерческого рынка лекарственных препаратов РФ [46]

В свою очередь, по данным специалистов, в дистрибьютерском сегменте фармацевтического рынка России за последние 5 лет наметилась «тенденция к снижению степени рыночной концентрации среди основных игроков рынка» [5, с. 181], хотя сегодня дистрибьюторский сектор фармацевтического рынка России, как и прежде, является высоко концентрированным, о чем свидетельствует тот факт, что на топ-3 дистрибьютеров приходится более 40 % от общего объема продаж, а на топ-5 – более 50 %. При этом, «на топ-10 фармацевтических дистрибьютеров в 2021 г. стало приходиться 71,4 %, хотя в 2017 г. данный показатель был равен 82 %. По состоянию на 2021 г. лидерами по объему продаж являются такие дистрибьюторские компании, как Протек, Пульс и Катрен [4], доля которых в общем объеме продаж равна 14,8 %, 14,3 % и 13,3 % соответственно» [5, с. 182].

Рассмотрим актуальные направления развития организаций в сфере фармацевтической дистрибуции в мире.

Известно, что мировая фармацевтическая индустрия в настоящее время разработала систему, в которой вывод новейших препаратов на

мировой рынок фактически определяется двумя регулируемыми органами: Американским федеральным агентством по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов (Food and Drug Administration, FDA) и Европейским агентством лекарственных средств (European Medicines Agency, EMA) [5, с. 181]. Поскольку на долю ЕС и США вместе приходится почти 75,6 % мирового фармацевтического рынка, крайне важно, чтобы глобальные фармацевтические компании получили доступ на рынок от обоих регулирующих органов. Это относится как к инновационным (новейшим) лекарственным средствам, так и к рынку аналоговых лекарственных средств (дженериков), который быстро растет в развитых и развивающихся странах благодаря успешной ценовой конкуренции. При этом фармакологические компании получают большую часть своей прибыли от запатентованных лекарств, именно в сегменте брендовых лекарств технологическая и политическая конкуренция является наиболее жесткой. В течение многих лет регулирующие органы, такие как FDA и EMA, боролись за превосходство в выводе лекарств на рынок, чтобы максимизировать прибыль местных фармацевтических компаний. Более быстрые механизмы вывода на рынок новейших препаратов и выделения биотехнологических препаратов в отдельную категорию позволили регулятору США закрепить лидерство США по большинству фармацевтических инноваций (с точки зрения их коммерциализации) [5, с. 182].

Для мира это означает, по нашему мнению, значительную зависимость мирового фармацевтического и биотехнологического секторов от мононациональных регулирующих организаций в широком контексте международных процессов: от торговых войн и протекционизма до мягких

нетарифных ограничений конкуренции, в том числе возможности применения спецсредств воздействия на оппонентов в рамках управления глобальными экономическими конфликтами современности [11].

Тем не менее, основными современными тенденциями в развитии технологий здравоохранения в соответствии с отчетом, подготовленным Центром решений для здравоохранения компании Deloitte [52], являются:

1. Возникновение виртуального здравоохранения.
2. Искусственный интеллект (ИИ) и робототехника.
3. Интернет медицинских вещей (IoMT).

Отметим, что это высокотехнологичные услуги, которые в обычных условиях могут быть доступны всем и, в первую очередь, жителям высокоразвитых стран, но не могут быть доступны никому в условиях отсутствия цифровой инфраструктуры. Проект И.Маска «Старлинк» в этой связи становится еще более важным и востребованным на всей территории планеты.

Подчеркнем, что в результате глобализации дальнейшее развитие фармацевтической промышленности оказалось под влиянием таких факторов как: перемещение производственной деятельности в регионы, ранее считавшиеся периферийными; ориентация ТНК на выпуск наиболее прибыльных лекарственных препаратов; распространение дженериков на мировом рынке; передача на аутсорсинг исследований и разработок лекарственных препаратов научно-исследовательским организациям; слияние ТНК для сохранения и увеличения прибыли от продаж.

Соответственно, движущими силами развития мировой фармацевтической промышленности в течение многих лет и на будущее остаются растущий спрос на лекарства во всем мире, позволяющий реализовывать любые, в том числе просроченные, запасы на территории стран мировой

периферии, и стремление производителей снизить затраты для повышения конкурентоспособности на международном рынке, в том числе за счет применения высоких технологий, не снижая при этом цены и предлагая дорогостоящие препараты с неявной пользой. К сожалению, целеполагание фармацевтических ТНК всегда было очень далеко от идеального [10; 12].

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что процессы глобализации оказали наибольшее влияние на рост производства и увеличение продаж в фармацевтической отрасли. Одновременно с усилением конкуренции на мировом рынке дальнейшее развитие отрасли, само по себе высококонкурентное в силу глобальности фармацевтических ТНК и их финансовых и политических возможностей, будет определяться, по нашему мнению, внедрением новейших разработок науки и увеличением потребления фармацевтической продукции, что обусловлено как объективными - ростом численности населения в развивающихся странах и ростом их доходов или возможностей, депопуляцией и старением граждан экономически развитых государств, так и субъективными – например, наличием предрассудков у руководства ТНК или следованию им в русле той или иной идеологии, в том числе связанной с идеями высшей расы и идеями целевого регулирования перенаселенности планеты, – факторами.

Список литературы

1. Болденков А.В. Фармацевтическая отрасль как составная часть экономики России // Молодежь и наука. – 2019. – № 5-6. – С. 98.
2. Быкова Е.А. Трансформационные тенденции и инновационные факторы развития оптового и розничного секторов рынка лекарственных средств // Вестник университета. – 2020. – № 12. – С. 27–35.
3. Мамедьяров З.А. Инновационное развитие глобальной фармацевтической отрасли: дис. ... канд. экон. наук. – М.: Национальный исследовательский институт мировой экономики и международных отношений им. Е.М. Примакова Российской академии наук, 2018.
4. Нечаева Ю. Рейтинг российских фармдистрибьюторов по итогам 2019 года // Ремедиум. Журнал о российском рынке лекарств и медицинской техники. – 2020. – № 4-6. – С. 26–29.

5. Квачахия Л.Л. О развитии дистрибьюторского сектора фармацевтического рынка России // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – Т. 10. – № 2 (35). – С. 180–182.

6. Космачева Н.М., Бушенева Ю.И. Сбалансированность и противоречия: предпринимательство в период кризиса // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: сборник статей XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – СПб., 2020. – С. 46–51.

7. Космачева Н.М., Черкасская Г.В. Устойчивое развитие территории-сателлита мегаполиса и новые угрозы в условиях пандемии // Международный экономический симпозиум – 2022: материалы международной научной конференции. – СПб., 2022. – С. 817–821.

8. Овод А.И. Исследование факторов роста российского фармацевтического рынка // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2021. – Т. 10. – № 1 (34). – С. 233–235.

9. Фармацевтические продукты и рынок [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.statista.com/markets/412/topic/456/pharmaceutical-products-arket/#overview>

10. Чекмарев О.П. Цели и средства экономической деятельности в моделях институционализма: проблемы взаимопревращений // Институциональная экономическая теория: история, проблемы и перспективы. – СПб., 2019. – С. 62–82.

11. Черкасская Г.В. Глобальный конфликт современных социально-экономических отношений и его влияние на системную социальную защиту // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: V Международная научно-практическая конференция. – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2015. – С. 52–58.

12. Черкасская Г.В. Целевая функция предпринимательства и здоровый образ жизни // XXIII Царскосельские чтения: материалы Международной научно-практической конференции. – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2019. – С. 341–344.

13. Kosmacheva N.M., Cherkasskaya G.V. Problems of forming sustainable investment climate in the Leningrad region of the Russian Federation // Advances in Economics, Business and Management Research. Proceedings of the International Scientific-Practical Conference “Business Cooperation as a Resource of Sustainable Economic Development and Investment Attraction” (ISPCBC 2019). – 2019. – С. 114–119.

14. Pharma R&D outsourcing is on the rise. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.biopharmatrend.com/post/30-pharma-rd-outsourcing-is-on-the-rise>

15. Pharmaceutical industry. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.britannica.com/technology/pharmaceutical-industry/Drug-discovery-and-development>

16. The Global Use of Medicine in 2019 and Outlook to 2023. [Электронный ресурс]. – URL: <https://informatiori.it/wp-content/uploads/2019/03/the-global-use-of-medicine-in-2019-and-outlook-to-2023.pdf>.

17. Ronte H., Taylor K., Haughey J. Medtech and internet of medical things: How connected medical devices are transforming healthcare, London: Deloitte Centre for Health Solutions. – 2018.

References

1. Boldenkov A.V. *Farmaceuticheskaya otrasl' kak sostavnaya chast' ekonomiki Rossii*. Molodezh' i nauka, 2019. № 5-6. P. 98.

2. Bykova E.A. *Transformacionnye tendencii i innovacionnye faktory razvitiya optovogo i roznichnogo sektorov rynka lekarstvennykh sredstv*. Vestnik universiteta. 2020. № 12. P. 27–35.

3. Mamed'yarov Z.A. *Innovacionnoe razvitie global'noj farmacevticheskoy otrasli: dis. kand. ehkonom. nauk*. Moscow: Nacional'nyj issledovatel'skij institut mirovoj ehkonomiki i mezhdunarodnykh otnoshenij imeni E.M. Primakova Rossijskoj akademii nauk, 2018.
4. Nechaeva YU. *Rejting rossijskikh farmdistrib'yutorov po itogam 2019 goda*. Remedium. Zhurnal o rossijskom rynke lekarstv i medicinskoj tekhniki. 2020. № 4-6. P. 26–29.
5. Kvachakhiya L.L. *O razvitii distrib'yutorskogo sektora farmacevticheskogo rynka Rossii*. Azimut nauchnykh issledovanij: ehkonomika i upravlenie. 2021. T. 10. № 2 (35). P. 180–182.
6. Kosmacheva N.M., Busheneva YU.I. *Sbalansirovannost' i protivorechiya: predprinimatel'stvo v period krizisa*. Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir. Sbornik statej XI vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii s mezhdunarodnym uchastiem. St. Petersburg, 2020. P. 46–51.
7. Kosmacheva N.M., Cherkasskaya G.V. *Ustojchivoe razvitie territorii-satellita megapolisa i novye ugrozy v usloviyakh pandemii*. Mezhdunarodnyj ehkonomicheskij simpozium – 2022. materialy mezhdunarodnykh nauchnykh konferencij. St. Petersburg, 2022. P. 817–821.
8. Ovod A.I. *Issledovanie faktorov rosta rossijskogo farmacevticheskogo rynka*. Azimut nauchnykh issledovanij: ehkonomika i upravlenie. 2021. T. 10. № 1 (34). P. 233–235.
9. *Farmaceuticheskie produkty i rynek*. URL: <https://www.statista.com/markets/412/topic/456/pharmaceutical-products-market/#overview>
10. Chekmarev O.P. *Celi i sredstva ehkonomicheskoy deyatel'nosti v modelyakh institucionalizma: problemy vzaimoprevrashchenij*. Institucional'naya ehkonomicheskaya teoriya: istoriya, problemy i perspektivy. St. Petersburg, 2019. P. 62–82.
11. Cherkasskaya G.V. *Global'nyj konflikt sovremennykh social'no-ehkonomicheskikh otnoshenij i ego vliyanie na sistemnyu social'nyu zashchitu*. Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir: V Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya. St. Petersburg: LGU im. A.S. Pushkina, 2015. P. 52–58.
12. Cherkasskaya G.V. *Celevaya funkciya predprinimatel'stva i zdorovyj obraz zhizni*. KHKHIII Carskosel'skie chteniya: materialy Mezhdunar. nauchno-prakt. konferencii. St. Petersburg: LGU im. A.S. Pushkina, 2019. P. 341–344.
13. Kosmacheva N.M., Cherkasskaya G.V. *Problems of forming sustainable investment climate in the Leningrad region of the Russian Federation*. Advances in Economics, Business and Management Research. Proceedings of the International Scientific-Practical Conference “Business Cooperation as a Resource of Sustainable Economic Development and Investment Attraction” (ISPCBC 2019). 2019. P. 114–119.
14. *Pharma R&D outsourcing is on the rise*. URL: <https://www.biopharmatrend.com/post/30-pharma-rd-outsourcing-is-on-the-rise>
15. *Pharmaceutical industry*. URL: <https://www.britannica.com/technology/pharmaceutical-industry/Drug-discovery-and-development>
16. *The Global Use of Medicine in 2019 and Outlook to 2023*. URL: <https://informati.it/wp-content/uploads/2019/03/the-global-use-of-medicine-in-2019-and-outlook-to-2023.pdf>.
17. Ronte, H., Taylor K., Haughey J. *Medtech and internet of medical things: How connected medical devices are transforming healthcare*. London: Deloitte Centre for Health Solutions. – 2018.

Территориальные особенности управления развитием филиалов организации общественного питания: сравнительный анализ

В статье проанализирован опыт развития организации общественного питания, имеющей в настоящее время два филиала - в городах Сочи и Санкт-Петербург. Рассмотрены местоположение и особенности устройства заведений с учетом общей концепции. Учтен фактор сезонности, рассмотрены особенности рынка труда в двух регионах, имеющие значение для организаций общественного питания. Проведено сравнение текущей стоимости и качества жизни, а также моделей потребления в городах, включая особенности и ресурсы туризма. Сделаны выводы о неизбежности различий в управлении развитием аналогичных предприятий одной сети в рассматриваемых городах, вызванной разницей внешней среды (климат, туристическая привлекательность, состояние рынка труда, численность населения, качество и стоимость жизни, уровень доходов населения, конкурентная среда), а также историческими различиями в местной культуре.

Ключевые слова: общественное питание, менеджмент, управление развитием.

ГРНТИ: Экономика / Экономические науки: 06.71.51 Экономика сферы обслуживания, жилищно-коммунального хозяйства и смежных отраслей в целом.

Melnikov E. N.

Territorial peculiarities of managing the development of branches of a catering organisation: a comparative

The article analyses the experience of a catering organisation that currently has two branches, in the cities of Sochi and St Petersburg. The location and layout of the establishments are considered in relation to the overall concept. The seasonality factor is taken into account and the labour market characteristics of the two regions relevant to catering organisations are examined. A comparison was made of the current cost and quality of life and consumption patterns in cities, including tourism features and resources. It is concluded that there are inevitable differences in the development management of similar enterprises of the same network in the considered cities, caused by differences in the external environment (climate, tourist attractiveness, labour market conditions, population size, quality and cost of living, income level of the population, competitive environment), as well as historical differences in the local culture.

Key words: catering, management, development management.

JEL classifications: M20

© Мельников Е. Н., 2022

Любая организация общественного питания может и должна иметь авторскую концепцию – что, кому, как и когда продавать. Есть широко представленные и узнаваемые бренды (Теремок, Макдональдс, Стейкхаус и пр.), есть авторские рестораны и кафе, есть рестораны одной сети, но с разной концепцией. В любом случае можно сказать, что именно авторское видение собственника или организатора бизнеса задает все элементы организации бизнеса в общественном питании. Тем не менее, по нашему мнению, существует еще и территориальные особенности реализации одной и той же концепции, и научный анализ подобных ситуаций является актуальным, имеет теоретическое и прикладное значение.

Рассмотрим опыт развития организации общественного питания, имеющей в настоящее время два филиала - в городах Сочи (филиал 1) и Санкт-Петербург (филиал 2).

Организация была создана собственниками бизнеса в соответствии с наиболее продвинутыми на тот момент концепциями научного менеджмента [4; 8; 9; 10] без привлечения кредитных средств, в том числе специально для малого бизнеса [6] и средств государственной поддержки [11]. Миссия исследуемой организации при ее создании виделась основателям в удовлетворении эстетических и гастрономических потребностей клиентов, передавая атмосферу и традиции средневековой Чехии. Это определило концепцию заведения и способ производства – варение пива на месте реализации в соответствующих интерьерах и сопровождении. Оба филиала были открыты в течение 2014 г. под одним названием в центральной части выбранных городов.

Убранство ресторанов выполнено в стиле старой Чехии, но в разных вариантах, предусмотрена живая музыка и шоу-программы (СПб) или просмотр мероприятий (Сочи). В заведении представлены чешская и немецкая кухни, еда подается в классической посуде европейского

стиля. Большой популярностью пользуются закуски к пиву, которые готовят повара самостоятельно.

Цели создания обособленных подразделений в разных регионах были, по нашему мнению, следующие:

- распределение производственной нагрузки на несколько регионов;
- освоение ресурсов, доступных только в конкретном районе, городе, муниципальном образовании;
- расширение технической базы предприятия;
- развитие сети (организация производства на новом рынке продаж);
- освоение рынков (расширение географии охвата);
- поиск новых клиентов, и т. д.

Какие же общие черты имеют исследуемые заведения? Являясь филиалами одной компании, рестораны в Санкт-Петербурге и Сочи имеют одно название, общее высшее руководство, практически полностью идентичный перечень оказываемых услуг и производимых товаров.

Важной общей чертой является сезонность бизнеса, ведь и Санкт-Петербург, и Сочи являются курортными городами, привлекающими огромное количество туристов, особенно в летний период. Однако в данном аспекте уже можно выделить небольшую разницу в пользу Санкт-Петербурга, где туристические потоки менее привязаны к летнему периоду, в отличие от Сочи, который зимой остается практически полностью без отдыхающих.

Борьба с негативными факторами сезонности ведется руководством по следующим направлениям: расширение ассортимента за счет товарных групп, имеющих противоположную сезонность. Достаточно действенным методом работы с колебаниями спроса является диверсификация бизнеса. Конечно, это требует глубокого анализа и серьезного стратегического расчета, однако позволяет практически полностью преодолеть

зависимость от сезона. Так, например, в Петербургском филиале для привлечения клиентов в зимний сезон реализуются мероприятия по снижению цен на традиционные «зимние» блюда. В Сочи делается акцент на зимних видах спорта, привлекающих туристов в соответствующих сезон года (сотрудничество с горнолыжными курортами, организация обслуживания туристических групп). Проводятся скидочные кампании, расширяется ассортимент сезонного меню, проводится полномасштабная кампания по диверсификации деятельности (мастер-классы, доставка), а также особо важное внимание уделяется маркетингу (увеличение количества наружной рекламы, активное продвижение рекламы в СМИ и на интернет-ресурсах).

Таким образом, первое значимое отличие заключается в климате двух городов: в Петербурге наблюдается более всесезонная привлекательность, а значит бизнес получает прибыль, практически равномерно распределенную по сезонам, с небольшим (около 10 %) перевесом в период лета. В Сочи же порядка 60 % от общегодовой прибыли генерируется за период с июня по сентябрь, что вынуждает руководство к более активной деятельности по привлечению клиентов, что неминуемо приводит к росту финансовых затрат на диверсификацию хозяйственной деятельности предприятия и реализацию маркетинговых кампаний.

Далее рассмотрим специфику рынка труда в обоих городах, где разница еще более значительная. Важно учитывать влияющие на формирование кадрового состава особенности рынка труда, в том числе особенности ситуации [1], мотивации [3, с. 12] и традиций социально-трудовых отношений [5, с. 8].

Начнем со сравнения количества населения городов. В Санкт-Петербурге по состоянию на 2022 год население составляет 5 535 556 человек.

В Сочи – 433 562 человека, что более чем в 12 раз меньше населения северной столицы. Средняя заработная плата в Санкт-Петербурге по данным на 2022 г. – 55 984 р., медианная заработная плата – 43 600 р. Средняя заработная плата в Сочи – 40 983 р., медианная заработная плата – 32 211 р. Уровень безработицы в Санкт-Петербурге за период с декабря 2021 г. по февраль 2022 г. составил 1,4 %, тот же показатель в Сочи достигал 5,8 %, что в 4 раза больше. В Санкт-Петербурге по нашим наблюдениям более высокое количество населения обеспечивает и более высокое количество кандидатов на конкретную вакансию, средняя продолжительность занятости работника здесь составляет 3 года. В сочинском филиале вопрос с набором персонала стоит более остро не только из-за меньшего количества населения города, но и из-за меньшего показателя заработной платы. Учитывая, опять же, фактор сезонности ведения бизнеса, средняя продолжительность занятости работника значительно ниже – около одного года.

Можно сделать вывод, что в Петербурге, как в городе с особой спецификой [13], текущее состояние рынка труда оказывает более благоприятное воздействие на деятельность предприятия по формированию наличного кадрового состава, позволяя сократить показатели текучести кадров, что, в свою очередь, означает более высокий уровень квалифицированности и эффективности работы персонала. К тому же это позволяет избежать лишних финансовых затрат на поиск, найм и обучение новых в компании сотрудников. Преимуществом южного филиала можно назвать меньшую стоимость рабочей силы. Однако в учете данного фактора имеет значение и подготовленность региональных менеджеров к управлению человеческими ресурсами, в том числе их личная позиция в этом вопросе [12, с. 210].

Теперь перейдем к фактору текущей стоимости и качества жизни, которые напрямую влияют на успешность и эффективность ведения ресторанного бизнеса, ведь чем выше эти показатели, тем выше и показатели выручки и прибыли от деятельности. Качество жизни населения – это степень удовлетворения материальных, духовных и социальных потребностей человека. Это субъективная оценка степени удовлетворенности материальных, духовных потребностей. Качество жизни является одним из важнейших показателей, принятых ООН, который отражает уровни устойчивого развития как отдельных городов, в том числе расположенных в специфических районах страны [7], так и государства в целом.

Для понимания стоимости жизни используем методологию поведенческой экономики [2, с. 8] и возьмем уже рассмотренные показатели средних зарплат, количественные показатели среднего чека клиентов в обоих заведениях, стоимости арендного платежа за съемную квартиру в месяц, стоимости аренды бюджетного гостиничного номера на один день, а также условного среднего чека за поездку на такси длиной в 5 километров. В Петербурге средний чек в ресторане в перерасчете на одного клиента составляет 1 800 р., в Сочи – 1350 р. Стоимость арендного платежа за съем однокомнатной квартиры составляет примерно 25 000 р. и 17 000 р. соответственно по городам. Стоимость аренды бюджетного гостиничного номера в трехзвездочном отеле на один день: 2 500 р. и 1 700 р. соответственно. Средний чек на поездку на такси длиной на указанную дистанцию составляет 300 р. и 150 р. соответственно.

На основе сравниваемых показателей, характеризующих качество и стоимость жизни, можно сделать вывод, что в Петербурге стоимость оказания услуг выше примерно на 40–50 %.

В данном аспекте сравнения нельзя говорить однозначно, что какой-либо из рассматриваемых филиалов имеет явное преимущество, ведь

менее высокий показатель стоимости жизни в Сочи с одной стороны может оказать как негативное влияние (в виде уступающего по уровню рентабельности производства, выручке и прибыли), так и, с другой стороны, может означать большую ценовую доступность, следовательно логично увеличив количество клиентов.

Наиболее важный, по нашему мнению, фактор, который обеспечивает конкурентоспособность заведений общественного питания - это местоположение. С этой точки зрения, наиболее перспективными являются центр города; богатый (курортный) район; расположение в торговом центре; ресторанный ряд; ресторан-монополист.

Оба предприятия имеют очень выгодное локальное местоположение: северное располагается в центре города, в богатом деловом районе, в шаговой доступности от станций метро Невский проспект, Гостиный двор, Сенная, Спасская, Садовая и Адмиралтейская, рядом с такими достопримечательностями города, как Казанский собор, Спас на Крови, Эрмитаж, Дворцовая площадь, Исаакиевский собор, Невский проспект и многие другие значимые исторические объекты культуры северной столицы. Негативным фактором здесь является частое возникновение трудностей клиентов в месте положении ресторана, так как согласно законодательству Санкт-Петербурга, наружная реклама на фасадах зданий, признанных специальной комиссией как исторические, имеет ряд ограничений, в результате которых нет возможности увеличить заметность заведения для проходивших мимо людей. Решение данной проблемы заключается в найме специального аниматора, который раздает прохожим специальные рекламные брошюры с указанием маршрута к входу в заведение.

Филиал в Сочи также расположен в центре города, на первой береговой линии, всего в 10 метрах от Черного моря, и в 150 метрах от Зимнего театра, в 5 минутах ходьбы находится Морской вокзал. Главное

преимущество, конечно же, это расположение у береговой линии, ведь по набережной гуляет огромное количество потенциальных клиентов, а трехэтажное хорошо заметное здание ресторана позволяет сэкономить значительные финансовые ресурсы на деятельность маркетингового отдела.

Итак, подводя итоги исследования, можно сделать следующие выводы:

- Сезонность и туристические потоки играют немаловажную роль в процессе развития рассматриваемых организаций и оказывают серьезное влияние на модель ведения бизнеса. Если во всесезонном Санкт-Петербурге, где туристические потоки сравнительно велики как в летний, так и в зимний период руководству не требуется организация каких-либо мероприятий по привлечению в «засушливые» периоды, то в Сочи возникает такая потребность, соответственно это неизбежно приводит к росту финансовых затрат на маркетинговые исследования и кампании, а также требует глубокой и всесторонней диверсификации хозяйственной деятельности.

- Различия в текущем состоянии на рынках труда внутри двух городов также приносят свой ощутимый вклад. Учитывая лучшее положение на рынке труда в Петербурге, был сделан вывод, что северный филиал значительно легче и успешней решить задачу найма квалифицированного и постоянного кадрового состава. В сочинском предприятии наиболее остро наблюдается проблема высокой текучести кадров и поиска высококвалифицированной рабочей силы, что приводит к дополнительным тратам на обучение и адаптацию новых работников.

- Стоимость жизни в Петербурге заметно выше, чем в Сочи (на 40–50 %), однако нельзя с точностью утверждать, что благодаря более высоким ценам вырастет эффективность ведения бизнеса, его рентабельность и общая прибыльность.

•Сравнивая преимущества локального расположения двух предприятий в черте городов, был сделан вывод, что Сочи имеет явное преимущество за счет расположения на первой береговой линии, а также более легкой доступности и заметности для потенциальных клиентов.

Таким образом, возникновению характерных черт различия в управлении развитием аналогичных предприятий одной сети в рассматриваемых городах (Санкт-Петербург и Сочи) служит разница в их климате, туристической привлекательности, состоянии рынка труда и количестве населения, качестве и стоимости жизни, уровне доходов населения, конкурентной среде, локальном расположении предприятий в черте города, а также исторические различия в местной культуре, даже фольклоре, не говоря о более очевидных вещах, например, о традициях местной кухни. Сами различия в деятельности локальных менеджеров по развитию будут стратегическими, связанными с возможностями конкретного города, но в рамках общей концепции и стратегии развития сети, тактическими (в рамках возможностей конкретного филиала) и организационными (в рамках возможностей самого управленческого аппарата). В любом случае, мерилom правильности выбранных менеджерами подходов – с учетом местной специфики – будет только популярность и доходность заведения.

Список литературы

1. Белова Т.М. Проблемы управления человеческим капиталом в период социально-экономической неопределенности // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: XII Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием. – СПб., 2021. – С. 9–12.
2. Бушенева Ю.И. Поведенческая экономика как новое направление в экономической науке // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: VIII Международная научно-практическая конференция / отв. ред. Н.М. Космачева, 2018. – С. 5–9.
3. Генкин Б. М. Мотивация и организация эффективной работы (теория и практика): монография. – 2-е изд., испр. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2020. – 352 с.
4. Деминг Э. Менеджмент нового времени: простые механизмы, ведущие к росту, инновациям и доминированию на рынке / пер. с англ. – М.: Альпина Паблицер, 2019. – 182 с.

5. Зайцев Г.Г., Черкасская Г.В., Бадхен М.Л. Труд и трудовые отношения: учебное пособие. – СПб.: Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, 2007. – 176 с.
6. Космачева Н.М. Формы финансирования малого и среднего бизнеса: трансформация с использованием цифровых технологий // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: XII Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием. – СПб., 2021. – С. 39–44.
7. Космачева Н.М., Черкасская Г.В. Вопросы устойчивого развития горных территорий в Российской Федерации: система жизнеобеспечения, институты и инфраструктура // Экономика нового мира. – 2020. – Т. 5. – № 4(19). – С. 44–60.
8. Маслова Е.Л. Менеджмент в притчах, сказках и занимательных историях с комментариями. – 4-е изд. – М.: Дашков и К, 2020. – 256 с.
9. Менеджмент: век XXI: сб. статей / под ред. О.С. Виханского, А.И. Наумова. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2019. – 352 с.
10. Менеджмент: традиционные и современные модели: справочное пособие / В.В. Филатов, А.Е. Алексеев, Ю.А. Галицкий [и др.]; под ред. В.В. Князева, Д.С. Петросяна. – М.: ИНФРА-М, 2020. – 474 с.
11. Стецюнич Ю.Н. Методические вопросы оценки результатов развития малого и среднего предпринимательства в РФ в условиях государственной поддержки и регионального распределения экономической активности в предпринимательской среде // Экономика нового мира. – 2021. – Т. 6. – № 4 (23). – С. 6–31.
12. Черкасская Г.В. Представления о предмете и методах науки об управлении человеческими ресурсами как фактор влияния на современную практику внутрифирменного управления // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: сборник статей. – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2017. – С. 204–212.
13. Kosmacheva N.M., Cherkasskaya G.V. Human resources and entrepreneurship in modern models of sustainable social and economic development of the satellite territory of an active metropolis (on the example of the Leningrad region and the city of St. Petersburg) // Advances in economics, business and management research. Proceedings of the "New Silk Road: Business Cooperation and Prospective of Economic Development" (NSRBCPED 2019). – 2019. – С. 213–219.

References

1. Belova T.M. *Problemy upravleniya chelovecheskim kapitalom v period social'no-ehkonomicheskoy neopredelennosti*. Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir. XII Vserossiyskaya nauchno-prakticheskaya konferenciya s mezhdunarodnym uchastiem. St. Petersburg, 2021. P. 9–12.
2. Busheneva YU.I. *Povedencheskaya ehkonomika kak novoe napravlenie v ehkonomicheskoy nauke*. Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir. VIII mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya. 2018. P. 5–9.
3. Genkin B. M. *Motivaciya i organizaciya ehffektivnoj raboty (teoriya i praktika): monografiya. 2-e izd., ispr.* Moscow: Norma: INFRA-M Publ., 2020. 352 p.
4. Deming EH. *Menedzhment novogo vremeni: prostye mekhanizmy, vedushchie k rostu, innovaciyam i dominirovaniyu na rynke*. Moscow: Al'pina Pabliher Publ., 2019. 182 p.
5. Zajcev G.G., Cherkasskaya G.V., Badkhen M.L. *Trud i trudovye otnosheniya: uchebnoe posobie*. St. Petersburg: Leningradskij gosudarstvennyj universitet imeni A.S. Pushkina, 2007. 176 p.

6. Kosmacheva N.M. *Formy finansirovaniya malogo i srednego biznesa: transformaciya s ispol'zovaniem cifrovyykh tekhnologij*. Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir. XII Vserossiyskaya nauchno-prakticheskaya konferenciya s mezhdunarodnym uchastiem. St. Petersburg, 2021. P. 39–44.
7. Kosmacheva N.M., Cherkasskaya G.V. *Voprosy ustojchivogo razvitiya gornykh territorij v Rossijskoj Federacii: sistema zhizneobespecheniya, instituty i infrastruktura*. Ehkonomika novogo mira, 2020. T.5. № 4(19). P. 44–60.
8. Maslova E.L. *Menedzhment v pritchakh, skazkakh i zanimatel'nykh istoriyakh s komentariyami*. 4-e izd. Moscow: Dashkov i K Publ., 2020. 256 p.
9. *Menedzhment: vek XXI: sb. statej*. Moscow: Magistr: INFRA-M Publ., 2019. 352 p.
10. *Menedzhment: traditsionnye i sovremennyye modeli: spravochnoe posobie*. Moscow: INFRA-M Publ., 2020. 474 p.
11. Stecyunich YU.N. *Metodicheskie voprosy ocenki rezul'tatov razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v RF v usloviyakh gosudarstvennoj podderzhki i regional'nogo raspredeleniya ehkonomicheskoy aktivnosti v predprinimatel'skoj srede*. Ehkonomika novogo mira. 2021. T. 6. № 4 (23). P. 6–31.
12. Cherkasskaya G.V. *Predstavleniya o predmete i metodakh nauki ob upravlenii chelovecheskimi resursami kak faktor vliyaniya na sovremennuyu praktiku vnutrifirmennogo upravleniya*. Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir. Sbornik statej. Leningradskij gosudarstvennyj universitet im. A.S. Pushkina Publ, 2017. P. 204–212.
13. Kosmacheva N.M., Cherkasskaya G.V. *Human resources and entrepreneurship in modern models of sustainable social and economic development of the satellite territory of an active metropolis (on the example of the Leningrad region and the city of St. Petersburg)*. Advances in economics, business and management research. Proceedings of the "New Silk Road: Business Cooperation and Prospective of Economic Development" (NSRBCPED 2019). 2019. P. 213–219.

Принцип должной осмотрительности и риск-менеджмент

В статье рассматриваются элементы риск-менеджмента организации, связанные с реализацией принципа должной осмотрительности при выборе контрагента. По мнению автора, дисбаланс интересов государства и целей предпринимателя приводит к тому, что предприниматель начинает искать альтернативные методы снижения расходной части своих средств и повышения прибыли, что способствует возникновению схем ухода от уплаты налогов и, следом, к разработке новых мероприятий с целью недопущения таких схем, что впоследствии может негативным образом сказаться на добросовестных налогоплательщиках, которые в свою очередь не подозревали, что контрагент может вести противоправно и не проявили должной осмотрительности при выборе контрагента. Одним из наиболее эффективных методов снижения негативных последствий для организации является качественная организация проверок контрагентов как часть общего риск-менеджмента организации. Предложена классификация соответствующих ситуационных рисков.

Ключевые слова: менеджмент, управление организацией, должная осмотрительность, риски организации, проверка контрагента.

ГРНТИ: Экономика / Экономические науки: 06.81.12 Организация и управление. Планирование на предприятии.

Solovyova Y. M.

The principle of due diligence and risk management

This article discusses the elements of an organisation's risk management related to the implementation of the principle of due diligence in selecting a counterparty. According to the authors, the imbalance between the interests of the state and the objectives of the entrepreneur leads to the entrepreneur seeking alternative methods of reducing the expenditure side of his funds and increasing profits, which facilitates the emergence of tax avoidance schemes and, subsequently, the development of new measures to prevent such schemes, which can then have a negative impact on good faith taxpayers who, in turn, did not suspect that the counterparty might conduct unlawful activities and have not exercised due diligence when choosing a counterparty. One of the most effective methods of reducing the negative

consequences for the organisation is the qualitative organisation of checks on counterparties as part of the overall risk management of the organisation. A classification of relevant situational risks is proposed.

Key words: management, organization management, due diligence, organization risks, counterparty verification.

JEL classifications: M19

Ведение финансово-хозяйственной деятельности организациями не может обходиться без возникновения всевозможных рисков, будь то предпринимательские, финансовые, налоговые риски и другие риски. Риски являются составной частью предпринимательской деятельности, сам предприниматель должен так управлять рисками, чтобы в любых условиях обеспечивать максимально возможное достижение своих целей – продуктовых, организационных, финансовых и даже общественных [7; 15], если он таковые ставил. Однако не он один осуществляет операционный риск-менеджмент [6; 13], есть риски, которыми управляют менеджеры, в том числе менеджеры в сфере закупок и продаж.

При этом сам предприниматель – это по определению человек, готовый к риску, и чем выше риск, тем, как правило выше доходность. Ну а менеджер? Интересно, что согласно институциональной экономической теории одним из преимуществ выбора института фирмы является возможность избегать личного риска. То есть, если человек не расположен к риску по своей ценностной ориентации, то для него будет более удобно работать в организации, иметь стабильный заработок и узкую специализацию, а значит и компетенцию. Возникает вопрос: а где эта золотая середина между риском, т.е. потенциальными потерями в результате возникшей неопределенности, и доходностью? до какого предела можно пойти и при этом не потерять бизнес / рабочее место? Ответы на эти во-

просы дает только риск-менеджмент, поскольку его прямая задача определять риски и выявлять способы минимизации таких рисков и их последствий. В связи с этим обобщение практики управления рисками и актуализация рисков предпринимательских структур всегда являются корректной и актуальной научной задачей.

Рассмотрим налоговые и другие сопутствующие риски в ситуации не-проявления «должной осмотрительности» при выборе контрагента.

Отметим, что должная осмотрительность как дополнительная нагрузка на налогоплательщиков получила устойчивый характер с введением статьи 54.1 Налогового кодекса Российской Федерации [2] в 2017 г. Она внесла в нашу жизнь понятие «должной осмотрительности» уже на законодательно определенном уровне, однако ранее это понятие уже существовало в рамках судебной практики. Например, в Письме ФНС России от 23.01.2013 № АС-4-2/710@ [5] есть мнение налогового органа по имеющейся судебной практике. Кроме того, в нем прямо перечислены риски для организаций, не проявивших должную осмотрительность, и это прямые финансово-хозяйственные риски: отсутствие поставки; задержка поставки; поставка некачественных товаров; отсутствие оплаты за отгруженные товары; отсутствие возможности предъявить претензии к контрагентам и взыскать с них понесенные потери.

Однако Статья 54.1 Налогового кодекса Российской Федерации была направлена на противодействие злоупотреблениям или злонамерениям налогоплательщиков [10; 11; 16; 17], в том числе использовавшим схемы с фирмами-однодневками, а именно получению необоснованной налоговой выгоды, в том числе за счет занижения налоговой базы по налогу на прибыль и налогу на добавленную стоимость, что указывает на расширение состава рисков, появление, можно сказать, «второго фронта» рисков. Последствия за такие злоупотребления в Налоговом кодексе Российской

Федерации предусмотрены статьей 122 [2], согласно которой в отношении налогоплательщика могут быть применены штрафные санкции. В общем виде к налогоплательщику может быть применен штраф в размере 20 % от суммы налогов, а при подтверждении умышленности действий, т.е. в той ситуации, когда налогоплательщик знал о незаконном характере операций и участвовал в схеме извлечения необоснованной налоговой выгоды, размер увеличивается до 40 %.

Кроме того, не так давно ФНС России было выпущено Письмо от 10.03.2021 № БВ-4-7/3060@ «О практике применения статьи 54.1 Налогового кодекса Российской Федерации» [3], которое служит, по нашему мнению, своего рода переносом ответственности государственного налогового органа на добросовестных налогоплательщиков в части поиска, обнаружения и выявления так называемых «технических» компаний, которые не уплачивают обязательные налоговые платежи в бюджет Российской Федерации, не осуществляющих фактических действий в поставке товаров, оказании услуг, выполнении работ и оформляют первичные учетные документы от своего имени и в противоречии с целями. Для исполнения данных требований налогоплательщик обязан формировать так называемый «защитный файл», т.е. файл, содержащий доказательства способности поставки товаров, оказания услуг, выполнения работ установленным лицом по договору или лицом, на которого обязательства переведены или возложены в силу такого договора или закона, информацию о деловой цели, проявления коммерческой осмотрительности.

В первую очередь в данной зоне ответственности находится налог на добавленную стоимость, в рамках которого Налоговый орган обладает достаточно мощной базой контрольных процедур, т.е. механизмом идентификации, оценки и методами управления рисками в отношении налогоплательщиков, при помощи обнаружения налоговых разрывов по НДС [4],

обусловленных косвенным характером такого налога. Наличие многочисленных разрывов у организации с такими поставщиками ставит под сомнение репутацию компании, заслуженную за годы своей деятельности, и является поводом ряда запросов со стороны Налоговых органов, следовательно, возникает первый риск – репутационный. С целью минимизации такого риска организации необходимо:

1. Проводить проверки контрагентов с помощью доступных источников информации, например, таких как государственные информационные ресурсы бухгалтерской отчетности и «Прозрачный бизнес»;

2. Запрашивать подтверждающие способность поставки товаров, оказания услуг, выполнения работ собственными силами документы у контрагента, но при этом такие документы могут содержать конфиденциальную информацию, и не каждый контрагент захочет ее раскрывать, и к тому же отсутствует нормативно-правовая база для истребования таких документов у контрагента – письмо ФНС в свою очередь несет только лишь разъяснительный характер.

3. Проводить анализ полученных сведений и подтверждающих документов;

4. Проводить оценку уровня существенности и величины риска при продолжении работы с выбранным контрагентом;

5. Принимать решение по работе с контрагентом.

Все вышеуказанные процедуры приведут к тому, что будут увеличиваться трансакционные издержки, вызванные более продолжительным ведением переговоров перед заключением договоров, возможно увеличится вероятность проявления оппортунистического поведения контрагентов в отношении достоверности представленных выписок из подтверждающих документов.

С целью снижения транзакционных издержек организации, вызванных в первую очередь поиском дополнительной информации о контрагенте на рынке, имеются программные продукты, способствующие комплексной и оперативной оценке контрагента в рамках должной осмотрительности, например, такие как СБИС, СПАРК, Прима-Информ. Если говорить достаточно небольших организациях, то не каждая сможет себе их позволить. А что, если на отдаленной территории имеется только один единственный поставщик товаров, оказания услуг, выполнения работ, и он окажется недобросовестным?

Известно, что для хозяйствующих организаций может быть несколько вариантов управления рисками [12] и их последствий:

1) Исключить риск – отказаться от заключения контракта с таким поставщиком. Но при этом у нас имеется обоснованная производственная необходимость, тогда вырастут наши производственные издержки, если мы будем самостоятельно поставлять товары, оказывать услуги, выполнять работы на той территории, к ним можно отнести: закупку оборудования, обучение персонала, аренда помещения, затраты на материалы и пр., а также транзакционные издержки на поиск арендодателя, поставщика материалов, оборудования и пр., ведение переговоров и пр.

2) Принять риск – не принимать расходы в целях налогового учета. Данное решение соответственно приведет к отвлечению денежных средств организации из оборота, что повлияет на текущую ликвидность организации;

3) Принять риск – заявить вычет по налогу на добавленную стоимость и расходы по налогу на прибыль в декларациях, заложить переплату в бюджете на случай возникновения претензий со стороны налогового органа, включить величину вероятных убытков в реестр налоговых рисков.

При этом не стоит забывать, что Налоговый орган накапливает определенную базу данных по организации в целом по всем возникшим нарушениям и могут инициировать процедуру предпроверочного анализа, и при обнаружении определенных обстоятельств назначить выездную налоговую проверку.

4) Игнорирование риска – заявить вычет по налогу на добавленную стоимость и расходы по налогу на прибыль в уменьшение величины налогооблагаемой базы, переплату по налогу в бюджет не закладывать.

Руководствуясь письмом ФНС, налогоплательщик может рассчитывать на применение налоговой реконструкции по налогу на прибыль в случае доказанности параметров операции и предоставления информации о непосредственных, фактических исполнителях, но в части налога на добавленную стоимость применение вычета будет невозможно. На текущий момент судебная практика в отношении применения налоговой реконструкции по налогу на прибыль находится в стадии формирования и существует проблема неясности определения конечных сумм налоговых рисков при ее применении.

Также, если руководствоваться ст. 15 Гражданским кодексом Российской Федерации [1], то налогоплательщик может рассчитывать на возмещение убытков поставщиком, подрядчиком, которые покупатель понес в процессе добросовестного исполнения последним своих договорных обязательств. Таким образом, налогоплательщик имеет право на предъявление убытков, понесенных налогоплательщиком ввиду отказа Налогового органа в вычете по налогу на добавленную стоимость и расходах по налогу на прибыль с начислением пеней и штрафов. Но вот еще один риск – отсутствие недостаточной платежеспособности контрагента, отсутствие имущества, за счет которого последним могут быть погашены такие убытков, то есть налогоплательщик опять же может понести определенное отвлечение денежных средств из оборота компании или вовсе их потерять.

Таким образом, используя различные методики классификации рисков [8; 9; 12; 14, с. 54–76], мы можем выделить разные риски, связанные с не проявлением (тип А) и проявлением (тип Б) должной осмотрительности, а также первичные (прямые потери организации от некачественной трансакции) и вторичные (косвенные потери) риски.

Подводя итоги своим размышлениям, можно представить все совокупно обнаруженные риски в связи с недостаточным проявлением «должной осмотрительности» при выборе контрагента в связке с обстоятельствами и управленческими мерами риск-менеджмента в таблице.

Таблица

Риски «должной осмотрительности» и предложения по управлению рисками

Индекс риска	Наименование риска	Обстоятельства проявления риска	Меры по управлению рисками
A1	отсутствие поставки	злонамеренность или неспособность выполнения обязательств контрагентом	Проявление должной осмотрительности
A1	задержка поставки		
A1	поставка некачественных товаров		
A1	отсутствие оплаты за отгруженные товары	отсутствие / недостаточная платежеспособность контрагента	
A1	отсутствие возможности предъявить претензии к контрагентам и взыскать с них понесенные потери		
A2	Риск отказа в вычете по налогу на добавленную стоимость, в расходах по налогу на прибыль организации	Неподтверждение сделки контрагентом	
A2	Риск снижения репутации налогоплательщика	Попадание в зону риска ФНС	

A2	Риск отвлечения денежных средств из оборота компании	Необходимость обеспечения выполнения своих обязательств безотносительно качества контрагента	
A2	Риск несения судебных издержек организацией	Ведение судебно-претензионной работы с контрагентом по возмещению убытков	
B1	Увеличение трансакционных издержек на поиск контрагента	Увеличение затрат времени и средств на поиск и проверку контрагентов	Разделение ответственности между подразделениями организации по сбору документов и информации в отношении контрагента; приобретение программного продукта для комплексной и оперативной проверки контрагента
B1	Риск недостаточности сбора доказательной базы по выбору контрагента	Отказ контрагента в предоставлении подтверждающих документов по запросу	Включение в договорной документ обязательных условий по предоставлению документов до завершения сделок, а при несоблюдении обеспечить перечисление обеспечительных платежей контрагентом
B1	Риск увеличения производственных издержек	Открытие отдельного подразделения организации на отдаленной территории, ввиду отсутствия добросовестных контрагентов	Поиск поставщиков в ближайших населенных пунктах к отдаленной территории, способных поставить товар, выполнить работу, оказать услугу на ней. Отказ от ведения деятельности на отдаленной территории, предварительно проведя анализ выгод и затрат

В связи с вышеизложенным, наиболее оптимальным методом снижения налоговых рисков в части доначисления обязательных сумм налоговых вычетов по налогу на добавленную стоимость, снятия сумм расходов, заявленных в декларациях по налогу на прибыль налоговым органом в связи с недобросовестным поведением контрагентов, является правильная организация работы и обеспечение выполнения мероприятий по проявлению «должной осмотрительности» в организации. Например, в организации может быть разработан регламент, инструкция или положение по обязательной проверке контрагентов, создана служба или лицо, ответственное за ведение баз данных по контрагентам, актуализацию сведений о них. В ситуации постоянно меняющихся условий внешней и внутренней среды неотъемлемой частью данного процесса должно быть проведение постоянного мониторинга изменения статуса контрагентов, т.е. проведение периодических проверок контрагентов, изучения актуальной судебной практики и ориентирование на новые тенденции в работе налоговых органов Российской Федерации.

Как нам представляется, порядок проведения проверки контрагента можно разделить на следующие этапы:

1. Сбор информации из доступных источников, программных продуктов о потенциальном контрагенте;
2. Запрос необходимых подтверждающих документов (информации) от контрагента;
3. Анализ собранных и полученных документов (информации);
4. Документирование проверки контрагента, внесение в базу данных;
5. Формирование характеристик проведения последующего мониторинга.

Сбор информации должен включать в себя проверки документов об организации (устав, свидетельство о регистрации, выписки из ЕГРЮЛ, лицензии и пр.), финансового состояния организации, деловой репутации

контрагента (отзывы клиентов, судебные дела и пр.), наличия задолженности по налогам, информации о руководителе организации (массовое руководство или учредительство, привлечение к ответственности). Запрос подтверждающих документов должен предполагать под собой тот перечень документов, который необходим для удостоверения в способности контрагента оказать услугу, выполнить работу, поставить товар, если из информации, полученной на предыдущем этапе проверки, вывод о такой способности контрагента сделать невозможно (например, у контрагента отсутствуют основные средства по данным открытой отчетности или предполагается большой заказ партии товаров, а среднесписочная численность сотрудников один или два человека). Отдельно может быть использован репутационный поиск по открытым данным – отзывы и другие данные в социальных сетях, например, «черные» списки клиентов, поставщиков и работодателей

На этапе анализа собранной информации проводится изучение собранной информации, выявление и оценка рисков работы с контрагентом, расчет финансовых последствий исходя из требований законодательства, рекомендаций Федеральной налоговой службой и судебной практики, и принимается решение по работе с контрагентом.

На этапе документирования проверки контрагента оформляется своего рода отчет (выгрузка результатов проверок в программных продуктах (при их наличии в организации), скриншоты с сайта контрагента, выписки из официальных источников информации и пр.). Также форма отчета может быть разработана самой организацией.

Последующий мониторинг контрагентов следует проводить с определенной периодичностью и в установленные сроки (например, один раз в квартал перед подачей налоговой отчетности в Налоговый орган).

Указанные меры, по нашему мнению, помогут повысить качество риск-менеджмента в ситуациях, квалифицируемых в терминах «должной осмотрительности».

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 21.12.2021) // Официальный интернет-портал правовой информации КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/document/>
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 29.11.2021) // Официальный интернет-портал правовой информации КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/document/>
3. Письмо ФНС России от 10.03.2021 № БВ-4-7/3060@ "О практике применения статьи 54.1 Налогового кодекса Российской Федерации" // Официальный интернет-портал правовой информации КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/document/>
4. Письмо ФНС России от 3 июня 2016 г. № ЕД-4-15/9933@ «Об оценке признаков СУР» // Официальный интернет-портал правовой информации КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/document/>
5. Письмо ФНС России от 23.01.2013 № АС-4-2/710@ // Официальный интернет-портал правовой информации КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru/document/>
6. Айрапетова А.Г., Космачева Н.М. Механизм управления деловыми процессами в системе корпоративного менеджмента // Международная конференция по мягким вычислениям и измерениям. – 2018. – Т. 2. – С. 335–337.
7. Космачева Н.М., Бушенева Ю.И. Сбалансированность и противоречия: предпринимательство в период кризиса // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: сборник статей XI Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – СПб., 2020. – С. 46–51.
8. Космачева Н.М. Управление кредитным риском в РФ в современных условиях // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: сборник статей / под общ. ред. В.Н. Скворцова, отв. ред. Н.М. Космачева, 2016. – С. 100–106.
9. Космачева Н.М., Стецюнич Ю.Н. Оценка качества управления кредитными рисками в банках по критерию просроченной задолженности // Экономика нового мира. – 2018. – № 4 (12). – С. 47–58.
10. Стецюнич Ю.Н. Неправомерное банкротство: экономические признаки и возможности предотвращения // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2014. – Т. 6. – № 2. – С. 29–36.
11. Стецюнич Ю.Н. Новые инструменты налогового контроля как современный инструмент государственного финансового контроля // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: XII Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием. – СПб., 2021. – С. 54–60.
12. Страхование и управление рисками: учебник для бакалавров / Г. В. Чернова [и др.]; под ред. Г. В. Черновой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 767 с.
13. Чекмарев О.П., Улимбашев А.З., Конев П.А. Современные проблемы экономической науки и управления социально-экономическими процессами: учеб. пособие. – СПб.: СПбГАУ. – 2018. – 340 с.

14. Черкасская Г.В. Введение в общую теорию социальной защиты: монография. – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2019. – 380 с.
15. Черкасская Г.В. Целевая функция предпринимательства и здоровый образ жизни // XXIII Царскосельские чтения: материалы Международной научно-практической конференции. – СПб: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2019. – С. 341–344.
16. Черкасская Г.В., Шаматрина А.Н. Трансформные организации: феноменология и систематизация // Экономика нового мира. – 2021. – Т. 6. – № 4 (23). – С. 62–71.
17. Черкасская Г.В. «Эффективный» менеджмент как угроза безопасности: социальный и организационный аспекты // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: сборник статей XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – СПб., 2020. – С. 113–127.

References

1. *Grazhdanskiy kodeks Rossijskoj Federacii (chast' pervaya)" ot 30.11.1994 № 51-FZ.* Oficial'nyj internet-portal pravovoj informacii Konsul'tanTPlyus. URL: <http://www.consultant.ru/document/>
2. *Nalogovyy kodeks Rossijskoj Federacii (chast' pervaya)" ot 31.07.1998 № 146-FZ.* Oficial'nyj internet-portal pravovoj informacii Konsul'tanTPlyus. URL: <http://www.consultant.ru/document/>
3. *Pis'mo FNS Rossii ot 10.03.2021 N BV-4-7/3060@ "O praktike primeneniya stat'i 54.1 Nalogovogo kodeksa Rossijskoj Federacii".* Oficial'nyj internet-portal pravovoj informacii Konsul'tanTPlyus. URL: <http://www.consultant.ru/document/>
4. *Pis'mo FNS Rossii ot 3 iyunya 2016 g. № ED-4-15/9933@ «Ob ocenke priznakov SUR».* Oficial'nyj internet-portal pravovoj informacii Konsul'tanTPlyus. URL: <http://www.consultant.ru/document/>
5. *Pis'mo FNS Rossii ot 23.01.2013 № AS-4-2/710@.* Oficial'nyj internet-portal pravovoj informacii Konsul'tanTPlyus. URL: <http://www.consultant.ru/document/>
6. Ajrapetova A.G., Kosmacheva N.M. *Mekhanizm upravleniya delovymi processami v sisteme korporativnogo menedzhmenta.* Mezhdunarodnaya konferenciya po myagkim vychisleniyam i izmereniyam. 2018. T. 2. P. 335–337.
7. Kosmacheva N.M., Busheneva YU.I. *Sbalansirovannost' i protivorechiya: predprinimatel'stvo v period krizisa.* Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir. Sbornik statej XI vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii s mezhdunarodnym uchastiem. St. Petersburg, 2020. P. 46–51.
8. Kosmacheva N.M. *Upravlenie kreditnym riskom v RF v sovremennykh usloviyakh.* Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir. Sbornik statej. 2016. P. 100–106.
9. Kosmacheva N.M., Stecyunich YU.N. *Ocenka kachestva upravleniya kreditnymi riskami v bankakh po kriteriyu prosrochennoj zadolzhennosti.* Ehkonomika novogo mira. 2018. № 4 (12). P. 47–58.
10. Stecyunich YU.N. *Nepravomernoe bankrotstvo: ehkonomicheskie priznaki i vozmozhnosti predotvrashcheniya.* Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina. 2014. T. 6. № 2. P. 29–36.
11. Stecyunich YU.N. *Novye instrumenty nalogovogo kontrolya kak sovremennyy instrument gosudarstvennogo finansovogo kontrolya.* V sbornike: Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir. XII Vserossijskaya nauchno-prakticheskaya konferenciya s mezhdunarodnym uchastiem. St. Petersburg, 2021. P. 54–60.
12. *Strakhovanie i upravlenie riskami: uchebnik dlya bakalavrov.* Moscow: Izdatel'stvo Yurajt Publ., 2019. 767 p.

13. Chekmarev O.P., Ulimbashev A.Z., Konev P.A. *Sovremennye problemy ehkonomicheskoy nauki i upravleniya social'no-ehkonomicheskimi processami: uchebnoe posobie*. St. Petersburg: SPBGU Publ. 2018. 340 p.

14. Cherkasskaya G.V. *Vvedenie v obshchuyu teoriyu social'noj zashchity: monografiya*. St. Petersburg: Leningradskij gosudarstvennyj universitet imeni A.S. Pushkina Publ., 2019. 380 p.

15. Cherkasskaya G.V. *Celevaya funkciya predprinimatel'stva i zdorovyj obraz zhizni*. V sbornike: XXIII Carskosel'skie chteniya: materialy Mezhdunar. nauchno-prakt. konferencii. St. Petersburg: LGU im. A.S. Pushkina Publ., 2019. P. 341–344.

16. Cherkasskaya G.V., Shamatrina A.N. *Transformnye organizacii: fenomenologiya i sistematizaciya*. *Ehkonomika novogo mira*. 2021. T. 6. № 4 (23). P. 62–71.

17. Cherkasskaya G.V. *«Ehffektivnyj» menedzhment kak ugroza bezopasnosti: social'nyj i organizacionnyj aspekty*. *Problemy i puti social'no-ehkonomicheskogo razvitiya: gorod, region, strana, mir*. Sbornik statej XI vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii s mezhdunarodnym uchastiem. St. Petersburg, 2020. P. 113–127.

Сведения об авторах

Глазова Анастасия Юрьевна – магистрант, Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: lguesonauka@yandex.ru

Мельников Евгений Николаевич – магистрант, Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: lguesonauka@yandex.ru

Прилепина Венера Рамильевна – магистрант, Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: lguesonauka@yandex.ru

Соловьева Юлия Михайловна – магистрант, Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: lguesonauka@yandex.ru

Спиридонов Владислав Андреевич – магистрант, Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: lguesonauka@yandex.ru

About Authors

Glazova A. Yu. – magistant, Pushkin Leningrad State University, Russia;
e-mail: lgueconauka@yandex.ru

Melnikov E. N. – magistant, Pushkin Leningrad State University, Russia;
e-mail: lgueconauka@yandex.ru

Prilepina V. R. – magistant, Pushkin Leningrad State University, Russia;
e-mail: lgueconauka@yandex.ru

Solovyova Y. M. – magistant, Pushkin Leningrad State University, Russia;
e-mail: lgueconauka@yandex.ru

Spiridonov V. A. – magistant, Pushkin Leningrad State University, Russia;
e-mail: lgueconauka@yandex.ru

Требования к оформлению статей, представленных для публикации в научном журнале «Экономика нового мира»

К публикации в журнале «Экономика нового мира» принимаются статьи, отражающие широкий спектр проблем современного научного знания в области экономики, в том числе новаторские, полемические, обзорные по научным направлениям или школам.

Материал должен быть представлен двумя файлами (название первого файла: «*Фамилия автора* статья» и т.д.):

1. Статья

Объем статьи может составлять не менее 18 и не более 44 тыс. знаков с пробелами. Технические требования: поля по 2,0 см; красная строка – 1,0 см. Шрифт Arial, для основного текста размер шрифта – 14 кегль, межстрочный интервал – 1,5 пт.; для литературы и примечаний – 12 кегль, межстрочный интервал – 1,0 пт.

В левом верхнем углу страницы над названием статьи печатается присвоенный статье УДК. Дополнительно желательно определение автором рубрики ГРНТИ, номенклатуры ВАК и классификации по JEL classifications (рубрикаторы доступны в сети Интернет).

Фамилия автора печатается в правом верхнем углу страницы над названием статьи (жирным шрифтом обычным размером, название статьи и ФИО автора – на русском и английском языках).

Перед текстом статьи помещают **аннотацию** статьи на русском и английском языках объемом не менее **1000 знаков** с пробелами (в аннотации следует указывать основную идею статьи, подходы, доказательства, особенности исследования, новизну или выводы) и ключевые слова и словосочетания (7–10 слов) на русском и английском языке.

В статье рекомендуется соблюдать стандартную структуру: введение (краткое описание исследуемой проблемы или ситуации), теоретическая часть (цитирование, расширенное описание ситуации, проблемы и возможностей ее решения, методологических и иных элементов исследования), прикладная часть (описание хода исследований, результаты, рассуждения или расчеты) и заключение (подведение итогов рассуждений, исследований, выводы). Возможно выделение заголовками структурных элементов статьи.

Примечания оформляются в виде постраничных сносок в автоматическом режиме Word. Для рисунков и таблиц следует указывать источник или авторство в тексте.

Ссылки на литературу (в печатном или электронном виде) оформляются в тексте в квадратных скобках, например [7] или [5, с. 56–57]. Цитируемый текст рекомендуется оформлять в кавычки.

Список литературы помещается после текста статьи. Структура списка: официальные документы (полное наименование документа, можно указывать редакцию, перечисляются по старшинству и **в алфавитном порядке**), литературные источники (**в алфавитном порядке**), в том числе электронные, идентифицируемые как литературные, сначала на русском языке, потом на иностранных, и далее интернет-ресурсы (полное наименование ресурса (Официальный сайт ...) и интернет-адрес **в алфавитном порядке**). Список оформляется по ГОСТ (см. образец), рекомендуется указание количества (в книгах) или интервала (статьи) страниц, номер DOI (если есть). Если интернет-источник можно идентифицировать как литературный – он имеет автора и

выходные данные (статья, доклад, книга и проч.) – его обязательно оформляют в списке литературы в соответствии с ГОСТом с пояснением [Электронный ресурс], а ссылки на него в тексте – в квадратных скобках.

Русские источники необходимо **транслитерировать** (не переводить!), для автоматической транслитерации можно использовать программу свободного доступа, выбирая транслитерацию по ГОСТ 7.79-2000 или BGN (Board of Geographic Names). Транслитерированный список получает наименование **References**.

2. Сведения об авторе

Фамилия, имя, отчество автора полностью, место работы (без использования сокращений) и занимаемая должность, ученая степень, звание, почтовый адрес, личный электронный адрес (желательно на фамилию или имя автора), контактный телефон.

3. Заявка

Актуальная форма заявки размещена на сайте издателя.

Рекомендации по транслитерации

Краткая схема процесса преобразования ссылки:

1. Входим в программу, вставляем в специальное поле весь текст библиографии на русском языке и нажимаем кнопку «автоматический перевод».
2. Копируем транслитерированный по нужному варианту текст в готовящийся список **References**.
3. Раскрываем сокращения в указании места издания (Moscow и St. Petersburg), заменяем // и / на точки, убираем – , издательство обозначаем Publ. и исправляем обозначение страниц на английский язык (вместо 1072 **s.** – 1072 **p.**).
4. Курсивом выделяем только **название** публикации.

Пример транслитерации:

Начальный вариант:

Кочукова Е.В. Павлова О.В. Рафтопуло Ю.Б. Система экспертных оценок в информационном обеспечении учёных // Информационное обеспечение науки. Новые технологии: сборник научных трудов / Калёнов Н.Е. (ред.). – М.: Научный Мир, 2009. – 342 с. – С. 190–199.

Конечный результат:

Kochukova E.V. Pavlova O.V. Raftopulo Iu.B. *Sistema ekspertnykh otsenok v informatsionnom obespechenii uchenykh*. Informatsionnoe obespechenie nauki. Novye tekhnologii: Sbornik nauchnykh trudov. Moscow: Nauchnyi Mir Publ., 2009, pp. 190–199.

Образец оформления статей

УДК 338.43

Иванов И. И.

Импортозамещение сельскохозяйственной продукции

Текст аннотации к статье на русском языке. ...

Ключевые слова: слово, словосочетание, слово, словосочетание.

ГРНТИ: Экономика/Экономические науки: 06.71.07 Экономика агропромышленного комплекса в целом.

ВАК: 08.00.05

Ivanov I. I.

Import substitution of agricultural products

Текст аннотации к статье на английском языке.

Key words: a word, a phrase, a word, phrase.

JEL classifications: Q18, Q19

Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи¹. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи.

Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи [5, с. 56–57]. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи.

Список литературы

1. Архангельский В.В., Архангельский В.Н., Иванов В.В. Инновационный тип развития экономики: учебник / под общ. ред. А.Н. Фоломьева. – М.: Экономика, 2013. – 562 с.

¹ См.: Официальный сайт национального рейтингового агентства. URL: <http://www.ra-national.ru> (дата обращения: 14.03.16).

2. Крячкова Л. И., Мохов И. А., Мохова С. С. Актуальные вопросы инвестиционной деятельности на предприятиях // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2015. – № 5. – С. 5-15.

References

1. Arhangel'skyj V.V., Arhangel'skyj V.N., Yvanov V.V. *Ynnovacyonnyyj typ razvytyja ekonomyky. Uchebnyk*. Moscow: Ekonomyka Publ, 2013, 562 p.

2. Kryachkova L. Y., Mohov Y. A., Mohova S. S. *Aktual'nyye voprosy yinvestyconnoj dejatel'nosti na predprijatyjah*. Vestnyk kurskoj gosudarstvennoj sel'skhozajstvennoj akademyy, № 5, 2015.

Требования к оформлению рисунков

1. Все надписи на рисунках должны быть набраны на компьютере и сгруппированы с рисунком.

2. Рисунок должен находиться после абзаца, содержащего ссылку на него. Ссылка должна быть с указанием источника, если он есть, например: «Сетевой график представлен на рисунке 1 (представлен по [3, с. 12])», или указанием авторства, например: «Составленный нами сетевой график представлен на рисунке 1)».

3. Подрисуночная надпись располагается на следующей строке после самого рисунка.

4. Выравнивание рисунков и подрисуночных надписей – по центру без абзацных отступов.

Образец

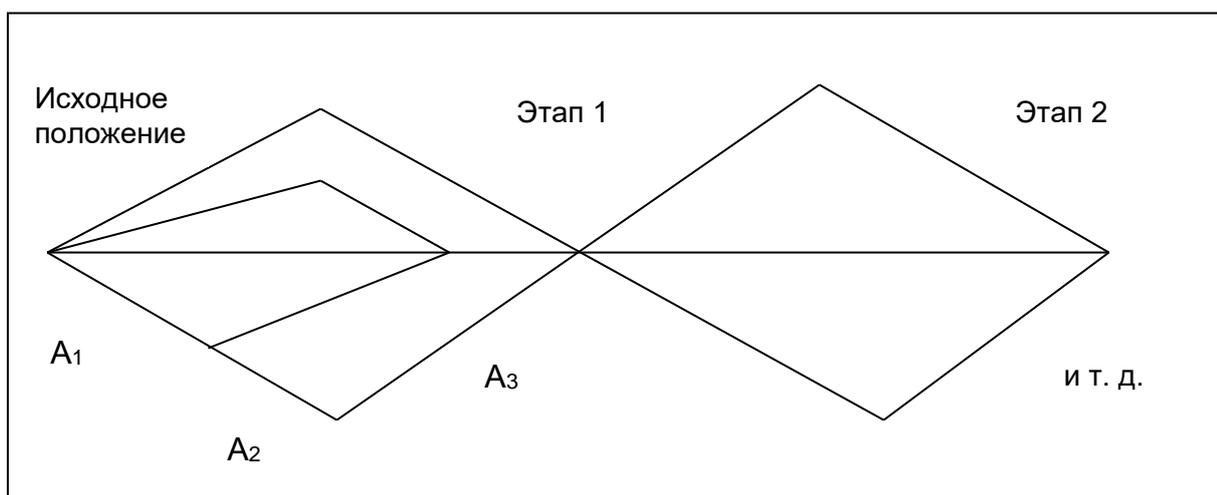


Рисунок 1. Сетевой график организационной технологии:
A₁, A₂, A₃ – операции; – завершённое событие

Требования к оформлению таблиц

1. Таблица должна находиться после абзаца, содержащего ссылку на него. Ссылка должна содержать источник к таблице или указание на авторство, например: «Структура обрабатывающих производств представлена в таблице 1, составленной по данным Росстата [3, с. 12]».

2. Не допускается размещение таблицы в конце статьи (непосредственно перед списком литературы).

3. Таблица создается посредством меню *Вставка/Таблица*, где указывается количество строк и столбцов. Не допускаются таблицы-рисунки.

4. В названии таблицы указываются по возможности единицы измерения. В слове Таблица шрифт разреженный на 1 пт.

Образец

Таблица 1

Структура обрабатывающих производств, %

Страна	Металлургическое производство	Производство машин и оборудования
Россия	17,7	21,5
Германия	13,6	42,8
Италия	17,7	27,0
Китай	18,1	33,6
Франция	-	27,9
США	10,9	32,1

Для заметок

Научный журнал

ЭКОНОМИКА НОВОГО МИРА

Научный журнал

№ 1 (24)

Оригинал-макет Н. П. Никитиной

Подписано в печать 22.03.2022. Формат 60x84 1/16.

Гарнитура Arial. Печать цифровая.

Усл. печ. л. 5. Тираж 500 экз. (первый завод – 50 экз.). Заказ № 1833

Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина
196605, Санкт-Петербург, г. Пушкин, Петербургское шоссе, 10