



Костромской
государственный
университет

ISSN 2587-9529

УПРАВЛЕНИЕ

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ
СИСТЕМАМИ

№ 2

16+

2020



УПРАВЛЕНИЕ
СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИМИ
СИСТЕМАМИ

MANAGEMENT
OF SOCIOECONOMIC
SYSTEMS

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

SCIENTIFIC JOURNAL

2 0 2 0

2 0 2 0

№ 2

N 2

ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН В РОССИЙСКИЙ ИНДЕКС НАУЧНОГО ЦИТИРОВАНИЯ (РИНЦ)

16+

ISSN 2587-9529

**РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ ЖУРНАЛА
«УПРАВЛЕНИЕ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ»**

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

МАРГАРИТА ИЗРАЙЛЕВНА БЕРКОВИЧ
доктор экономических наук, профессор
Костромской государственной университет

ОТВЕТСТВЕННЫЙ СЕКРЕТАРЬ

НАТАЛЬЯ ВЛАДИМИРОВНА МАМОН
кандидат экономических наук, профессор
Костромской государственной университет

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

ДМИТРИЙ СТАНИСЛАВОВИЧ ВАХРУШЕВ
доктор экономических наук, профессор
Ярославский государственный университет
имени П. Г. Демидова

МАРИНА КОНСТАНТИНОВНА ГУЛЯЕВА
кандидат экономических наук, доцент
Костромской государственной университет

ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА ГРАБОВА
доктор экономических наук, профессор
Костромской государственной университет

ВАЛЕНТИНА ПАВЛОВНА ДУДЯШОВА
доктор экономических наук, профессор
Костромской государственной университет

НАТАЛЬЯ НИКОЛАЕВНА КУНИЦИНА
доктор экономических наук, профессор
Южный федеральный университет (Ростов-на-Дону)

ОКСАНА ВЛАДИМИРОВНА МИРОНЕНКО
кандидат экономических наук, доцент
Костромской государственной университет

АЛЕКСАНДР ЛЕОНИДОВИЧ НЕМИРОВ
доктор экономических наук, профессор
Костромской государственной университет

СВЕТЛАНА ВИТАЛЬЕВНА ПАЛАШ
кандидат экономических наук, доцент
Костромской государственной университет

ЕЛЕНА МАТВЕЕВНА СКАРЖИНСКАЯ
доктор экономических наук, профессор
Костромской государственной университет

ВИТАЛИЙ ЛЕОНИДОВИЧ ТАМБОВЦЕВ
доктор экономических наук, профессор
Московский государственный университет
имени М. В. Ломоносова

ВЕРА ПАВЛОВНА ТИХОМИРОВА
кандидат экономических наук, доцент
Ивановский государственный университет

АНАТОЛИЙ ИВАНОВИЧ ТЯЖОВ
доктор экономических наук, профессор
Костромской государственной университет

ОЛЬГА ДАНИИЛОВНА ШУМАКОВА
кандидат экономических наук, доцент
Костромской государственной университет

ДИНА КЛАРК

кандидат экономических наук, старший преподаватель
отделения бухгалтерского дела
Университет в Блумсбурге, штат Пенсильвания (США)

**THE EDITORIAL BOARD OF THE JOURNAL
“MANAGEMENT
OF SOCIOECONOMIC SYSTEMS”**

EDITOR-IN-CHIEF

MARGARITA IZRAILEVNA BERKOVICH
Doctor of Economical Sciences, Professor
Kostroma State University

EXECUTIVE SECRETARY

NATAL'YA VLADIMIROVNA MAMON
Candidate of Economical Sciences, Professor
Kostroma State University

EDITORIAL BOARD STAFF

DMITRIY STANISLAVOVICH VAKHRUSHEV
Doctor of Economical Sciences, Professor
P. G. Demidov Yaroslavl State University

MARINA KONSTANTINOVNA GULYAYEVA
Candidate of Economical Sciences, Associate Professor
Kostroma State University

OL'GA NIKOLAYEVNA GRABOVA
Doctor of Economical Sciences, Professor
Kostroma State University

VALENTINA PAVLOVNA DUDYASHOVA
Doctor of Economical Sciences, Professor
Kostroma State University

NATAL'YA NIKOLAYEVNA KUNITSINA
Doctor of Economical Sciences, Professor
Southern Federal University (Rostov-on-Don)

OXSANA VLADIMIROVNA MIRONENKO
Candidate of Economical Sciences, Associate Professor
Kostroma State University

ALEKSANDR LEONIDOVICH NEMIROV
Doctor of Economical Sciences, Professor
Kostroma State University

SVETLANA VITAL'YEVNA PALASH
Candidate of Economical Sciences, Associate Professor
Kostroma State University

YELENA MATVEYEVNA SKARZHINSKAYA
Doctor of Economical Sciences, Professor
Kostroma State University

VITALIY LEONIDOVICH TAMBOVTSEV
Doctor of Economic Sciences, Professor
Lomonosov Moscow State University

VERA PAVLOVNA TIKHOMIROVA
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Ivanovo State University

ANATOLIY IVANOVICH TYAZHOV
Doctor of Economical Sciences, Professor
Kostroma State University

OL'GA DANILOVNA SHUMAKOVA
Candidate of Economical Sciences, Associate Professor
Kostroma State University

DINA CLARK

PhD, Assistant Professor of Accounting
Bloomsburg University FO PA (USA)

СОДЕРЖАНИЕ

4	РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ
4	Королева М. Л., Садчикова А. И. РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАЙМСТВОВАНИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ
13	Немиров А. Л. РАСШИРЕННАЯ ОЦЕНКА СТЕПЕНИ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ ТЕКСТИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ
19	ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ
19	Семенова О. Ю., Литвинова О. А. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА НАЛОГОВУЮ НАГРУЗКУ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РФ
27	Беркович М. И., Боженко С. В., Шурыгин А. А. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ ОЦЕНКИ МАСШТАБОВ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ
36	УПРАВЛЕНИЕ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ Чернов В. А. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА И ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ СТРУКТУРНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ
46	УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ
46	Быстрова О. Ю., Румянцев Я. С. АНАЛИЗ ИНТЕРНЕТ-ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ
51	Бобрушева В. В., Салов А. В. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГА В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
59	SUMMARY
63	ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

CONTENTS

4	REGIONAL ECONOMY AND MANAGEMENT
4	Koroleva M. L., Sadchikova A. I. REALIZATION OF STRATEGY OF THE STATE LOANS: REGIONAL ASPECT
13	Nemirov A. L. EXTENDED ASSESSMENT OF THE DEGREE OF SPECIALIZATION OF THE TEXTILE INDUSTRY IN THE KOSTROMA REGION
19	ECONOMY, ORGANISATION AND MANAGEMENT OF AN ENTERPRISE
19	Semyonova O. Y., Litvinova O. A. ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE TAX BURDEN OF INDIVIDUALS IN THE RUSSIAN FEDERATION
27	Berkovich M. I., Bozhenko S. V., Shurygin A. A. COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF METHODS FOR ASSESSING THE SCALE OF THE SHADOW ECONOMY
36	MANAGEMENT IN THE FINANCIAL SECTOR Chernov V. A. STATE POLICY AND SOURCES OF FINANCING FOR STRUCTURAL MODERNIZATION AND INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY
46	MARKETING MANAGEMENT
46	Bystrova O. Y., Rumyantsev Y. S. ANALYSIS OF ONLINE TOOLS FOR COMPANY PROMOTION IN THE REAL ESTATE MARKET
51	Bobrusheva V. V., Salov A. V. ACTUAL PROBLEMS OF THE DEVELOPMENT OF INTERNET MARKETING IN SMALL AND MEDIUM BUSINESSES: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS
59	SUMMARY
63	REQUIREMENTS TO REGISTRATION OF ARTICLES

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 336.3

Королева Марина Леонидовна

кандидат технических наук, доцент
Костромской государственной университет
г. Кострома, РФ
korolyova_marina@bk.ru

Садчикова Алена Игоревна

главный специалист-эксперт отдела бюджетной политики
и управления государственным долгом управления бюджетной политики
Департамент финансов Костромской области
г. Кострома, РФ
sun.flowers6321@yandex.ru

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В статье проведен анализ современного состояния государственного долга регионов Российской Федерации. Определены общие направления стратегии государственных заимствований Костромской области как одного из субъектов Российской Федерации. Представлены направления совершенствования системы управления государственным долгом, которые будут способствовать в ближайшей и более отдаленной перспективе оптимизации стратегии государственных заимствований Костромской области.

Ключевые слова: стратегия государственных заимствований, долговая стратегия, государственный долг, субфедеральный долг, структура государственного долга, система управления государственным долгом, долговая политика, долговые обязательства, долговая устойчивость.

Текущее состояние государственного долга субъектов РФ характеризуется значительным объемом накопленных обязательств, достигающих у отдельных регионов размеров годовых доходов [13, с. 61–69].

В таких условиях возрастает необходимость выработки и реализации стратегии государственных заимствований, а также потребность в разработке и реализации комплекса мер, направленных на совершенствование региональными властями системы управления долговыми обязательствами, от практической реализации которой зависит социально-экономическое развитие субъекта РФ [2, с. 51–60].

Принимая во внимание сложившиеся условия, рассмотрим современное состояние государственного долга регионов Российской Федерации. В целом объем государственного долга всех субъектов РФ за 2019 год составил 2 112 974,6 млн рублей. По сравнению с 2018 годом суммарный объем государственного долга снизился в абсолютном выражении на 93 338,7 млн рублей, или на 4,2 %. За год объем государственного долга сократился в 64 субъектах, в 7 субъектах – не изменился, в 12 субъектах – вырос. Два субъекта, а именно Сахалинская область и Севастополь, не имеют долговых обязательств (табл. 1) [5].

Таблица 1
Изменение суммарного объема государственного долга регионов

Количество субъектов	Изменение	
	абс., млн руб.	%
64	– 151 538	–6,8
7	0	0,0
12	+ 58 199,3	+ 2,6
2	–	–
Итого	– 93 338,7	– 4,2

На снижение суммарного объема долга в большей степени повлияло сокращение государственного долга в Краснодарском (–40 650,4 млн рублей) и Красноярском крае (–21 916,9 млн рублей). Еще в трех регионах объем государственного долга сократился на 5–8 миллиардов рублей. Лидирующие позиции среди субъектов с ростом объема государственного долга занимают Московская область (+39 167,6 млн рублей), Иркутская область (+4 695,8 млн рублей), Свердловская об-

ласть (+4 395 млн рублей). Отсутствие изменения или незначительное изменение объема долга зафиксировано в Курганской, Смоленской, Ульяновской, Новосибирской областях, в Республике Тыва и в двух городах федерального значения (Москва, Санкт-Петербург).

На рисунке 1 показана структура государственного долга за 2018 и 2019 годы.

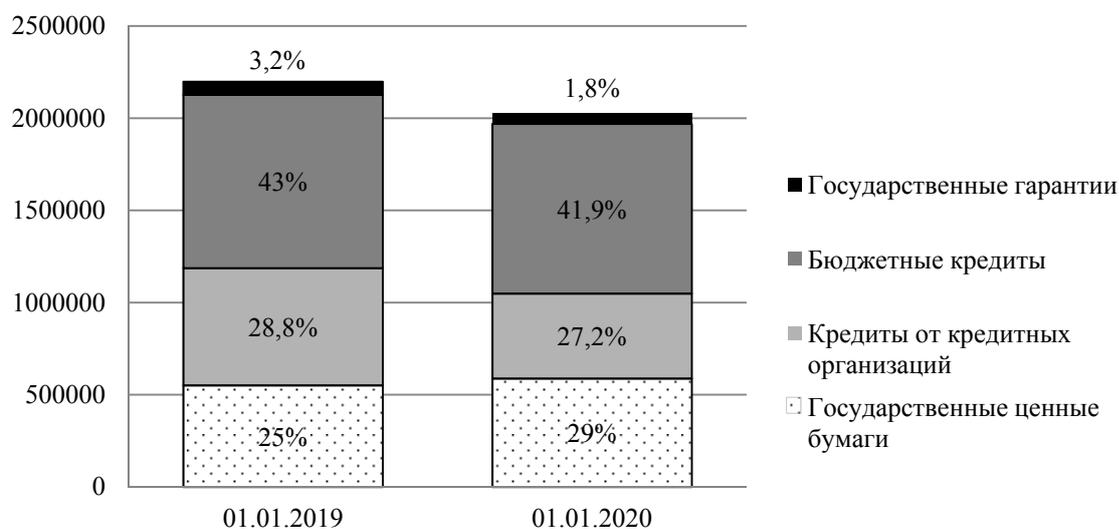


Рис. 1. Структура государственного долга, млн руб.

Большая часть задолженности субъектов приходится на бюджетные кредиты, но их удельный вес в общем объеме долга снизился и составил 41,9 %, в то время как в 2018 году их доля составляла 43 %. Удельный вес кредитов от кредитных организаций по итогам 2019 года сократился с 28,8 до 27,2 %. Доля ценных бумаг и государственных гарантий в целом составляет 30,8 %, что на 2,6 % больше, чем по итогам 2018 года.

В процентном изменении долговых обязательств лидером среди субъектов РФ стала Астраханская область, чей государственный долг сократился на 38,3 %. Регион полностью погасил задолженность по коммерческим кредитам и частично – по бюджетным. На 1 января 2020 года объем государственного долга Астраханской области представляет со-

бой долговые обязательства только в виде бюджетных кредитов.

Доля прекращения почти 30 % обязательств наблюдается в Краснодарском крае. Сокращение объема государственного долга региона связано в большей степени с погашением задолженности по кредитам от кредитных организаций (–89,02 %) и выполнением обязательств по государственным гарантиям (–61,81 %). Государственный долг Мурманской области уменьшился за счет погашения банковских (–48,45 %) и бюджетных (–5,2 %) кредитов. Вологодской области и Кабардино-Балкарской Республике удалось сократить более чем на 20 % объем государственного долга с помощью выполнения обязательств по банковским кредитам. Вологодская область по итогам 2019 года в полном объеме погасила долговые обязательства по кредитам от кре-

дитных организаций, в то время как Кабардино-Балкарская Республика погасила только 60 %. Красноярский край в полном объеме рассчитался по кредитам от кредитных организаций, на 18,5 % – по государственным ценным бумагам, на 5 % – по бюджет-

ным кредитам. Ненецкий автономный округ имеет в структуре государственного долга только государственные ценные бумаги, погашение по которым составило 20 % (табл. 2).

Таблица 2

Субъекты РФ с наибольшим процентом погашения долговых обязательств

Регион	Объем государственного долга, млн руб.		Изменение, %
	01.01.2019	01.01.2020	
Астраханская область	22 204,6	13 695,7	-38,3
Краснодарский край	140 169,1	99 518,7	-29,0
Мурманская область	18 759,7	14 088,9	-24,9
Вологодская область	20 672,1	15 716,8	-24,0
Кабардино-Балкарская Республика	10 325,3	8 051,0	-22,0
Красноярский край	103 901,1	81 984,2	-21,1
Ненецкий автономный округ	2 000,0	1 600,0	-20,0

Таким образом, изменение объемов государственного долга в меньшую сторону у шести субъектов связано с погашением задолженности по кредитам от кредитных организаций, три из которых рассчитались по кредитам в полном объеме. Наибольший удельный вес в структуре государственного долга Красноярского края и Ненецкого автономного округа принадлежит государственным ценным бумагам, в остальных регионах наибольшая часть долга состоит из обязательств по бюджетным кредитам. Кроме того, в структуре долга Мурманской области и Кабардино-Балкарской Республики вектор сменился в сторону бюджетных кредитов только по итогу 2019 года после погашения части банковского кредита.

Сокращение долговых обязательств всех субъектов РФ проходило вместе с ростом доходной части региональных бюджетов. За 2019 год объем налоговых и неналоговых доходов в сумме по всем субъектам вырос на 7,6 %. Сокращение зафиксировано в одиннадцати регионах. Сравнивая с 2018 годом, наблюдается замедление темпов роста собственных доходов всех регионов, поскольку прирост доходов составлял 14 %, а сокращение было зафиксировано у двух регионов [14].

Для того чтобы отобразить картину распределения регионов в соответствии с их долговыми обязательствами и доходами, используется такой показатель, как уровень долговой нагрузки субъектов РФ. При оценке долговой нагрузки применяется отношение государственного долга субъектов РФ к налоговым и неналоговым доходам регионального бюджета. По итогу 2019 года долговая нагрузка субъектов РФ варьируется от 0 % в Севастополе и Сахалинской области до 211,2 % в Республике Мордовия. На 1.01.2020 в тридцати семи субъектах РФ, что на пять регионов меньше, чем по итогам 2018 года, государственный долг превышает 50 % от объема собственных доходов, из них в четырнадцати регионах (двадцать три региона по итогам 2018 года) превышение составляет 70 % (табл. 3) [12].

В целом на 1 января 2020 года сокращение уровня долговой нагрузки наблюдается в семидесяти трех регионах России. Наибольшее сокращение, а именно 29 процентных пункта, зафиксировано у Астраханской области. Такого результата региону удалось добиться за счет снижения объема государственного долга на 38,3 % вместе с ростом налоговых и неналоговых доходов на 11,3 %.

Таблица 3

Распределение субъектов РФ по уровню долговой нагрузки

Уровень долговой нагрузки, %	Количество субъектов	
	01.01.2019	01.01.2020
0	2	2
От 0,01 до 10,00	11	12
От 10,00 до 50	30	34
От 50 до 70	19	23
От 70 до 100	21	13
От 100 и выше	2	1

Кроме Республики Мордовия, нагрузка государственного долга на бюджет сокращена более чем на 25 % у Краснодарского края и Костромской области. В одиннадцати регионах России зафиксирован рост долговой нагрузки по итогам 2019 года. Лидером по наращению долговых обязательств стала Республика Калмыкия (+9,5 %). В результате отношение суммарного государственного долга регионов к суммарному объему налоговых и неналоговых доходов сократилось на 2,8 % и составило 22,5%.

Согласно данным рейтингового агентства «РИА Рейтинг», по итогу 2019 года количество субъектов, чей уровень долговой нагрузки превышает 90 %, сократилось с 7 до 4 [12]. Республика Мордовия

является единственным регионом, где объем государственного долга превышает объем налоговых и неналоговых доходов бюджета по сравнению с итогами 2018 года. Максимальное значение уровня долговой нагрузки, а именно в Республике Мордовия, сократилось на 25,7 % по сравнению с предыдущим годом в результате снижения государственного долга на 9,1 % и роста собственных доходов республиканского бюджета на 1,9 %. Значительное сокращение долговой нагрузки, а именно 21,3 процентных пункта, зафиксировано у Чукотского автономного округа, который увеличил объем собственных доходов на 20 % и сократил объем государственного долга на 8 % (табл. 4).

Таблица 4

Топ-7 регионов с высокой долговой нагрузкой

Регион	Значение, %	Место в рейтинге	Исполнение налоговых и неналоговых доходов, %
01.01.2019			
Республика Мордовия	236,9	85	92,0
Костромская область	115,2	84	98,5
Орловская область	94,4	83	98,9
Псковская область	92,0	82	99,4
Смоленская область	90,4	81	104,0
Республика Хакасия	90,4	80	98,8
Чукотский АО	90,3	79	99,8
01.01.2020			
Республика Мордовия	211,2	85	93,0
Костромская область	90,1	82	99,9
Орловская область	89,5	81	95,8
Псковская область	91,9	83	96,1
Смоленская область	88,0	80	100,2
Республика Хакасия	98,4	84	99,1
Чукотский АО	69,0	69	102,3

Состав лидеров, чей уровень долговой нагрузки меньше 10 %, по результатам 2019 года увеличился на два субъекта в сравнении с 2018 годом, но группу

покинула Иркутская область по причине увеличения уровня долговой нагрузки до 11,8 % (табл. 5).

Таблица 5

Регионы с уровнем долговой нагрузки меньше 10 %

Регион	Уровень долговой нагрузки	Исполнение налоговых и неналоговых доходов, %
Москва	1,2	103,8
Тюменская область	1,5	106,1
Ленинградская область	2,2	101,3
Алтайский край	3,2	104,9
Санкт-Петербург	4,9	101,5
Приморский край	5,2	101,7
Ханты-Мансийский АО	5,7	104,4
Ямало-Ненецкий АО	7,3	109,6
Республика Крым	7,4	100,4
Владимирская область	8,3	103,4
Ненецкий АО	8,4	101,4
Республика Башкортостан	9,2	99,4

Сравнивая процент исполнения налоговых и неналоговых доходов между регионами с высокой и низкой долговой нагрузкой, можно отметить, что в большинстве случаев субъекты РФ с уровнем долговой нагрузки менее 50 % перевыполняют план по исполнению доходной

части бюджета, в то время как регионы с высокой долговой нагрузкой исполняют план не в полном объеме.

В период с 1 января по 1 мая 2020 года суммарный государственный долг субъектов РФ уменьшился на 26 200,4 млн рублей, или на 1,2 % (рис. 2).

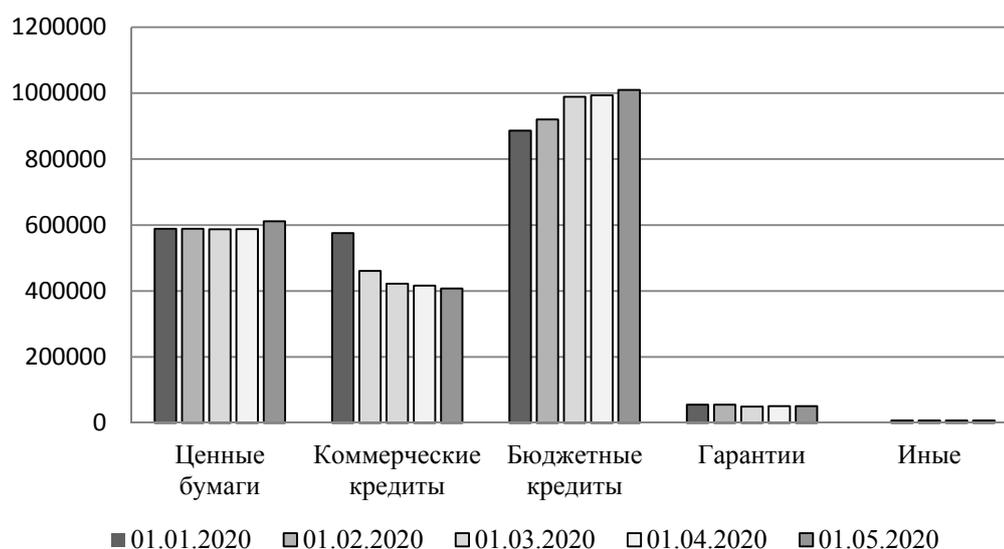


Рис. 2. Долговые обязательства, формирующие суммарный государственный долг субъектов РФ в 2020 году

Изменения связаны с погашением задолженности по коммерческим кредитам на 29,2 % (–168 018 млн рублей), исполнением обязательств по государственным гарантиям на 8,1 % (–4 486,5 млн рублей). Задолженность по государственным ценным бумагам и бюджетным кредитам увеличилась на 3,9 и 13,9 % соответственно [14].

Большая часть задолженности субъектов приходится на бюджетные кредиты, их удельный вес в общем объеме долга вырос на 6,5 процентных пункта и составил 48,4 %. Второе место в структуре государственного долга регионов уверенно занимают долговые обязательства по ценным бумагам, чья доля увеличилась до 29,3 %. Удельный вес кредитов от кредитных организаций резко сократился на 7,7 процентных пункта, составив 19,5 %. Доля государственных гарантий и иных обязательств в сумме составляет 2,7 %.

Таким образом, как по итогу 2019 года, так и в начале 2020 года наблюдается тенденция сокращения суммарного объема государственного долга субъектов РФ за счет замещения дорогостоящих рыночных долговых обязательств бюджетными кредитами. За пять месяцев 18 регионов полностью погасили задолженность по банковским кредитам. В результате на 1 мая 2020 года большинство регионов, а именно 47, не имеют в составе государственного долга обязательств по кредитам от кредитных организаций.

Несмотря на положительную динамику, вопрос формирования стратегии государственных заимствований требует, на наш взгляд, конкретизации проблем, разработки и реализации стратегии государственных заимствований определенного субъекта РФ.

В Костромской области, как и во многих регионах, в течение длительного времени состояние государственного долга характеризовалось значительным объемом накопленных обязательств, превышающих величину собственных доходов. По этой причине уровень долговой нагрузки превосходил средний уровень

долговой нагрузки субъектов Российской Федерации [3, с. 179–186].

Анализ государственного долга Костромской области в динамике за 2017–2019 гг. [9–11] показал, что объем долговых обязательств сократился на 15 %. Уменьшение связано с переходом на профицит бюджета. Долговые обязательства по государственным гарантиям Костромской области не были зарегистрированы, и обязательства по государственным ценным бумагам исполнены в полном объеме. Поэтому количество компонентов, формирующих государственный долг Костромской области, сократилось до двух. Предпочтение отдается бюджетным кредитам, привлеченным из федерального бюджета. Для таких источников заимствований, как кредиты от кредитных организаций характерна высокая стоимость, поэтому потребность в них снижается. К числу важнейших относится факт отсутствия просроченной задолженности по всем видам долговых обязательств [6].

В Бюджетном кодексе Российской Федерации устанавливаются ограничения уровня дефицита, объема государственного долга по отношению к собственным доходам региона и предельный объем расходов на обслуживание долговых обязательств. Помимо этого, объем государственного долга не должен превышать верхний предел, установленный в соответствующем законе о бюджете. Ограничения и требования Костромской областью были выполнены, за исключением предельного объема государственного долга в 2017 и 2018 годах. Но в соответствии с Федеральным законом № 58-ФЗ от 09.04.2009 «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» Костромская область могла превысить допустимые значения.

В рамках Постановления Правительства Российской Федерации от 13 декабря 2017 г. № 1531 «О проведении в 2017 году реструктуризации обязательств (задолженности) субъектов Российской Федерации

перед Российской Федерацией по бюджетным кредитам» Костромская область приняла участие в проведенной Министерством финансов реструктуризации обязательств (задолженности) по бюджетным кредитам, предоставленным в 2015–2017 гг. для частичного покрытия дефицитов бюджетов. В результате управления государственным долгом условия, установленные в дополнительных соглашениях между Министерством финансов Российской Федерации и Костромской областью, выполняются, но по пограничным значениям.

В этой связи общими направлениями долговой стратегии государственных заимствований Костромской области являются:

- 1) укрепление устойчивости бюджетной системы Костромской области и поддержание текущего уровня кредитных рейтингов региона;
- 2) минимизация объема заимствований для покрытия дефицита областного бюджета;
- 3) своевременное рефинансирование долговых обязательств Костромской области по срокам их погашения;
- 4) снижение долговой нагрузки на областной бюджет;
- 5) управление финансовыми рисками при осуществлении заимствований, в том числе за счет привлечения среднесрочных заимствований и равномерного распределения долговой нагрузки [4, с. 36–38].

Соответственно в рамках выбранных направлений особое внимание следует уделить:

- 1) укреплению статуса Костромской области как надежного заемщика;
- 2) поддержанию объема долговых обязательств Костромской области на экономически безопасном уровне;
- 3) соблюдению целевых индикаторов программы финансового оздоровления и социально-эко-

номического развития Костромской области;

- 4) оптимизации расходов.

Представленные направления, безусловно, будут способствовать оптимизации стратегии государственных заимствований Костромской области в ближайшей и более отдаленной перспективе.

В заключение следует выделить следующие результаты работы.

Анализ вопросов, связанных с состоянием государственного долга регионов, показал тенденцию сокращения суммарного объема государственного долга субъектов РФ за счет замещения дорогостоящих рыночных долговых обязательств бюджетными кредитами. Сокращение долговых обязательств проходило вместе с ростом доходной части региональных бюджетов. Костромская область, несмотря на наблюдающееся за последние годы снижение государственного долга региона к доходам бюджета без учета безвозмездных поступлений, продолжает занимать низкое место (топ-7) в общем рейтинге субъектов РФ по уровню долговой нагрузки [1]. Таким образом, Костромская область не относится к регионам с высокой долговой устойчивостью. Наличие значительного объема безвозмездных поступлений, которые могут сокращаться при кризисных ситуациях; сохранение в дальнейшем низких темпов роста доходов по сравнению с ростом расходов и роста безвозмездных поступлений, а также недофинансирование бюджета, что выражено в проценте исполнения доходной части бюджета, может вернуть регион к проведению экономической политики по планированию и исполнению дефицита бюджета [7, 8]. Вместе с тем, выполнение условий по дополнительным соглашениям в рамках реструктуризации бюджетных кредитов близко к предельным значениям; график погашения бюджетных кредитов со значительной степенью неравномерности окажут негативное влияние на уровень долговой нагрузки Костромской области. Учитывая выявленные проблемы и практику регионов, Костромской области ре-

комендуется рассмотреть вопрос о корректировке графика выплат по бюджетным кредитам в рамках принятых решений Министерства финансов Российской Федерации и скорректировать график выплат по банковским кредитам.

Список литературы

1. Аналитическое кредитное рейтинговое агентство (АКРА). – URL: <https://www.acra-ratings.ru/> (дата обращения: 18.09.2020).

2. Вахрамеев Р. А. Опыт управления государственным долгом в субъектах РФ // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2018. – № 4 (27). – С. 51–60.

3. Королева М. Л. Государственный долг субъектов Российской Федерации: состояние и проблемы // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2019. – Т. 2, № 3. – С. 179–186.

4. Королева М. Л. Совершенствование плана мероприятий по снижению долговой нагрузки Костромской области // Вестник Костромского государственного университета. – 2015. – № 1 (5). – С. 36–38.

5. Министерство финансов Российской Федерации : офиц. сайт. – URL: <https://www.minfin.ru/> (дата обращения: 18.09.2020).

6. О государственном долге Костромской области : закон Костромской области № 339-4-ЗКО от 21.07.2008 // Кодекс: электронный фонд правовой и нормативно-технической информации. – URL: <http://docs2.cntd.ru/document/819058206> (дата обращения: 16.11.2020).

7. Об исполнении областного бюджета за 2017 год : закон Костромской области № 403-6-ЗКО от 16.07.2018 // Кодекс: электронный фонд правовой и нормативно-технической информации. – URL: http://docs.cntd.ru/document/55015_0361 (дата обращения: 16.11.2020).

8. Об исполнении областного бюджета за 2018 год : закон Костромской области № 570-ЗКО от 09.07.2019 // Кодекс: электронный фонд правовой и нормативно-технической информации. – URL:

<http://docs.cntd.ru/document/561424647> (дата обращения: 16.11.2020).

9. Об областном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 гг. : закон Костромской области № 176-6-ЗКО от 20.12.2016 // Кодекс: электронный фонд правовой и нормативно-технической информации. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/444963073> (дата обращения: 16.11.2020).

10. Об областном бюджете на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 гг. : закон Костромской области № 325-6-ЗКО от 15.12.2017 // Кодекс: электронный фонд правовой и нормативно-технической информации. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/446609206> (дата обращения: 16.11.2020).

11. Об областном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 гг. : закон Костромской области № 495-6-ЗКО от 24.12.2018 // Кодекс: электронный фонд правовой и нормативно-технической информации. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/550312033> (дата обращения: 16.11.2020).

12. ООО «Рейтинговое агентство «РИА Рейтинг». – URL: <https://riarating.ru/> (дата обращения: 18.09.2020).

13. Парасоцкая Н. Н., Яковлев Н. Д. Плюсы и минусы государственных заимствований и государственного долга для бюджетной системы России // Учет. Анализ. Аудит. – 2019. – Т. 6, № 4. – С. 61–69.

14. Федеральное казначейство : офиц. сайт. – URL: <https://roskazna.ru/> (дата обращения: 18.09.2020).

References

1. Analiticheskoe kreditnoe rejtingovoe agentstvo (AKRA). – URL: <https://www.acra-ratings.ru/> (data obrashcheniya: 18.09.2020).

2. Vahrameev R. A. Opyt upravleniya gosudarstvennym dolgom v sub"ektah RF // Vestnik Moskovskogo universiteta imeni S. YU. Vitte. Seriya 1: Ekonomika i upravlenie. – 2018. – № 4 (27). – S. 51–60.

3. Koroleva M. L. Gosudarstvennyj dolg sub"ektov Rossijskoj Federacii: sostoyanie i problemy // Vestnik Volzhskogo

universiteta im. V. N. Tati-shcheva. – 2019. – Т. 2, № 3. – С. 179–186.

4. Koroleva M. L. Sovershenstvovanie plana meropriyatij po snizheniyu dolgovoj nagruzki Kostromskoj oblasti // Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2015. – № 1 (5). – С. 36–38.

5. Ministerstvo finansov Ros-sijskoj Federacii : ofic. sajt. – URL: <https://www.minfin.ru/> (data obrashcheniya: 18.09.2020).

6. O gosudarstvennom dolge Kostromskoj oblasti : zakon Kostromskoj oblasti № 339-4-3KO ot 21.07.2008 // Kodeks: elektronnyj fond pravovoj i normativno-tekhnicheskoy informacii. – URL: <http://docs2.cntd.ru/document/819058206> (data obrashcheniya: 16.11.2020).

7. Ob ispolnenii oblastnogo byudzheta za 2017 god : zakon Kostromskoj oblasti № 403-6-3KO ot 16.07.2018 // Kodeks: elektronnyj fond pravovoj i normativno-tekhnicheskoy informacii. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/550150361> (data obrashcheniya: 16.11.2020).

8. Ob ispolnenii oblastnogo byudzheta za 2018 god : zakon Kostromskoj oblasti № 570-3KO ot 09.07.2019 // Kodeks: elektronnyj fond pravovoj i normativno-tekhnicheskoy informacii. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/561424647> (data obrashcheniya: 16.11.2020).

9. Ob oblastnom byudzhete na 2017 god i na planovyj period 2018 i 2019 gg. : zakon Kostromskoj oblasti № 176-6-ZKO ot 20.12.2016 // Kodeks: elektronnyj fond

pravovoj i normativno-tekhnicheskoy informacii. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/444963073> (data obrashcheniya: 16.11.2020).

10. Ob oblastnom byudzhete na 2018 god i na planovyj period 2019 i 2020 gg. : zakon Kostromskoj oblasti № 325-6-ZKO ot 15.12.2017 // Kodeks: elektronnyj fond pravovoj i normativno-tekhnicheskoy informacii. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/446609206> (data obrashcheniya: 16.11.2020).

11. Ob oblastnom byudzhete na 2019 god i na planovyj period 2020 i 2021 gg. : zakon Kostromskoj oblasti № 495-6-ZKO ot 24.12.2018 // Kodeks: elektronnyj fond pravovoj i normativno-tekhnicheskoy informacii. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/550312033> (data obrashcheniya: 16.11.2020).

12. OOO «Rejtingovoe agentstvo «RIA Rejting». – URL: <https://riarating.ru/> (data obrashcheniya: 18.09.2020).

13. Parasockaya N. N., YAKovlev N. D. Plyusy i minusy gosudarstvennyh zaimstvovaniy i gosudarstvennogo dolga dlya byudzhetnoj sistemy Rossii // Uchet. Analiz. Audit. – 2019. – Т. 6, № 4. – С. 61–69.

14. Federal'noe kaznachejstvo : ofic. sajt. – URL: <https://roskazna.ru/> (data obrashcheniya: 18.09.2020).

Немиров Александр Леонидович*доктор экономических наук
профессор
г. Кострома, РФ
vremen59@mail.ru*

РАСШИРЕННАЯ ОЦЕНКА СТЕПЕНИ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ ТЕКСТИЛЬНОЙ ОТРАСЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассматривается современное состояние текстильной отрасли промышленности Костромской области, ставится задача определения степени специализации региона на отрасли, рассматриваются теоретические основы определения коэффициентов специализации, разрабатывается информационное обеспечение расчета коэффициентов, выполняется их расчет, анализируется экономический смысл полученных значений коэффициентов специализации, делается вывод о том, что текстильная отрасль относится к отраслям специализирующим.

Ключевые слова: текстильная отрасль, специализация региона, коэффициенты специализации, коэффициент локализации, коэффициент душевого производства, показатель специализации на отрасли, коэффициент межрайонной товарности, специализирующая отрасль, неспециализирующая отрасль.

Производство текстильных изделий, преимущественно льняных, является традиционной отраслью для экономики Костромской области. Крупные текстильные промышленные предприятия появились в области уже в XIX веке и развивались в течение всего XX века. Была сформирована и сырьевая база – выращивание и переработка льна. К концу прошлого века эта отрасль была одной из основных в области. Достаточно сказать, что в 1970 году в отраслевой структуре промышленного производства легкая промышленность (преимущественно текстильная льняная) составляла 44 % [1].

Текстильная отрасль в целом по стране и в Костромской области, в частности, оказалась наиболее пострадавшей в период экономических реформ. К концу 2019 года (по доступной для автора статистической информации) [3] в отрасли работали 30 организаций, однако работающих крупных производственных предприятий остались лишь считанные единицы. Доля производства текстильной отрасли Костромской области составила 0,34 % текстильной отрасли страны и 0,39 % от объема промышленного производства региона (по статистическому показателю «объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по видам экономической дея-

тельности» в фактически действовавших ценах). Сохранившаяся производственная база отрасли также была невелика; стоимость основных фондов отрасли составляла 0,5 % от промышленности региона, степень их износа достигала 93 %, коэффициент обновления был меньше 1 %, при этом производственная база использовалась недостаточно, уровень использования среднегодовой производственной мощности организаций по выпуску льняных тканей составлял 25–26 % (на начало 2019 года).

Возникает вопрос: сохранила ли Костромская область как текстильный край свою специализацию на производстве текстильной продукции? Судя по состоянию текстильной отрасли, напрашивается отрицательный ответ.

Однако в предыдущих работах автора, при первоначальной оценке отдельных отраслей промышленности региона на степень специализации, по значению коэффициента локализации текстильного производства $K_{л} = 1,39$ сделан вывод о том, что специализация Костромской области на производстве текстильных изделий сохраняется, текстильная отрасль продолжает оставаться специализирующей (отраслью рыночной специализации региона), однако степень специализации снизилась. Сделано предположение, что это произошло вследствие падения уровня развития текстильной отрасли и в других текстильных регионах, и во всей стране в целом.



Учитывая особую значимость отрасли для региона, наличие, помимо производственной, также трудовой, научной и образовательной баз, целесообразно выполнить расширенную оценку степени специализации региона на текстильной отрасли по всему комплексу коэффициентов специализации.

Как известно, количественно уровень специализации региона определяется при помощи нижеследующих показателей [4].

1. *Коэффициент локализации данного производства на территории региона.* Представляет собой отношение удельного веса данной отрасли в структуре всего производства региона к удельному весу этой же отрасли в структуре производства страны:

$$K_{Л} = \frac{Om_{рег}}{Pr_{рег}} : \frac{Om_{стр}}{Pr_{стр}}, \quad (1)$$

где $Om_{рег}$ – показатель, характеризующий отрасль экономики региона;

$Om_{стр}$ – показатель, характеризующий отрасль экономики страны;

$Pr_{рег}$ – показатель, характеризующий промышленное производство региона;

$Pr_{стр}$ – показатель, характеризующий промышленное производство страны в целом.

Удельные веса могут быть рассчитаны по следующим показателям: объему реализованной продукции, стоимости основных производственных фондов, численности занятых.

2. *Коэффициент душевого производства.* Представляет собой отношение удельного веса отрасли экономики региона в соответствующей отрасли страны к удельному весу населения региона в населении страны:

$$K_{Д} = \frac{Om_{рег}}{Om_{стр}} : \frac{H_{рег}}{H_{стр}}, \quad (2)$$

где $H_{рег}$ – численность населения региона;

$H_{стр}$ – численность населения страны.

Численность населения региона и страны оценивается по количеству жителей.

3. *Показатель специализации региона на данной отрасли промышленности.* Представляет собой отношение удельного веса региона по данной отрасли промышленности к удельному весу региона по всей промышленности в целом:

$$K_{С} = \frac{Uom_{рег}}{Uпром}, \quad (3)$$

где $Uom_{рег}$ – удельный вес региона по данной отрасли промышленности;

$Uпром$ – удельный вес региона по всей промышленности.

Или по аналогии с формулами (1) и (2) в простых дробях:

$$K_{С} = \frac{Om_{рег}}{Om_{стр}} : \frac{Pr_{рег}}{Pr_{стр}}. \quad (4)$$

Если рассмотренные выше показатели специализации больше или равны 1, то рассматриваемая отрасль является отраслью рыночной специализации региона. Чем выше значения коэффициентов, тем выше степень специализации региона на данной отрасли.

4. *Коэффициент межрайонной товарности.* Представляет собой отношение вывоза продукции конкретной отрасли из региона к ее производству:

$$K_{МТ} = \frac{B}{Pr}, \quad (5)$$

где B – вывоз продукции отрасли из региона;

Pr – производство продукции отраслью региона.

Очевидно, что коэффициент межрайонной товарности $K_{МТ}$ может изменяться в пределах $0 \leq K_{МТ} \leq 1$. Чем выше значение показателя, тем больше специализация региона на данной отрасли в межрегиональном разделении труда.

Ниже выполняется расчет коэффициентов специализации по всем показателям: объему реализованной продукции, стоимости основных производственных фондов, численности занятых.

Вместо устаревшего показателя «объем реализованной продукции» принят показатель «объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по видам экономической деятельности», публикуемый в статистических изданиях и более точно отражающий результаты работы производств. Стоимость основных производственных фондов отражает статистический показатель «наличие основных фондов (по полной учетной стоимости на конец года)». Также принят к расчету показатель «среднегодовая численность занятых».

Сбор необходимой для расчета коэффициентов специализации информации представляет определенную проблему. Часть информации можно взять из соответствующих статистических сборников, часть информации приходится принимать косвенно, оценочно, поскольку в доступных изданиях она не публикуется (см. примечание ** к таблице 1).

Исходные данные для расчета коэффициентов специализации представлены в таблице 1.

Таблица 1

Исходные данные для расчета коэффициентов специализации по производству текстильных изделий

Показатель расчета	Показатели текстильной отрасли региона, $Om_{рег}$	Показатели региона в целом, $Pr_{рег}$	Показатели текстильной отрасли страны, $Om_{стр}$	Показатели страны в целом, $Pr_{стр}$
Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по видам экономической деятельности, млн руб.	721,6	185 798,7	214 000	69 735 000
Наличие основных фондов (по полной учетной стоимости на конец года), млн руб.*	589,2	119 186,3**	75 100	66 196 560
Среднегодовая численность занятых, тыс. чел.	1,1	51,4	85,0	9 753,6
Население, чел.	$H_{рег} = 633\ 400$		$H_{стр} = 146\ 700\ 000$	

Составлено автором по источникам [3, 5].

Примечания:

* На момент выпуска статистических сборников [3, 5] и написания статьи данных о наличии основных фондов на конец 2019 года не имеется. Условно для расчетов приняты данные на конец 2018, соответственно на начало 2019 года.

** Статистическая информация о наличии основных фондов в добывающих отраслях на конец 2018 года (начало 2019 года) отнесена к коммерческой тайне и не опубликована. В 2010 году, когда были опубликованы самые последние данные, стоимость основных фондов в добывающих отраслях составляла 86 млн рублей, основные фонды во всей промышленности региона составляли 56 506,1 млн рублей. Таким образом, основные фонды в добывающих отраслях составляли ничтожно малую долю в 0,1522 % от общей стоимости фондов в промышленности. Если допустить, что указанное соотношение не изменилось, то наличие основных фондов в промышленности составляет в 2019 году: $119\ 005,2 \times 1,001522 = 119\ 186,33$ млн рублей, где 119 005,2 млн рублей – стоимость основных фондов в промышленности без учета отнесенных к коммерческой тайне.

*Расчет коэффициентов
специализации по показателю объема
отгруженных товаров*

Расчет коэффициента локализации
выполняется по формуле (1):

$$K_{Л1} = (721,6/185\ 798,7) : (214\ 000/69\ 735\ 000) = 0,0039 : 0,0031 = 1,26. \quad (6)$$

Расчет коэффициента душевого про-
изводства выполняется по формуле (2):

$$K_{Д1} = (721,6/214\ 000) : (633\ 400/146\ 700\ 000) = 0,0034 : 0,0043 = 0,79. \quad (7)$$

Расчет показателя специализации
выполняется по формуле (4):

$$K_{С1} = (721,6/214\ 000) : (185\ 798,7/69\ 735\ 000) = 0,0034 : 0,0027 = 1,26. \quad (8)$$

*Расчет коэффициентов
специализации по показателю наличия
основных фондов*

Расчет коэффициента локализации:

$$K_{Л2} = (589,2/119\ 186,3) : (75\ 100/66\ 196\ 560) = 0,0049 : 0,0011 = 4,45. \quad (9)$$

Расчет коэффициента душевого про-
изводства:

$$K_{Д2} = (589,2/75\ 100) : (633\ 400/146\ 700\ 000) = 0,0078 : 0,0043 = 1,81. \quad (10)$$

Расчет показателя специализации:

$$K_{С2} = (589,2/75\ 100) : (119\ 186,3/66\ 196\ 560) = 0,0078 : 0,0018 = 4,33. \quad (11)$$

*Расчет коэффициентов специализации
по показателю численности занятых*

Коэффициент локализации:

$$K_{Л3} = (1,1/51,4) : (85,0/9\ 753,6) = 0,0214 : 0,0087 = 2,46. \quad (12)$$

Коэффициент душевого производства:

$$K_{Д3} = (1,1/85,0) : (633\ 400/146\ 700\ 000) = 0,0129 : 0,0043 = 3,00. \quad (13)$$

Показатель специализации:

$$K_{С3} = (1,1/85,0) : (51,4/9\ 753,6) = 0,0129 : 0,0053 = 2,43. \quad (14)$$

С расчетом коэффициента межрай-
онной товарности возникают определенные
проблемы. В качестве *объема производства
продукции отрасли региона* Пр можно
принять значение показателя «производство
текстильных изделий», публикуемое в ста-
тистических ежегодниках. Значение *объема
вывоза продукции отрасли из региона* В ав-
тору в доступной статистической информа-
ции обнаружить не удалось. Однако, учи-
тывая, что крупнейшими костромскими
льнокомбинатами производится 20 % об-
щероссийского объема готовых льняных
тканей, их доля составляет 45 % общерос-
сийского экспорта в страны ближнего
и дальнего зарубежья [2], оценочно можно
предположить, что объем вывоза текстиль-
ной продукции из региона составляет при-
мерно 60–80 %. Значение коэффициента
межрайонной товарности $K_{МТ} = 1,6...1,8$
подтверждает специализацию региона на
отрасли текстильной промышленности.

Результаты расчета коэффициентов
специализации представлены в таблице 2.

Таблица 2

Результаты расчета коэффициентов специализации

Наименование коэффициента/показателя	Показатели расчета коэффициентов специализации		
	Объем отгруженных товаров	Наличие основных фондов	Среднегодовая численность занятых
Коэффициент локализации $K_{Л}$	$K_{Л1} = 1,26$	$K_{Л2} = 4,45$	$K_{Л3} = 2,46$
Коэффициент душевого производства $K_{Д}$	$K_{Д1} = 0,79$	$K_{Д2} = 1,81$	$K_{Д3} = 3,0$
Показатель специализации $K_{С}$	$K_{С1} = 1,26$	$K_{С2} = 4,39$	$K_{С3} = 2,43$
Коэффициент межрайонной товарности $K_{МТ}$	$K_{МТ} = 1,6...1,8$		

Примечание. Составлено автором.

Судя по полученным значениям коэффициентов специализации, текстильная отрасль относится к отраслям специализирующим, и только коэффициент душевого производства $K_{д1} = 0,79$, рассчитанный по показателю «объем отгруженных товаров», показывает обратное.

Определим экономический смысл полученных значений коэффициентов.

1. Коэффициент локализации $K_{л}$.

Экономический смысл численного значения коэффициента локализации заключается в том, что если он равен 1 ($K_{л} = 1$) или превышает 1 ($K_{л} > 1$), то будет равен или во столько же раз удельный вес текстильной отрасли региона в промышленности региона (по показателям объема отгруженных товаров, наличия основных фондов, численности занятых) превышает удельный вес текстильной отрасли страны в промышленности страны, следовательно, отрасль более значима для региона, чем для страны в целом, и является отраслью рыночной специализации региона (специализирующей).

Таким образом, судя по коэффициентам локализации, значимость данной текстильной отрасли для промышленности Костромской области больше, чем значимость отрасли для промышленности страны в целом по объему выпуска продукции ($K_{л1} = 1,26$), значительно больше по производственной базе (по основным фондам, $K_{л2} = 4,45$), а также по численности занятых. Коэффициент локализации $K_{л3} = 2,46$ свидетельствует о том, что сохранившаяся численность занятых в текстильной отрасли области относительно отрасли страны хотя и невелика (всего 1 100 человек), но при наличии приличной производственной базы специализация на отрасли сохраняется.

2. Коэффициент душевого производства $K_{д}$.

Экономический смысл численного значения коэффициента душевого производства заключается в том, что если он равен 1 ($K_{д} = 1$) или превышает 1 ($K_{д} > 1$), то удельный вес текстильной отрасли региона в текстильной отрасли страны равен или

превышает удельный вес населения региона в населении страны, следовательно, отрасль более значима для населения региона, чем для страны в целом, и является специализирующей.

Судя по коэффициентам душевого производства, как и в случае коэффициентов локализации, значимость отрасли для населения Костромской области несколько больше, чем значимость для населения страны в целом по наличию основных фондов ($K_{д2} = 1,81$), что говорит о сосредоточении текстильной производственной базы в регионе больше, чем в стране. То же и по численности занятых ($K_{д3} = 3,0$), несмотря на то, что занятость в текстильной отрасли региона невелика, в стране в целом она еще меньше. Коэффициент душевого производства $K_{д1} = 0,79$ показывает, что оставшиеся занятые в текстильной отрасли области обеспечивают объем отгрузки текстильной продукции меньший, чем в целом по стране. Или, с другой стороны, население региона (633 400 человек) производит текстильной продукции на 721,6 млн руб. Условно, один житель региона производит текстильной продукции на 1 139,2 руб. в год. Один житель страны производит текстильной продукции на 1 458,8 руб., что больше в 1,28 раза, следовательно, население региона не специализируется на производстве указанной продукции.

3. Показатель специализации региона на данной отрасли промышленности $K_{с}$.

Экономический смысл численного значения показателя специализации: если удельный вес текстильной отрасли региона в текстильной отрасли страны или равен 1 ($K_{с} = 1$), или во столько раз превышает 1 ($K_{с} > 1$) удельный вес промышленности региона в промышленности страны, то отрасль региона более значима, чем промышленность региона в целом, и является специализирующей.

Таким образом, текстильная отрасль является специализирующей для области по показателю специализации (как и близкому к нему по смыслу коэффициенту локализации), рассчитанному по объему отгруженных товаров ($K_{с1} = 1,26$) и наличию

основных фондов ($K_{C2} = 4,39$), что, по всей видимости, объясняется наличием относительно страны бóльшей производственной базы и относительно бóльшим объемом отгруженной продукции отрасли региона. По показателю $K_{C3} = 2,43$ отрасль также является специализирующей, несмотря на малую численность занятых в отрасли региона (см. выше).

Подводя итог вышеизложенному, можно сделать следующие выводы.

Текстильная промышленность в течение многих десятилетий имела особое значение для Костромской области. Это была одна из основных отраслей промышленности, на которой специализировался регион. Была сформирована и ресурсная база отрасли: сырьевая, трудовая, образовательная, научно-исследовательская. В период кардинальных рыночных экономических реформ по различным причинам отрасль оказалась в числе наиболее пострадавших как в регионе, так и в стране в целом. Закрылись многие крупные предприятия, сократились объемы выпуска продукции, не обновлялась производственная база, значительно уменьшилось количество работающих.

Для того чтобы объективно определить современное состояние отрасли, наличие у отрасли перспектив развития, целесообразно выполнить расширенную оценку места отрасли в экономике не только региона, но и в экономике всей страны, место в межрегиональном разделении труда. Для этого необходимо рассчитать весь комплекс коэффициентов специализации.

Рассчитанные значения коэффициентов свидетельствуют о том, что специализация региона на текстильной отрасли сохраняется, хотя и в меньшей степени, чем ранее. Вероятно, это происходит по той причине, что спад охватил текстильную отрасль всей страны в неменьшей степени, чем области.

В то же время сохранившаяся специализация на производстве текстильной продукции, наличие резерва производственных мощностей, оживляющейся сырьевой базы,

сохранившегося образовательного и научного обеспечения позволяют достаточно оптимистично смотреть на перспективы текстильной отрасли региона.

Список литературы

1. Беркович М. Экономическое развитие Костромской области // Губернский дом. – 2014. – № 4 (97). – С. 3–7. – URL: http://bibl-kostroma.ru/wp-content/uploads/2018/03/Guber-Dom_2014_3.pdf. (дата обращения: 30.03.2020).
2. Инвестиционный портал Костромской области. – URL: <http://invest-kostroma.ru/promyshlennost/struktura-promyshlennosti-kostromskoy-oblasti> (дата обращения: 03.03.2020).
3. Костромская область в цифрах : стат. сб. / Костромастат. – Кострома, 2020. – 112 с.
4. Регионоведение : учебник для вузов / Т. Г. Морозова, М. П. Победина, С. С. Шишов, Р. А. Исляев ; под ред. проф. Т. Г. Морозовой. – М. : Банки и биржи : ЮНИТИ, 1998. – 424 с.
5. Россия в цифрах : крат. стат. сб. / Росстат. – М., 2020. – 550 с.

References

1. Berkovich M. Ekonomicheskoe razvitie Kostromskoj oblasti // Gubernskij dom. – 2014. – № 4 (97). – S. 3–7. – URL: http://bibl-kostroma.ru/wp-content/uploads/2018/03/Guber-Dom_2014_3.pdf. (data obrashcheniya: 30.03.2020).
2. Investicionnyj portal Kostromskoj oblasti. – URL: <http://invest-kostroma.ru/promyshlennost/struktura-promyshlennosti-kostromskoy-oblasti> (data ob-rashcheniya: 03.03.2020).
3. Kostromskaya oblast' v cifrah : stat. sb. / Kostromastat. – Kostroma, 2020. – 112 s.
4. Regionovedenie : uchebnik dlya vuzov / T. G. Morozova, M. P. Pobedina, S. S. SHishov, R. A. Islyayev ; pod red. prof. T. G. Morozovoj. – M. : Banki i birzhi : YUNITI, 1998. – 424 s.
5. Rossiya v cifrah : krat. stat. sb. / Rosstat. – M., 2020. – 550 s.

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

УДК 336.221.26

Семенова Ольга Юрьевна

кандидат экономических наук
Костромской государственной университет
г. Кострома, РФ
semenova@ocenka44.com

Литвинова Ольга Алексеевна

студент
Костромской государственной университет
г. Кострома, РФ
lenol1998@mail.ru

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА НАЛОГОВУЮ НАГРУЗКУ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В современной рыночной экономике налоги являются необходимым инструментом, регулирующим экономические отношения и представляющим собой форму отчуждения денежных средств юридических и физических лиц в бюджеты различного уровня или во внебюджетные фонды, поэтому обеспечение сбалансированности общегосударственных, региональных, местных и частных интересов, содействие развитию производства, предпринимательства и инвестиционной деятельности входят в число основных функций налоговой системы. Очень быстро развивающийся рыночных механизм в Российской Федерации выдвигает в число актуальных и имеющих важное государственное значение проблему налогов и налогообложения, эффективной налоговой нагрузки. Налоговое бремя определяет инвестиционную привлекательность страны, и изменение любого налога через мультипликативные эффекты затрагивает все другие налоги, интересы бизнеса и населения. Поэтому оптимальный размер налогового бремени – это центральная макроэкономическая проблема любого государства.

Ключевые слова: налог, налоговая система, налогообложение физических лиц, налоговая нагрузка, факторы, уровень занятости, доходы, финансовая грамотность, оптимизация налоговой нагрузки.

Актуальность темы обусловлена тем, что распределение налогового бремени в обществе играет особую роль в построении и совершенствовании налоговой системы любого государства – как с развитой экономикой, так и находящегося в переходном периоде.

Научная новизна работы заключается в систематизации факторов, оказывающих влияние на налоговую нагрузку физических лиц на современном этапе развития экономики Российской Федерации и определение методов ее снижения.

Исследование проведено с целью анализа теоретических и аналитических аспектов налоговой нагрузки физических лиц, оценки влияния факторов на налоговую нагрузку и выявления наиболее эффективных методов ее оптимизации. Таким образом, основной объект исследо-

вания – налоговая нагрузка физических лиц в Российской Федерации.

Источником информации является официальный сайт Инспекции Федеральной налоговой службы по г. Костроме (ИФНС по г. Костроме). На основании статистических данных, полученных от инспекции, проведен анализ факторов, влияющих на налоговую нагрузку физических лиц.

Перспективы развития экономики государства во многом определяются величиной налоговой нагрузки и ее предельным уровнем, который возможен в условиях действующей экономической политики и налогового законодательства. Увеличение государственных расходов требует неизбежного увеличения государственных доходов и соответственно увеличения налоговой нагрузки. В этой связи проблема оптимальной налоговой нагрузки на население играет особую

© Семенова О. Ю., Литвинова О. А., 2020



роль в построении и совершенствовании налоговой системы любого государства.

Ученые по-разному дают определение термина «налоговая нагрузка». Отсутствует единое мнение авторов в терминологии, что объясняется сложностью введения общего термина, характеризующего влияние налогообложения на фи-

зических лиц. В общем случае под налоговой нагрузкой физического лица подразумевается доля налоговых платежей в бюджет РФ в величине его доходов.

Как правило, расчет налоговой нагрузки включает в себя два уровня (рис. 1) [6].

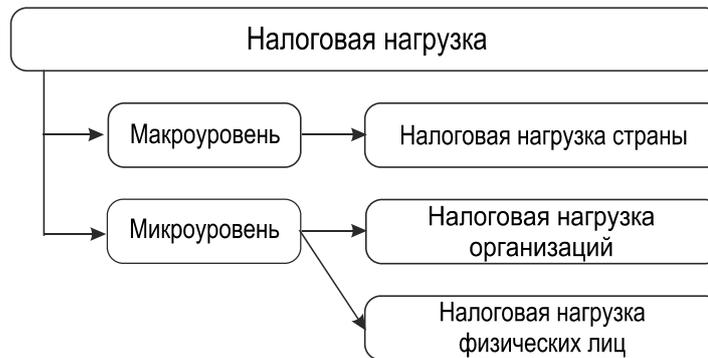


Рис. 1. Уровни расчета налоговой нагрузки

Макроуровень включает в себя рассмотрение налоговой нагрузки всей страны. Микроуровень подразумевает исчисление налоговой нагрузки организаций и физических лиц [1].

Единой и общепринятой формулы для расчета налоговой нагрузки физических лиц не закреплено в нормативно-правовых актах, в связи с этим, на наш взгляд, могут быть выделены способы расчета налоговой нагрузки, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Способы расчета налоговой нагрузки

Классификация	Формула	Пояснение
Полная налоговая нагрузка физического лица	$НН = \frac{СНП}{ДФЛ}$	<i>НН</i> – налоговая нагрузка; <i>СНП</i> – сумма налоговых платежей, уплачиваемых физлицом; <i>ДФЛ</i> – доходы физлица
Налоговая нагрузка в разрезе налоговых обязательств физического лица	$НН = \frac{Налог}{ДФЛ}$ Например, $НН = \frac{НДФЛ}{ДФЛ},$ $НН = \frac{ТРНФЛ}{ДФЛ}$	<i>НДФЛ</i> – налог на доходы физлиц; <i>ТРНФЛ</i> – транспортный налог физлиц
Налоговая нагрузка на доходы физического лица	$НН = \frac{СНП}{ВД}$ Например, $НН = \frac{СНП}{ЗП},$ $НН = \frac{СНП}{ПД}$	<i>ВД</i> – вид дохода физлица; <i>ЗП</i> – заработная плата физлица; <i>ПД</i> – пассивные доходы физлица

Классификация	Формула	Пояснения
Налоговая нагрузка по каждому налогу к определенному виду дохода	$НН = \frac{Налог}{ВД}$ Например, $НН = \frac{НДФЛ}{ЗП},$ $НН = \frac{НДФЛ}{ПД}$	–
Налоговая нагрузка в зависимости от уровня занятости физического лица	$ННб = \frac{СНП}{ДФЛ},$ $ННр = \frac{СНП + НДФЛ}{ДФЛ}$	ННб – налоговая нагрузка безработного физлица; ННр – налоговая нагрузка работающего физического лица
Налоговая нагрузка в зависимости от уровня финансовой грамотности	$ННфг = \frac{СНП}{ДФЛ},$ $ННфнг = \frac{СНП + П + Ш}{ДФЛ}$	ННфг – налоговая нагрузка финансово грамотного налогоплательщика; ННфнг – налоговая нагрузка финансово неграмотного налогоплательщика; П – пени; Ш – штрафы

Очевидно, что налоги являются неотъемлемой частью доходов любого государства. Взимая налоги, государство создает налоговое бремя. Анализируя данный показатель, государство успешно разрабатывает налоговую политику, проводит социальные реформы. Очень часто показатель «налоговая нагрузка» выполняет функцию индикатора экономического поведения хозяйствующих субъектов. Налоговая нагрузка физических лиц является одной из составляющих налоговой нагрузки всей страны, поэтому перед изучением влияния факторов на налоговую

нагрузку физических лиц необходимо оценить налоговую нагрузку целиком по стране. В России налоговая нагрузка на макроуровне характеризуется долей налогов в валовом внутреннем продукте, исчисляемой на базе показателей развития экономики страны. На рисунке 2 представлена динамика налоговой нагрузки Российской Федерации за последние пять лет, которая определяется как отношение всех поступивших налогов и страховых взносов к ВВП [5].

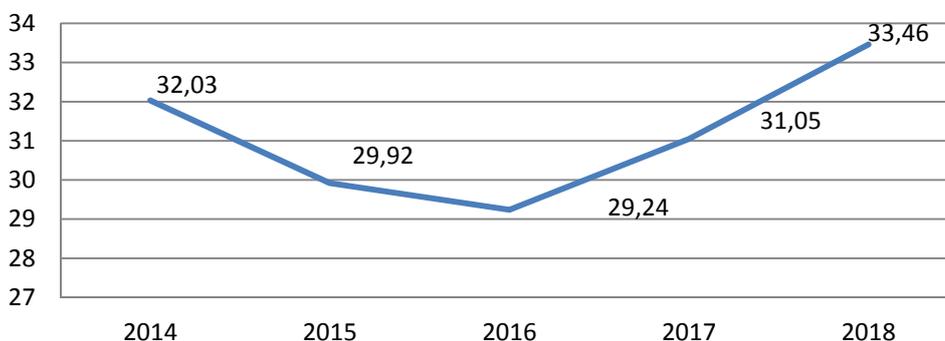


Рис. 2. Динамика налоговой нагрузки РФ за период с 2014 по 2018 гг., %

По данным графика можно сделать вывод, что с 2016 года происходит увеличение налоговой нагрузки в РФ на 4,22 %. Одной из причин этого является увеличе-

ние налоговых поступлений. В свою очередь динамика налоговых поступлений в бюджет РФ отображена на рисунке 3.

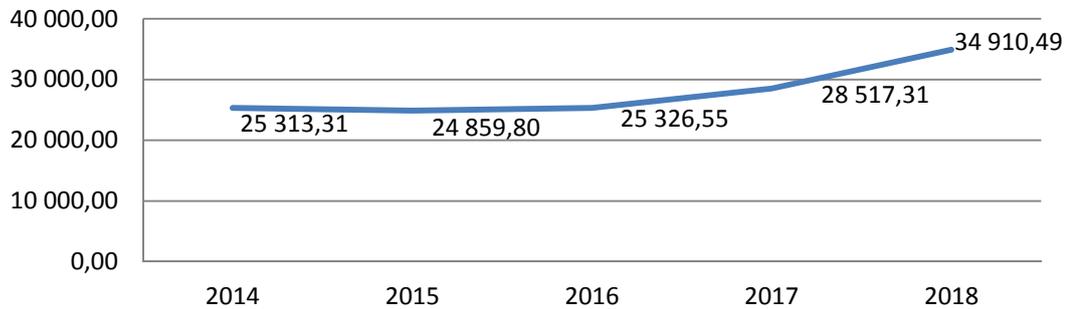


Рис. 3. Динамика налоговых поступлений в бюджет РФ, млн руб.

Можно отметить, с одной стороны, ежегодное увеличение налоговых поступлений в бюджет РФ как источника доходов государства, за счет которых происходит формирование его финансовых ресурсов и финансирование различных государственных программ. Но, с другой стороны, увеличивается налоговая нагрузка как организаций, так и физических лиц.

ских лиц во многом влияет на их налоговую нагрузку. Знание налогового законодательства, умение в нем разобраться, способность оценить свое финансовое состояние поможет налогоплательщику не только снизить налоговую нагрузку, но и предотвратить негативные последствия, такие как неуплата налога, начисление пеней и штрафов.

На налоговую нагрузку физических лиц влияет большое количество факторов [1]. Среди них можно выделить уровень занятости населения, уровень доходов, величину налоговых платежей. В современном мире очень часто происходит изменение законодательства, поэтому финансовая грамотность физиче-

На наш взгляд, одним из важных факторов, влияющих на налоговую нагрузку физических лиц, является безработица, которая представляет собой социально-экономическое явление, характеризующееся наличием лиц трудоспособного возраста, не имеющих работы и пригодных к ней (рис. 4).

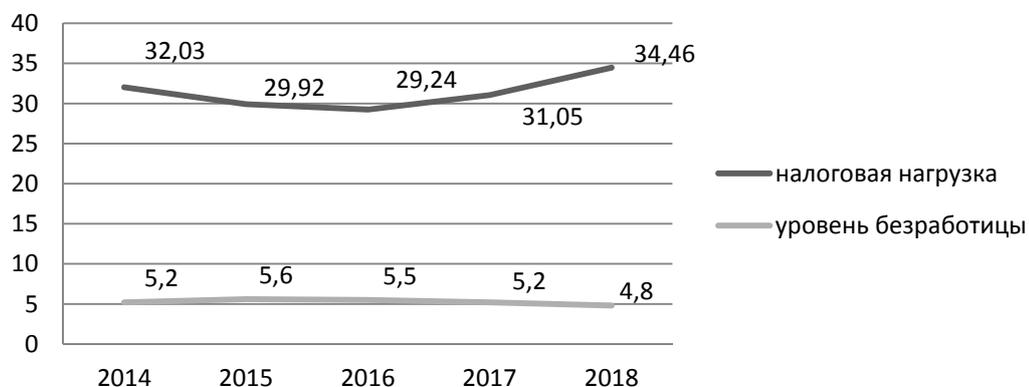


Рис. 4. Уровень безработицы и налоговой нагрузки в РФ за период с 2014 по 2018 гг., %

Представленные на рисунке 4 данные свидетельствуют, что с 2016 года в РФ происходит снижение числа безработного населения [2]. Это, безусловно, оказывает положительное влияние на объем ВВП и налоговую нагрузку страны. Увеличение числа занятого населения связано, прежде всего, с увеличением количества рабочих мест, предоставление государством помощи молодым специалистам, направляющимся работать в малонаселенные пункты. Однако, несмотря на снижение числа безработных, налоговая нагрузка в РФ увеличивается за счет роста поступлений налоговых платежей. Безработица приводит к уменьшению доходов, так как неработающее физическое лицо не получает заработную плату, в связи с чем не уплачивается налог на доходы физических лиц (НДФЛ). Однако

помимо этого налога существует большое количество налоговых платежей (имущественные налоги), которые требуется заплатить независимо от того, работает человек или нет. Налогоплательщик, не получая доход, должен уплачивать налоги. Это приводит к увеличению налоговой нагрузки и негативно сказывается на уровне жизни и благосостоянии людей. Чтобы снизить налоговую нагрузку в данном случае, физическому лицу требуется устроиться на работу.

Таким образом, уровень занятости населения оказывает существенное влияние на доходы физических лиц. Чем больше доходы, тем больше благ население может позволить себе. На рисунке 5 представлены среднедушевые доходы населения в РФ [3].

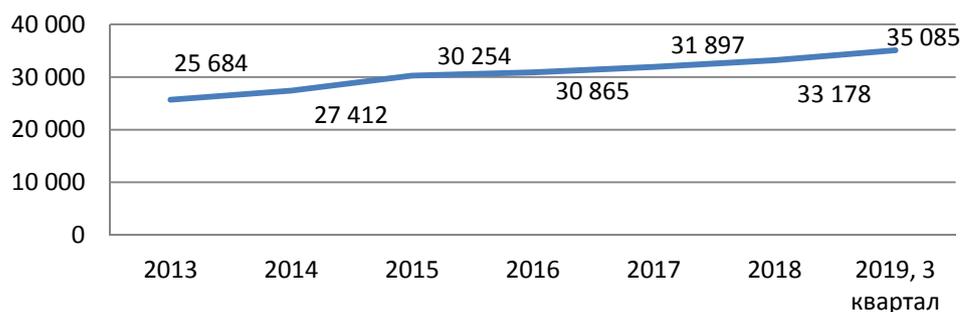


Рис. 5. Среднедушевые доходы населения в РФ, руб.

Анализируя данные графика, можно сделать вывод, что с каждым годом происходит увеличение дохода на душу населения. Это оказывает положительное влияние на финансовое состояние народа России. Люди могут позволить себе больше материальных благ и отказаться от нелегальных методов оптимизации налогового бремени, так как будут в состоянии исполнять все свои налоговые обязательства.

На рисунке 6 представлено распределение доходов населения РФ в 2018 году [5].

Анализируя данные диаграммы, можно сделать вывод, что большая доля доходов физических лиц приходится на покупку товаров и оплату услуг. Это обу-

словлено тем, что население приобретает товары и услуги, необходимые для своей жизнедеятельности. Среди остальных доходов наибольшую долю составляют налоговые взносы и платежи. С каждым годом происходит изменение законодательства и в связи с этим появляются новые налоги, изменяются ставки. Это приводит к тому, что населению приходится тратить больше своих доходов на уплату налогов и взносов. Чем больше размер налоговых платежей и взносов, тем больше их доля в доходах населения. С увеличением дохода происходит увеличение величины налоговых платежей за счет увеличения размера величины налогов с доходов.

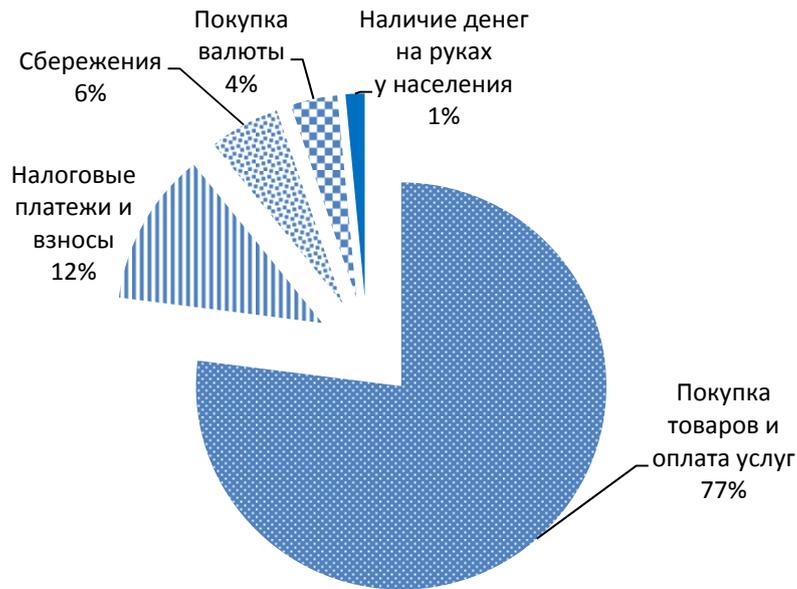


Рис. 6. Распределение доходов населения в РФ за 2018 год

Физические лица уплачивают большое количество налоговых платежей в бюджет РФ. Налоги являются одним из главных источников пополнения бюджета. На рисунке 7 представлена доля

налогов физических лиц в налоговых доходах бюджета РФ за период январь – ноябрь 2019 года.

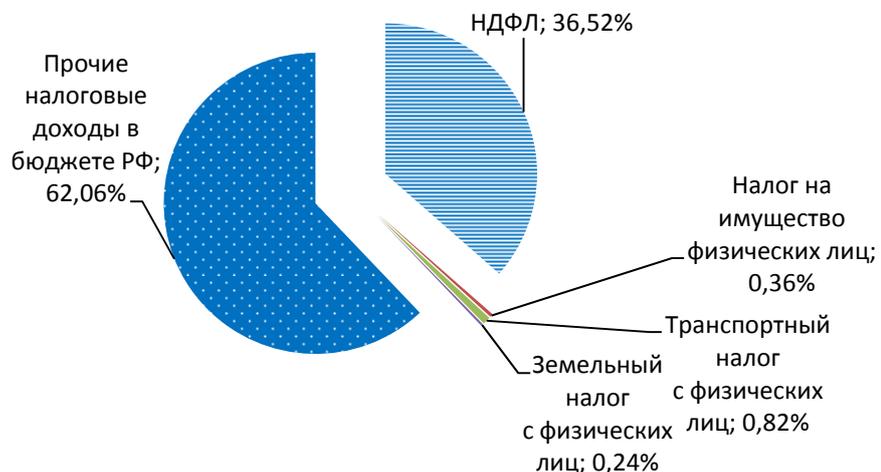


Рис. 7. Доля налогов физических лиц в налоговых доходах бюджета РФ за период январь – ноябрь 2019 года

На основании данных диаграммы можно сделать вывод, что НДФЛ является одним из налогов, занимающим наибольший удельный вес в структуре доходов государственного бюджета среди налогов, уплачиваемых физическими ли-

цами. Это обусловлено тем, что его платит все работающее население страны. Такой высокий удельный вес (36,52 %) связан с увеличением роста доходов, а именно заработной платы физических лиц в РФ (рис. 8).

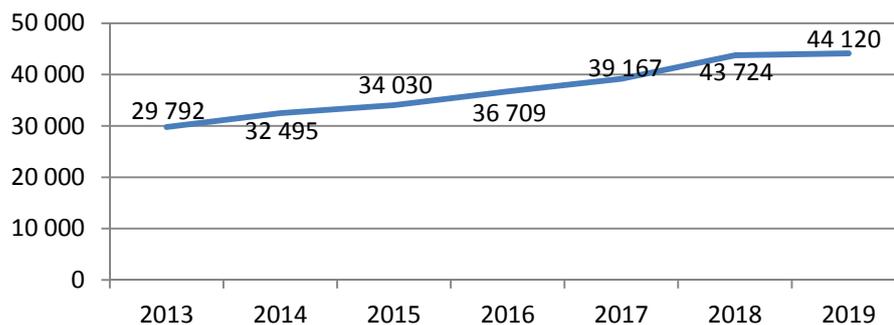


Рис. 8. Среднемесячная номинальная заработная плата физических лиц в РФ, руб.

Анализируя данные графика, можно сделать вывод, что с каждым годом происходит увеличение величины заработной платы. Это приводит, с одной стороны, к увеличению доходов физических лиц, с другой – к увеличению размера НДФЛ, что оказывает влияние на налоговую нагрузку. Увеличивается величина налоговых обязательств, вместе с ней происходит увеличение налоговой нагрузки физических лиц. Таким образом, можно сделать вывод, что размер доходов и размер налоговых платежей оказывают прямое влияние на налоговую нагрузку физических лиц. Увеличение доходов способствует сокращению налоговой нагрузки, а рост величины налоговых поступлений – ее увеличению. Наибольшее влияние на налоговую нагрузку физических лиц оказывает НДФЛ, так как он занимает большую долю среди налогов, уплачиваемых физическими лицами.

Не менее значимым фактором, влияющим на налоговую нагрузку физических лиц, является финансовая грамотность, которая представляет собой совокупность знаний, навыков и установок, которые позволяют человеку принимать взвешенные решения в отношении личных финансов и финансовых продуктов. Финансовая грамотность особенно актуальна в современном мире, поэтому ей уделяется большое внимание со стороны научных исследований и разработок. Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ) 14 февраля 2019 года

представляло проект по результатам анализа финансовой грамотности населения РФ в рамках Российского инвестиционного форума в г. Сочи на сессии «Финансовая грамотность как основа финансовой стабильности». Целью данного проекта являлось измерение уровня финансовой грамотности в каждом из 85 субъектов Российской Федерации, повышение финансовой грамотности российских граждан и содействие формированию у населения разумного финансового поведения, ответственного отношения к личным финансам, навыков управления личным и семейным бюджетом. Основным направлением исследования стало изучение индекса финансовой грамотности, рассчитанного как сумма значений индекса знания, индекса навыков и индекса установки. Индекс финансовой грамотности рассчитывается в баллах, и по программе исследования максимальное значение, которое он может принимать, составляет 21 балл. На рисунке 9 представлен рейтинг стран по индексу финансовой грамотности населения [4].

По данным диаграммы можно сделать вывод, что максимальный балл индекса финансовой грамотности населения у Франции (14,9) и у Канады (14,8). Что касается России, то она занимает 9 место среди стран «Большой двадцатки». Такой низкий уровень обусловлен тем, что в нашей стране финансовая культура только начинает свое развитие.

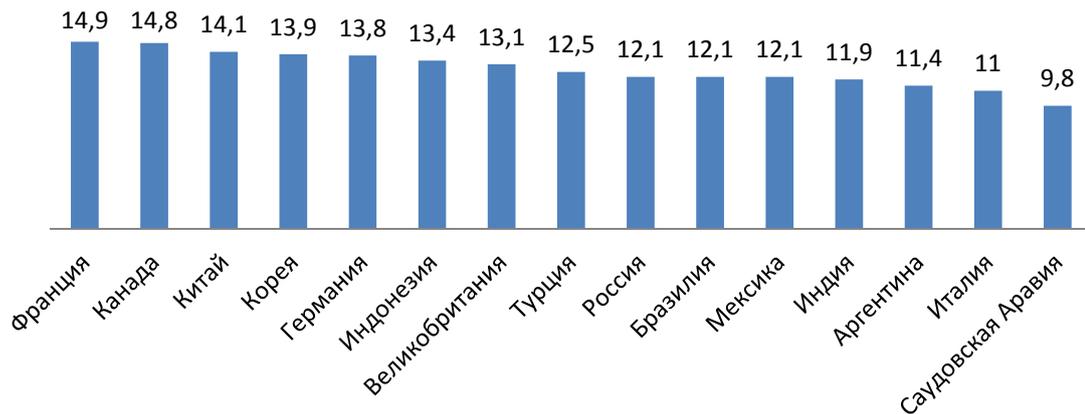


Рис. 9. Рейтинг стран по индексу финансовой грамотности населения, балл

Таким образом, можно сделать вывод, что финансовая грамотность все больше развивается в современном мире и является одним из способов оптимизации налогов. Если налогоплательщик будет владеть необходимым для его деятельности знанием Налогового кодекса РФ, он будет грамотно и рационально исполнять свои налоговые обязательства, что позволит избежать пеней и штрафов, которые потребуют лишних затрат.

Таким образом, можно сделать вывод, что на налоговую нагрузку физических лиц оказывает влияние достаточно большое количество факторов. Среди наиболее значимых из них: величина доходов физических лиц и налоговых платежей, число занятых и финансовая грамотность налогоплательщиков. Финансовая грамотность с каждым годом становится популярным направлением в области развития экономики и увеличения благосостояния населения страны.

Список литературы

1. Гончаренко Л. И. Налоги и налоговая система Российской Федерации : учеб. и практ. для академ. бакалавриата. – М. : Юрайт, 2016. – 541 с.
2. Оперативные показатели // Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации : офиц. сайт. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab1.htm (дата обращения: 23.01.2020).

3. Официальная статистика // Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации : офиц. сайт. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab1.htm (дата обращения: 20.03.2020).

4. Рейтинг финансовой грамотности регионов России – 2018 // Национальное агентство финансовых исследований : офиц. сайт. – URL: <https://nafi.ru/projects/finansy/rejting-finansovoy-gramotnosti-regionov-rossii-2018> (дата обращения: 21.03.2020).

5. Статистика и аналитика // Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации : офиц. сайт. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab1.htm (дата обращения: 22.01.2020).

6. Черник Д. Г., Шмелев Ю. Д. Теория и история налогообложения : учебник для академического бакалавриата / под ред. Д. Г. Черника. – М. : Юрайт, 2016. – 364 с.

References

1. Goncharenko L. I. Nalogi i nalogovaya sistema Rossijskoj Federacii : ucheb. i prakt. dlya akadem. bakalavriata. – M. : YUrajt, 2016. – 541 s.
2. Operativnye pokazateli // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki Rossijskoj Federacii : ofic. sajt. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab1.htm (data obrashcheniya: 23.01.2020).

3. Oficial'naya statistika // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki Rossijskoj Federacii : ofic. sajt. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab1.htm (data obrashcheniya: 20.03.2020).

4. Rejting finansovoj gramotno-sti regionov Rossii – 2018 // Nacio-nal'noe agentstvo finansovyh issledovanij : ofic. sajt. – URL: <https://nafi.ru/projects/finansy/rejting-finansovoy-gramotnosti-regionov-rossii-2018> (data obrashcheniya: 21.03.2020).

5. Statistika i analitika // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki Rossijskoj Federacii : ofic. sajt. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab1.htm (data obrashcheniya: 22.01.2020).

6. CHernik D. G., SHmelev YU. D. Teoriya i istoriya nalogooblozheniya : uchebnik dlya akademicheskogo bakalavriata / pod red. D. G. CHernika. – M. : YUrajt, 2016. – 364 s.

УДК 330

Беркович Маргарита Израйлевна

*доктор экономических наук, профессор
Костромской государственной университет
г. Кострома, РФ
ecdepart@kstu.edu.ru*

Боженко Светлана Викторовна

*кандидат экономических наук, доцент
Костромской государственной университет
г. Кострома, РФ
s_bozhenko@ksu.edu.ru*

Шурыгин Артём Александрович

*магистрант
Костромской государственной университет
г. Кострома, РФ
fly.leave@yandex.ru*

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ ОЦЕНКИ МАСШТАБОВ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

Актуальность проблемы оценки масштабов теневой экономики обусловлена всеохватностью и размером ее влияния на экономику страны, включая все стадии воспроизводственного процесса: «производство – распределение – обмен – потребление». Ее комплексность определяет необходимость применения специализированных методов, позволяющих достаточно объективно оценить объемы скрытой экономики, для обоснованного принятия решений в системе государственного управления. Для этого в целях существенного повышения его эффективности необходима качественная и количественная оценка масштабов теневой экономической деятельности. В статье представлены и охарактеризованы существующие методы оценки теневой экономики, которые могут быть использованы для анализа скрытых доходов экономических субъектов. Научная новизна данной работы заключается в актуализации, обобщении и выявлении области применения существующих методов оценки масштабов теневой экономики.

Ключевые слова: теневая экономика, методы оценки, статистика, ВВП, микрометоды, макрометоды, сравнение.

Теневая экономика является существенной частью рыночного хозяйства, проблемы изучения которой представлены многочисленными публикациями в различных областях знаний. Для выявления взаи-

модействия официального и неформального секторов национальной экономики необходимо глубокое исследование ее роли в обществе, механизмов функционирования и последствий влияния на экономическую сферу общества, что способно в перспекти-

© Беркович М. И., Боженко С. В., Шурыгин А. А., 2020

ве увеличить эффективность государственного регулирования экономической деятельности в целом. В частности, требуют структуризации и обобщения методы количественной оценки этого феномена.

Национальная система учета отражает экономические потоки, зарегистрированные официальной статистикой и отраженные субъектами экономической деятельности в отчетной документации. Однако существуют многочисленные виды экономической деятельности, которые не отражены ни в официальной статистике, ни в обязательной отчетности. Эти явления называют по-разному: «подпольная экономика», «неформальная экономика», «вторая экономика», «теневая экономика» и др. Последнее из определений стало наиболее общепринятым в экономической и юридической научной литературе как отечественной, так и зарубежной (*shadow economy*). В настоящей статье именно определение теневой экономики как экономической деятельности, скрываемой от общества и государства, находящейся вне государственного контроля и учета, принимается за основополагающее.

В связи с тем, что уклонение хозяйствующих субъектов от процесса официальной регистрации в качестве юридических лиц (индивидуальных предпринимателей) с присвоением соответствующего статуса в ЕГРЮЛ (ЕГРИП) приводит к уменьшению налоговой базы, с которой рассчитывается и уплачивается соответствующий налог, государство теряет значительную часть налоговых доходов. Аналогичные потери существуют и при распространении практики привлечения организациями рабочей силы без заключения с работником трудового договора, что позволяет экономить на неуплате страховых взносов. Это определяет заинтересованность государственных органов в том, чтобы большая часть хозяйствующих субъектов, включенных в неформальный сектор, была выведена «из тени», что проявляется в нормотворческой деятельности по повышению «прозрачности» экономики.

В России официальная оценка теневой экономики осуществляется уполномоченными органами государственной власти, такими как Федеральная налоговая служба, Федеральная служба государственной статистики, Федеральная служба по финансовому мониторингу, Федеральная служба по труду и занятости и др. Различные негосударственные организации, новостные и аналитические агентства (в том числе зарубежные) также проводят собственные исследования теневого сектора экономики в страновом и отраслевом разрезе.

Публикуемые оценки масштабов теневой экономики России выявляют ее значительный размер. Так, по данным Росфинмониторинга, объем теневой экономики достиг отметки в 20 % от ВВП (103,6 трлн руб.) в 2018 году, увеличившись в абсолютном выражении на 1,8 трлн руб. [6]. Для сравнения, данный объем превышает плановые расходы всего федерального бюджета в 2019 году (18 трлн руб.) на 2,7 трлн руб., а в 2020 году (19,5 трлн руб.) – на 1,2 трлн руб. [4].

Недополученный доход бюджетной системы России только за счет неформальной занятости ежегодно оценивается почти в 3 трлн руб. (около 3 % ВВП), из которых 0,9 трлн руб. – потери за счет неуплаты НДФЛ со скрытых доходов, остальные 2,1 трлн руб. – страховые взносы во внебюджетные фонды (по данным рейтингового агентства «Национальные кредитные рейтинги») [3].

В 2019 году Центром социально-политического мониторинга Института общественных наук (ИОН) РАНХиГС был проведен социологический опрос, согласно которому 32,5 % жителей России (около 25 млн человек) в той или иной форме причастны к «теневому» рынку труда. При этом за последние четырнадцать лет число неофициально занятых заметно сократилось (на 12,6 % с 45,1 % в 2006 году). Для сравнения, в 2017 году, по данным социологического опроса ИОН РАНХиГС, число неофициально занятых, вовлеченных в «теневую» экономику, составляло 44,8 % [5, с. 2].

Кроме текущих и ретроспективных оценок масштабов теневой экономической деятельности и потерь от нее, существуют исследования, посвященные перспективам ее изменения в будущем. Так, международной Ассоциацией дипломированных сертифицированных бухгалтеров (АССА) в 2017 году было проведено значительное исследование, посвященное перспективной оценке масштабов теневой экономики в страновом разрезе. Оно показало, что теневая экономика России в 2020 году будет оцениваться в 39,37 % к ВВП, а в 2025 году – 39,3 %. По масштабам теневой экономики Россия находится на пятом месте в топ-5 крупнейших теневых экономик мира (39,33 %) после Шри-Ланки (39,5 %) в 2011 году. По прогнозу АССА Россия повысит свое место в этом рейтинге в 2025 году на одну позицию, практически сохранив масштабы теневой экономики на том же уровне (39,3 %) – четвертое место после Украины (45,98 % ВВП) [7].

В современной научной литературе представлено большое количество ме-

тодов для оценки уровня «теневизации» национальной экономики, пригодных как для расчета скрытого дохода в экономике страны в целом, так и для конкретных отраслей с учетом их особенностей.

Современными учеными-экономистами проведено множество исследований по разработке, анализу и систематизации методов оценки масштабов теневой активности экономических субъектов. Среди них можно отметить работы М. И. Николаева и А. Ю. Шевякова, В. В. Попова, А. Пономаренко.

Опубликованный в 2019 году авторами А. П. Киреенко и Е. Н. Невзоровой контент-анализ публикаций по теневой экономике подтверждает интерес к теме ее проявлений (30,9 % в русскоязычных статьях, 21,6 % в англоязычных) и методов оценки (12,8 % в русскоязычных статьях, 41,8 % в англоязычных) [1, с. 55].

Условно все методы определения параметров теневой экономики принято разделять на две большие группы: микрометоды и макрометоды (рис.).

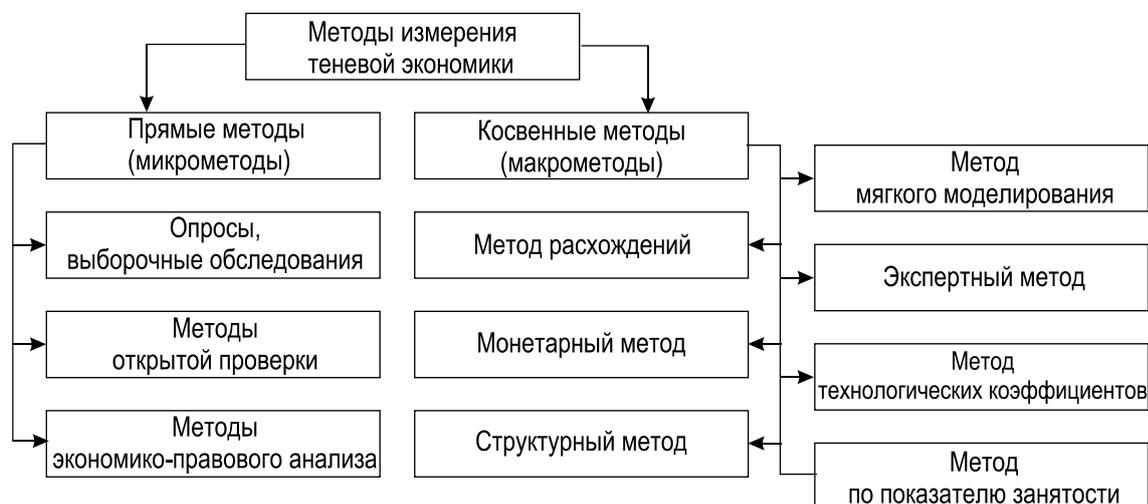


Рис. Классификация методов оценки масштабов теневой экономики

Представленные на рисунке микрометоды носят преимущественно прямой характер, поскольку соответствующие измерения при использовании данной группы методов проводятся целенаправленно в пределах установленного методологией иссле-

дования регламента, а необходимая для анализа информация о скрытой части экономики напрямую собирается у владеющих ей компетентных субъектов. Кроме того, они предполагают использование информации специальных обследований, опросов, про-

верок и их анализа для выявления различий между доходами и расходами определенных групп налогоплательщиков, а также для характеристики определенных аспектов теневой активности. Именно инструменты данной группы методов используют органы Федеральной службы государственной статистики и Федеральной налоговой службы.

Что касается макрометодов, то для оценки параметров скрытой экономической деятельности хозяйствующих субъектов ими используются преимущественно косвенные показатели, не относящиеся к теневой экономике напрямую. Так, метод расходов предполагает анализ сопоставимости и согласованности показателей, полученных из разных квалифицированных источников, косвенно характеризующих производственный (товарный, доходный и др.) оборот хозяйствующих субъектов. Примерами такого анализа являются: сопоставление доходной и расходной части бюджета населения страны; сравнение производства и потребления различных товарных потоков и др.

Для сравнения в монетарном методе в ходе анализа используются данные о движении наличных и безналичных средств в денежном обороте страны. Таким образом, используемые в различных косвенных методах показатели достаточно разнородны и позволяют комплексно подойти к оценке параметров теневой экономики как в целом, так и в конкретных аспектах.

Методы данной группы используются для косвенного, оперативного или экспресс-анализа параметров теневой активности различными аналитическими и научными негосударственными организациями, не имеющими прямого доступа к статистической и финансовой отчетности экономических субъектов и возможности сбора первичной информации.

Следует отметить, что представленная на рисунке 1 классификация не является универсальной. В настоящее время в связи с развитием технологий искусственного интеллекта и больших данных (big data) появляются новые возможности для анализа теневой экономики, а также построения все более объемных многофакторных моделей, учитывающих возрастающее число параметров, для характеристики данного феномена, что качественно повышает объективность оценки путем компьютерных вычислений. К таким методам относят моделирование структурными уравнениями (SEM), включая MIMIC и DYMIMIC модели, а также динамические стохастические модели общего равновесия (DSGE), включая модели реального бизнес-цикла (RBC) [2, с. 26–32].

Характеристики, особенности и недостатки микро- и макрометодов оценки теневой экономики представлены в таблице.

Т а б л и ц а

Методы определения параметров теневой экономики

Наименование метода	Характеристика	Недостатки
1. Микрометоды (прямые методы)		
Опросы, выборочные обследования	Проводятся при помощи социологических исследований путем опроса различных групп респондентов, прямо или косвенно участвующих в теневой экономической деятельности. Например: метод анонимного углубленного интервью	<ol style="list-style-type: none"> 1. Объективность сильно зависит от ответов респондентов, которые не всегда готовы признаться в вовлеченности в теневые экономические отношения и честно отвечать на вопросы интервьюера по различным причинам. 2. Сложность привлечения экспертов для непосредственного анкетирования или интервьюирования. 3. Заниженные результаты оценки

Наименование метода	Характеристика	Недостатки
Методы открытой проверки	Применение методов открытой проверки находится в компетенции специально созданных контролирующих органов, которые выявляют и пресекают нарушения в различных областях правового регулирования	<ol style="list-style-type: none"> 1. Невозможность полного охвата анализом всех видов экономической деятельности, относящихся к теневому сектору экономики. 2. Ограниченность измерения и оценки теневой активности исключительно компетенцией, полномочиями и сферой деятельности конкретного контрольного органа
Специальные методы экономико-правового анализа	Требуют эффективного применения специальных методов экономического анализа и бухгалтерских знаний в юридической практике. Включают в себя методы бухгалтерского, документального и экономического анализа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Необходимость анализа большого массива документированной бухгалтерской и другой экономической информации. 2. Ограниченность анализа, как правило, небольшим количеством объектов. 3. Невозможность измерения и оценки скрытой экономической активности, не отраженной документально
2. Макрометоды (косвенные методы)		
Метод расхождений	Основан на сравнении информации об экономической деятельности различных хозяйствующих субъектов, полученной из различных источников и содержащей одни и те же экономические показатели. Включает методы сравнения доходов и расходов, альтернативные методы оценки макроэкономических показателей и метод товарных потоков	<ol style="list-style-type: none"> 1. Необходимость обеспечения сопоставимости выбранных для сравнения данных. 2. Необходимость учета возможных ошибок, связанных с различием в методологиях расчета одного и того же показателя, подлежащего сравнению. 3. Сложность приведения отдельных сравниваемых показателей в стоимостной вид
Монетарный метод	Основан на использовании такой особенности нелегальной экономики, как предпочтение, отдаваемое наличным деньгам при совершении сделок. Предполагает, что увеличение объема денежного обращения по сравнению с некоторым «нормальным» уровнем может служить индикатором «теневой» экономики	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аксиоматизация утверждения, что в теневой экономике все транзакции проводятся при помощи наличных денежных средств. В настоящее время, в связи с широким распространением технологий оплаты и приема платежей в безналичной форме (терминалы оплаты, банковские переводы, интернет-банкинг, электронные деньги и др.), данное утверждение стало значительно менее соответствовать действительности. 2. Не учитывается бартерный обмен. 3. Не учитывается влияние иностранной валюты
Структурный метод	Основан на использовании информации о размерах теневой экономики в различных секторах экономической деятельности с перевешиванием «отраслевых» оценок по доле этих секторов в ВВП и дальнейшем построении регрессионной модели	<ol style="list-style-type: none"> 1. Необходимость подбора достаточно релевантной для моделирования информации об отраслевых оценках масштабов теневой экономики. 2. Сложность построения объективной регрессионной модели с учетом всех факторов

Наименование метода	Характеристика	Недостатки
Метод мягкого моделирования (оценка детерминантов)	Связан с выделением совокупности факторов, определяющих теневую экономику, и направлен на расчет ее относительных объемов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Необходимость учета большого количества факторов теневой экономики (в том числе скрытых). 2. Позволяет определить лишь относительные размеры теневой деятельности. 3. На полученные результаты оказывают влияние базовый год, правильность выбора детерминантов и их весов (мягкое моделирование), детерминантов и индикаторов теневой экономики (метод скрытых переменных)
Экспертный метод	Основан на определении экспертом степени достоверности данных по какой-либо отрасли, последующей их корректировке на определенную величину и непосредственной оценке. Характеризуется сложностью количественной оценки анализируемых экспертом связей и явлений в теневой экономике	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сложность поиска квалифицированного эксперта, способного дать достаточно объективную оценку. 2. Правильность экспертной оценки может подтвердиться лишь спустя определенное время и только после получения дополнительной информации, или же ее правильность может не подтвердиться вообще
Метод технологических коэффициентов (методы Кауфмана – Калиберды и Лако)	Представляет собой примерное определение динамики промышленного производства на основе наблюдений за производством и потреблением электроэнергии, перевозкам грузов транспортом и других косвенных показателей, поддающихся достаточно простому учету, для сравнения полученных данных с официальными	<ol style="list-style-type: none"> 1. Требуется высокого развития рыночных отношений и адекватных (сформированных рыночным путем) цен на электроэнергию и грузовые перевозки. 2. Не все действия теневой экономики требуют значительных затрат электроэнергии (например, личные услуги). 3. Возможны значительные колебания в эластичности затрат электроэнергии по отношению к ВВП по странам и во времени
Метод по показателю занятости (итальянский метод)	В качестве косвенного показателя теневой экономической активности принимается объем затрат рабочей силы по времени. Существует две разновидности данного метода: – на основе расхождения между фактическим и официально зарегистрированным уровнем занятости; – на основе расхождения между величиной фактически отработанного за неделю рабочего времени и официально зарегистрированного	Работает в условиях относительно низкой мобильности населения, когда его можно достоверно обследовать, а результаты проведенного анализа не потеряют своей объективности за короткий период времени после обследования

Примечание. Составлено авторами.

Очевидно, что при выборе соответствующего метода исследования необходимо руководствоваться следующими установками: выбранным разрезом исследования; требованиями к уровню точности оценки и свойствами конкретной области теневой экономики.

Представленные микрометоды оценки теневой экономики характеризуются как высокосубъективные, т. е. полагающиеся на уровень квалификации экспертов, а также честность субъектов и объектов опроса, что сильно ограничивает область их применения.

Метод опроса целесообразно использовать для определения уровня теневой экономики в конкретной территориально ограниченной области (региональном уровне), в связи со сложностью нахождения квалифицированных экспертов (интервьюируемых), обладающих достаточной компетентностью для дачи характеристик параметрам теневой экономики на уровне страны.

Методы открытой проверки ограничены утвержденным порядком ее проведения, компетенцией уполномоченного проверяющего органа и исследуемой группой хозяйствующих субъектов. Данные методы также можно охарактеризовать как узкоспециализированные, поскольку анализируемая область теневой экономики определена исключительно полномочиями проверяющего органа (ФНС, ФСГС, ФАС и др.).

Специальные методы экономико-правового анализа являются наиболее узкоспециализированными и их целесообразно применять на уровне отдельных хозяйствующих субъектов (микроуровне), четко документирующих свою хозяйственную деятельность, преимущественно в ходе проведения внутреннего аудита и финансового контроля.

Макрометоды анализа в целом характеризуются значительной разнородностью, в связи с широким спектром используемых для анализа показателей, и более применимы к конкретной сфере теневой экономики и уровню проводимого исследования. Однако эта же широта инструментов

косвенных методов позволяет повысить объективность оценки параметров теневой экономики, поскольку не зависит от человеческого фактора, а определяется выбранной методологией исследования.

Метод расхождения характеризуется наибольшей широтой используемых для оценки уровня теневой экономики инструментов. Он основан на сопоставлении показателей, полученных из различных источников, но характеризующих одну и ту же сторону теневой экономической деятельности. Данный метод наиболее применим при оценке различных отраслей. Это связано с тем, что информацию, используемую для проведения анализа методом расхождений, довольно легко получить в открытых источниках официальной статистической информации в различных разрезах: отраслевом, региональном и страновом.

Монетарный метод используется для определения теневое денежного оборота на уровне страны. Центральные банки различных стран, как правило, открыто публикуют данные об обороте наличных и безналичных денежных средств (показатели денежных агрегатов), что определяет доступность информации для анализа. Однако в связи с развитием технологий безналичной оплаты, интернет-банкинга и криптовалют данный метод утратил со временем свою объективность и не дает достаточно точной оценки параметров теневой экономики.

Структурный метод основан на использовании информации об уровне теневой экономики в различных отраслях производства и дальнейшем построении регрессионной модели, предполагающей привлечение значительных информационных ресурсов.

Метод мягкого моделирования обладает аналогичными недостатками, но также характеризуется относительностью получаемой оценки. Может быть использован для исследования и оценки теневой экономики, не требующей абсолютности результирующих параметров.

Экспертный метод, основанный на мнениях специалистов, целесообразно использовать в консультационной помо-

щи при определении объективности исследуемых показателей.

Метод технологических коэффициентов имеет сходство с методом расходований, поскольку предполагает сравнение полученных в ходе оценки показателей с официальными источниками. Основан на косвенном определении динамики промышленного производства по методу объемов электроэнергии, грузоперевозок и других показателей, поддающихся достаточно простому учету, для дальнейшего сравнения данных с официальными.

Метод по показателю занятости (итальянский метод) является традиционным при косвенной оценке теневой экономики в различных странах. Главное преимущество данного метода заключается в использовании официально публикуемой информации о рабочей силе страны (как на региональном уровне, так и в целом по стране).

Можно утверждать, что ни один из представленных методов не дает однозначно достоверной оценки масштабов теневой экономики. Все методы характеризуются рядом условностей и допущений, не позволяющих получить абсолютную объективность оценки. Качество оценки наиболее современных и прогрессивных методов многофакторного моделирования также ограничивается возможным количеством учитываемых факторов.

Таким образом, получение наиболее объективного отражения теневой экономической деятельности возможно только при ее комплексной оценке с использованием совокупности методов, уделяя особое внимание методам многофакторного моделирования с построением эконометрических моделей, включающих наибольшее количество различных параметров. Количественное сравнение показателей при применении различных методов оценки уровня теневой экономики предполагается представить в последующих публикациях.

Список литературы

1. Киреенко А. П., Невзорова Е. Н. Карта научных исследований в сфере теневой экономики и уклонения от уплаты налогов // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2019. – № 46. – С. 46–59.
2. Кириенко А. П. Теневая экономика и уклонение от уплаты налогов : монография. – Иркутск : ИрГУПС, 2017. – 202 с.
3. Невидимые граждане: 3 трлн руб. вне поля зрения ФНС из-за теневой занятости // Кредитное рейтинговое агентство НКР. – URL : https://www.ratings.ru/files/research/macro/NCR_LaborStat_Dec2019.pdf (дата обращения: 26.12.2019).
4. О федеральном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов : федеральный закон № 459-ФЗ от 29.11.2018 : ред. от 02.12.2019 // СПС «КонсультантПлюс» : база данных. – URL : <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.12.2019).
5. Покида А. Н. «Теневой» рынок труда и предложения по его сокращению // Портал социологических данных РАНХиГС. – URL : <https://www.ranepa.ru/images/News/2019-10/15-10-2019-ion.pdf> (дата обращения: 03.01.2020).
6. Финансовая разведка оценила в 20 трлн руб. объем теневой экономики в России // АО «РОСБИЗНЕСКОНСАЛТИНГ» – URL : <https://www.rbc.ru/economics/22/02/2019/5c6c16d99a79477be70257ee?from=newsfeed> (дата обращения: 20.12.2019).
7. Emerging from the shadows The shadow economy to 2025 // ACCA Think Ahead. – URL : https://www.accaglobal.com/content/dam/ACCA_Global/Technical/Future/pi-shadow-economy-report.pdf (дата обращения: 03.01.2020).

References

1. Kireenko A. P., Nevzorova E. N. Karta nauchnyh issledovaniy v sfere te-nevoj ekonomki i ukloneniya ot uplaty nalogov // Vestnik Tomskogo gosudar-stvennogo universiteta. Ekonomika. – 2019. – № 46. – S. 46–59.

2. Kirienko A. P. Tenevaya ekonomika i uklo-nenie ot uplaty nalogov : monografiya. – Irkutsk : IrGUPS, 2017. – 202 s.

3. Nevidimye grazhdane: 3 trln rub. vne polya zreniya FNS iz-za tenevoj zanyatosti // Kreditnoe rejtingovoe agentstvo NKR. – URL : https://www.ratings.ru/files/research/macro/NCR_LaborStat_Dec_2019.pdf (data obrashcheniya: 26.12.2019).

4. O federal'nom byudzhete na 2019 god i na planovyy period 2020 i 2021 godov : federal'nyj zakon № 459-FZ ot 29.11.2018 : red. ot 02.12.2019 // SPS «Konsul'tantPlyus» : baza dannyh. – URL : <http://www.consultant.ru> (data ob-rashcheniya: 25.12.2019).

5. Pokida A. N. «Tenevoj» ry-nok truda i predlozheniya po ego sokrashcheni-

yu // Portal sociologicheskikh dannyh RANHiGS. – URL : <https://www.ranepa.ru/images/News/2019-10/15-10-2019-ion.pdf> (data obrashcheniya: 03.01.2020).

6. Finansovaya razvedka ocenila v 20 trln rub. ob"em tenevoj ekonomiki v Ros-sii // AO «ROSBIZNESKONSAL-TING» – URL : <https://www.rbc.ru/economics/22/02/2019/5c6c16d99a79477be70257ee?from=newsfeed> (data obrashcheniya: 20.12.2019).

7. Emerging from the shadows The shadow economy to 2025 // ACCA Think Ahead. – URL : https://www.accaglobal.com/content/dam/ACCA_Global/Technical/Future/pi-shadow-economy-report.pdf (data obrashcheniya: 03.01.2020).

УПРАВЛЕНИЕ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ

УДК 338.28; 336.64; 658.14

Чернов Владимир Анатольевич

доктор экономических наук, профессор
Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского,
г. Нижний Новгород, РФ
chernovva@rambler.ru

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА И ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ СТРУКТУРНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье рассмотрена государственная экономическая политика модернизации отечественной экономики во взаимосвязи инструментов взаимодействия государственных структур с сетью государственных и общественных институтов, а также населения в аспекте устойчивого инновационного развития. В качестве методологической основы использована классическая форма товарно-денежного обращения $T-D-T$, фундаментальные законы развития рынка, сравнительный анализ, статистические данные и их соотношения, зарубежные методы институционального регулирования экономики и краудинвестирования. Раскрыта роль сбалансированности доходов населения в достижении эффективности товарно-денежных отношений, деловой и инновационной активности. Даны предложения по институциональным аспектам модернизации, направлениям реформирования институциональной среды, ориентированным на преодоление дисбалансов сложившейся институциональной системы, тормозящих мотивацию к широкомасштабной модернизации. Автор предлагает меры по совершенствованию налоговой политики, с целью повышения деловой активности производителей, ограничения вывоза капитала за рубеж, формирования финансовой базы для краудинвестирования, формирования конкурентных преимуществ для российских производителей. Предложен механизм наиболее результативного сотрудничества государства с краудинвесторами, повышающий мотивацию их вложений в проекты модернизации на основе активизации инвестиционной и инновационной деятельности.

Ключевые слова: инновации, налоговая политика, стартапы, инвестирование, краудфандинг, краудинвестинг, высокотехнологичное развитие, методика «социального доказательства», деловая репутация, деловая активность.

Попытки решить проблему модернизации инновационного развития российской экономики предпринимаются уже не первое десятилетие. Масштабные меры по повышению конкурентоспособности, инвестиционной активности, созданию проектов развития инфраструктуры в России и за рубежом, инноваций, созданию особых экономических зон, поддержке экспорта российских товаров, малого и среднего бизнеса, защите окружающей среды были предприняты еще в 90-е годы прошлого века.

Для этого в те годы было создано множество коммерческих банков, когда главной политической идеологией были либеральные условия их деятельности и недопущение использования централизованных финансовых ресурсов для сти-

мулирования развития экономики. Так, игнорировался зарубежный опыт создания банков развития с государственным участием, в том числе в Германии, Японии, Китае, Италии, Индии, Бразилии и др. В результате российская финансовая система не привела к развитию реального сектора экономики, так как реформаторам не удалось сконцентрировать финансовые ресурсы для использования в инвестировании приоритетных отраслей. Сложившаяся банковская система привела к обратному результату – вывозу капитала за рубеж и чрезмерному росту государственного долга. Ущербность такой политики нашла выражение в кризисе 1998 года.

Для финансирования развития экономики России для кредитования важнейших секторов отечественной экономики правительством РФ в феврале 1999 года был учрежден ОАО «Российский банк раз-

© Чернов В. А., 2020



вития», который был позже переименован в «Российский банк поддержки малого и среднего предпринимательства».

Однако все попытки реформировать банковскую систему не привели к инновационному устойчивому развитию российской экономики. Стала очевидной необходимость совершенствования институтов структурной модернизации и реализации инновационной модели экономического развития и перехода в ее основе от спекулятивных банковских операций к следованию фундаментальным законам развития экономики.

Важнейшим источником централизованного финансирования инновационных производств в России являются средства федерального бюджета и внебюджетных фондов, которые размещаются на конкурсной основе для финансирования наиболее эффективных инновационных проектов, федеральных инновационных программ. Действуют также негосударственные и международные фонды. Для привлечения дополнительных средств используется лизинг. Особую роль в мобилизации инновационных проектов играет венчурное финансирование. Оно нацелено на разработку принципиальных новшеств, связанных с наибольшим риском. Для создания новых инновационных производителей в малом бизнесе создаются бизнес-инкубаторы.

В Нижегородской области для привлечения российских и иностранных инвестиций, а также для содействия реализации инвестиционных проектов создано АО «Корпорация развития Нижегородской области» [10].

Успешное участие государства в финансировании производств отмечено в развитии сельского хозяйства, сельскохозяйственной техники, судостроении, вагоностроении, авиастроении, химической промышленности, медицинском производстве препаратов для защиты от COVID-19 и в других отраслях.

В качестве одного из успешных примеров государственно-частного партнерства в Нижегородской области 2018 году может служить крупнейший в России

автоматизированный мусоросортировочный комплекс. Объем инвестиций в данный проект составил 1,2 млрд рублей. Во взаимодействии с этим комплексом построен высокотехнологичный завод с инновационным оборудованием по переработке полимеров для изготовления сырья, используемого в производстве посуды из пластика, изделий в автомобилестроении, труб, мебели, кабельной изоляции и т. д. Производитель этого оборудования – российский завод «СтанкоПЭТ». Его продукция по качеству и эффективности функционирования не уступает или превосходит европейские аналоги, а реализуется по ценам ниже европейских.

Формирование и проведение последовательной государственной экономической политики, нацеленной на модернизацию отечественной экономики, предполагает разработку и взаимную увязку значительного перечня различных инструментов, взаимодействие государственных структур и целой сети институтов как государственных, так и общественных, а также институтов частного сектора, которые освещены в публикациях [2, 6, 10, 14, 17, 20].

В целях повышения конкурентных преимуществ и достижения высокотехнологичных инновационных производств создаются интегрированные образования в виде сетевых кластеров, технопарков, экосистем. Так, например, технопарк «Анкудиновка» является центром инноваций в Нижегородской области. Активное развитие получает экосистема, создаваемая Сбербанком. Инновационные экосистемы функционируют в Томской области, Татарстане, Самаре, Калуге, на Дальнем Востоке, в Краснодарском крае и др.

Однако имеющихся достижений в инновационном развитии экономики крайне недостаточно. Среди важнейших из проблем в России остается проблема сокращения зависимости экономики и доходов бюджета от топливно-сырьевого экспорта и достижение опережающего инновационного развития перерабатывающих отраслей. Важнейшей задачей та-

кой политики должно быть изменение в подходах к использованию топливно-сырьевых ресурсов с уходом от топливно-сырьевой зависимости экономики страны к формированию конкурентных преимуществ для инновационного развития, обусловленных обилием топливно-сырьевых ресурсов в нашей стране. Для этого с помощью налоговой политики необходимо повысить интерес компаний к переработке углеводородов на территории страны и экспорту продукции уже более высоких переделов.

Для инновационного высокотехнологического развития экономики России частных инвесторов крайне недостаточно, как не достаточно и иностранных инвестиций. Не привело к решению проблемы и создание венчурных фондов [10, 14, 16]. По данным Всемирного банка¹, по уровню прямых иностранных инвестиций Россия занимает 31 место² из 201 участника.

Одним из широко известных способов привлечения дополнительных средств в развитие экономики является использование свободных средств населения через размещение облигаций государственного займа. Граждане приобретают облигации с целью сохранения своих денежных средств от инфляционного обесценивания. Свободные денежные средства населения нуждаются в различных объектах вложений, надежно сохраняющих или приносящих доход. Заработанные деньги граждане хранят в банке, вкладывают в ценные бумаги, иностранные валюты, ПИФы, объекты тезаврации и др.

В случае с привлечением средств через облигации государство обязано вернуть эти средства в установленный срок, что не способствует сокращению недостатка источников финансирования инно-

вационного бизнеса. При вложении в банк вкладчик получает процент, который в ряде случаев не покрывает инфляционное обесценивание денег, а в случае с кризисными явлениями и обесцениванием рубля, особенно так стремительно, как это происходит в последние годы, вкладчики теряют на банковских вложениях.

Кроме этого, взяв кредиты у населения, банки преимущественно используют их не в инвестировании инновационных проектов, а предпочитают более доступные вложения при высокой процентной ставке – кредитование населения, ипотечное кредитование. Темп роста кредитов и других денежных средств, предоставленных физическим лицам в 2019 году (122 % относительно 2018 года), превышает темп роста аналогичных средств, предоставленных организациям (112 % относительно 2018 года) (табл.)³. Это указывает на то, что финансирование производств сокращается относительно финансирования личного потребления, а банки в меньшей степени выполняют функции кредитования развития экономики. И хотя тенденция опережения кредитования потребления над производством с годами сокращается (см. табл.), тем не менее высокотехнологичный бизнес с инновационными разработками не достаточно обеспечен банковским финансированием из-за его низкой эффективности.

Выдача банками кредитов населению активизирует покупки населения и способствует деловой активности производителей, но лишь до определенного момента, когда истекает срок погашения кредита. При наступлении этого срока спрос сокращается многократно, поскольку граждане вынуждены тратить доходы не на покупку товаров, а на погашение долга, что способствует рецессии.

¹ Рейтинг стран мира по уровню прямых иностранных инвестиций // Гуманитарные технологии : аналит. портал. – URL: <https://gtmarket.ru/research/foreign-direct-investment-index/info> (дата обращения: 21.09.2020).

² В 2018 году Россия была на 17 месте.

³ Рассчитано по источнику: Российский статистический ежегодник 2019 : стат. сб. / Росстат. – М., 2019. – С. 545.

*Темпы роста кредитов и прочих средств,
предоставленных организациям и физическим лицам*

Объекты кредитования	Темпы роста по годам, %		
	2017/2016	2018/2017	2019/2018
Организации	227	103	112
Физические лица	264	113	122
Опережение роста финансирования потребления над ростом финансирования производств	1,16	1,1	1,09

При этом получение гражданами кредита увеличивает спрос, не обеспеченный товарной массой, что приводит к инфляции, которая способствует рецессии.

Кроме платежеспособного спроса на продукцию, производители нуждаются в инвестировании. Дополнительным источником инвестирования инновационного развития могут стать свободные денежные средства населения. Для этого в мире применяют платформенные модели краудфандинга (от англ. crowd funding, crowd – толпа, funding – финансирование). Использование таких моделей освещено в источниках [15, 19]. В условиях недостатка частных инвесторов в России необходимо объединение усилий государства и участия населения в инвестировании. Для такого участия, с точки зрения автора, наиболее подходят краудинвестиционные платформы, работающие по методике расчетного пространства «социального доказательства». Особенностью уникального расчетного пространства «социального доказательства» является то, что помимо традиционных способов привлечения и стимулирования инвесторов в нем применяют оценки и способы, основанные на деловой репутации [18, с. 77].

Известно, что для привлечения средств населения к финансированию стартапов по правилу «социального доказательства» необходимы вложения наиболее авторитетных инвесторов, за которыми последуют вкладчики из населения, не имеющие финансового образования, необходимого для принятия самостоятельных обоснованных решений. Поэтому их решения зависят от убедительных примеров авторитетных вкладчиков [18].

При недостатке частных инвесторов в России наиболее вероятным авторитетным вкладчиком может стать государство. Для этого государству нужно привлекать экспертов, которые выбирают объекты краудинвестирования из наиболее значимых направлений и объектов инвестиционных вложений, которые являются ключевыми для российской экономики и имеют государственное стратегическое значение. Государственное доленое финансирование таких стартапов на краудинвестиционных платформах способно обеспечить высокую вероятность устойчивости и гарантированности развития инновационного бизнеса, а также мотивации привлечения средств краудинвестиционных инвесторов в наиболее значимые инвестиционные проекты. При этом долевыми участниками краудинвестирования могут быть институты не только федерального уровня. Определенные компоненты, инструменты и рычаги краудинвестирования могут формировать и осуществлять институты регионального уровня.

Если гипотетически допустить вероятность неблагоприятного развития по какому-либо из проектируемых сценариев бизнеса с неудавшимся риском и недостижением коммерческого успеха в инновационном высокотехнологичном производстве, это производство при его стратегическом значении для государства может быть необходимо, даже если оно не окупит себя в запланированный срок. И целесообразность частичного финансирования государством такого бизнеса не останется напрасной и сохранит свою актуальность. В этом случае краудфандинговые инвесторы получают минимальный гарантированный государством процент от вкладов, размер которого зависит от финансового результата проекта.

Одним из примеров наиболее приоритетных, ключевых производств может быть производство экологических технологий и оборудования. Конкурентоспособное развитие данной отрасли имеет главное преимущество перед другими отраслями экономики в том, что они приводят не к загрязнению окружающей среды, а напротив – создают продукцию для очистки и сохранения биосферы и при этом становятся полноценным конкурентоспособным прибыльным производством. Одним из примеров такого производства стал крупнейший в России автоматизированный мусоросортировочный комплекс, взаимодействующий с высокотехнологичным заводом с инновационным оборудованием по переработке полимеров в Нижегородской области, о чем было отмечено ранее.

Технологии экологических производств и их продукция наиболее востребованы во всех развитых странах. Поэтому опережающее развитие экологической отрасли экономики приведет не только к сохранению природных ресурсов, но и будет важным вкладом в достижение стратегического устойчивого развития Российской Федерации. Поэтому в данном сегменте рынка необходимо добиваться преимуществ на международном уровне. Лидерство в данной отрасли в наибольшей степени обеспечивает экологическую чистоту и укрепляет экономику. На международном уровне оно получает содействие в разработке, передаче, распространении и освоении экологически безопасных технологий, что предусмотрено п. 17.7 Резолюции Генеральной Ассамблеи ООН¹.

В случае с экологическим производством, если по каким-либо причинам расчет на окупаемость такого инновационного бизнеса не подтвердится на практике, государству и в этом случае необ-

ходимо направлять средства на охрану окружающей среды с помощью экологических технологий и оборудования, которые имеют стратегическое значение. При этом важно отметить, что в ситуации с краудинвестированием государство получает дополнительный источник финансирования в виде вкладов населения с использованием расчетного пространства «социального доказательства».

Другой гипотетический пример, финансирование инновационного выпуска двигателей для автомобилей марки «Газель-next», которые поставляют на Горьковский автомобильный завод из Германии. Как известно, поставка этих двигателей и сборка автомобилей всегда находятся под угрозой срыва из-за внешнего политического давления импортеров, именуемого «санкциями». В данной ситуации государство способно поручить российским производителям разработку аналогичной модели с характеристиками, не уступающими и потенциалом, эволюционно опережающим, германский аналог. Тут можно привести пример оборонной промышленности, когда потенциал военной авиации, разработанный в прошлом веке, позволяет модернизировать базовые модели с достижением ими характеристик, опережающих передовые зарубежные аналоги.

Приступая к проекту, государство в СМИ и через клиентскую сеть банковских экосистем объявляет о краудфандинговом инвестировании высокотехнологичного проекта с долевым участием государства в финансировании для привлечения краудинвесторов с помощью методики расчетного пространства «социального доказательства». И если, в дополнение к сказанному, новые модели двигателей будут реализовываться по предварительным договорам-заказам с крупнейшими производителями автомобилей, то риск такого бизнеса будет сведен к минимуму и, следовательно, доход по вкладам краудинвесторов будет обеспечен гарантиями, что существенно повышает инвестиционную привлекательность проекта.

¹ Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей 25 сентября 2015 года. 70/1. Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. – С. 32–44. – URL: https://unctad.org/system/files/official-document/res70d1_ru.pdf.

Показательным примером участия государства в инновационных проектах является разработка в России вакцины от вируса COVID-19, заявки на которую готовы подать более 30 стран. Таким образом, в фармацевтической промышленности России может быть создано прибыльное инновационное, высокотехнологичное конкурентоспособное производство указанной вакцины. В подобных проектах инновационных производств вполне может быть задействовано краудинвестирование.

Отрасли топливно-сырьевой добычи необходимо ориентировать не столько на коммерческий результат добывающих и экспортирующих компаний, сколько на извлечение из них пользы для государства от их коммерческого результата, что может быть достигнуто на основе совершенствования институциональной системы российской экономики. Вырученные средства могут направляться государством в краудфандинговые проекты. Это позволит получить массовый приток краудинвесторов в инновационное развитие, которые в случае достижения финансовой эффективности получают доходы, превышающие вложения в облигации государственного займа, а в случае финансового неуспеха государство оплатит минимально гарантированный процент, предусмотренный договором. Таким образом, краудфандинговое инвестирование с долевым участием государства способно стать более привлекательным для вкладчиков, чем облигации государственного займа и банковские вклады.

Кроме этого, в качестве авторитетных инвесторов на краудфандинговых платформах могли бы стать крупнейшие добывающие компании, например, ПАО «Газпром», ПАО «Роснефть», ПАО «СИБУР Холдинг» и др. Задача государства – повысить мотивацию крупных добывающих корпораций к широкомасштабной активизации инвестиционной и инновационной деятельности на краудфандинговых платформах через систему налогового регулирования (воздействия).

Поскольку держатели крупного капитала на практике не заинтересованы инвестировать инновационные проекты в перерабатывающих отраслях, необходимо переориентировать институты структурной модернизации российской экономики на краудинвестирование, потенциал которого будет возрастать пропорционально сокращению разницы между наиболее высокими и низкими доходами населения, так как средства, полученные низкооплачиваемыми гражданами от перераспределения, будут направлены на покупки, повышая деловую активность производителей. Эти денежные средства – результат выпуска и реализации готовой продукции, что указывает на их обеспеченность товарной массой, в отличие от кредитов, выдаваемых не в эквиваленте с текущей товарной массой, а под будущий ее выпуск, что приводит к росту инфляции.

Данное утверждение можно обосновать с помощью классической формы обращения $T - D - T$ – обмен товара на деньги и обратно [3, с. 3]. Если после продажи товара деньги поступают в банк и после этого не вкладываются в производственные инвестиции, т. е. не переходят в форму товара T в виде производственного сырья и оборудования, а передаются в виде кредитов населению, они сохраняют форму денег D . И форма принимает вид $T - D - D$. Таким образом, естественный цикл обращения нарушается, средства иммобилизуются, обращение замедляется. В такой гипертрофированной форме заложен механизм обесценивания денег и роста инфляции, так как цепь увеличения денежной массы $T - D - D$ не уравновешена товарной массой в виде сбалансированной формы обращения $T - D - T$.

В случае более справедливого перераспределения доходов (сокращения разницы между наиболее высокими и низкими доходами) деньги поступят не в банк, а останутся у низкооплачиваемого работника, который потратит их на товар T . А в случае увеличения временно свободных денежных средств у низкооплачиваемого населения – сбережений граждан, эти

средства создадут финансовый потенциал для краудинвестирования. Таким образом, средства, заработанные гражданами, могут быть направлены на цели инновационного развития экономики. А это и есть переход денег D в товарную форму T , в которой не нарушен естественный процесс обмена $T - D - T$. В этом случае эффективность обращения растет, так как денежные средства не изымаются из оборота, не замедляют оборачиваемость, а ускоряют деловую активность и способствуют краудинвестиционной активности.

Обратимся к утверждению, что прибавочная стоимость в виде прибыли есть разница между стоимостью, созданной наемным работником, и оплаченной ему заработной платой (неоплаченный труд наемного работника) [3, с. 190–191]. За счет этой разницы по законам рынка финансируется развитие экономики, и эту разницу необходимо направлять на развитие бизнеса – воспроизводство. Таким образом, извлечение у наемного работника и использование такой разницы является необходимостью, без которой промышленность не может существовать, а тем более достигать инновационного конкурентоспособного развития. В ситуации с Россией этот неоплаченный труд в чрезмерных количествах вывозится за рубеж. И, таким образом, средства, созданные наемным работником, не приносят пользу ни самому работнику, ни развитию промышленного производства, ни социально-экономическому развитию страны. Такие условия становятся причиной экономических кризисов, когда экономика в принципе не может успешно развиваться, что также требует институциональных структурных преобразований и совершенствования финансовой политики. Налоговая политика, направленная на сокращение разницы между наиболее высокими и низкими доходами населения, будет способствовать деловой активности производителей и создаст потенциал для краудинвестирования.

Существуют формы налоговых льгот, преференций, инвестиционных налоговых кредитов и вычетов, бесплатных и безвозвратных налоговых «креди-

тов» – вычетов и другие налоговые инструменты, задействованные в процессе формирования модели налоговой поддержки модернизации экономики, которые раскрыты в источниках [2, 11–13]. Но и они, к сожалению, не приводят к существенным дополнительным источникам финансирования. В случае с долевым участием государства в краудфандинговом инвестировании модели налоговой поддержки объектов краудинвестирования будут способствовать вовлечению свободных средств населения, повышая их мотивацию к инвестиционной активности в аспекте модернизации и инновационной деятельности. Таким образом, разнообразие форм налоговой поддержки в совокупности с прямым финансированием будет представлять собой государственное участие в финансировании инвестиционных расходов или расходов на НИОКР стартапов на краудфандинговых платформах. Такое участие не только повысит гарантии и заинтересованность вкладчиков из населения, но и приведет к такому сотрудничеству государства и краудинвесторов, при котором бизнес получает наименьший риск, а эффективность вложений краудинвесторов станет наиболее вероятной.

Вполне приемлемой схемой такого инвестирования является предоставление субъектам Федерации права устанавливать льготы инновационным производителям на своей территории в рамках Налогового кодекса. Это позволит не перегружать Кодекс излишними деталями и подробностями, а вывести их в региональное налоговое законодательство, которое позволит более точно и корректно учесть специфику отдельных производств [2, с. 112].

Преимущества государственного участия в краудинвестировании по сравнению с обычной системой государственного участия заключается в следующем. Предложенные выше налоговые льготы, по сути, означают доленое государственное финансирование расходов на НИОКР и капиталовложений в частном секторе. И в случае льготирования в открытом виде основная

часть государственных расходов достанется крупным компаниям, имеющим достаточно собственных средств для финансирования НИОКР (Газпром, нефтедобывающие компании). При этом проблема инновационной поддержки в отраслях, в которых преобладают относительно небольшие предприятия, остается не решенной. И, как отмечает Л. Н. Лыкова, доля небольших предприятий в общей сумме такой поддержки будет существенно меньше их доли в общем объеме производства. Такая проблема построения бюджетных расходов возникает при использовании пропорциональных грантов, компенсирующих фактические расходы в соответствии с установленными нормативами, когда основной объем помощи уходит самым богатым (регионам, фирмам, отдельным реципиентам). Это порождает проблему в виде необходимости дополнительной финансовой поддержки малых предприятий, осуществляющих инновационную деятельность [2, с. 112].

При долевом участии государства в краудфандинговом инвестировании финансовая активность государства будет наиболее адресной и четкой, с наиболее точным следованием приоритетам развития экономики, ее отраслей, сегментов и видов экономической активности, в том числе проведение НИОКР или технического перевооружения производства, внедренческая или инновационная деятельность, выполнение организацией особо важного заказа по социально-экономическому развитию региона и др.

Чтобы инвестирование было эффективным, не менее важным в достижении эффективного производства является максимальное повышение мотивации персонала к качественному труду, которое достигается специальными мерами, инструментами и финансовыми механизмами, раскрытыми в источниках [7, 9].

Проблема топливно-сырьевой зависимости российской экономики требует трансформировать эту зависимость в основное конкурентное преимущество российских производителей. Без такой трансформации топливно-сырьевой сектор дости-

гает более высокого уровня доходности за счет остальной части экономики. Исследованию данной проблемы и способам ее решения посвящены статьи [1, 5, 8]. В качестве подобных мер реструктуризации экономики с целью сокращения зависимости доходов бюджетной системы от нефтегазового сектора предлагается прекращение скрытого субсидирования этих отраслей через налоговые льготы [2, с. 112–113]; отказ от возмещения «входящего» НДС при экспорте углеводородов, а также повышение экспортных пошлин, что увеличит доходы государственного бюджета и станет стимулом для притока углеводородов на российский рынок, а это необходимо для снижения цен на топливо и сырье внутри страны, что создаст конкурентные преимущества, сокращая затраты отечественного бизнеса и повышая его эффективность. Такое изменение цен на топливно-сырьевые ресурсы лежит в основе ценообразования, а значит и конкурентоспособности, поскольку определяет стоимость производственного сырья, электроэнергии, транспортных расходов, наиболее значимых для отечественных производителей со своими им перевозками на большие расстояния российских территорий и обусловленных ими транспортными расходами.

Трансформация топливно-сырьевой зависимости страны в конкурентное преимущество посредством предложенной налоговой политики существенно повысит эффективность, конкурентоспособность, инвестиционную привлекательность инновационного бизнеса.

Предложенные меры существенно повышают организационные и финансовые возможности развития инновационных высокотехнологичных производств.

Список литературы

1. Глазьев С. Ю. Проблемы и перспективы российского финансового рынка в условиях структурных изменений мировой экономики // Финансы: теория и практика. – 2020. – № 24(3). – С. 6–29.

2. Лыкова Л. Н. Бюджетные и налоговые институты модернизации экономики // Российский экономический журнал. – 2018. – № 3. – С. 101–114.
3. Маркс К. Экономическая рукопись 1861–1863 годов. Процесс производства капитала // Маркс К., Энгельс Ф. Собр. соч. – 2-е изд. – Т. 47. – М.: Изд-во полит. лит., 1973. – 659 с.
4. Пашковский В. С., Терновская Е. П. Государственные институты развития как средство модернизации российской экономики // Пандиа: интернет-издание. – URL: <https://pandia.ru/text/78/094/81344.php> (дата обращения: 03.10.2020).
5. Рязанов В. Т. Политэкономия Владимира Путина: взгляд из Китая // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2018. – Т. 34, вып. 4. – С. 639–649. – URL: <https://doi.org/10.21638/spbu.05.2018.408> (дата обращения: 19.11.2020).
6. Туйчиев А. Г. Международные и региональные тенденции и проблемы финансирования инноваций и их трансферта в малый бизнес // Финансовый менеджмент. – 2019. – № 5. – С. 62–71.
7. Чернов В. А. Анализ и финансовое управление трудовыми ресурсами // Финанс. менеджмент. – 2015. – № 5. – С. 12–39.
8. Чернов В. А. Выбор инструментов стратегии налогообложения для устойчивого инновационного развития экономики России // Экономика. Налоги. Право. – 2019. – № 12(3). – С. 154–162.
9. Чернов В. А. Проблема самоактуализации личности – краеугольный камень экономического развития // Менеджмент в России и за рубежом. – 1999. – № 3. – С. 61–70. – URL: <https://www.cfin.ru/press/management/1999-3/07.shtml> (дата обращения: 03.10.2020).
10. Чернов В. А. Финансовые механизмы, способы и меры достижения инновационного технологического развития России // Современные технологии управления. – 2019. – № 2 (89). – URL: <https://sovman.ru/article/8901/> (дата обращения: 03.10.2020).
11. Alesina A., Ardagna S. Large Changes in Fiscal Policy: Taxes versus Spending // Tax Policy and the Economy. – 2010. – N 24. – P. 35–68. – URL: <https://doi.org/10.1086/649828> (date of request: 19.11.2020).
12. Do Household Finances Constrain Unconventional Fiscal Policy? / Scott R. Baker, Lorenz Kueng, Leslie McGranahan, and Brian T. Melzer // Tax Policy and the Economy. – 2019. – N 33. – P. 1–32. – URL: <https://doi.org/10.1086/703225> (date of request 19.11.2020).
13. Hanlon M., Hoopes J. L., Slemrod J. Tax Reform Made Me Do It! // Tax Policy and the Economy. – 2019 – N 33. – P. 33–80. – URL: <https://doi.org/10.1086/703226> (date of request 19.11.2020).
14. Harrison R. Crossing the chasm: The role of co-investment funds in strengthening the regional business angel ecosystem // Small Enterprise Research. – 2018, 25(1). – P. 3–22.
15. Making a contribution to entrepreneurship research by studying crowd-funded entrepreneurial opportunities / Pollock J. M., Maula M., Allison T. H., Renko M., Günther C. C. // Entrepreneurship Theory and Practice. – 2019.
16. Moreva E. L. Ventrue capital in Russia and the global evolution of venture capital // Journal of Reviews on Global Economics. – 2018 (7). – P. 843–850.
17. North D. The Role of Institutions in Economic Development // ECE Discussion Papers Series, 2, UNECE. – 2003. – 11 p.
18. Salomon V. Strategies of startup evaluation on crowdinvesting platforms: The case of Switzerland // Journal of Innovation Economics & Management. – 2020. – Vol. 26, N 2/ – P. 63–88. – URL: <https://www.cairn.info/journal-of-innovation-economics-2018-2-page-63.htm> (date of request: 03.10.2020).
19. Shaghikyan A. S., Hayrapetyan H. N. Equity crowdfunding in the eurasian economic union (eaeu) // Finance: Theory and practice. – 2020. – N 24(3). – P. 45–59.
20. Williamson O. E. The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead // Journal of Economic Literature. – 2000. – N 38(3). – P. 595–613.

References

1. Glaz'ev S. YU. Problemy i perspektivy rossijskogo finansovogo ryn-ka v usloviyah strukturnyh izmenenij mirovoj ekonomiki // *Finansy: teoriya i praktika*. – 2020. – N 24(3). – S. 6–29.
2. Lykova L. N. Byudzhetye i nalogovye instituty modernizacii ekonomiki // *Rossiiskij ekonomicheskij zhurnal*. – 2018. – N 3. – S. 101–114.
3. Marks K. Ekonomicheskaya ruko-pis' 1861–1863 godov. Process proizvodstva kapitala // Marks K., Engel's F. *Sobr. soch.* –2-e izd., T. 47. – M. : Izd-vo polit. lit., 1973. – 659 s.
4. Pashkovskij V. S., Ternovskaya E. P. Gosudarstvennye instituty razvitiya kak sredstvo modernizacii rossijskoj ekonomiki // *Pandia : internet-izdanie*. – URL: <https://pandia.ru/text/78/094/81344.php> (data obrashcheniya: 03.10.2020).
5. Ryazanov V. T. Politekonomiya Vladimira Putina: vzglyad iz Kitaya // *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ekonomika*. – 2018. – T. 34, vyp. 4. – S. 639–649. – URL: <https://doi.org/10.21638/spbu05.2018.408> (data obrashcheniya: 19.11.2020).
6. Tujchiev A. G. Mezhdunarodnye i regional'nye tendencii i problemy finansirovaniya innovacij i ih trans-ferta v malyj biznes // *Finansovyj me-nedzhment*. – 2019. – № 5. – С. 62–71.
7. Chernov V. A. Analiz i finansovo-voe upravlenie trudovymi resursami // *Finansovyj menedzhment*. – 2015. – № 5. – S. 12–39.
8. Chernov V. A. Vybor instrumentov strategii nalogooblozheniya dlya ustojchivogo innovacionnogo razvitiya ekonomiki Rossii // *Ekonomika. Nalogi. Pravo*. – 2019. – № 12(3). – S. 154–162.
9. Chernov V. A. Problema samoaktualizacii lichnosti – kraeugol'nyj kamen' ekonomicheskogo razvitiya // *Menedzhment v Rossii i za rubezhom*. – 1999. – № 3. – S. 61–70. – URL: <https://www.cfin.ru/press/management/1999-3/07.shtml> (data obrashcheniya: 03.10.2020).
10. Chernov V. A. Finansovye mehanizmy, sposoby i mery dostizheniya innovacionnogo tekhnologicheskogo razvitiya Rossii // *Sovremennye tekhnologii upravleniya*. – 2019. – № 2 (89). – URL: <https://sovman.ru/article/8901/> (data obrashcheniya: 03.10.2020).
11. Alesina A., Ardagna S. Large Changes in Fiscal Policy: Taxes versus Spending // *Tax Policy and the Economy*. – 2010. – N 24. – P. 35–68. – URL: <https://doi.org/10.1086/649828> (date of request: 19.11.2020).
12. Do Household Finances Constrain Unconventional Fiscal Policy? / Scott R. Baker, Lorenz Kueng, Leslie McGranahan, and Brian T. Melzer // *Tax Policy and the Economy*. – 2019. – N 33. – P. 1–32. – URL: <https://doi.org/10.1086/703225> (date of request: 19.11.2020).
13. Hanlon M., Hoopes J. L., Slemrod J. Tax Reform Made Me Do It! // *Tax Policy and the Economy*. – 2019 – N 33. – P. 33–80. – URL: <https://doi.org/10.1086/703226> (date of request 19.11.2020).
14. Harrison R. Crossing the chasm: The role of co-investment funds in strengthening the regional business angel ecosystem // *Small Enterprise Research*. – 2018, 25(1). – P. 3–22.
15. Making a contribution to entrepreneurship research by studying crowd-funded entrepreneurial opportunities / Pollock J. M., Maula M., Allison T. H., Renko M., Günther C. C. // *Entrepreneurship Theory and Practice*. – 2019.
16. Moreva E. L. Venture capital in Russia and the global evolution of venture capital // *Journal of Reviews on Global Economics*. – 2018 (7). – P. 843–850.
17. North D. The Role of Institutions in Economic Development // *ECE Discussion Papers Series, 2, UNECE*. – 2003. – 11 p.
18. Salomon V. Strategies of startup evaluation on crowdinvesting platforms: The case of Switzerland // *Journal of Innovation Economics & Management*. – 2020. – Vol. 26, no. 2, P. 63–88. – URL: <https://www.cairn.info/journal-of-innovation-economics-2018-2-page-63.htm> (date of request: 03.10.2020).
19. Shaghikyan A. S., Hayrapetyan H. N. Equity crowdfunding in the eurasian economic union (eaeu) // *Finance: Theory and practice*. – 2020. – N 24(3). – P. 45–59.
20. Williamson O. E. The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead // *Journal of Economic Literature*. – 2000. – N 38(3). – P. 595–613.

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ

УДК 339.138

Быстрова Ольга Юрьевна

кандидат экономических наук, доцент,
Костромской государственной университет
г. Кострома, РФ
olia.bystrova2011@yandex.ru

Румянцев Ярослав Сергеевич

студент
Костромской государственной университет
г. Кострома, РФ
yaroslavchi1@gmail.com

АНАЛИЗ ИНТЕРНЕТ-ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

В ситуации пресыщенности коммуникационной среды общества предпринимателям необходимо изыскивать нестандартные инновационные каналы доведения информации о продукте (товаре или услуге) или компании до целевого потребителя. Осуществляя анализ эффективности коммуникационной деятельности компании, инициатору коммуникации необходимо оценить следующие элементы своей деятельности и соответственно определить затраты на их осуществление: привлечение потенциального потребителя (посетителя) к информационным ресурсам компании, время пребывания на сайте или страничке компании, количество переходов по ссылкам, количество потенциальных потребителей на различных коммуникационных ресурсах, вид коммуникационно-сбытовой кампании, в ходе которой было приобретено больше продуктов и на большие суммы. Полученные в ходе анализа данные позволяют скорректировать или кардинально изменить коммуникационную политику компании, оптимизировать коммуникационный медиа-план и таким образом сформировать конкурентные преимущества. В статье представлены результаты анализа интернет-инструментов для продвижения компании на рынке недвижимости.

Ключевые слова: посетитель, интернет-маркетинг, целевая аудитория, семантическое ядро, интернет-коммуникации, контекстная реклама.

Анализируя состояние бизнес-среды компании и тенденции развития конкурентного и потребительского рынков, можно сделать стратегический вывод, что потенциальные потребители переместились из рынка материального товара на виртуальный рынок. Любой предприниматель должен стараться адаптировать выявленные особенности поведения потребительского рынка, например, нежелание тратить время на покупки, желание покупать, не выходя из дома, а следовательно, он должен вслед за потребителем переходить на виртуальный рынок, т. е. в виртуальную среду – Интернет. К виртуальной среде необходимо адаптировать и весь комплекс маркетинга: товарную, сбытовую, ценовую и коммуникационную политики.

Посредством интернет-технологий предприниматели реализуют не только материальные товары, но и услуги, культурные ценности, информацию и даже стиль жизни, т. е. все, что может принести прибыль.

На сегодняшний день актуальность интернет-маркетинга обусловлена возможностью предпринимателей минимизировать затраты на маркетинг и максимизировать результат деятельности. Предприниматель может охватить своими виртуальными коммуникационными продуктами большие целевые аудитории потенциальных потребителей, чем реальными коммуникациями, например, рекламой или связями с общественностью при помощи классических инструментов коммуникаций, таким образом, оптимизируя расходы на данный элемент комплекса маркетинга.

© Быстрова О. Ю., Румянцев Я. С., 2020

Данный вид коммуникаций, кроме более низкой стоимости, имеет еще несколько важных достоинств: возможность быть на связи в любое удобное посетителю время, анализировать его поведение и своевременно реагировать на изменение этого поведения.

Недостаточно произвести продукт и перейти с ним в виртуальную среду, необходимо разработать индивидуальную стратегию деятельности в условиях постоянного обновления. Предприниматель должен постоянно проводить мониторинг состояния внешней среды компании и анализировать причины ее изменения. Основная цель – привлечь максимальное количество посетителей сайта или других коммуникационных площадок компании с учетом специфических особенностей целевых аудиторий, своевременно реагируя на изменение поведения потребителя и воздействие других элементов внешней среды.

Исходя из выявленных аналитиком различий в технических параметрах, основной источник привлечения трафика тоже будет отличаться. Базовыми инструментами продвижения в Интернете являются: контекстная реклама, органический поиск, реферальный трафик, социальные сети и email-маркетинг. Рассмотрим их способности к привлечению пользователей на целевой ресурс. Контекстная реклама является главным драйвером и приносит 19–56 % от общего числа привлеченных пользователей на целевой ресурс. На втором месте по эффективности идут результаты органического поиска (37–49 %). На третьем – реферальный трафик, который способен обеспечивать значительное количество пользователей (7–42 %). На последнем по эффективности месте находятся социальные сети (1–14 %) и email-маркетинг (0–6 %).

Перейдем непосредственно к анализу использования тех инструментов, которые активно применяются среди девелоперов. Десять лет назад поисковое продвижение (SEO) обозначало только закупку ссылочной массы, сегодня же продвижение сайта в «топ поиска», т. е.

совокупность наиболее просматриваемых ресурсов (обычно первые 10 сайтов или ссылок), предполагает работу по следующим направлениям:

- 1) подбор ключевых фраз (семантическое ядро) и подготовка текстов;
- 2) оптимизация сайта;
- 3) улучшение юзабилити и конверсии (поведенческие факторы);
- 4) внешние ссылки.

Многие веб-мастера концентрируют свое внимание только на одном направлении, что неверно, поскольку скрупулезная работа по всем этим сферам дает совокупный синергетический эффект в поисковом продвижении. Как было обозначено ранее, для сайтов, где html-страница находится в общей структуре сайта, девелоперы в основном ориентированы именно на SEO-продвижение.

С практической точки зрения работа по продвижению сайта в «топ поиска» заключается в нижеследующем [3].

Во-первых, расширение семантического ядра – тактика продвижения может различаться, но зачастую самые конкурентные фразы продвигаются на главной странице, менее конкурентные – на внутренних. Самый простой и верный способ увеличения трафика состоит именно в расширении списка кластеров продвигаемых ключевых фраз. Техника увеличения семантического ядра состоит из следующей последовательности действий:

- 1) определение базовых запросов, которые описывают тематику;
- 2) расширение базовых запросов синонимами, поисковыми подсказками, аналогичными ключевыми словами;
- 3) парсинг словоформ и словообразований;
- 4) очистка ядра от нерелевантных запросов и запросов с нулевой частотностью.

Выбор запросов для поискового продвижения, помимо отбора по частотности и близости к тематике, должен

происходить на основе показателя KEI. KEI (Keyword Effectiveness Index) – метрика конкурентности и эффективности ключевого слова / фразы. Данный показатель рассчитывается как отношение числа запросов, в которых содержатся эти ключевые слова, к числу сайтов, которые оптимизированы под них, таким образом:

- 1) $KEI < 10$ – фразы с наименьшей эффективностью;
- 2) $KEI < 100$ – фразы с потенциалом принесения трафика;
- 3) $KEI < 400$ – конкурентные фразы с большой долей посетителей;
- 4) $KEI > 400$ – высоко конкурентные ключевые слова и фразы с огромным количеством трафика.

Если проанализировать сайты девелоперских компаний, то можно проследить, что запросы, по которым сайты компаний находятся в «топе поиска», касаются:

- 1) бренда: брендированные запросы (жилищный комплекс + девелопер), например «Экоград: официальный сайт»;
- 2) геолокации: навигационные запросы (место возведения комплекса – «ЖК в Зарубино»);
- 3) различных вариации названий возводимого жилищного комплекса или устоявшихся обозначений («Экоград», «Поселок Экоград»).

Размещение естественных ссылок на авторитетных ресурсах влечет за собой увеличение реферального трафика.

Также необходимо задействовать использование различных сервисов поисковых систем. При поисковом продвижении оптимизаторы стараются как можно теснее работать с сервисами от поисковых систем, например, для Яндекса такими являются Яндекс Каталог, Яндекс Новости, Яндекс Дзен. Конечно, радикального повышения позиций ожидать не следует, но тем не менее такое сотрудничество весьма выгодно и обуславливается следующими причинами:

- 1) если сайт попал в каталог, значит, он прошел жесткий процесс модерации и может считаться качественным ресурсом;
- 2) при регистрации в каталоге сайт получает определенную тематику, следовательно, ссылки сайтов похожей тематики позволят быстрее продвинуться в «топ поиска»;
- 3) увеличение тематического индекса цитирования, авторитетности сайта для поисковых машин и трафика.

Мета-теги – это атрибуты в HTML-кодировке сайта, которые сообщают служебную информацию для поисковых систем о странице. Для SEO-продвижения наиболее важными считаются теги title и description. Мета-тег title – заголовок, который сообщает поисковой системе суть контента, содержащегося на странице. Мета-тег description – краткое описание страницы сайта. Информационное содержание этих двух тегов – первое, что видит пользователь, поскольку они образуют сниппет (snippet). Сниппет – это информационный блок о странице сайта, который отображается в результатах поиска. Именно благодаря сниппету пользователь получает представление о странице, поэтому от качества наполнения title и description зависит:

- высокое ранжирование поисковыми системами, поскольку служебная информация позволяет поисковым системам понимать, что содержится в контенте страницы;
- кликабельность (CTR) сайта – грамотно оформленные мета-теги, позволяют привлечь дополнительный трафик на сайт;
- поведенческие характеристики целевого ресурса – привлечение трафика из органического поиска, повышает его позиции в ранжировании.

Существуют базовые правила заполнения мета-тегов, которых стараются придерживаться все веб-мастера:

- 1) оптимальная длина – для title 60–80 символов, для description 150–200 (25–30 слов);
- 2) вхождение ключевых слов – в тегах должны содержаться ключевые слова, по которым оптимизируется данная страница, при этом слово не должно повторяться более 5–7 раз;
- 3) title и description не должны дублироваться;
- 4) наличие географической привязки.

Перечень факторов и методы их оценки являются инсайдерской информацией поисковых систем, но тем не менее оптимизаторы на основе поступающей информации от Яндекса и собственных практик выделяют нижеследующие.

1. Наличие детальной контактной информации – учитываются не только карты, телефоны и адреса, но и региональная привязка, поскольку поисковые машины рекомендуют сайты того региона, из которого пришел запрос.

2. Наличие представительств компании в социальных сетях – обязательно наличие ссылок на сообщества на сайте.

3. Средняя удаленность (в кликах) важных страниц от главной страницы – целевая («посадочная») страница в идеале должна быть в двух кликах от юзера.

4. Наличие и актуальность скидок и акций на товары и услуги – алгоритмы Яндекса учитывают наличие баннеров об акциях и сроках проведения.

5. Качество описаний и наличие технических характеристик у товаров – Яндекс приветствует наличие информации о ценах, технических параметрах и фотографиях товара.

Основные коммерческие факторы ранжирования в том или ином виде присутствуют на страницах сайтов. Если говорить о дополнительных факторах, то на сайтах девелоперов редко встречаются онлайн-консультанты. Такие сервисы, как онлайн-консультанты, ипотечные калькуляторы, чаты с менеджерами – напрямую

не влияют на поисковую выдачу, но их основная цель состоит в удержании внимания потенциального клиента. Использование на сайте подобных виджетов может быть внедрено как один из этапов воронки продаж. Пользователь, который перешел на страницу или сайт жилого комплекса и воспользовался одним из таких сервисов, уже может рассматриваться как потенциальный покупатель, с которым нужно развивать коммуникацию.

В зависимости от намерения пользователя поисковые запросы можно дифференцировать на следующие группы:

- 1) информационные запросы – пользователь желает увидеть результат в виде интересующей его информации;
- 2) навигационные запросы – пользователь хочет увидеть конкретный адрес или расположение;
- 3) транзакционные или конверсионные запросы – пользователь готов к покупке и ищет необходимый товар или услугу.

При поисковом продвижении страницы продвигаются по информационным и низкочастотным навигационным запросам, поскольку здесь интент (интенция пользователя) заключается в поиске информации, а не в совершении покупки. Транзакционные и высокочастотные навигационные запросы отдаются для контекстного продвижения. При этом, как видно из нашего исследования, девелоперы продвигают свои товары по высокочастотным информационным запросам, которые не связаны с тематикой покупки первичной недвижимости. Данный факт говорит о том, что конкуренция ужесточилась и, следовательно, необходимо размещать рекламу в близкой тематике, при этом оставаясь в рамках своей ниши.

Если проанализировать характер наиболее кликабельных объявлений девелоперов, можно сделать вывод, что главными объектами рекламы являются: акции, низкий процент ипотеки и преимущества географического расположения.

Стоит отметить работу девелоперов в социальных сетях. Согласно исследованию источников трафика, социальные сети способны приносить от 5 до 14 % интернет-аудитории от общего числа.

Основной площадкой привлечения трафика на сайт является «ВКонтакте» (57–100 %), затем идет Youtube (4–22 %), Odnoklassniki.ru (0,05–28 %), Facebook (0,30–9 %) и, наконец, MyMail и LiveJournal.com (0–3%). Главными инструментами работы с аудиторией являются: таргетированная реклама, промо-посты, организация публичных страниц и сообществ, раскрутка личных страниц для общения с потенциальными клиентами [2, с. 40].

Далее стоит обозначить методы сбора и анализа информации о пользователях, ведь интернет-инструменты, прежде всего, позволяют сделать это очень точно. Поскольку для России актуальны только

две поисковые системы, а именно Яндекс и Google, то и аналитика ведется через сервисы этих поисковиков – YandexMetrika, GoogleAnalytics. Работа с ними – это фундамент анализа и оценки интернет-продвижения. Эти сервисы помогают получать наглядные отчеты, видеозаписи действий посетителей, отслеживать источники трафика и оценивать эффективность онлайн- и офлайн-рекламы. Но, помимо них, на сайтах девелоперов внедряются такие виджеты, как Facebook-Pixel, LiveTex, FacebookSignal. Функционал данных сервисов в той или иной степени также направлен на сбор более конкретизированной – точечной информации о пользователях, зашедших на сайт.

Подробный сравнительный анализ видов интернет-рекламы, проведенный авторами, представлен в таблице.

Т а б л и ц а

Сравнительный анализ видов интернет-рекламы

Вид рекламы	Стоимость	Попадание в целевую аудиторию	Эффективность
Контекстная	Средняя (±)	Высокое (+)	Высокая (+)
Тизерная	Низкая (+)	Очень низкое (–)	Очень низкая (–)
Баннерная	Высокая (–)	Среднее (±)	Низкая (–)
В соц. сетях	Средняя (±)	Высокое (+)	Высокая (+)
Push-уведомления	Низкая (+)	Высокое (+)	Высокая (+)
В мобильных приложениях	Средняя (±)	Среднее (±)	Высокая (+)
Видеоролики	Средняя (±)	Среднее (±)	Высокая (+)
Региональные сайты	Низкая (+)	Низкое (–)	Высокая (+)
Рассылки	Низкая (+)	Высокое (+)	Высокая (+)
На тематических сайтах	Низкая (+)	Точное (+)	Низкая (–)

Таким образом, можно сделать вывод, что главными инструментами для работы в Интернете в сфере недвижимости являются: контекстная реклама, поисковое продвижение и ремаркетинг. Они представляют собой базис, без которого работа по интернет-продвижению бессмысленна. Работа с 3D-визуализацией, VR или геймификация – все это абсолютно бесполезно без инструментов привлечения трафика на сам целевой ресурс. Опять же можно говорить об успешных кейсах, где посредством, допустим, 3D-визуализаций была достигнута огромная конверсия и, может быть, такие кейсы

и есть, но это практика уж очень тонкая и редкая. Важно придерживаться успешных схем практики рынка и двигаться в сторону их совершенствования [1].

Осуществляя анализ эффективности коммуникационной деятельности компании в виртуальной среде, инициатору коммуникации необходимо оценить следующие элементы своей деятельности: стоимость привлечения и контакта с потенциальным потребителем; перечень ключевых фраз; значимых для потребителя; виды рекламных площадок, являющихся наиболее посещаемыми; виды наиболее популярных продуктов и виды

рекламных сообщений, способствующих росту этой популярности; виды целевых страниц, работающих более эффективно. Полученная в ходе анализа эффективности коммуникационной деятельности компании в виртуальной среде информация поможет принять решение по оптимизации медиаплана компании и перераспределению рекламного бюджета в пользу наиболее эффективных коммуникационных каналов.

Список литературы

1. Радкевич А. Интернет-реклама в России: больше видео и mobile // Sostav.ru : интернет-издание. – 2016. – URL: <http://www.sostav.ru/publication/internet-reklama-2015-bolshe-video-i-mobile-21712.html> (дата обращения: 13.05.2019).
2. Смирнов В. В. Прибыльная контекстная реклама. Быстрый способ привлечения клиентов с помощью Яндекс.Ди-

ректа. – М. : Манн : Иванов и Фербер, 2013. – 192 с.

3. Lpgenerator : офиц. сайт. – URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/06/30> (дата обращения: 13.05.2019).

References

1. Radkevich A. Internet-reklama v Rossii: bol'she video i mobile // Sostav.ru : internet-izdanie. – 2016. – URL: <http://www.sostav.ru/publication/internet-reklama-2015-bolshe-video-i-mobile21712.html> (data obrashcheniya: 13.05.2019).
2. Smirnov V. V. Pribylnaya kontekstnaya reklama. Bystryj sposob privlecheniya klientov s pomoshch'yu YAn-deks.Direkta. – М. : Mann : Ivanov i Ferber, 2013. – 192 s.
3. Lpgenerator : ofic. sajт. – URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/06/30> (data obrashcheniya: 13.05.2019).

УДК 334.02

Бобрушева Виктория Валерьевна

кандидат экономических наук, доцент
Костромской государственной университет
г. Кострома, РФ
bobrusheva_v_v@mail.ru

Салов Андрей Викторович

магистрант
Костромской государственной университет
г. Кострома, РФ
xepler@yandex.ru

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Статья посвящена актуальной проблеме развития интернет-маркетинга в малом и среднем бизнесе в России. В работе охарактеризованы сущность, виды и инструменты интернет-маркетинга. Выделены основные тенденции развития, проблемы и сложности применения интернет-маркетинга в малом и среднем бизнесе. На практических примерах показаны эффективность и преимущества применения интернет-маркетинга предприятиями малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: Интернет, интернет-маркетинг, малый и средний бизнес, инструменты интернет-маркетинга, социальные сети, контекстная реклама, сайт.

В условиях современной экономической обстановки прослеживается тенденция стремительного роста торговли товарами и услугами через сеть Интернет. Развитие

услуг, которые предоставляются через электронные сети, вносит значительные изменения в сбытовые технологии, в продвижение продукции конечным потребителям. Малый и средний бизнес в России чаще всего осуществляется в сфере розничной торговли, которая на данный момент представляет

© Бобрушева В. В., Салов А. В., 2020

собой один из динамично растущих сегментов экономики России. В силу этого розничная торговля открыта для инноваций, и поэтому многие компании, работающие в данной сфере, проявляют к инновационным решениям особенный интерес.

В то же время собственники малого и среднего бизнеса (МСБ) не всегда либо неэффективно используют возможности интернет-маркетинга. При этом они ссылаются на отсутствие знаний, негативный опыт работы с интернет-маркетологами или на их высокие ценовые запросы при небольшой отдаче. Но на самом деле именно малый бизнес может вынести из применения инструментов интернет-маркетинга наибольшую пользу при минимальных вложениях средств.

Вышеизложенное определило актуальность выбранной темы исследования, целью которого явилось выявление особенностей и проблем развития интернет-маркетинга на предприятиях МСБ.

Интернет-маркетинг (онлайн-маркетинг) представляет собой совокупность мероприятий, которые нацелены на продвижение сайтов, товаров или услуг в сети Интернет [5, 7].

Численность российских пользователей сети составляет около 10–11 миллионов, т. е. около 7 % населения РФ [1, с. 25]. А что касается общего объема рынка интернет-маркетинга России, то за 2017–2019 гг. он увеличился до 81,4 млрд руб., что на 30 % больше в сравнении с 2016 годом. Среднегодовой рост рынка с 2015 по 2019 год составил 16,5 % [8, с. 15].

Классификация интернет-маркетинга основана на разнообразии его видов и применяемых инструментов. Следует отметить, что основными видами интернет-маркетинга для продвижения продукции и услуг МСБ являются:

- прямой маркетинг (организация рассылок, индивидуальных писем, дискуссионных листов);
- поисковая оптимизация (обмен ссылками, партнерские программы);

- медийная реклама (видеоролики, веб-конференции);
- контекстная реклама (новости сервера, реклама на досках объявлений);
- SMM, использование социальных сетей для продвижения [3, с. 8].

В роли инструментов результативного управления интернет-продажами в сфере МСБ могут выступать следующие:

- продвижение блога или сайта для позиционирования предпринимателя и бизнеса за счет используемого контента. Цель создания блога или сайта – публикация полезного контента для утверждения статуса эксперта в настоящей тематике;
- создание видеоконтента. Результаты исследований последних лет показывают, что присутствие оригинальных видеороликов на странице или сайте бренда увеличивает показатели вовлеченности аудитории и ее доверие к компании;
- коммуникация в социальных сетях. Цель общения – передача информации, которая интересна и полезна другим людям;
- использование Skype и email-маркетинга для передачи актуальной информации и своевременной коммуникации с пользователями [6, с. 7].

Уже сегодня можно выделить ключевые моменты, которые в 2020–2022 гг. будут влиять на развитие интернет-маркетинга. К ним относятся: разработка контент-стратегий, переход в инхаус рекламного контента, упор на вирусный контент вместо публикации хороших лонгридов, развитие визуальных элементов контента и применение прогностических инструментов для аналитики эффективности размещаемого контента [4, с. 26]. Представителям МСБ стоит использовать эти тенденции для повышения своей конкурентоспособности.

Стоит указать на противоречия рынка интернет-маркетинга, в том числе усложняющие применение инструментов интернет-маркетинга в сфере МСБ. К ним относятся:

- рост объемов интернет-рекламы, который зачастую обратно пропорционален качеству такой рекламы;
- отсутствие в сфере МСБ даже примерного понимания того, какой инструмент интернет-маркетинга более эффективен в тех или иных условиях;
- отсутствие оценки эффективности применения инструментов интернет-маркетинга на предприятиях МСБ.

Можно также назвать и несколько сложностей практической работы представителей МСБ в сфере интернет-маркетинга:

- сложные технические характеристики товаров;
- высокая (часто искусственно завышенная) стоимость сделки по продвижению в Интернете;

- значительная продолжительность временных сроков при заключении договоров;
- нефиксированные цены, зависящие от индивидуальных запросов заказчика, но без определенной градации сумм;
- внутренние вопросы и проблемы компании (в частности, боязнь всего нового и непонятного, которая характерна для представителей МСБ).

Рассмотрим эффективность применения инструментов интернет-маркетинга на примерах предприятий МСБ.

Оценка эффективности вложений ресторана «Сабор де ля Вида» (г. Москва) в интернет-рекламу (табл. 1) показала, что, несмотря на снижение количества клиентов в 2020 г. по сравнению с 2017 г. (вследствие карантина), эффективность затрат на интернет-рекламу возросла, поскольку на одного клиента затрачено на 9,5 % меньше средств.

Таблица 1

Эффективность использования интернет-рекламы на примере кейса ресторана «Сабор де ля Вида», г. Москва

Период	Затраты, тыс. руб.	Количество клиентов, чел.	Эффективность вложений в интернет-рекламу (затраты/количество клиентов), руб.
2018 г.	1 161	3 178	365,3
2019 г.	1 278	3590	356,0
01.10.2020 г.	958	2 895	331,0

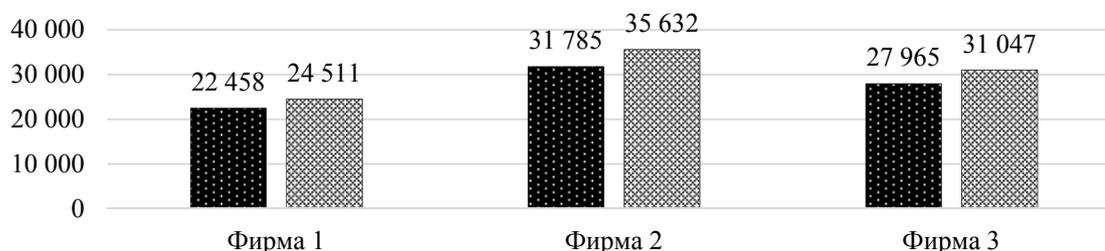
Примечание. Составлено автором по данным источника [10].

Исследовав рекламную деятельность других трех компаний МСБ, задействованных в сфере развлечений, которые помимо затрат на традиционную рекламу (листовки, статьи в газетах и т. п.) в 2019 г. выделили, в числе прочего, бюджет на интернет-маркетинг, тем самым увеличив свой доход на 10–15 %, мы можем отметить эффективность данного метода продвижения и увеличение конкурентоспособности предприятия в настоящих рыночных условиях (рис. 1).

Для исследования практического использования интернет-маркетинга в области продвижения услуг МСБ нами выбрано предприятие малого бизнеса «ИП Зотов А. В.» Основной вид деятельности: 47.91.2 Торговля розничная, осуществляемая непосредственно при помощи информационно-коммуникационной сети Интернет. Осуществляет деятельность при помощи интернет-магазина спортивной одежды и обуви “Outmaxshop” [9].

Следует заметить, что интернет-маркетинг занимает важное место в деятельности предприятия «ИП Зотов А. В.» Проанализировав сайт предприятия, одновременно являющийся интернет-магазином, можно сделать вывод о том, что ди-

зайн сайта – молодежный, юзабилити сайта несколько усложнено множеством вкладок и картинок, новости обновляются своевременно и в меру часто; есть возможности онлайн-общения; детально представлен каталог товаров с указанием цен.



- Доход от реализации услуг при стандартных инструментах маркетинга и рекламы, тыс. руб.
- ▣ Доход после внедрения интернет-маркетинга, тыс. руб.

Рис. 1. Результаты внедрения интернет-маркетинга в продвижение услуг МСБ в сфере развлечений в 2019 г. (составлено авторами по собственным наблюдениям)

За период 2017–2019 гг. отмечен рост посещаемости сайта, что можно объяснить улучшением общей экономической ситуации в России и ростом благосостояния граждан. В то же время отмечен низкий уровень запросов в сети Интернет по названию магазина, к тому же искать компанию по названию ИП некорректно, поскольку возможен поиск однофамильцев.

Стоит отметить, что инструмент продвижения в социальных сетях используется далеко не в полной мере. Например, количество подписчиков в одной из популярных для молодежной целевой аудитории сети Instagram составляет всего 105 чел. Последний рекламный ролик в YouTube был выпущен более 3 месяцев назад и набрал только 285 просмотров. Лучше обстоит ситуация в социальной сети «ВКонтакте» – на данный момент существует более 18 тыс. подписчиков; группа содержит ролики, новости, акции, розыгрыши, отзывы и обсуждения.

Таким образом, по результатам анализа использования интернет-маркетинга в деятельности компании можно выделить следующие проблемы в маркетинговой деятельности «ИП Зотов А. В.»:

- неэффективно использованы для продвижения социальные сети;
- отсутствуют регулярные рекламные видеоролики в YouTube;
- не используется такой инструмент интернет-маркетинга, как контекстная реклама.

Для совершенствования интернет-маркетинга «ИП Зотов А. В.» предлагаются следующие направления деятельности по продвижению интернет-магазина:

- улучшение подходов к контекстной рекламе и ее размещение с учетом оптимизации работы в Яндекс-Директ;
- создание и поддержка группы в социальной сети Facebook с разработкой и размещением видеоролика в сети Интернет.

Для того чтобы добиться лучших результатов применения интернет-маркетинга с использованием контекстной рекламы, можно предложить следующий комплекс действий:

- внести изменения в текст любого из входящих в нее объявлений с целью повышения их кликабельности;

- исследовать ключевые слова и при необходимости включить новые;
- не использовать ключевые слова с низким CTR;
- использовать в объявлении актуальную контактную информацию;
- включить в объявление быстрые ссылки или изменить их;
- использовать изображения в рекламных объявлениях, чтобы сделать их заметнее при показах в рекламной сети Яндекса;
- создать новые рекламные объявления;
- использовать автофокус для автоматической коррекции ключевых фраз с целью повышения CTR;
- внести корректировки в списки регионов, в которых показывается объявление;
- скорректировать время и дни недели показа объявлений;
- внести изменения в ставки по ключевым словам;
- подписаться на SMS-уведомления об остатке средств на счету рекламной кампании;

- указать в объявлении цены и возможности доставки продукта [11].

Маркетинговые коммуникации в социальной сети Facebook необходимы предприятию в целях понимания существующих проблем, а также формирования и поддержания положительного имиджа бренда.

Отметим следующие преимущества сети Facebook для поиска клиентов «ИП Зотов А.В.»:

- популярность сообществ сети в сферах: B2B, IT, бизнес и реклама, финансы, работа с крупными иностранными брендами и пр.;
- основной контингент – платежеспособная аудитория в зрелом возрастном сегменте;
- удобство работы с личными бизнес-страницами;
- экономичность работы с интернет-сетью;
- широкий выбор способов передачи информации, публикации рекламы и использования PR.

Последовательность PR-кампании в социальной сети показана на рисунке 2.

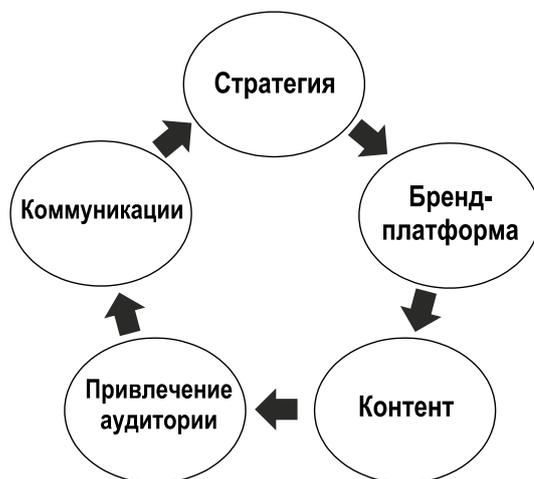


Рис. 2. Этапы проведения PR-кампании с использованием социальной сети

Источник: авторская разработка.

Рекомендации по более активному использованию социальных сетей обусловлены еще и тем, что именно этот инструмент использования интернет-маркетинга

может принести предприятию «ИП Зотов А. В.» реальные и ощутимые доходы при минимальных затратах. Бюджет проекта представлен в таблице 2.

Таблица 2

**Выделенный бюджет проекта на период его действия
(прогноз, 2021 год)**

Мероприятие	Стоимость, тыс. руб.*
Повышение эффективности использования контекстной рекламы и ее размещение с учетом оптимизации работы в Яндекс.Директ	30,0
Создание и поддержка группы в социальной сети Facebook с разработкой и размещением видеоматериалов в сети Интернет	163,0
Итого	193,0

Примечание. * Усредненная сумма данной услуги, основанная на данных сайтов рекламных агентств.

Источник: авторская разработка.

Оценка эффективности интернет-проектов как элементов интегрированных маркетинговых коммуникаций требует определения направлений, которые необходимы для постановки целей в компании при использовании интегрированных маркетинговых коммуникаций [2, с. 54].

Для успешной оценки эффективности интернет-коммуникаций с клиентами необходимо:

- привлечение целевой аудитории;
- увеличение количества информационных публикаций о компании и ее конкурентоспособности;

- повышение лояльности клиентов, которые совершают «повторные покупки» либо регулярно пользуются услугами компании;
- увеличение прибыльности и выручки предприятия.

Эффективность предлагаемого комплекса мероприятий для «ИП Зотов А. В.» в количественном измерении рассчитана и показана в таблице 3. Для прогнозов роста (20 % – для количества клиентов, 15 % – для дохода и 7 % – для себестоимости) использованы данные маркетинговых, PR и рекламных агентств.

Таблица 3

**Расчет эффекта от внедрения рекомендаций для «ИП Зотов А. В.»
(прогноз на 2021 г.)**

Показатель	Расчетная формула	Величина
1. Увеличение числа клиентов (прогноз), %	–	20,0
2. Число клиентов до проведения мероприятий, чел.	–	15 840
3. Число клиентов после проведения мероприятий чел.	п. 2 + (п. 2×п. 1/100),	19 008
4. Прибыль до проведения мероприятий, тыс. руб.	–	33 367,0
5. Прибыль после проведения мероприятий (прогноз), тыс. руб.	п. 4×(1 + 15/100)	38 372,1
6. Расходы до проведения мероприятий, тыс. руб.	–	23 854,0
7. Расходы на проведение мероприятий, тыс. руб.	–	193,0
8. Расходы после проведения мероприятий (прогноз), тыс. руб.	п. 6×(1 + 7/100) + п. 7	25 716,8
9. Валовая прибыль до проведения мероприятий, тыс. руб.	–	9 513,0
10. Валовая прибыль после проведения мероприятий), тыс. руб.	п. 5 – п. 8	12 655,3

Источник: авторская разработка

По результатам анализа прогноза (с учетом стоимости мероприятий) предполагается рост прибыли на 3 142,3 (12 655,3 – 9 513,0) тыс. руб.

В роли качественных характеристик коммуникационной и экономической эффективности мероприятий могут выступать следующие:

- повышение степени информированности клиентов и бизнеса о деятельности «ИП Зотов А. В.»;
- рост коммуникационной эффективности мероприятий;
- рост заинтересованности в посещении интернет-магазина;

- рост количества и качества инструментов интернет-маркетинга;
- и главное – потенциал повышения конкурентоспособности.

По итогам проведенного исследования было установлено, что маркетинговые возможности Интернета помогают решать МСБ комплексные задачи и облегчают бизнес-процессы, поэтому значительному количеству предприятий рекомендуется начать выстраивать свою репутацию во всемирной Сети и экспериментировать с инструментами интернет-маркетинга. Учитывая перспективы развития рекламной деятельности в Интернете и увеличение количества активных пользователей сети Интернет, представителям МСБ следует обратить внимание на коммуникации с предполагаемыми покупателями в сети Интернет, используя для продвижения сайт компании, контекстную и баннерную рекламу, директ-маркетинг, таргетированную рекламу и сообщество в социальных сетях. Кроме того, существует необходимость не только в увеличении разнообразия подходов для повышения конкурентоспособности с помощью инструментов интернет-маркетинга, но и востребованность в оценке и анализе эффективности использования данных инструментов в количественном и качественном измерениях.

Проведенная в работе оценка эффективности предложенных мероприятий доказывает потенциальное положительное влияние на перспективы развития интернет-маркетинга и результаты деятельности представителей МСБ в России.

Список литературы

1. Васнев С. А. Интернет-маркетинг в современной деятельности предприятий // Экономика. – 2018. – № 12. – С. 25–32.
2. Ветроградов С. А. Управление маркетингом. – СПб. : Питер, 2016. – 156 с.

3. Жигалко З. М. Механизм интернет-маркетинга // Экономика. – 2019. – № 12. – С. 7–12.

4. Кузин А. В. Проблемы и перспективы интернет-маркетинга компаний // Маркетинг. – 2020. – № 1. – С. 25–28.

5. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. под общ. ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2016. – 800 с.

6. Лебедева Л. А. Инструменты продвижения компании в сети Интернет // Экономика и право. – 2020. – № 6. – С. 6–10.

7. Лютак С. И. Инструменты интернет-маркетинга // Бизнес. – 2020. – № 3. – С. 21–26.

8. Панюшкин С. С. Оценка эффективности системы маркетинга на предприятиях // Российское предпринимательство. – 2020. – № 8. – С. 15–24.

9. Сайт «ИП Зотов А. В.» – URL: <https://outmaxshop.ru> (дата обращения: 16.10.2020).

10. Сайт ресторана «Сабор де ля Вида». – URL: https://sabordelavida.ru/?utm_source=tripadvisor (дата обращения: 13.10.2020).

11. Сайт «Яндекс-Директ». – URL: <https://direct.yandex.ru> (дата обращения: 14.09.2020).

References

1. Vasnev S. A. Internet-marketing v sovremennoj deyatel'nosti pred-priyatij // Ekonomika. – 2018. – N 12. – S. 25–32.
2. Vetrogradov S. A. Upravlenie marketingom. – SPb. : Piter, 2016. – 156 s.
3. Zhigalko Z. M. Mekhanizm internet-marketinga // Ekonomiks. – 2019. – N 12. – S. 7–12.
4. Kuzin A. V. Problemy i perspektivy internet-marketinga kompanij // Marketing. – 2020. – N 1. – S. 25–28.
5. Lamben Zh.-Zh. Menedzhment, orientirovannyj na rynek / per. s angl. pod obshch. red. V. B. Kolchanova. – SPb. : Piter, 2016. – 800 s.

6. Lebedeva L. A. Instrumenty prodvizheniya kompanii v seti Inter-net // *Ekonomika i pravo.* – 2020. – N 6. – S.6–10.
7. Lyutak S. I. Instrumenty in-ternet-marketinga // *Biznes.* – 2020. – N 3. – S. 21–26.
8. Panyushkin S. S. Ocenka effektivnosti sistemy marketinga na predpriyatiyah // *Rossijskoe predprinimatel'stvo.* – 2020. – N 8. – S. 15–24.
9. Sajt «IP Zotov A. V.» – URL: <https://outmaxshop.ru> (data obrashcheniya: 16.10.2020).
10. Sajt restorana «Sabor de Iya Vida». – URL: https://sabordelavida.ru/?utm_source=tripadvisor (data obrashcheniya: 13.10.2020).
11. Sajt «YAndeks-Direkt». – URL: <https://direct.yandex.ru> (data obrashcheniya: 14.09.2020).

SUMMARY

REGIONAL ECONOMY AND MANAGEMENT

Marina L. Korolyova

*Candidate of Economical Sciences
Kostroma State University
Kostroma, Russian Federation
korolyova_marina@bk.ru*

Alyona I. Sadchikova

*Department of Finance of the Kostroma region
sun.flowers6321@yandex.ru*

REALISATION OF STRATEGY OF THE STATE LOANS: REGIONAL ASPECT

The modern analysis of condition of a public debt of regions of the Russian Federation is presented in the article. The general directions of strategy of the state loans of the Kostroma Region, as one of subjects of the Russian Federation are defined. Directions of perfection of a control system are presented by a public debt which will promote in the nearest and more remote prospect of optimisation of strategy of the state loans of the Kostroma Region.

Keywords: *strategy of state loans, debt strategy, public debt, subfederal debt, public debt structure, control system of public debt, debt policy, promissory notes, debt stability.*

Aleksandr L. Nemirov

*Doctor of Economical Sciences
Kostroma State University
Kostroma, Russian Federation
vremen59@mail.ru*

EXTENDED ASSESSMENT OF THE DEGREE OF SPECIALISATION OF THE TEXTILE INDUSTRY IN KOSTROMA REGION

The article discusses the current state of the textile industry of Kostroma Region, the aim is to determine the degree of specialisation of the region on the industry, it discusses the theoretical basis of determination of the coefficients of specialisation, we developed support information of calculation of the coefficients, performed their calculation and we analysed the economic meaning of the obtained values of the coefficients of specialisation, it is concluded that the textile industry is industry specializing.

Keywords: *textile industry, regional specialisation, specialisation coefficient, localisation coefficient, per capita production coefficient, industry specialisation index, inter-district marketability coefficient, specialised industry, non-specialised industry.*

ECONOMY, ORGANISATION AND MANAGEMENT OF AN ENTERPRISE

Ol'ga Yu. Semyonova

*Candidate of Economical Sciences
Kostroma State University
Kostroma, Russian Federation
semenova@ocenka44.com*

Ol'ga A. Litvinova

*student
Kostroma State University
Kostroma, Russian Federation
lenol1998@mail.ru*

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE TAX BURDEN OF INDIVIDUALS IN THE RUSSIAN FEDERATION

In a modern market economy, taxes are a necessary tool for regulating economic relations and represent a form of alienation of funds of legal entities and individuals to budgets of various levels or to extra-budgetary funds, so ensuring a balance of national, regional, local and private interests, promoting the development of production, entrepreneurship and investment activities are among the main functions of the tax system. The very rapidly developing market mechanism in the Russian Federation puts forward the issue of taxes and taxation and the effective tax burden as one of the most topical and important issues for the state. The tax burden determines the investment attractiveness of the country, and changes in any tax through multiplicative effects affect all other taxes, the interests of business and the population. Therefore, the optimal size of the tax burden is the central macroeconomic problem of any state.

Keywords: *tax, tax system, taxation of individuals, tax burden, factors, employment level, income, financial literacy, optimisation of tax burden.*

Margarita I. Berkovich

*Doctor of Economic Sciences
Kostroma State University
Kostroma, Russian Federation
ecdepart@kstu.edu.ru*

Svetlana V. Bozhenko

*Candidate of Economic Sciences
Kostroma State University
Kostroma, Russian Federation
s_bozhenko@ksu.edu.ru*

Artyom A. Shurygin

*student
Kostroma State University
Kostroma, Russian Federation
fly.leave@yandex.ru*

COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF METHODS FOR ASSESSING THE SCALE OF THE SHADOW ECONOMY

The relevance of the problem of assessing the scale of the shadow economy is due to the inclusiveness and scale of its impact on the country's economy, including all stages of the reproduction process: "production – distribution – exchange – consumption". Its complexity determines the need to use specialized methods that allow fairly objective assessment of the volume of the hidden economy, for informed decision-making in the public administration system. To do this, in order to significantly increase its effectiveness, a qualitative and quantitative assessment of the scale of shadow economic activity is necessary. The article presents and describes existing methods for assessing the shadow economy, which can be used to analyze the hidden income of economic entities. The scientific novelty of this work is to update, generalize and identify the scope of application of existing methods for assessing the scale of the shadow economy.

Keywords: *shadow economy, estimation methods, statistics, GDP, micro-methods, macro-methods, comparison.*

MANAGEMENT IN THE FINANCIAL SECTOR

Vladimir A. Chernov

Doctor of Economical Sciences,
Institute of Economy and Business,
Lobachevsky National Research Nizhny Novgorod State University
chernovva@rambler.ru

STATE POLICY AND SOURCES OF FINANCING FOR STRUCTURAL MODERNISATION AND INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY

The article considers the state economic policy of modernisation of the Russian economy in the relationship of tools for interaction of state structures with a network of state and public institutions, as well as the population in the aspect of sustainable innovative development. The methodology is based on the classical form of commodity-money circulation $C - M - C$, fundamental laws of market development, comparative analysis, statistical data and their relations, foreign methods of institutional regulation of the economy and crowd investment. The role of balanced income of the population in achieving the efficiency of commodity-money relations, business and innovation activity is revealed. Suggestions are given on the institutional aspects of modernisation, areas of reform of the institutional environment, aimed at overcoming the imbalances of the existing institutional system that hinder motivation for large-scale modernisation. The author suggests measures to improve the tax policy in order to increase the business activity of producers, limit the export of capital abroad, form a financial base for crowd investment, and create competitive advantages for Russian producers. The mechanism of the most effective cooperation between the state and crowd investors is proposed, which increases the motivation of their investments in modernisation projects based on the activation of investment and innovation activities.

Keywords: innovations; tax policy; startups; investing; crowd funding; crowd investing; high-tech development; “social proof” methodology; business reputation, business activity.

MARKETING MANAGEMENT

Ol'ga Yu. Bystrova

Candidate of Economical Sciences
Kostroma State University
Kostroma, Russian Federation
olia.bystrova2011@yandex.ru

Yaroslav S. Rumyantsev

student
Kostroma State University
Kostroma, Russian Federation
yaroslavchi1@gmail.com

ANALYSIS OF ONLINE TOOLS FOR COMPANY PROMOTION IN THE REAL ESTATE MARKET

In a situation of satiety of the communication environment of society, entrepreneurs need to find non-standard innovative channels for bringing information about a product (product or service) or company to the target consumer. When analysing the effectiveness of the company's communication activities, the initiator of communication needs to evaluate the following elements of its activities and, accordingly, determine the costs of their implementation: attracting a potential consumer (visitor) to the company's information resources, the time spent on the company's website or page, the number of clicks on links, the number of potential consumers on various communication resources, the type of communication and sales company, during which more products were purchased and for larger amounts. The data obtained during the analysis allows one to adjust or radically change the company's communication policy, optimise the communication media plan and thus create competitive advantages. The article presents the results of the analysis of online tools for promoting the company in the real estate market

Keyword: visitor, Internet marketing, target audience, semantic core, Internet communications, contextual advertising.

Viktoriya V. Bobrusheva

*Candidate of Economical Sciences
Kostroma State University
Kostroma, Russian Federation
bobrusheva_v_v@mail.ru*

Andrey V. Salov

*student
Kostroma State University
Kostroma, Russian Federation
xepler@yandex.ru*

TOPICAL PROBLEMS OF THE DEVELOPMENT OF INTERNET MARKETING IN SMALL AND MEDIUM BUSINESSES: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS

The article is devoted to the topical problem of the Internet marketing development in small and medium businesses in Russia. The article describes the object, types and tools of Internet marketing. The main development trends, problems and difficulties in the use of Internet marketing in small and medium businesses are highlighted. Practical examples show the effectiveness and advantages of the Internet marketing for small and medium-sized businesses.

Keywords: *Internet, Internet marketing, small & medium business, Internet marketing tools, social networks, context advertising, web site.*

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

Направляемый в редакцию материал должен быть оригинальным, не опубликованным ранее в других печатных изданиях. Все материалы следует представлять в редакцию по электронной почте: e-mail: ses@ksu.edu.ru (для Мамон Натальи Владимировны).

1. Электронный вариант статьи выполняется в текстовом редакторе Microsoft Word (*.doc, *.docx, *.rtf). В качестве имени файла указывается фамилия, имя и отчество автора русскими буквами (например: Иванов Иван Иванович.doc).

2. Все статьи проходят проверку на обнаружение текстовых заимствований в системе «Антиплагиат». Редакция принимает статьи, оригинальность которых составляет не менее 80 %.

3. Компьютерный набор статьи должен удовлетворять следующим требованиям: формат – А4; поля – по 2,5 см со всех сторон; гарнитура (шрифт) – Times New Roman; кегль – 14; межстрочный интервал – 1,5; абзацный отступ – 1,25 см.

4. Максимальный объем текста статьи с аннотацией, ключевыми словами и библиографическим списком – не более 14 страниц машинописного текста.

5. Аннотация к статье должна быть объемом 100–120 слов. Количество ключевых слов – от 7 до 10.

6. ФИО автора, название учебного заведения, организации (место учебы, работы), название статьи, аннотация и ключевые слова должны быть переведены на английский язык.

7. Информация о финансировании (ссылки на гранты и пр.) указывается в круглых скобках сразу после названия статьи на русском языке.

8. Список литературы должен быть представлен в алфавитном порядке. Ссылки в тексте статьи оформляются квадратными скобками с указанием порядкового номера издания по списку литературы и страниц. Например: [9, с. 256], [2, т. 5, с. 25–26]. Список литературы должен содержать от 5 до 20 источников. В списке и библиографических ссылках приводятся только те источники, на которые автор ссылается в тексте. Ссылки на неопубликованные работы не допускаются. В тексте должны быть ссылки на все источники. Все приведенные в тексте цифры и данные должны иметь ссылки на источник. При использовании в качестве источника электронного ресурса необходимо указывать дату обращения к нему.

9. Единицы измерения приводятся в соответствии с международной системой единиц (СИ).

10. Рисунки, схемы, диаграммы.

В качестве иллюстраций принимается не более 4 рисунков. Они должны быть размещены в тексте статьи в соответствии с логикой изложения. В тексте статьи должна даваться ссылка на конкретный рисунок, например (рис. 2).

Схемы выполняются с использованием штриховой заливки или в оттенках серого цвета; все элементы схемы (текстовые блоки, стрелки, линии) должны быть сгруппированы. Каждый рисунок должен иметь порядковый номер, название и объяснение значений всех кривых, цифр, букв и прочих условных обозначений. Электронную версию рисунка следует сохранять в форматах jpg, tif (Grayscale – оттенки серого, разрешение – не менее 300 dpi).

11. Таблицы. Каждую таблицу следует снабжать порядковым номером и заголовком. Таблицы должны быть предоставлены в текстовом редакторе Microsoft Word, располагаться в тексте статьи в соответствии с логикой изложения. В тексте статьи должна даваться ссылка на конкретную таблицу, например (табл. 2). Структура таблицы должна быть ясной и четкой, каждое значение должно находиться в отдельной строке (ячейке таблицы). Все графы в таблицах должны быть озаглавлены. Одновременное использование таблиц и графиков (рисунков) для изложения одних и тех же результатов не допускается.

При формировании таблиц использовать гарнитуру (шрифт) – Times New Roman; кегль – 12; межстрочный интервал – 1,0. Возможно использование меньшего кегля, но не менее 10.

Для таблиц и рисунков обязательно должен быть указан источник или подпись «Составлено автором». Для авторских таблиц необходимо указать источник данных, если он использовался для ее построения.

12. Формулы выполняются только в редакторе MS Equation.

13. Десятичные дроби имеют в виде разделительного знака запятую (0,78), а при перечислении десятичных дробей каждая из них отделяется от другой точкой с запятой (0,12; 0,087).

Построение статьи

Убедительная просьба соблюдать порядок построения статьи!

Каждый новый пункт не нужно нумеровать, но порядок размещения материала должен соответствовать представленному ниже списку.

1. Индекс УДК (присваивается в библиотеке по названию статьи и ключевым словам).
2. Фамилия, имя, отчество автора (полностью).
3. Ученая степень и ученое звание.
4. Полное название организации, город, страна (в именительном падеже) – место работы или учебы автора.
5. Адрес электронной почты для каждого автора.
6. Почтовый адрес с индексом (для последующей отправки журнала) и контактный телефон.
7. Название статьи (сокращения в названии недопустимы).
8. Аннотация, представляющая краткое содержание статьи, описание основных результатов (100–120 слов).
9. Ключевые слова (7–10 слов или словосочетаний, несущих в тексте основную смысловую нагрузку).
10. ФИО автора, название учебного заведения, организации (место учебы, работы), название статьи, аннотация и ключевые слова на английском языке.
11. Текст статьи.
12. Список литературы (указывается в алфавитном порядке, нумеруется).

Пример оформления статьи

УДК 334.7

Большакова Елена Алексеевна
кандидат экономических наук
Филиал ООО «Тева» в г. Ярославле
г. Ярославль, РФ
bolschakova.alen@yandex.ru
(адрес для отправки журнала...)

РЕГИОНАЛЬНЫЕ КЛАСТЕРНЫЕ СТРУКТУРЫ КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ КООПЕРАЦИОННЫХ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ: ПОНЯТИЕ И ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

В статье рассматривается кластер как современная форма реализации стратегии развития национальной экономики и ее интеграции в глобальное экономическое пространство посредством эффективного функционирования входящих в его состав участников и выстраивания между ними кооперационных взаимосвязей. Авторами раскрыты вопросы определения кластера, его специфические особенности как локальной структуры, представлены основные критерии отнесения региональных структур к понятию кластер, характерные особенности кластерных структур и описаны эффекты, генерируемые кластерными проектами/кластерными структурами. Результаты анализа кластера как формы реализации кооперационных взаимосвязей предприятий позволяют определить условия и факторы эффективной реализации кооперационных взаимосвязей основных участников кластера, сформировать методологическую основу оценки эффективности их функционирования в рамках кластера и оценки реализации кооперационных кластерных взаимосвязей в целом, а также разработать комплекс мер по их развитию и укреплению.

Ключевые слова: кластер, кластерная структура, региональная экономика, интеграция, кооперация, эффекты, оценка эффективности.

Bolshakova Elena Alekseevna
Candidate of Economical Sciences
Branch of LLC “Teva” in Yaroslavl
Yaroslavl, Russian Federation
bolschakova.alen@yandex.ru

REGIONAL CLUSTER STRUCTURES AS A MODERN FORM OF REALIZATION OF COOPERATIVE INTERRELATIONSHIPS OF ENTERPRISES: THE CONCEPT AND MAIN CHARACTERISTICS

The article considers the cluster as a modern form of implementing the strategy of development of the national economy and its integration into the global economic space through the effective functioning of its members and the building of cooperative relationships between them. The authors reveal the questions of cluster definition, its specific features as a local structure, present the main criteria for classifying regional structures as cluster, the characteristic features of cluster structures, and describe the effects generated by cluster projects / cluster structures. The results of the cluster analysis as a form of implementation of cooperative interrelationships among enterprises make it possible to determine the conditions and factors for effective implementation of cooperative relationships among the main participants in the cluster, to form the methodological basis for assessing the effectiveness of their functioning within the cluster and assessing the implementation of cooperative cluster interconnections in general, and to develop a set of measures for their development and strengthening.

Keywords: cluster, cluster structure, regional economy, integration, cooperation, effect, assessing the effectiveness.

Текст статьи...

Список литературы

Примеры оформления библиографических ссылок (по ГОСТ Р 7.0.5–2008)

Моноиздания

Если авторов не более трех, то указывают всех.

Фамилия автора, инициалы. Название издания / информация о переводе и редакторе, если они есть. – Место издания : Издательство (издающая организация), год выхода издания в свет. – Количество страниц.

Если у издания четыре автора, то все их инициалы и фамилии приводят после косой черты. Если авторов пять и более, то указывают фамилии первых трех с добавлением «[и др.]».

Например:

Михаленя М. А., Дудяшова В. П. Стратегическое антикризисное управление промышленным предприятием : монография. – Кострома : Изд-во Костром. гос. технол. ун-та, 2011. – 129 с.

Классика экономической мысли: сочинения / В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо [и др.]. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2000. – 896 с. – (Серия «Антология мысли»).

Сборники

Название сборника / сведения о составителях; редакторах и т. п. – Место издания : Издательство, год выхода в свет. – Количество страниц.

Например:

Методологические проблемы современной науки / сост. А. Т. Москаленко ; ред. А. И. Иванов. – М. : Политиздат, 1979. – 295 с.

Статьи из сборников

Фамилия автора, инициалы. Название статьи // Название сборника статей. – Место издания, год издания. – Страницы начала и конца статьи.

Например:

Тюрина Т. Э. Классификационные характеристики денежных потоков предприятий // Противоречия экономики России и пути их разрешения : межвуз. сб. науч. ст. – Ярославль : МУБиНТ, 2000. – С. 164–168.

Статьи из журналов

Фамилия автора, инициалы. Название статьи // Название журнала. – Год издания. – Номер тома (если есть). – Номер выпуска. – Страницы начала и конца статьи.

Например:

Смирнов И. Е. Антикризисные меры законодательного характера // Управление в кредитной организации. – 2008. – № 6. – С. 12–17.

Статьи из газет

Райцын Н. С. В окопах торговых войн // Деловой мир. – 1993. – 7 окт.

Справочные издания, энциклопедии, словари

Словарь иностранных слов. – 11-е изд., стереотип. – М. : Рус. яз., 1984. – 608 с.

Литературная энциклопедия терминов и понятий / под ред. А. Н. Николюкина ; Институт науч. информации по общественным наукам РАН. – М. : Интелвак, 2003. – 1600 стб.

Статьи из энциклопедий, словарей

Фамилия автора, инициалы. Название главы, статьи (или другой составной части издания) // Название издания / сведения о составителях, редакторах и др. – Место издания : Издательство, год издания. – Том. – Страницы начала и конца главы, статьи.

Например:

Телия В. Н. Номинация // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – С. 336–337.

Диссертации

Большакова Е. С. Оценка экономической эффективности инновационных кластерных проектов на основе опционного подхода : дис. ... канд. экон. наук. – Ярославль, 2014. – 224 с.

Автореферат диссертации

Этезов А. Х. Интеграция предприятия в ассоциативный холдинг: организационно-экономический аспект : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Кострома : Костром. гос. технол. ун-т, 2005. – 18 с.

Кодекс

Налоговый кодекс Российской Федерации : части первая и вторая. – М. : Омега-Л, 2010. – 583 с. – (Кодексы Российской Федерации).

Электронные источники

Приказ Минфина РФ от 30.03.2001 № 26н «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету „Учет основных средств“ ПБУ 6/01» : в ред. от 27.11.2006 // СПС «Консультант-Плюс» : база данных. – URL : <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 11.03.2017).

Концепция национальной безопасности РФ : утв. Указом Президента РФ от 17 декабря 1997 г. № 1300 : в ред. Указа Президента РФ от 10 января 2000 г. № 24. – URL : http://oficery.ru/2008/01/31/jncsercija_nacionalnoj_bezopasnosti_rf.html. (дата обращения: 11.03.2013).

Отрасль в цифрах // Официальный сайт ИА REGNUM. – URL: www.regnum.ru/news/777704.html (дата обращения: 11.03.2017).

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**УПРАВЛЕНИЕ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ
СИСТЕМАМИ**

2020 – № 2

Рецензируемый периодический научный журнал

Учредитель и издатель:

федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Костромской государственной университет»

Главный редактор

БЕРКОВИЧ МАРГАРИТА ИЗРАЙЛЕВНА
доктор экономических наук, профессор

16 +

Редактор и корректор
Компьютерная верстка
Перевод

О. В. Тройченко
И. В. Кондор
С. А. Грозовского

Подписной индекс в объединенном каталоге «Пресса России»: 94239

Журнал зарегистрирован

Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций по Костромской области
Свидетельство о регистрации: ПИ № ТУ44-00309 от 22 апреля 2019 г.

Подписано в печать 30.11.2020. Дата выхода в свет 24.02.2021.
Формат 60×90/8. Усл. печ. л. 8,5. Тираж 500 экз. Заказ № 198.

Адрес учредителя, издателя и редакции журнала:
156005, Костромская обл., г. Кострома, ул. Держинского, д. 17
Телефон/факс: +7 (4942) 49-80-50; +7 (4942) 31-70-08
E-mail: ses@ksu.edu.ru

Отпечатано ИПО КГУ
156005, г. Кострома, ул. Держинского, 17
Т. 49-80-84. E-mail: rio@kstu.edu.ru

Цена свободная

Перепечатка без разрешения редакции запрещена, ссылки на журнал при цитировании обязательны.