

Журнал Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. 2021, выпуск № 1
Journal Marketing MBA. Marketing management firms. 2021, *Issue № 1*

ISSN 2078-6921

Эл № ФС77-46167

Маркетинг MBA
Маркетинговое управление предприятием

Journal Marketing management firms
Marketing MBA



2021 год Том № 12 Выпуск № 1
Volume № 12 Issue № 1



< 2078-6922 >



Маркетинг MBA
Маркетинговое управление предприятием

Journal Marketing management firms
Marketing MBA

Главный редактор:

Сидорчук Роман Роеальдович, доктор экономических наук
Editor Sidorchuk Roman Roaldovich, Doctor of Economics (marketing), Ph.D.,

Ответственный редактор: Алексей Самойлов

Liability editor: Alexei Samoilov

Адрес: 129018, Россия, г. Москва, Складочная ул. д.1, стр. 18, оф. 317

Address: 129 018, Moscow, Russia, Skladochnaya Street. d.1, str. 18, of. 317

Электронный адрес: info@marketing-mba.ru

E-mail: info@marketing-mba.ru

Учредитель и издатель: Сидорчук Р.Р. и RSonsult ©

Founder and publisher: Sidorchuk R.R. & RSonsult ©

ОН-лайн Научный журнал: www.marketing-mba.ru

ON-line Scientific Journal: www.marketing-mba.ru

Copyright © On-line Journal Marketing management firms.
Marketing MBA. 2010. All Rights Reserved.

2021 год Том № 12 Выпуск № 1
Volume № 12 Issue № 1

Начиная с 2014 г. нумерация томов идет по годам. В 2014 г. Том № 5

Содержание

Content

Алиаскаров Р. А., студент бакалавриата, СПбГУТ	4
Установка и эксплуатация очистных фильтров для заводов: взаимосвязь экологической и промышленной политики	
<i>Aliaskarov R., undergraduate student, SPbSUT</i>	
<i>Installation and operation of cleaning filters for factories: linkages of environmental and industrial policies</i>	
Алиаскарова Ж. А., студентка магистратуры, СПбГУ	19
Бакирова А. Р., студентка магистратуры СПбГУ	
Цифровизация образовательного процесса в условиях covid-19: юридический аспект	
<i>Aliaskarova Zh., graduate student, St. Petersburg State University</i>	
<i>Bakirova A., graduate student, St. Petersburg State University</i>	
<i>Digitalization of the educational process in covid-19 conditions: legal aspect</i>	
Бобров И. В., аспирант СПбГУ	31
Дорошко А. С., Магистр политологии	
Позиционирование русской православной церкви в информационном пространстве современной России	
<i>Bobrov I., graduate student, St. Petersburg State University</i>	
<i>Doroshko A., Master degree in political science</i>	
<i>The Russian orthodox church's positioning in the contemporary Russia informational medium</i>	
Бурцева В. А., студентка магистратуры, СПбГУ	46
Региональная налоговая политика в Российской Федерации	
<i>Burtseva V., graduate student, St. Petersburg State University</i>	
<i>Regional tax policy in the Russian Federation</i>	
Кошкин А. В., студент бакалавриата, СПбГУ	69
Экономический аспект Российского федерализма: межбюджетные трансферты во время начала пандемии covid-19	
<i>Koshkin A., undergraduate student, St. Petersburg State University</i>	
<i>The economic aspect of Russian federalism: inter-budget transfers at the beginning of the covid-19 pandemic</i>	
Сидорчук Р. Р., д.э.н., профессор кафедры маркетинга ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова"	82
Нужна ли целостная концепция маркетинга в цифровой среде или только цифровая трансформация?	
<i>Sidorchuk R. R., Doctor of Economics, Ph.D., professor chair of marketing Plekhanov Russian University of Economics</i>	
<i>Do you need a holistic marketing concept in a digital environment or just a digital transformation?</i>	

Алиаскаров Рамзан Агынович, *студент бакалавриата СПбГУТ,
ф-т Радиотехнологий связи
Aliaskarov-2011@mail.ru*

УСТАНОВКА И ЭКСПЛУАТАЦИЯ ОЧИСТНЫХ ФИЛЬТРОВ ДЛЯ ЗАВОДОВ: ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ И ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ

Аннотация

В статье поднимается такая глобальная проблема, как загрязнение атмосферного воздуха в результате деятельности промышленных предприятий. Рассмотрение источников проблемы иллюстрирует неразрывную взаимосвязь экологической и промышленной политики, наиболее гармоничный синтез которых достигается в рамках концепций «зеленой» экономики и экономики замкнутого цикла. Благодаря детальному разбору экологических последствий загрязнений воздуха промышленными предприятиями с учетом их специализации, становится возможным грамотный подбор очистных сооружений, многообразие которых уделено особое внимание. В качестве выводов исследования предлагаются и другие механизмы решения проблемы загрязнений воздуха, включая меры по стимулированию экологически ответственных предприятий.

Ключевые слова: экология, экологическая политика, промышленная политика, очистные фильтры, «зеленая» экономика, экономика замкнутого цикла.

RePEc: Q57, E60

УДК: 504.062, 338.22

*Aliaskarov Ramazan A., undergraduate student,
St. Petersburg State University of Telecommunications,
Department of Radio Communications technologies
Aliaskarov-2011@mail.ru*

INSTALLATION AND OPERATION OF CLEANING FILTERS FOR FACTORIES: LINKAGES OF ENVIRONMENTAL AND INDUSTRIAL POLICIES

Abstract

The article considers such global problem as air pollution by industrial enterprises. The inextricable link between environmental and industrial policies, the most harmonious synthesis of which is achieved within the framework of the concepts of a "green" economy and a circular economy, has been illustrated the problem. Thanks to a detailed analysis of the environmental consequences of air pollution by industrial enterprises, taking into account their specialization, it becomes possible to correctly select treatment facilities, the variety of which is given special attention. Other mechanisms to address air pollution are proposed as conclusions of the study, including measures to stimulate environmentally responsible enterprises.

Keywords: ecology, environmental policy, industrial policy, filters, “green” economy, circular economy.

RePEc: Q57, E60

УДК: 504.062, 338.22

УДК: 504.062, 338.22

Алиаскаров Рамзан Агынович, студент бакалавриата СПбГУТ,
ф-т Радиотехнологий связи
Aliaskarov-2011@mail.ru

УСТАНОВКА И ЭКСПЛУАТАЦИЯ ОЧИСТНЫХ ФИЛЬТРОВ ДЛЯ ЗАВОДОВ: ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ И ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ

*Aliaskarov Ramazan A., undergraduate student,
St. Petersburg State University of Telecommunications,
Department of Radio Communications technologies
Aliaskarov-2011@mail.ru*

INSTALLATION AND OPERATION OF CLEANING FILTERS FOR FACTORIES: LINKAGES OF ENVIRONMENTAL AND INDUSTRIAL POLICIES

Ухудшение экологической обстановки и особенно загрязнение атмосферного воздуха уже давно представляют собой глобальную проблему, что заставляет уделять все большее внимание природоохранным мероприятиям, реализуемым на всех циклах промышленного производства. Атмосферный воздух является очень важной частью окружающей нас природной среды, оказывая огромное влияние как на здоровье человека, так и на многообразие растительного и животного мира. При этом наиболее значимым источником загрязнений выступают промышленные предприятия, не соблюдающие в своей деятельности существующие экологические стандарты. Освещению именно этой злободневной проблемы, непосредственно затрагивающей как экологическую, так и промышленную политику, и посвящена настоящая статья.

Загрязнение окружающей среды и «зеленая» экономика. Прежде всего,

поговорим об источниках проблемы. Загрязнение воздушной оболочки может быть вызвано как природными, так и антропогенными факторами. Самым крупным искусственным загрязнителем являются промышленные предприятия.

Существуют два типа загрязнения атмосферы:

- Физическое (включающее такие разновидности, как механическое, радиоактивное, электромагнитное, шумовое, а также тепловое загрязнения);
- Химическое (загрязнение аэрозолями и газообразными веществами).

Самыми большими источниками антропогенных аэрозольных загрязнений воздуха являются теплоэлектростанции, потребляющие уголь, так как топливо, сжигаемое в промышленных печах, никогда не бывает полным. На долю таких предприятий приходится более 50 % от общего числа вредных веществ, выбрасываемых в атмосферу. Помимо угарного газа с дымом в воздух попадают несгоревшие частицы: сажа, зола и пыль, которые потом оседают на близлежащие участки земли. Выбросы загрязняющих веществ в основном представляют собой летучие химические вещества, непосредственно смешивающиеся с воздухом. Учитывая тот факт, что промышленные производства зачастую расположены в черте городов, наиболее тревожный уровень загрязнений отмечается в мегаполисах и городах, выполняющих роль промышленных узлов. В качестве мировых примеров можно привести Мумбаи (Индия), Пекин и Шэньян (Китай), Ханой (Вьетнам), Чианг-Май (Тайланд) и др. Что касается России, то 20 городов с наиболее загрязненным атмосферным воздухом расположены за Уралом (Свирск, Улан-Удэ, Черногоorsk, Чита, Шелехов и др.). Однако несмотря на существующие нормы предельно допустимой концентрации веществ в воздухе (ПДК), за соблюдением которых следят специальные органы, принимающие разнообразные меры по защите природы (от административной ответственности до закрытия предприятий) [1], эти стандарты все равно нарушаются, что приводит к дальнейшему ухудшению

экологической обстановки в промышленно развитых регионах [9]. По данным Всемирного банка, ежедневный уровень выбрасываемых отходов, негативно влияющих на состояние окружающей среды, неуклонно растет и уже к 2050 г. может увеличиться на 70% (см. рис. 1).

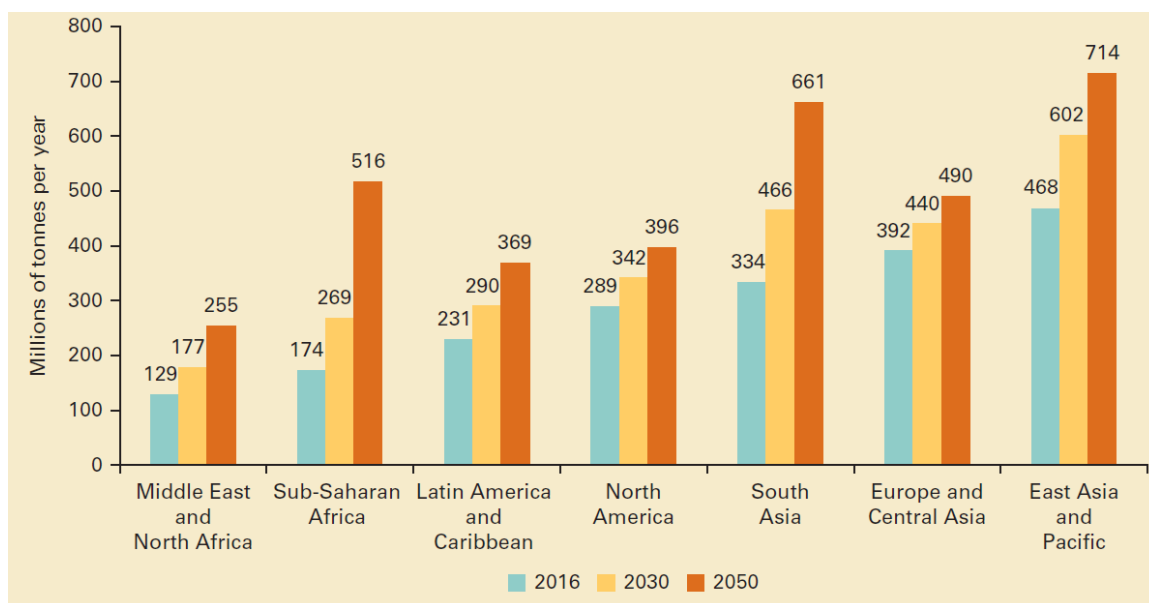


Рисунок 1. Прогнозируемое производство отходов по регионам (млн.тонн/год)

Источник: [14].

Как видно из рисунка 1, уровень производимых во всем мире отходов представляется настолько тревожным, что требует деятельного вмешательства уже сейчас. В связи с этим на повестку дня все больше выходят два достаточно новых тренда экономического развития в гармонии с природой. Первый – так называемая «зеленая» экономика, а второй – экономика замкнутого цикла в противовес классической линейной экономике. Рассмотрим эти тренды по порядку.

Итак, что же представляет собой «зеленая» экономика? Организация объединенных наций по охране окружающей среды (UNEP) определяет данный термин через три ключевых эпитета: низкоуглеродная, ресурсоэффективная и

социально инклюзивная [13]. Иначе говоря, данный инструмент должен обеспечивать высокий уровень благосостояния жителей планеты за счет снижения рисков неблагоприятного воздействия на окружающую среду и бережного отношения к имеющимся в распоряжении человечества природным ресурсам. В рамках данной концепции достижение экономического роста становится возможным за счет приоритета «зеленых» секторов и внедрения экологических производственных стандартов, препятствующих загрязнению окружающей среды со стороны промышленных предприятий. Это становится особенно актуальным ввиду того, что существенная часть промышленных производств, оказывающих наиболее неблагоприятное воздействие на окружающую среду, постепенно переносится в развивающиеся страны с дешевой рабочей силой. Такой перекоп приводит к резкому ухудшению экологической обстановки в странах Азии и Африки и отчасти Латинской Америки.

Рассмотренный подход неразрывно связан с еще одним важным экономическим трендом – экономикой замкнутого цикла. В центре внимания такой циркулярной экономики лежит вопрос продления срока службы произведенного продукта и более эффективное использование ресурсов, подразумевающее вторичную переработку, т.е. перемещение отходов из конца жизненного цикла товаров в начало производственной цепочки. Применение этого подхода снижает отрицательное воздействие предприятий на окружающую среду, снижая не только количество отходов, но и углеродный след. О том, насколько данная концепция перспективнее классической линейной модели экономики может свидетельствовать следующий яркий пример: в 2018 г. известный британский модный лейбл «Burberry» сжег непроданную одежду, аксессуары и парфюмерию на сумму едва не достигшую 30 млн фунтов стерлингов [12]. Данные действия были вызваны нежеланием уценить нераспроданные модели из «старой» коллекции. Безусловно, такое несознательное поведение владельцев торговой марки «Burberry», демонстрирующее устаревшую линейную схему «что не продано, то потеряно», вызывает оправданное возмущение, т.к. олицетворяет собой

пренебрежительное отношение к затраченным на производство продукции ресурсам, а также наносит прямой вред экологии, о котором говорилось выше. Кроме того, из данного примера следует еще один наглядный вывод: загрязнением воздуха путем сжигания продуктов, которые могли быть подвергнуты вторичной переработке, занимаются не только промышленные предприятия тяжелой индустрии, но и представители легкой промышленности, что еще раз подчеркивает не только важность реализации экономики полного цикла, но и необходимость установки очистных фильтров, снижающих вредоносные выбросы.

Фильтры для очистки воздуха. Какие же факторы необходимо учесть при выборе средств для очистки воздуха? Прежде всего, важно понимать, что данные средства подбираются в зависимости от степени загрязнённости воздуха и вида отрасли промышленности: металлургической, химической, деревообрабатывающей, стройиндустрии и т.д. [10]

Одними из самых распространенных являются фильтры для очистки воздуха, подаваемого в помещения, — воздушные фильтры, устанавливаемые в приточных камерах систем вентиляции и кондиционирования. Также с их помощью производится очистка рециркуляционного воздуха, удаляемого из помещения вытяжными вентиляционными системами, а затем смешиваемого с наружным воздухом, подаваемым в помещения. Рециркуляция применяется для снижения затрат на охлаждение или подогрев воздуха. В случае высокого содержания пыли в воздухе после рециркуляции, очистка воздуха происходит в пылеуловителях.

Для более тонкой очистки воздуха используются пылесосаочные камеры, пыле- и газоуловители, циклоны-разгрузители, различные аппараты для улавливания пыли и мелкодисперсных аэрозолей и другие устройства. Такая тщательная очистка необходима для предупреждения износа и загрязнения технологического оборудования (вследствие попадания пыли внутрь), а также при производстве микроэлектроники, точных приборов, фотоматериалов и других технологических процессов. [11]

Для предприятий всегда открыт большой выбор промышленных воздушных

фильтров и пылеуловителей, от самых простейших циклов и фильтров до фильтровентиляционных агрегатов и фильтрующих секций. Выбор оборудования не является сложным. Их подбором занимаются специализированные компании, которые на основе проведения необходимых расчетов, соответствующих уровню вредности предприятия, самостоятельно создают и предлагают необходимые и оптимальные решения по соблюдению экологических стандартов.

Для решения экологических и экономических проблем существуют биофильтры – обладающие биологическим воздействием реакторы неподвижного слоя (содержащие твердые катализаторы, ускоряющие процесс) для очистки воздуха или воды. Главной их целью является фильтрация газообразных примесей и растворенных в очищаемом веществе субстанций, а не твердых частиц. [9]

Как же работают эти биофильтры? Биофильтрация представляет собой относительно простой и экономичный процесс очистки отработанного воздуха, содержащего летучие органические соединения и неприятные запахи. При этом микроорганизмы разлагают вредные и пахучие вещества в такие безобидные продукты, как двуокись углерода и вода. Биофильтры используются преимущественно для очистки воздуха.

Биологическая очистка отработанного воздуха использует микроорганизмы, чтобы удалять вредные вещества из воздуха путем микробиологического распада. В роли расщипителей выступают различные микроорганизмы, такие как бактерии или грибы.

Весь процесс сводится к следующему: микроорганизмы превращают вредные вещества с помощью кислорода в углекислоту и воду. Эта реакция может протекать только тогда, когда вредные вещества из газообразного состояния переходят в жидкое, так как вода составляет жизненное пространство микроорганизмов. Поэтому переход вредных веществ в жидкое состояние является важнейшим фактором всех биологических методов. Выживают лишь те микроорганизмы, которые могут лучшим образом приспособиться к господствующим условиям и к питательной базе. [8]

Из-за большого загрязнения воздуха на предприятиях стремительно растет

количество заболеваний дыхательной и кровеносной системы. В группе наибольшего риска находятся рабочие обрабатывающих производств, которые постоянно вдыхают запыленный воздух.

В таблице представлены предельно допустимые концентрации пылевых взвесей, которыми можно воспользоваться для сопоставления уровней загрязнения предприятия. При этом охрана персонала и забота о нем – это ключи к высокой производительности и экономической прибыли компании. [11]

Таблица 1.

Нормы ПДК

Предельно допустимая концентрация пылевых взвесей, вещество	мг/м3
Асбестоцементная пыль	5
Пыль цементная, апатитная, фосфоритная	5
Гранитная пылевая взвесь	2
Частицы искусственных абразивов	5
Частички растительных и животных материалов (хлопок, бумага, мука, древесина, пух)	2
Стекло и минералы	3
Угольная пыль	2
Алюминий и его сплавы	2
Марганец	0,3
Никель и оксиды	0,5

Но не все компании хотят приобретать различные очистные сооружения, ориентируясь на результаты их производственной деятельности. Наиболее распространенной причиной такого выбора является дороговизна очистного

оборудования и необходимость периодического обновления очистных фильтров, т.к. неподвижный слой катализатора со временем теряет свою эффективность и требует замены.

Заключение. В заключение можно сказать, что все эти методы борьбы с загрязнением воздуха не всегда приводят к правильному результату. Все так же компании могут быть уличены в превышении ПДК, но штрафы не сильно влияют на функционирование производств и компаниям легче заплатить минимальный штраф, чем покупать дорогостоящее оборудование. Нет никаких поощрений в сохранении чистоты атмосферного воздуха и экологической безопасности. Эта проблема на данный момент очень остро стоит в больших мегаполисах и в городах с большой концентрацией заводов, которые не могут позволить себе дорогостоящее оборудование, но всячески оберегают окружающую среду.

Одним из методов совершенствования ситуации представляется переориентация экономической и прежде всего промышленной политики, понимаемой в качестве «стратегической деятельности государства, заключающаяся в разработке вектора приоритетов развития промышленности и создании рамочных условий для его реализации хозяйствующими субъектами» [7, с. 73] в русле «зеленой» экономики. В рамках данной концепции становится возможным не только поддерживать промышленный потенциал предприятий, но и сокращать выбросы углекислого газа и иных вредных веществ, препятствуя деградации экосистемы (хотя, справедливости ради, необходимо отметить, что у этой концепции есть и серьезные критики, в частности, М. Шеленбергер, которые акцентируют внимание на проблемных точках «зеленой» экономики, однако рассмотрение данных работ выходит за рамки настоящего исследования).

Другой возможный механизм – предоставление налоговых каникул и льгот, а также государственное субсидирование предприятий, устанавливающих очистные сооружения высокого класса. Такого рода инвестирование приведет не

только к повышению экологической безопасности промышленных производств, но и окупится сторицей: согласно последним эконометрическим исследованиям [5; 6], инвестиции в основной капитал оказывают ощутимое влияние на динамику валовой добавленной стоимости, то есть служат механизмом преодоления такого препятствия для инновационного развития российской экономики, как низкая добавленная стоимость продукции. Эта проблема поднимается во всех базовых документах, нацеленных на повышение экономической безопасности страны [2; 3; 4], что делает вопрос повышения добавленной стоимости стратегически важным, однако весьма редко подчеркивается, что решение кроется в увеличении объемов инвестиций и технологическом перевооружении в соответствии с современными инновационными и экологическими стандартами.

Таким образом, только всестороннее следование постулатам Программы Организации Объединенных Наций по окружающей среде (UNEP), в которых особенно подчеркивается роль правительства в стимулировании развития «зеленой» экономики, может обеспечить устойчивый экономический рост с более рациональным использованием ресурсов и минимальным уровнем вредоносных выбросов и отходов, позволяя сделать рывок к сохранению существующей вокруг нас природной среды.

Библиография

1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях // Собрание законодательства РФ от 7 января 2002 г. № 1 (часть I) ст. 8.21.
2. О промышленной политике в Российской Федерации: Фед. закон от 31.12.2014 № 488-ФЗ // Собр. Законодательства РФ. – 2015. – № 1. – Ст. 41 (Часть I).
3. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации: Указ Президента РФ от 31 декабря 2015 г. № 683// Собр. Законодательства РФ. 2016. – № 1 (часть II). – Ст. 212.
4. Об утверждении государственной программы РФ «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности»: Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. № 328 // Собр. Законодательства РФ. – 2014. – № 18 (часть IV). – Ст. 2173.
5. Алиаскарова Ж.А. Инвестиции в основной капитал и валовая добавленная стоимость: взаимосвязь показателей и эконометрическое прогнозирование на основе модели SARIMA // Известия Международной академии аграрного образования. –2020. – № 52. – С. 31-36.
6. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю. Прогнозирование динамики инвестиций в основной капитал и валовую добавленную стоимость на основе моделей VAR и VECM // Проблемы современной экономики. – 2020. – № 4. – С. 41-45.
7. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – №. 2. – С. 73-77.
8. Биофильтры для очистки воздуха – [Электронный ресурс] – URL: <http://www.ecolo.ru/technology/sistemy/biofilytry-dlya-ochistki-vozduha/###y11> (дата обращения: 02.03.2021).

9. Отрасли промышленности – [Электронный ресурс] – URL: <https://karatu.ru/otrasli-promyshlennosti/> (дата обращения: 02.03.2021).
10. Очистные фильтры на заводах – [Электронный ресурс] – URL: <http://www.freevozdux.narod.ru/filters.html> (дата обращения: 02.03.2021).
11. Промышленная очистка воздуха, методы, принципы, системы и установки – [Электронный ресурс] – URL: <https://gas-cleaning.ru/article/ochistka-vozduha> (дата обращения: 02.03.2021).
12. Burberry burns bags, clothes and perfume worth millions – [Электронный ресурс] – URL: <https://www.bbc.com/news/business-44885983> (дата обращения: 02.03.2021).
13. Green economy – [Электронный ресурс] – URL: <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-economy> (дата обращения: 02.03.2021).
14. Trends in Solid Waste Management – [Электронный ресурс] – URL: https://datatopics.worldbank.org/what-a-waste/trends_in_solid_waste_management.html#:~:text=The%20world%20generates%202.01%20billion,from%200.11%20to%204.54%20kilograms..png (дата обращения: 02.03.2021).

References

1. Code of the Russian Federation on Administrative Offenses // Legislation of the Russian Federation of January 7, 2002 – No. 1 (Part I). – Art. 8.21.
2. On industrial policy in the Russian Federation: Fed. Law of December 31, 2014 No. 488-FZ // Legislation of the Russian Federation. – 2015. – No. 1. – Art. 41 (Part I).
3. On the National Security Strategy of the Russian Federation: Decree of the President of the Russian Federation of December 31, 2015 No. 683 // Legislation of the Russian Federation. – 2016. – No. 1 (part II). – Art. 212.
4. On the approval of the state program of the Russian Federation "Development of industry and increasing its competitiveness": Resolution of the Government of the Russian Federation of April 15, 2014 No. 328 // Legislation of the Russian Federation. – 2014. – No. 18 (part IV). – Art. 2173.
5. Aliaskarova Zh.A. (2020) Capital investment and gross value added: indicators linkages and econometric forecasting based on the SARIMA model // Izvestia MAAO. – No. 52. – Pp. 31-36.
6. Aliaskarova Zh.A., Asadulaev A.B., Pashkus V.Yu. (2020) Forecasting the dynamics of investment into the fixed capital and gross added value on the basis of VAR and VECM models // Problems of modern economics. No. 4. Pp. 41-45.
7. Aliaskarova Zh.A., Asadulaev A.B., Pashkus V.Yu. (2020) Industrial politics: conceptualization and modernization in the context of crisis // Problems of modern economics. – No. 2. – Pp. 73-77.
8. Biofilters for air purification – [Electronic resource]: URL: <http://www.ecolo.ru/technology/sistemy/biofiltry-dlya-ochistki-vozduha/###y11> (accessed: 02.03.2021).

9. Industries – [Electronic resource]: URL: <https://karatu.ru/otrasli-promyshlennosti/> (accessed: 02.03.2021).
10. Cleaning filters in factories – [Electronic resource]: <http://www.freevozdux.narod.ru/filters.html> URL: (accessed: 02.03.2021).
11. Industrial air purification, methods, principles, systems and installations [Electronic resource]: URL: <https://gas-cleaning.ru/article/ochistka-vozduha> (accessed: 02.03.2021).
12. Burberry burns bags, clothes and perfume worth millions – [Electronic resource]: URL: <https://www.bbc.com/news/business-44885983> (accessed: 02.03.2021).
13. Green economy – [Electronic resource]: URL: <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-economy> (accessed: 02.03.2021).
14. Trends in Solid Waste Management – [Electronic resource]: URL: https://datatopics.worldbank.org/what-a-waste/trends_in_solid_waste_management.html#:~:text=The%20world%20generates%202.01%20billion,from%200.11%20to%204.54%20kilograms..png (accessed: 02.03.2021).

Алиаскарова Жамиля Агыновна, *студентка магистратуры СПбГУ,*
экономический ф-т
aliaskarova1996@mail.ru

Бакирова Арина Ринатовна, *студентка магистратуры СПбГУ,*
юридический ф-т
arina.bakirova2019gmail.com

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В УСЛОВИЯХ COVID-19: ЮРИДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация

В статье рассматривается рост темпов цифровизации образования под влиянием пандемии коронавируса. Существенное влияние COVID-19 на все значимые аспекты жизни общества (в том числе на формирование цифровой экономики) демонстрируется сравнением плановых показателей стратегических нормативных правовых актов с фактическими показателями. На основе анализа последствий пандемии коронавируса выделены как возникающие проблемы, так и новые возможности цифровизации образования в Российской Федерации.

Ключевые слова: экономика знаний, цифровизация, образование, человеческий капитал, коронавирус, онлайн-обучение, правовое регулирование.

RePEc: O33, I25

УДК: 338.22, 330.034:008

*Aliaskarova Zhamilya A., graduate student,
St. Petersburg State University, Faculty of Economic
aliaskarova1996@mail.ru*

*Bakirova Arina R., graduate student,
St. Petersburg State University, Faculty of Law
arina.bakirova2019@gmail.com*

DIGITALIZATION OF THE EDUCATIONAL PROCESS IN COVID-19 CONDITIONS: LEGAL ASPECT

Abstract

The article examines the growth in the rate of digitalization of education under the influence of the coronavirus pandemic. The significant impact of COVID-19 on all significant aspects of society (including the formation of the digital economy) is demonstrated by comparing the planned indicators of strategic regulatory legal acts with actual indicators. Based on the analysis of the impact of the coronavirus pandemic, both emerging problems and new opportunities for digitalization of education in the Russian Federation are highlighted.

Keywords: knowledge economy, digitalization, education, human capital, coronavirus, online learning, legal regulation.

RePEc: O33, I25

УДК: 338.22, 330.034:008

УДК: 338.22, 330.034:008

Алиаскарова Жамиля Агыновна, студентка магистратуры СПбГУ,
экономический ф-т
aliaskarova1996@mail.ru

Бакирова Арина Ринатовна, студентка магистратуры СПбГУ,
юридический ф-т
arina.bakirova2019gmail.com

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В УСЛОВИЯХ COVID-19: ЮРИДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

*Aliaskarova Zhamilya A., graduate student,
St. Petersburg State University, Faculty of Economic*
aliaskarova1996@mail.ru

*Bakirova Arina Rinatovna, graduate student,
St. Petersburg State University, Faculty of Law*
arina.bakirova2019gmail.com

DIGITALIZATION OF THE EDUCATIONAL PROCESS IN COVID-19 CONDITIONS: LEGAL ASPECT

Today, in order to meet the challenges of the 21st century, Russia needs to develop a digital economy, where digital knowledge is becoming a key factor in production. This need was realized in 2016, when in the December message of the President of the Russian Federation V.V. Putin sounded the idea of launching a digital economy program, which was actively discussed at SPIEF-2017 and in the framework of numerous scientific and practical conferences. Since then, this topic has not lost its relevance, which, in particular, is evidenced by the active study of various aspects of the digital economy in the works of authors such as, for example, N.S. Verkhovsky, A.N. Kozyrev, N.Yu. Shetinina, E.V. and S.V. Kargopolovs, Yu.A. Davydova and

many others. However, the progressive development of the digital economy accelerated significantly after the outbreak of the coronavirus (COVID-19) pandemic, which also affected Russia. At the same time, the changes affected all spheres of society, including education, which is directly involved in the training of qualified personnel necessary for dynamic integration into the digital economy.

In this regard, the objectives of this study are precisely to identify the impact of the coronavirus pandemic on the educational process, a comprehensive analysis of the changes that have occurred, and also an attempt to highlight the weaknesses and new opportunities for digitalization of education. To achieve these objectives, methods of statistical and comparative analysis were used, an analysis of the corresponding regulatory framework was carried out.

Digitalization is a multi-faceted phenomenon that represents a global trend in the development of the economy and society, which is based on the transformation of information into digital form and leads to an increase in the efficiency of the economy and an improvement in the quality of life [7, p. 47].

It is important to note that the problem of digitalization of the educational process during a pandemic was not chosen by chance. In the wake of the knowledge economy, which proclaims the special importance of such intangible assets as information, innovation and human capital, for the successful functioning of any institution from the state to a single small firm, it is extremely important to attract, retain and motivate qualified personnel. It is personnel who are able to keep up with the times and generate new ideas that today are becoming one of the most important competitive advantages [4].

This postulate has already found its reflection in all documents of the strategic planning of the Russian Federation (from the broader «Strategy of the National Security of the Russian Federation» to the more narrowly focused «Strategy of Scientific and Technological Development of the Russian Federation»). It is no accident in the last of these documents is «Personnel and human capital» is the first of

the main directions of state policy in the field of scientific and technological development for the implementation of which, in particular, «increasing the credibility of scientists in society, providing targeted support for young scientists and specialists in the field of scientific, scientific-technical and innovative activities, the creation of a competitive environment that is open to the involvement of Russia in world-class scientists and talented young researchers with the scientific results of high-level, as well as the creation of new research groups focused, among other things, on the convergence of knowledge areas and areas of activity» [2]. And, of course, the training of highly qualified personnel capable of ensuring the scientific and technological development of the Russian Federation within the target scenario is carried out primarily on the basis of higher education organizations. However, in order to prepare truly competitive specialists in the labor market, universities themselves must also keep up with the times, rebuilding their activities taking into account the changing parameters of the external environment, the key of which in the XXI century was digitalization.

The national program «Digital Economy of the Russian Federation» pays special attention to this issue. In particular, the document notes that «the activities of the Federal Project» Personnel for the Digital Economy» are primarily aimed at implementing a number of key areas of development of the education system: updating the content, creating the necessary modern infrastructure, training personnel to work in the system, their retraining and advanced training, as well as creating the most effective mechanisms for managing the industry» [3]. Moreover, training for the digital economy and breerolson meets the goals and objectives of the «strategy of information society development in the Russian Federation for 2017-2030 years» in «the use and development of various educational technologies, including distance learning, e-learning..., promotion of Russian organizations to ensure that employees of the conditions for remote employment» [3].

In addition, a number of important targets can be found in the Decree of the

President of the Russian Federation of May 7, 2018 No. 204 «On National Goals and strategic Objectives of the development of the Russian Federation for the period up to 2024» [1]. These include:

- ensuring the accelerated implementation of digital technologies in the economy and social sphere;
- creating a modern and secure digital educational environment that ensures high quality and accessibility of education of all types and levels;
- an increase in domestic spending on the development of the digital economy from all sources (as a share of the country's GDP) by at least three times compared to 2017;
- creating a sustainable and secure information and telecommunications infrastructure for high-speed transmission, processing and storage of large amounts of data, accessible to all organizations and households;
- use of mainly domestic software.

How did COVID-19 affect the implementation of the planned plans? First of all, there was an urgent need to ensure the safety of teachers and students in the context of the pandemic, which led to the widespread introduction of various distance learning mechanisms based on electronic platforms (from more active use of e-mail to the use of specialized programs). Thus, the declarative need for digitalization, which had previously been rather advisory in nature, suddenly became vital. To be sure, the rapid development of the pandemic has posed a number of challenges to the education system:

- 1) the need to achieve a reasonable balance between the use of online learning and tasks that do not require the use of remote technologies: transferring the usual training sessions to remote mode without taking into account its features could cause great damage to the quality of the educational process;
- 2) the need for a careful approach to the emotional well-being of students: providing interaction and support in the face of uncertainty;
- 3) providing access to the necessary devices: each teacher and student should have the opportunity to get the equipment to participate in the educational process;
- 4) creating a reliable IT infrastructure, ensuring effective interaction with technical support services, etc.

As a result, there was a truly massive transition to online learning. Budget allocations for education increased by 1.9%. A number of provisions of the priority scenario for the development of the information society and the above-mentioned planned indicators for the development of the Russian Federation for the period up to 2024 were fulfilled. In this regard, July 21, 2020 The President signed a new Decree «On the national development Goals of the Russian Federation for the period up to 2030», which sets new tasks and a new level of entry into the digital economy. Thus, it was COVID-19 that pushed for the active introduction of digitalization in the education system, launching a kind of reengineering of educational procedures and processes.

According to M. Hammer and J. Smith. Champi, «Reengineering is a fundamental rethinking and radical redesign of business processes to achieve significant improvements in critical modern performance indicators such as cost, quality, service level, and responsiveness» [5, p. 79]. In relation to the domestic education system, the process of reengineering under the influence of the coronavirus led to a qualitative change in a number of «rules of the game» (see the table 1). **Table 1.**

Changing the rules after reengineering in the education system The old rule	The new rule
All documentation (course programs, licenses, etc.) is at the disposal of the Educational and Methodological Commission and is only partially available (can be obtained on request)	All documentation (course programs, licenses, etc.) is freely available on the site
Classes are conducted full-time, the equipment is used as needed by the teacher (if available)	Classes are conducted online, even full-time classes are duplicated in the network
Availability of training materials (presentations, assignments, additional sources for classes) at the discretion of the teacher	Availability of training materials-standard
Limited use of information systems, focus on the development of other universities in the Russian Federation (in the absence of their own)	Focus on results and on global systems
Professional development in the field of digitalization is slow, mostly «for show»	Professional development in the field of digitalization is carried out in the «non-stop» mode, the acquired knowledge is applied immediately
Communication of teachers within the framework of the educational process took place exclusively in person (general	Communication of teachers with each other within the framework of the educational process takes place

Changing the rules after reengineering in the education system The old rule	The new rule
meetings, meetings of the department, the commission (scientific, methodological, scholarship, etc.).))	exclusively in the online mode
Possible opacity of the main procedures	Mandatory transparency of the main procedures
The schedule hangs on the wall (usually at the dean's office / Training Department)	Fast-changing electronic schedule

Because of «spontaneous» reengineering, the projections of thinking and motivation of the participants in the process changed. Because of the pandemic, new decisions are made that contribute to the increase of digital capital, since the theory of pushing R. Tyler ceases to negatively affect (decisions are made in an emergency and (non) decision-making based on the motivation «no matter what happens» ceases to work). The only acute problem (including in the implementation of strategic documents) is the lack of support for domestic IT products, technologies and platforms, which is especially noticeable in online education, which clearly focuses on the global platforms Zoom (Zoom Video Communications, Inc.), MS Teams (Microsoft Corporation), Moodle (free software license). It is noteworthy that since the beginning of the pandemic, Zoom has become one of the largest companies by capitalization (Nasdaq-100 rating), and its shares have doubled, exceeding \$ 60 billion [8]. As for the Russian analogues, at the moment among the few platforms we can name only «Open Education», created by the Association «National Platform for Open Education» with the support of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation. This platform cooperates with universities all over Russia, but its distribution is only gaining momentum, in addition, it is not applicable in school

education. Along with this problem, COVID-19 has provoked the emergence of a number of others:

- The «sense of belonging» to the structural units (department, faculty, etc.) disappears, everything is reduced to communication within the educational program;
- The disappearance of personal communication negatively affects the formation of competencies, the «theater effect» disappears, the discussion component of education, the exchange of opinions, the extracurricular life of the faculty and the university as a whole decreases;
- The problem of control: the imperfection of proctoring does not allow you to fully assess the progress and quality of the material learned.

However, in the context of the pandemic, new opportunities have emerged for education:

- the potential of online learning is revealed (not only disadvantages, but also advantages);
- using the best practices of distance learning around the world, there is a genuine globalization and democratization of education;
- the distance learning skills of both students and teachers are improved, and the feedback system between the participants of the educational process is improved [6].

This list is not exhaustive. The advantages and opportunities of active use of digital technologies in education continue to be revealed in the course of everyday practice. However, we can already increasing and growing as a digital capital, increased speed of introduction of new formats and practices, training, readiness of all participants of educational process to the dynamic changes. This is the positive impact of the coronavirus as a driver of digitalization of education in Russia and the world. The main thing now is not to miss the opportunities that have opened up and to provide active support to domestic IT specialists who create an environment for the application and improvement of the emerging competencies of the digital economy.

Библиография

1. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года: Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204. // Законодательство Российской Федерации. 2018. № 20. Ст. 2817.
2. О Стратегии научно-технического развития Российской Федерации: Указ Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 г. № 642. // Законодательство Российской Федерации. 2016. № 49. Ст. 6887.
3. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (утвержден Президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 4 июня 2019 г. № 7).
4. Аверьянова О. В., Благих И. А. Влияние цифровой экономики на формирование социальных изменений в обществе. – 2019. – № 2 (70). – С. 44-48.
5. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Санкт-Петербург: Изд-во Санкт - Петербургского университета. – 1997. - 332 с.
6. Каргаполова Е. В. и др. Информационные компетенции молодежи в условиях цифровизации общества // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2020. – Т. 13. – Исс. 3. – С. 193-210.
7. Халин В. Г., Чернова Г. В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Административный консалтинг, 2018. – № 10 (118). – С. 46-63.
8. Самые быстрорастущие компании NASDAQ 100-Zoom и Tesla [Электронный ресурс]: URL: <https://dev.by/news/samye-bystrorastushie-kompanii-nasdaq-100-zoom-i-tesla> (дата обращения: 28.02.2021).

References

9. On the national goals and strategic objectives of the development of the Russian Federation for the period up to 2024: Decree of the President of the Russian Federation No. 204 of May 7, 2018. Legislation of the Russian Federation. 2018. No. 20. St. 2817.
10. On the Strategy of Scientific and technological Development of the Russian Federation: Decree of the President of the Russian Federation No. 642 of December 1, 2016. Legislation of the Russian Federation. 2016. No. 49. St. 6887.
11. Passport of the national program «Digital Economy of the Russian Federation» (approved by the Presidium of the Presidential Council for Strategic Development and National Projects on June 4, 2019, No. 7).
12. Averyanova O. V., Blagikh I. A. The influence of the digital economy on the formation of social changes in society. – 2019. – № 2 (70). – Pp. 44-48.
13. Hammer M., Champi J. Reengineering the Corporation: a Manifesto of the revolution in business. St. Petersburg: Publishing house of the St. Petersburg University. - 1997 – 332 p.
14. Kargapolova E.V. et al. Information Competences of Young People within Digitalization of Society // Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast. – 2020. – Vol. 13. – Iss. 3. – Pp. 193-210.
15. Khalin V.G., Chernova G.V. Digitalization and its impact on the Russian economy and society: advantages, challenges, threats and risks // Administrative consulting, 2018. – No. 10 (118). – Pp. 46-63.
16. The fastest growing NASDAQ 100 companies-Zoom and Tesla [Electronic resource]: URL: <https://dev.by/news/samye-bystrorastuschie-kompanii-nasdaq-100-zoom-i-tesla> (accessed: 28.02.2021).

Бобров Иван Владимирович, аспирант СПбГУ,
ф-т политологии

Магистр политологии
ivan.v.bobrov@gmail.com

Дорошко Анастасия Сергеевна, Магистр политологии
Anastasia1140@gmail.com

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Аннотация

В современном мире сформирован «рынок религий», где каждый может выбирать путь духовного развития. В связи с этим каждая религия должна четко транслировать свои ценностные ориентиры в общественно-политическое пространство. Статья посвящена анализу позиционированию РПЦ в этом пространстве на основе информационной политики организации. Для выявления основных направлений этой политики выбрана программа «Слово пастыря».

Ключевые слова: информационная политика, позиционирование, Россия, РПЦ, «рынок религий».

RePEc: M31, Z12

УДК: 339.138, 322

Bobrov Ivan V., *graduate student, St. Petersburg State University,
Faculty of political science,
Master degree in political science*

ivan.v.bobrov@gmail.com

Doroshko Anastasia S., *Master degree in political science
Anastasia1140@gmail.com*

THE RUSSIAN ORTHODOX CHURCH'S POSITIONING IN THE CONTEMPORARY RUSSIA INFORMATIONAL MEDIUM

Abstract

In the contemporary world, a "market of religions" has been formed, where everyone can choose their own path of spiritual development. In this regard, each religion should clearly translate its values into the socio-political space. The article analyzes the positioning of the Russian Orthodox Church in this space on the information policy basis. To identify the main directions of this policy, the program "The Word of the Shepherd" was selected for analysis.

Keywords: information policy, positioning, Russia, ROC, "market of religions".

RePEc: M31, Z12

УДК: 339.138, 322

УДК: 339.138, 322

Бобров Иван Владимирович, аспирант СПбГУ,
ф-т политологии

Магистр политологии
ivan.v.bobrov@gmail.com

Дорошко Анастасия Сергеевна, Магистр политологии
Anastasia1140@gmail.com

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ РУССКОЙ ПРАВОСЛАВНОЙ ЦЕРКВИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Bobrov Ivan V., graduate student, St. Petersburg State University,
Faculty of political science,

Master degree in political science
ivan.v.bobrov@gmail.com

Doroshko Anastasia S., Master degree in political science
Anastasia1140@gmail.com

THE RUSSIAN ORTHODOX CHURCH'S POSITIONING IN THE CONTEMPORARY RUSSIA INFORMATIONAL MEDIUM

In the postmodern world, the boundaries of various spheres of public life are being revised based on the ideas of pluralism. The distinction between the spheres of the secular and the religious is no exception.

P. Berger stated that religion gradually ceasing its influence on masses and moving into the sphere of a person's private life. On this basis, the so-called "market of religions" was formed, i.e. a situation in which each person has the opportunity to choose their own path of spiritual development. [1, p. 133-135]

Based on this idea, each denomination with the help of its own positioning (which includes information policy) must clearly present itself to the audience.

The article will try to answer the question of how the Russian Orthodox Church (ROC) positions itself in the socio-political space. We also would try to form the value attitudes of a religious organization's target group.

Positioning and information policy: definition of concepts. The concept of positioning appears in the 1970s. Its appearance is associated with the need to distinguish the company from others in the face of tough market competition. [8; 10] The founders of the concept are E. Rice and J. Traut. The key concept in their theory – the stereotypes that are formed in the minds of people and on the basis of which the differences of a particular subject are formed. [4; 9]

However, for the scientific study purposes, this theory turns out to be untenable. The theory of E. Rice and J. Traut presupposes a search for a deficiency in competitors and the special strategy usage, which can include defensive wars, offensive actions, flank attacks and guerrilla wars. [3; 5] In other words, the theory is based on the shortcomings of competitors and aggressive marketing, which is unacceptable for the ROC as a religious organization.

The positioning theory of T. Levit is more adequate for this research. According to his theory, the main task of positioning is to convey information about a particular subject. In this case, the information should be formulated as simply as possible and fit into one idea, on the basis of which, communications would proceed. [2]

The definition of positioning according to T. Levit assumes a high role of the communication factor. Continuing his theory, we can assume that the positive result of positioning can be largely ensured by the development of a general information strategy, information policy. [6; 11]

By information policy, we mean "activities to create preconditions that sustainably provide effective information management aimed at achieving long-term strategic priorities of the enterprise." [7]

Information policy of the Russian Orthodox Church: analysis of the program "Word of the Shepherd". To analyze the positioning of the ROC on the basis of its information policy, the program "Word of the Shepherd" was chosen. The exact choice of program was due to several factors. Firstly, the program is broadcast on Channel One, the audience of which is quite diverse and includes representatives of

different cultures, nations, religions, etc. Secondly, the program has existed on Russian television since 1994, which makes it possible to trace the changes concerning both the format of the transmission and its content. The sampling step is one transmission per month, selected at random.

As a result of the study, seven directions of the Russian Orthodox Church information policy were identified, which in turn have their own sub-themes: society values, people's unity, state-church relations, information society and a person, social problems, historical events, anti-governmental protests. All the themes are closely intertwined.

The topic of the society values comes divides on two positions. First is to define true values and oppose them to false ones. Secondly, the concept of freedom is separately disclosed as the value of liberalism. The very concept of these values is presented in the dichotomy "true values – false values". At the same time, true values are preserved precisely in the Church, since she is the representative of the divine nature on Earth. [12; 04/19/2014]. The concept of true values is intertwined with the concept of traditional values, the importance of which is emphasized: *"National traditions are a source and means of conveying those values that our people lived for, thanks to which they remained in history, thanks to which they preserved those values that can be passed on to other generations"* [12; 04/21/2018]

The set of basic values must remain unchanged, without this condition, the development of a person and society is impossible. At the same time, the ROC acts as a certain authority that seeks to preserve and convey these values: *"The Church is such a constant, something unchanging and constant in people's lives, because the Church conveys eternal and unchanging Divine truths"* [12; 04/29/2012]

Traditional values are opposed by liberal values that cannot be combined with religion. [12; 12/13/2014] This attitude to liberal values comes from different interpretations of freedom. The ROC does not recognize the absolute value of human freedom, because in this case, the person himself determines what is good and what is

bad. The ROC appeals to the absence of a category of sin in the liberal tradition that can lead a person away from the true path. From this, the following conclusions can be drawn. First, *"if a person really insists that his freedom is an absolute value, this person is an atheist, even if he formally belongs to any religious community."* [12; 12/13/2014] Secondly, *"taken separately, liberal values, taken without traditional values, turn into a dangerous mechanism."* [12; 07/16/2005]

Thus, the ROC defends traditional values, which generally affects the organization of its position in relation to other socially important issues.

Another important theme that is revealed throughout the analyzed period is the theme of unity and the need to unite the people. This topic is revealed at three levels: religious, national and the level of the Orthodox world.

The theme of religious unity is transmitted through the understanding of Orthodoxy not as a religious, but as a cultural system, which is the basis for the entire society. [12; 01/17/2009] At the same time, the topic of interreligious peace usually involve Orthodox-Muslim relations: "If we take Russia, then for a thousand years Russian Orthodox people have lived together with their Muslim brothers". [12; 05/19/2012] Thus, the relationship of mutual assistance between Muslim and Orthodox communities is always emphasized. Historical references, for example, to Ivan the Terrible and Maria Temryukovna, also work for the fact of interreligious harmony. [12; 05/21/2016]

To substantiate religious unity, this idea is connected with the idea of common moral values: *"Our strength is in our unity. And, probably, someone will say, but in order to be united, you need to have something in common, and we seem to have different faiths. So I will answer those who are asking and doubting, by the will of God we have common moral values that go back to those 10 commandments that God gave to Moses."* [12; 05/21/2016]

This theme correlates with the theme of a united Orthodox world, which is embodied in the images of "Orthodox civilization", "historical Russia" and "Russian

world". These concepts carry culturological significance, and the religious factor is viewed as influencing the culture. The very concept of civilization is based on the understanding that it is based on some definite idea that affects the order of life and culture. In Russia and in Russian history, according to the ROC, Orthodoxy was such an idea. [12; 04/16/2005] The Russian world means *"the spiritual and cultural, and value dimension of the human personality. Russians, even those who call themselves Russians, may not belong to this world, because speaking Russian or understanding Russian is not the only condition for belonging to the Russian world"*. [12; 09/06/2014]

The main actors of the "Russian World" concept are Russia, Ukraine and Belarus, however, in general, other republics of the former USSR are included. The task of society and the state is to preserve the Russian world, with the aim of "preserving the common heritage of ancestors." [12; 01/05/2018]

Thus, the ROC sees the cultural foundations laid down by Orthodox values as a unifying principle for society. Maintaining, preserving and transmitting these values is the main task of the state in the global sense, and the Church in the local one.

The theme of unity is contrasted with the theme of disunity, a peculiar practice of political protest. This issue was raised in the period of 2011 - 2013, which coincides with the period of protest activity in Russia. For the first time, the topic was covered in connection with the riots on Manezhnaya Square on December 11, 2010, caused by the murder of Spartak fan Yegor Sviridov by a group of people from the North Caucasus. The ROC is making an attempt to re-frame the conflict, i.e. to get away from understanding this conflict as religious, seeks to appeal to a peaceful life through the acceptance of the cultural life of the majority by the minority. [12; 12/18/2010]

The theme of disunity is even more evident in relation to the revolution topic. The attitude of the Church to the revolution is negative: *"The revolution is always conceived, directed, carried out by the elites, who are guided by very specific reasons*

- *political, ideological, economic.*" [12; 05/19/2012] Russian Church calls for unity: *"... today we must, first of all, not to allow confusion in the mind, confusion in many minds ...".* [12; 11/03/2012] Participation of the Church in protest activities is unacceptable: *"The revolution is equal to the war, and the Church is a place of peace. A priest cannot rise and set one against another".* [12; 05/01/2018]

The topic of a revolution also touches on the theme Church attitude to historical events. The ROC sees the 1917 revolution in negative terms, as well as the entire period of Soviet rule. There are the following definitions: "bloody revolution", "godless power", "grievous insanity", "atheistic states", "the hardest years of the twentieth century", etc.

In addition to the revolution, the subject of the Troubles was touched upon, which, like the revolution, is connected with the theme of political protest. The Russian Orthodox Church draws historical parallels between the Troubles and modern protests in Russia: *"Those same boyars, the elite, who believed that the elevation to the Moscow throne of Prince Vladislav would be a modernization project for Russia. They say that the new government is Western European, educated; the army is much stronger than the Moscow one, better armed; the European level of education, culture, and with it - the Western interpretation of Christianity ...".* [12; 11/03/2012] At the same time, in the process of unification of the Russian lands, the role of the Church and Patriarch Hermogenes is separately emphasized.

In this program, emphasis was placed on three historical figures: Prince Vladimir, Ivan the Terrible and Nicholas II. The attitude towards Prince Vladimir is obviously positive. Almost a whole issue was devoted to his deeds, in which special attention was paid to the changes that occurred to the prince with the adoption of Christianity. [12; 07/11/2015] The attitude towards Ivan the Terrible is ambiguous, the need to consider his personality "in a general historical context" is emphasized, but his role in the development of interreligious relations is especially emphasized. Nicholas II is presented as a defender of Orthodox believers during the First World

War.

The topic of attitude to historical events is directly related to the issue of the relationship between the state and the church, since "*... the Church played a decisive role in the creation of the Russian state ...*". State-church relations in modern Russia are opposed to the Soviet period and are characterized as "fruitful dialogue." This situation occurred, according to the ROC, not due to the acquisition of any levers of influence on the state, but due to the increase in the number of Orthodox Christians among state and socially significant people. [12; 02/07/2015]

In general, the issue of state-church relations is considered from two positions. On the one hand, the ROC recognizes the need for its own inclusion in the decision-making process: "*The Church can and should influence the minds of people, it can and should influence the adoption of political decisions ...*" [12; 05/16/2005]

But on the other hand, the Russian Orthodox Church is against the direct involvement in the political process; this influence occurs through the "*preaching of the word of God.*" [12; 03/06/2011] There is a separate issue of fusion of the state and the Church. The ROC claims that this fusion is a myth that is used in the fight against the Church. The Church sees its mission only in the moral education of the people: "*The Russian Church does not merge with anyone, including the state, but it bears responsibility for the moral state of its people, for maintaining spiritual and material culture.*" [12; 10/20/2012]

Thus, the Russian Orthodox Church took a position of indirect inclusion in the political process. To some extent, this process is facilitated by the favorable development of state-church relations.

In this regard, the issue of the impact of the information society on a person becomes a separate topic. This topic is revealed from two positions: on the one hand, the negative influence of the media on society is emphasized, on the other hand, there is a lot of information about how exactly Church communicate with media world.

The Church recognizes the existence of an information society, where "*there is*

no prohibition on information" [12; 05/16/2009], where information exchange became a part of life. [12; 07/30/2011] However, the ROC feels that there are a lot of negative consequences for society. This is due to the fact that the information flow "does not bear any indications of Christian or, more broadly, religious responsibility." [12; 10/15/2011]

Information and values provided by the media are opposed to true, traditional values: *"The powerful information flow that falls on a modern person carries false goals and values, but they are wrapped in such an attractive shell, in such a wrapper that hides the destructiveness of all these goals and values"*. [12; 12/05/2015]

The ROC seeks to limit the number of persons speaking on its behalf. This is done in order to "raise the bar of responsibility" [12; 07/30/2011], since the inaccurate statement of one representative of the church spreads a negative attitude towards the entire organization. That is why, back in 2000, the Church has determined who can speak on her behalf: the Ecumenical Council, the Local Council, the Synod headed by the Patriarch. [12; 05/10/2000]

The very fact of the need to include the Russian Orthodox Church in the socio-political discourse through the media is not questioned: *"The church must retain the ability, relying on the Orthodox faith, to give wise and salutary comments on what is happening in the world today."* [12; 02/10/2018] So, the ROC not only reserves the right to be included in the socio-political discourse, but also claims to be some kind of moral judge. At the same time, the Church does not set itself the task of commenting on all the events taking place in the country: *"The Church is not a place for the political commentary, and we do not set ourselves the task of immediately assessing everything that is happening in the country, in society, in the world."* [12; 03/09/2013] The ROC approaches the commenting process very carefully. It is designed to expose evil, but the ambiguity of the very interpretation of evil is noted. The Church appeals to this situation: what seems to be evil in the long run may turn out to be good. [12; from 01/26/2007]

However, despite this restrained position, there are a number of socially significant topics on which the ROC has its own clear negative or positive assessment.

For example, at the beginning of 2014, the Church clearly defined its position on surrogate motherhood: *“you cannot go against the divine law”*. [12; 01/18/2014]

The Church also has a negative attitude towards the issue of homosexuality. Since 2006, she has been opposing the promotion of homosexuality [12; 04/08/2006]. This topic was continued in 2013 in connection with the issue of relations with other religions, and more specifically with Protestant communities. The accusations against this religion are made due to the approval of homosexuality and euthanasia: *“Today we know that in this kind of religious organizations the idea of legalizing homosexual relations, euthanasia, is supported. Tomorrow they will support pedophilia, they will support everything that the powerful of this world will order.”* [12; 05/11/2013]

The Church does not consider this issue as a form of discrimination. Laws are designed to legalize same-sex marriage are called sinful. [12; 02/15/2014]

In contrast to these topics, the ROC actively advocates the preservation of the family. There is a moment of pressure on family values, the information flow forms "dangerous stereotypes and delusions": *“Young people are brought up in the understanding that a family can be created sometime later, when this time would arrive – not clear yet.”* [12; 01/21/2017]

The topic of youth also occupies an important place in the work of the ROC. The emphasis on this work begins in 2007, and in 2008 a Council was held, in which representatives of youth participated. The youth came to the conclusion that *“Tradition is the password to the future. The future of Russia is impossible without its cultural and historical roots”*. [12; 12/21/2008]

Another topic discussed by the ROC is the topic of the leader and the concept of an effective leader. The topic has also been discussed since 2007 and has been developed within the framework of the question of the Church's attitude to strong

power: "The operation of a strong government must be based on fair and effective laws." [12; 07/21/2007].

The ROC also does not ignore the issues of contemporary Russian education. Two main directions can be distinguished here: on the introduction of the Fundamentals of Orthodox Culture in schools and the Unified State Exam. In general, the position on the introduction of the subject is as follows: *"... religious education at school becomes an indispensable condition for educating people to be able to live together, forming the very possibility of not only preserving a multinational society, a multinational state, but also its successful development."* [12; 03/06/2011]. The Church stands for teaching other religions, does not stand for the exclusiveness of only its subject. The emphasis is made on the fact that the subject will not have a religious, but a culturological aspect. The ROC does not give a positive or negative assessment of the USE, but uses it as an example of the moral impoverishment of the people. [12; 06/25/2011]

Military service deserves a positive and respectful attitude of the ROC, since *"... the very existence of the state and the people depends on the ability of the army to defend its people."* [12; 10/07/2015]

Separately, the foreign policy topic should be noted. The issue of the split of the Church in Ukraine is raised separately, the role of the Orthodox Church in diplomatic relations with Great Britain, France, Serbia is highlighted. This discourse is usually included during the foreign trips of the Patriarch.

In general, the mission of the ROC in social and political issues is as follows: *"all our goal-setting should be where the Church should be today. She must be where there is a fratricidal conflict, she must help those who are involved in this insane clash, where our parishioners, our brothers and sisters die and are captured."* [12; 02/10/2018]

Conclusion. The conclusion is made that the positioning of the ROC is based on the protection of traditional values. At the same time, there is no clear definition of

these values; they are perceived as opposed to liberal values.

On this basis, in the socio-political discourse, the ROC has a negative attitude towards same-sex marriage, surrogate motherhood, and vice versa, positive attitude towards the activities of the military, towards the power of a strong ruler.

Based on its positioning as a defender of traditional values, the church acts as a defender of unity: religious, national and the unity of the "Russian world" as a whole. Church sees itself as an opponent to any disunity based on an attitude to political protest.

In addition, the ROC often refers in its informational policy to historical examples, emphasizing the serious role of the institution in the history of the country. Through this position, the church claims to be a cultural and historical basis for the whole Russia, and not just a religious organization.

Библиография

1. Berger P. The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion. – N-Y.: Doubleday, 1967. – 240 p.
2. Levitt T. Marketing Success Through Differentiation – of anything // Harvard Business Review. – 1980. – Vol. 58, Iss. 1. – Pp 83-91.
3. Ries A., Trout J. Marketing warfare // Journal of Consumer Marketing. – 1986. – Vol. 3, No. 4. – Pp. 77-82.
4. Sloan P. What Trout&Ries Hath Wrought // Advertising Age. – 1994. – June 13. – P.51.
5. Wilson L.J., Ogden J.D., Wilson C.B. Strategic Communications for PR, Social Media and Marketing. – 7th Ed. – Dubuque, Iowa (USA): Kendall Hunt Publisher Co , 2019. – 341 p.
6. Барнетт Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. – СПб: Питер, 2001. – 864 с.
7. Беляков С.О. Информационная политика компании в процессе управления репутационным кризисом. – М.: МедиаПресс, 2013 – 64 с.
8. Основы маркетинга. 5-е европейское издание = Principles of Marketing: European Edition 4th. / Ф. Котлер, В. Вонг, Дж. Сондерс, Г. Армстронг. – М.: «Вильямс», 2017. – 752 с.
9. О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг. Стратегический подход. – СПб.: Изд-во Питер, 2002. – 864 с.
10. Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю. Стратегические альтернативы маркетинга в глобальной экономике // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. – 2018. – Т. 9, №3. – С. 84-103.
11. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н.А.Пашкус, В.Ю.Пашкус и др. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 225 с.
12. Слово пастыря. Первый канал – [Электронный ресурс] – <https://www.1tv.ru/shows/slovo-pastyrya>

References

1. Berger P. The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion. – New York: Doubleday, 1967. – 240 p.
2. Levitt T. Marketing Success Through Differentiation – of anything // Harvard Business Review. – 1980. – Vol. 58, Iss. 1. – Pp 83-91.
3. Ries A., Trout J. Marketing warfare //Journal of Consumer Marketing. – 1986. – Vol. 3, No. 4. – Pp. 77-82.
4. Sloan P. What Trout & Ries Hath Wrought // Advertising Age. – 1994. – June 13. – P. 51
5. Wilson L.J., Ogden J.D., Wilson C.B. Strategic Communications for PR, Social Media and Marketing. – 7th Ed. – Dubuque, Iowa (USA): Kendall Hunt Publisher Co , 2019. – 341 p.
6. Barnett J., Moriarty S. (2001) Marketing Communications. Integrated approach. – St.Petersburg: Peter Publishing house. – Pp. 1-864.
7. Belyakov S. O. Information policy of the company in the process of managing the reputation crisis. – Moscow: MediaPress, 2013-64 p.
8. The basics of marketing. 5th European Edition (2017) / F. Kotler, W. Wong, J. Saunders, G. Armstrong. – Moscow: "Williams". – 752 p.
9. O'Shaughnessy J. (2002) Competitive marketing. Strategic approach. – St.Petersburg: Publishing house of Peter. – Pp. 1-864.
- 10.Pashkus N.A., Pashkus V.Y. (2018) Strategic marketing alternatives in the global economy // Marketing MBA. Marketing management firms. – Vol. 9, Iss. 3. – Pp. 84-103
- 11.Strategic Marketing / Pashkus N.A., Pashkus V.Y. et all. – Moscow: Yurayt, 2018. – Pp. 1-236.
- 12.The Word of the Shepherd. First Channel – [Electronic resource] – <https://www.1tv.ru/shows/slovo-pastyrya>

Бурцева Валентина Александровна, *студентка магистратуры,*
СПбГУ, Экономический ф-т
burceva_valya@bk.ru

РЕГИОНАЛЬНАЯ НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация

В статье рассмотрены проблемы реализации региональной налоговой политики, которые обусловлены ограниченными полномочиями субъектов Российской Федерации в данной сфере, проведен анализ результатов реализации налоговой политики, в том числе уровень, динамика и структура доходной части бюджета Краснодарского края, оценка налогового потенциала субъекта.

Ключевые слова: бюджетно-налоговая политика, доходы региональных бюджетов, расходы региональных бюджетов, бюджетный федерализм, межбюджетные трансферты, налоговый потенциал региона.

RePEc: E62

УДК: 336.22

Burtseva Valentina A., *graduate student, Faculty of Economic,
St. Petersburg State University*
burceva_valya@bk.ru

REGIONAL TAX POLICY IN THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract

The article considers the problems of implementing regional tax policy, which are caused by the limited powers of the subjects of the Russian Federation in this area, analyzes the results of implementing tax policy, including the level, dynamics and structure of the revenue part of the budget of the Krasnodar Territory, and assesses the tax potential of the subject.

Keywords: fiscal policy, revenues of regional budgets, expenditures of regional budgets, fiscal federalism, inter-budget transfers, tax potential of the region.

RePEc: E62

УДК: 336.22

УДК: 336.22

Бурцева Валентина Александровна, *студентка магистратуры,*
СПбГУ, Экономический ф-т
burceva_valya@bk.ru

РЕГИОНАЛЬНАЯ НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Burtseva Valentina A., *graduate student, Faculty of Economic,*
St. Petersburg State University
burceva_valya@bk.ru

REGIONAL TAX POLICY IN THE RUSSIAN FEDERATION

Налоговая политика федеративного государства, обеспечивая формирование доходов бюджетов всех уровней, является не только мощным инструментом регулирования социально-экономических процессов, но и наиважнейшим условием его функционирования. Выполнение функций, отнесенных к компетенции субъектов Федерации, возможно лишь при наличии эффективной региональной налоговой политики, соответствующей складывающейся экономической ситуации. При этом под региональной налоговой политикой мы понимаем систему целей и задач соответствующих органов власти и управления по формированию и использованию бюджетно-налогового потенциала в соответствии с основными направлениями социально-экономического развития региона.

Региональная налоговая политика формируется на основе общегосударственной бюджетно-налоговой политики, ее стратегии и тактики, которая, как правило, не достаточно эффективно учитывает различий в

социально-экономическом положении регионов. Соответственно, набор методов и инструментов налоговой политики регионов не отличается многообразием, и полностью определяется федеральным бюджетно-налоговым законодательством.

«Субъекты Федерации и муниципалитеты имеют право вводить и отменять налоги в пределах перечня региональных и местных налогов, установленного федеральным налоговым законодательством. Вместе с тем им предоставляются широкие полномочия по установлению налоговых ставок, льгот и других преференций, а также в установлении налоговой базы. Проводя налоговую политику, ее субъекты могут воздействовать на экономические интересы налогоплательщиков, создавать такие условия их хозяйствования, которые наиболее выгодны как для самих налогоплательщиков, так и для экономики региона в целом». [7] Собственно, в этом и заключается суть налоговой политики, которая относится к косвенным методам государственного регулирования, и предполагает косвенное административное воздействие на объекты управления.

Для большинства региональных бюджетов основные трудности социально-экономического развития связаны с несбалансированностью территориальных бюджетов, увеличением расходов социально-культурного характера, на ЖКХ, наличием значительного количества налоговых льгот и т.д.

К основным показателям, которые характеризуют роль налоговой политики в экономике отдельной территории относятся: задолженность в бюджет по различным видам налогов, доля налоговых поступлений относительно ВРП, налоговая нагрузка и другие (см. *рис.1*).

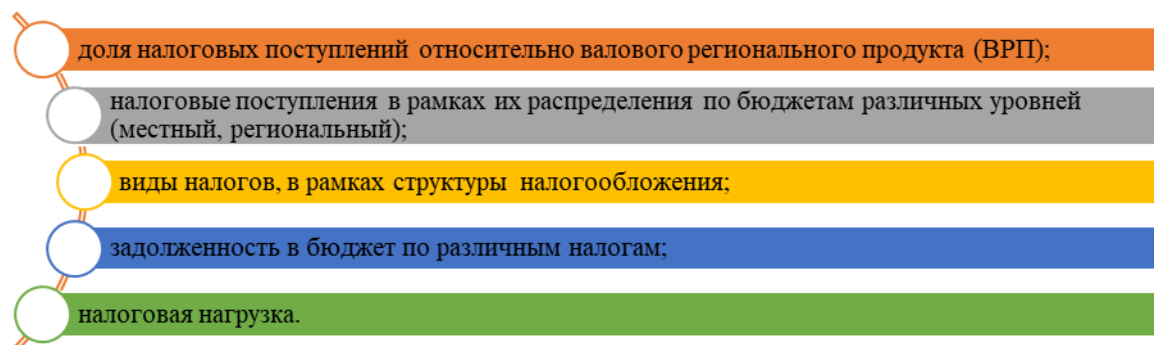


Рис.1. Показатели, характеризующие роль налоговой политики в экономике отдельной территории [8]

Актуальность рассмотрения данной темы обусловлена острой необходимостью в пересмотре региональной политики и устранении поляризации регионов России. По мнению многих представителей научного сообщества, одним из способов стимулирования экономического развития в регионе может стать модернизация налогово-бюджетной вертикали, сложившейся в Российской Федерации.

Правительство страны, начиная с 1999 года, когда была принята Концепция реформирования межбюджетных отношений в Российской Федерации 1999–2001 года, активно предпринимало попытки системно решить задачу экономического выравнивания регионов. С 2001 года начала действовать Программа развития бюджетного федерализма в Российской Федерации до 2005 года.

К сожалению, бюджетно-налоговая система Российской Федерации, несмотря на все происшедшие в ней преобразования, находится лишь в середине, а не в конце пути своего построения.

В настоящее время особенное значение необходимо уделить тому, что в России присутствует проблема соблюдения бюджетного федерализма. Самостоятельность субъектов федерации ограничена в проведении региональной политики из-за централизации налоговых полномочий на федеральном уровне. Еще в начале 2000-х годов, доходы начали стягиваться на

уровень федерального бюджета. Необходимо отметить, что в конце 90-х годов доля региональных бюджетов в консолидированном бюджете составляла около 60%, а федеральных – 40%, тогда как сейчас наоборот на бюджеты федерации приходится около 62%, а бюджеты регионов 38%. Также необходимо отметить, что Минфин диктует регионам сколько и на что тратить 98% их бюджетов, это говорит о том, что самостоятельности у регионов нет. Также необходимо отметить особенности доходов консолидированного бюджета, так как они на 30% состоят от доходов от добычи и экспорта нефти и газа, также большая часть доходов, около 15%, от внешнеэкономической деятельности, что уже в сумме составляет почти 50%, к этому добавляется НДС, который работает на уровне всей страны, таким образом в стране доходы консолидируются на федеральном уровне.

Рост бюджетных расходов субъектов Федерации, опережающий рост доходов, привел к разбалансированности региональных бюджетов. При этом снижается доля инвестиционных расходов, что ограничивает собственные возможности развития региональных экономик. Так, по данным Росстата, доля инвестиций в основной капитал в процентах к ВВП снизилась с 21,4% в 2013 г. до 20,0% в 2018 г., и намного увеличилась в 2019 году до 20,6%, при этом доля инвестиций в основной капитал по регионам в процентах к ВРП резко различается: от 17% по Центральному федеральному округу до 28% по Северо-Кавказскому федеральному округу. [12]

Вследствие несоответствия доходных источников и расходных обязательств, возложенных на региональные бюджеты, растут долги регионов, причем не только государственные, но и коммерческие (см. *рис.2*). С 2011 года видно снижение задолженности по государственным гарантиям, однако растет долг по государственным ценным бумагам. Также можно увидеть, что с 2016 года, принятые государством меры к тому, чтобы в возможной степени заместить коммерческие, крайне дорогие, кредиты предоставлением регионам бюджетного

кредитования позволили стабилизировать ситуацию с ростом долговой нагрузки. Практически каждый год Основными направлениями налоговой политики РФ намечаются меры, направленные на снижение дефицитности бюджетов субъектов Федерации, которые принесли положительные результаты: дефицит региональных бюджетов последовательно снижается.

По итогу 2019 г. 50 из 85 субъектов исполнили консолидированный бюджет с профицитом, совокупный профицит консолидированных региональных бюджетов составил 4,7 млрд. руб. Но по сравнению с показателями 2018 года, где у 70 регионов был отмечен профицит в размере 510,3 млрд. руб., такие данные говорят о превышении темпов роста расходов над темпами роста доходов в 2019 году. Исключением стали Республика Башкортостан (99,8% от уровня 2018 года), Калужская область (99%), Ханты-Мансийский автономный округ (98,1%), город Севастополь (97,2%), Кемеровская область (95,3%), а также Республика Хакасия (90,9%), низкие темпы роста доходов данных субъектов отчасти можно объяснить высокой базой предыдущего года.

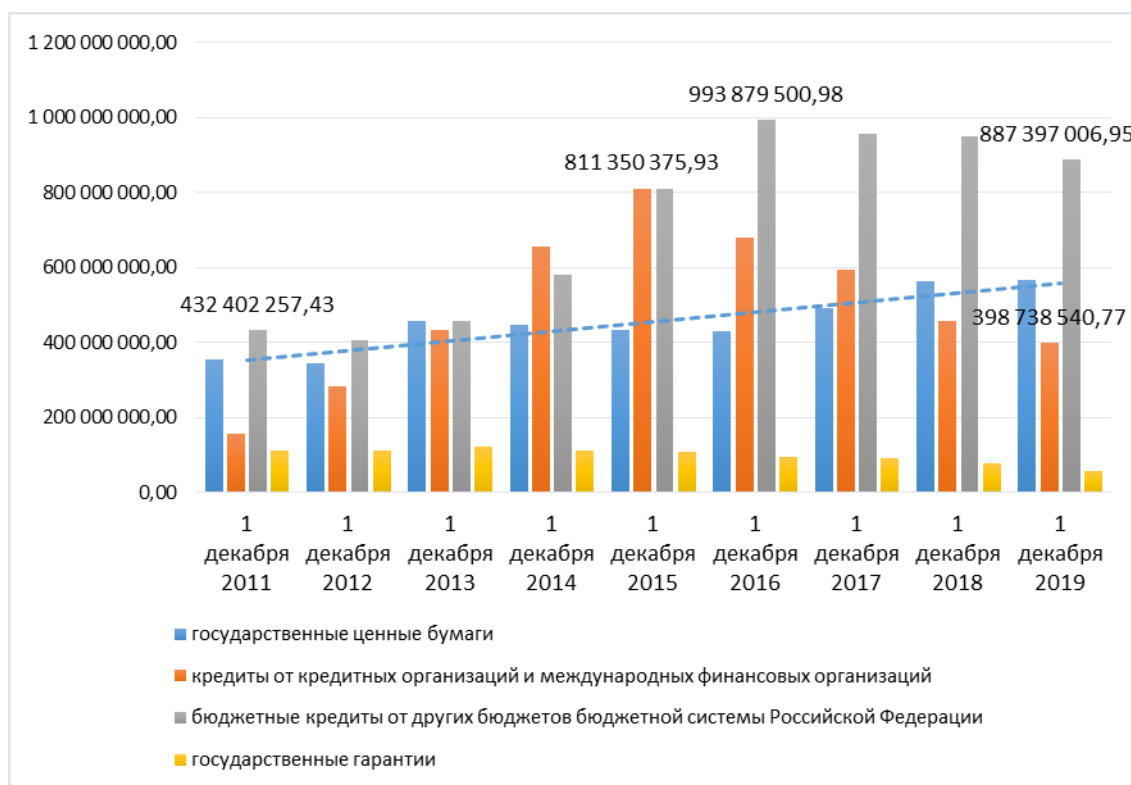


Рис.2. Структура долговых обязательств субъектов Российской Федерации, тыс. руб. [4]

Профицит бюджета позволил регионам продолжать осуществление мер по снижению объема госдолга: номинальный объем долга регионов сократился за 2019 год до 2,1 трлн. руб. (т.е. на 0,1 трлн. руб.), что составило 22,5% от объема налоговых и неналоговых доходов бюджетов регионов (на конец 2018 года – 25,3%).

Так как доля собственных налоговых доходов в структуре доходов региональных и местных бюджетов не высокая, существует зависимость региональных и местных бюджетов от межбюджетных трансфертов.

Основными источниками доходов консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации стали: налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами (прирост на 20%), акцизы (19,4%), налоги на совокупный доход (14,6%) и межбюджетные трансферты (17,6%), в том числе

субсидии (45%), субвенции (19,6%) и иные межбюджетные трансферты (72,3%).

Значительный прирост целевых трансфертов – при незначительном увеличении дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности (на 4,8%) и значительном сокращении дотаций на обеспечение бюджетной сбалансированности (на 67,8%) – связан с необходимостью реализации национальных и федеральных проектов на субнациональном уровне. Так, доля трансфертов на реализацию соответствующих проектов составила в 2019 году 24% от общего объема трансфертов из федерального бюджета субъектам РФ, или 572,2 млрд. руб. в номинальном выражении.

Три года подряд можно проследить дивергенцию налоговых и неналоговых доходов консолидированных бюджетов регионов. По итогам 2019 года у высокообеспеченных регионов (13 субъектов РФ, не получавших в 2019 году выравнивающих дотаций) прирост налоговых и неналоговых доходов составил 8,8%, в то время как у среднеобеспеченных (41 субъект) – 6,3%, а у низкообеспеченных (31 субъект) – 5,7%. Но предоставление трансфертов на выравнивание способствовало снижению дифференциации доходов регионов: в 2019 году наибольший прирост собственных доходов был зафиксирован у низкообеспеченных регионов – 10,9%, а у средне- и высокообеспеченных он составил 9,1% и 8,8% соответственно. [1]

Усиливается дифференциация регионов из-за перераспределительного механизма бюджетных отношений. Несмотря на дотации на выравнивание, экономический разрыв между «сильными» и «слабыми» субъектами продолжает разрастаться. Все меньшее количество регионов-реципиентов свидетельствует об усугублении ситуации с самообеспеченностью регионов.

Существенной проблемой остается то, что согласно данным за 2019 год, 38,8% всех поступлений в российский бюджет обеспечивали всего три субъекта — город Москва, Ханты-Мансийский ОА. 3 и 4 место за Ямало-Ненецким АО и Санкт-Петербургом. То есть за этими территориями — основная доля

поступлений в бюджет (см. *рис.3*).

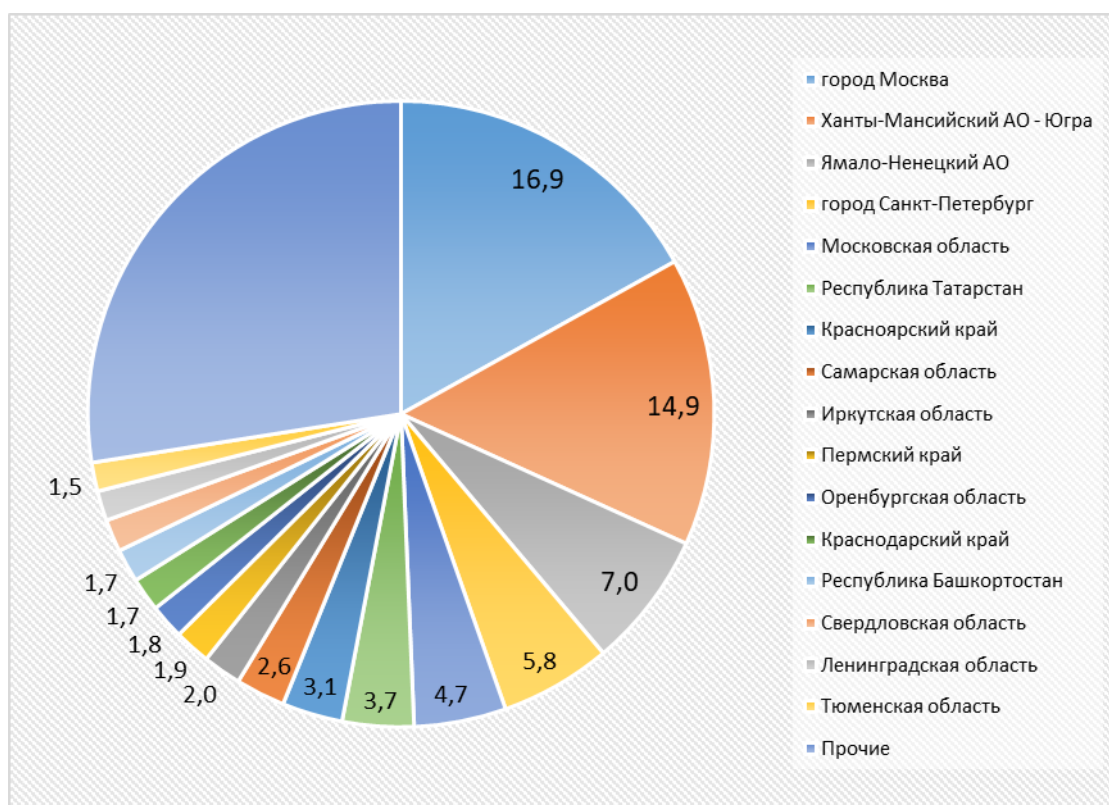


Рис.3. Доля налоговых поступлений субъектов, в доходы федерального бюджета Российской Федерации в 2019 году [5]

За ними выстроились индустриальные районы: Московская область, Татарстан, Красноярский край, Самара, Иркутская область, Пермский край и т.д. Всего с вышеперечисленными получается 13 субъектов федерации, которые не только приносят наибольший доход в бюджет, но и не получают дотаций на безвозмездной основе, то есть деньги-то они получают, но в виде трансфертов и субвенций.

Сложившаяся система межбюджетных отношений подрывает стимулы к наращиванию ВРП и у «сильных», и у «слабых» регионов. Регионы-лидеры не заинтересованы в росте собственных доходов потому, что их часть все равно изымается в федеральный бюджет для помощи другим. Регионы-аутсайдеры не заинтересованы в росте собственных доходов потому, что в этом нет

необходимости – все необходимые расходные обязательства все равно будут профинансированы из центра.

Углубление разрыва между регионами подрывает основу экономической безопасности страны. Реализация целей, прописанных в Указе Президента РФ, невозможна без решения проблемы сложного социально-экономического положения в регионах страны. В настоящий момент она только ухудшается: например, в 2018 г. впервые в истории России было введено внешнее финансовое управление в Республике Хакасии и Костромской области. [10]

Также стоит обратить внимание, что существующая политика предоставления льгот по региональным и местным налогам увеличивает число выпадающих доходов бюджетов субъектов, что приводит к росту их финансовой зависимости от федеральных вливаний и подрывает фундамент для проведения самостоятельной региональной политики. Присутствует необходимость четко отслеживать эффективность предоставления налоговых льгот и в случае низкого результата их отменять или модернизировать.

В течение нескольких последних лет Основными направлениями налоговой политики РФ также отмечается необходимость выработки общего подхода к расчету эффективности налоговых льгот и преференций. Это важно для того, чтобы выявить «слабые места» в налоговом законодательстве и сформулировать действенные налоговые стимулы для развития экономики и восстановления экономического роста. [9]

В связи с тем, что в настоящее время налоговая система продолжает развиваться, повышая свою конкурентоспособность и оптимизируя межгосударственные отношения. Налоговый потенциал является одним из наиболее важных показателей финансового положения субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, поскольку его размер определяет сумма налоговых поступлений в региональные и местные бюджеты и, следовательно, способность органов местного самоуправления осуществлять их

основные полномочия.

Правильно оценив налоговый потенциал, можно определить резервы и перспективы увеличения доходов бюджета. Точность и надежность в основном зависят от методов расчета.

Для расчета налогового потенциала используются разные методы, наиболее распространены метод прямого счета и фактический метод. [2]

Метод прямого счета опирается на аддитивное свойство налогового потенциала: налоговый потенциал региона равен сумме потенциалов отдельных налогов:

$$НП=ПНС*НБ,$$

где НП – налоговый потенциал, ПНС – предельная налоговая ставка по налогу, НБ – налоговая база по налогу.

При фактическом методе налоговый потенциал рассчитывается на основе некоторых фактических сумм налога. Основой этого метода является то, что только два показателя препятствуют полной эксплуатации налогового потенциала – задолженность и льготы. Отсюда формула для расчета налогового потенциала:

$$НП=Ф+З+Л,$$

где Ф – фактические поступления налогов, З – прирост задолженности за отчетный период, Л – сумма налога, приходящаяся на региональные и/или местные льготы.

На примере одного из субъектов РФ – Краснодарского края проведем анализ и оценку налогового потенциала. Исторически так сложилось, что в одних регионах есть природные ресурсы, инфраструктура, промышленные производства, деловые центры, а в других ничего этого нет. Соответственно, одни регионы получают больше доходов, а другие – меньше и потенциал у одних регионов выше, а у других ниже.

Применительно к российской бюджетной системе многое упирается в

численность населения и уровень зарплат, а также в успешность работы местного бизнеса – значительная часть бюджетов регионов формируется за счет НДФЛ и налога на прибыль. В промышленных регионах сюда добавляются налог на имущество организаций. А в регионах с развитой нефтяной промышленностью – НДС. Перечень регионов, которые не получали в 2019 году дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности, насчитывает только 13 пунктов. Дотации из бюджета получают 72 региона России из 85. То есть, от внешнего финансирования зависят практически все субъекты РФ. Краснодарский край представляется интересным, так как несмотря на то, что в регионе основная часть доходов бюджета не состоит из НДС, доходы бюджета Краснодарского края в большей степени представлены собственными доходами - налоговыми и неналоговыми. Бюджет субъекта является финансово независимым, поскольку доля безвозмездных поступлений менее 50%. Данный факт очень важен при распределении расходных полномочий, а также планировании величины дефицита бюджета или объема регионального долга, поскольку финансово-зависимые регионы имеют ограничения по объему заимствований или утвержденной величины дефицита бюджета.

Согласно рейтингу эффективности региональной налоговой политики по итогам 2018 года, проводимым РвС, Краснодарский край занял 14 место в РФ.

Край на протяжении 2013-2017 годов занимал лидирующую позицию в рейтинге субъектов Российской Федерации по уровню открытости бюджетных данных. В настоящее время входит в число регионов лидеров с очень высоким уровнем открытости бюджетных данных.

Минфином России Краснодарскому краю по итогам 2017-2019 года присваивается высокая степень качества управления региональными финансами. [3]

Мероприятия которые проводятся в субъекте по повышению эффективности расходования средств краевого бюджета:

-программа оздоровления государственных финансов Краснодарского края;

-механизмы перечисления межбюджетных трансфертов;

-бюджетные инвестиции в объекты капитального строительства направленные на завершение, реконструкцию объектов капитального строительства;

-порядок перечисления из краевого бюджета субсидий муниципальным образованиям на территории края;

-осуществление контроля в сфере закупок, в пределах полномочий финансовых органов.

Эффективность реализации данных направлений подтверждается наличием профицита консолидированного бюджета Краснодарского края за 2016-2018гг.

Анализируя бюджетную и налоговую политику Краснодарского края, можно выделить:

-при составлении бюджета Минфин Кубани руководствовался требованиями законодательства и построен на основе: Послания Президента РФ Федеральному собранию РФ от 01.03.2018 года; Указа Президента РФ от 07.05.2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»; Основных направлений бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2019 год и плановый период 2020 и 2021 годов, подготовленных Минфином России; Данных прогноза социально-экономического развития Краснодарского края на 2019 год и на период 2020-2024 годов; Основных направлений бюджетной и налоговой политики Краснодарского края на 2019 год и плановый период 2020 и 2021 годов; государственных программ Краснодарского края и других документов.

-четко сформулированы основные цели и задачи бюджетной и налоговой

политики края.

-широко раскрыты направления реализации краевой бюджетной и налоговой политики.

-сформулированы общие подходы к формированию расходов краевого бюджета.

-заданы направления повышения эффективности расходов краевого бюджета.

-разработаны мероприятия, направленные на повышение эффективности расходования средств краевого бюджета.

Бюджетная и налоговая политика Краснодарского края представлена как стройная система, позволяющая эффективно выполнять социальные задачи, стоящие перед регионом с использованием современных инструментов формирования бюджета, взаимодействия с обществом.

В связи с этим, подробное исследование проводимой налоговой политики Краснодарского края может служить примером того, как региональная политика может быть реализована в других регионах.

Анализ доходов консолидированного бюджета края говорит о том, что общая сумма доходов бюджета за два года возросла на 65 080 млн руб. (на 22,6%) (см. табл.1).

Табл. 1.

Доходы консолидированного бюджета Краснодарского края за 2017-2019 гг., тыс. руб. [6]

	2017	2018	2019	Абсолютное отклонение 2019 г. к 2017 г.	Темп роста 2019 г. к 2017 г.
Доходы всего	287 471 295,0	316 238 687,6	352 552 156,8	65 080 861,8	122,6
Налоговые и неналоговые доходы	242 957 393,5	275 594 878,3	306 139 341,1	63 181 947,6	126,0
Безвозмездные поступления	44 513 901,4	40 643 809,3	46 412 815,6	1 898 914,2	104,3

Налоговые и неналоговые поступления также имеют тенденцию роста, они увеличились на 63 181 млн руб. и в процентном соотношении составили 126%. Вместе с этим безвозмездные поступления увеличились на 4,3%. На их увеличение повлияли поступления от других бюджетов (межбюджетные трансферты) и поступления от организаций и граждан (кроме налоговых и неналоговых поступлений).

Для увеличения консолидированного бюджета Краснодарского края в целях повышения качества налоговых и неналоговых доходов реализуются следующие меры: увеличение собираемости платежей в консолидированный бюджет, сокращение задолженности по налоговым платежам и иным сборам, совершенствование системы управления Краснодарского края. За два года доходы бюджета Краснодарского края увеличились на 55 795,9 млн руб. (см. табл.2), что на 23,6% по сравнению с 2017 г. Исходя из этого, налоговые и неналоговые поступления увеличились на 51 214,4 млн руб., т. е. на 26,71%, а безвозмездные поступления – на 4 581,5 млн руб. (10,42%).

Табл. 2.

Анализ доходов бюджета Краснодарского края за 2017-2019 гг., млн. руб. [6]

	2017	2018	2019	Абсолютное отклонение 2019 г. к 2017 г.	Темп роста 2019 г. к 2017 г.
Доходы всего	235 694,30	250 925,15	291 490,20	55 795,9	123,67
Налоговые и неналоговые доходы	191 746,23	210 388,23	242 960,60	51 214,4	126,71

Безвозмездные поступления	43 948,07	40 536,92	48 529,60	4 581,5	110,42
---------------------------	-----------	-----------	-----------	---------	--------

Анализируя доходы консолидированного и краевого бюджетов Краснодарского края, можно увидеть, что доходы, зачисляемые в краевой бюджет, занимают более 40% от доходов консолидированного бюджета Краснодарского края за анализируемый период (см. *рис.4*).

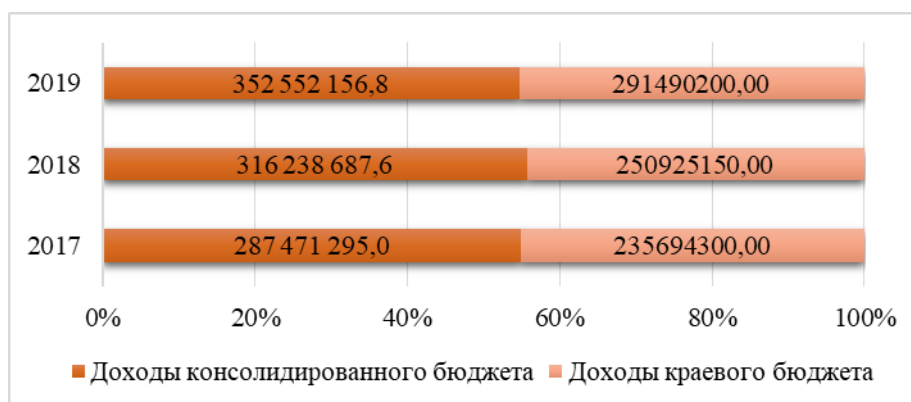


Рис.4. Доходы консолидированного и краевого бюджетов Краснодарского края

Темп роста показателей структуры доходов бюджета является положительным (см. *табл.3*). Большую часть налоговых поступлений занимают такие налоги, как НДФЛ и налог на прибыль организаций.

Табл. 3.

Анализ доходов бюджета Краснодарского края

	2017	2018	2019	Абсолютное отклонение 2019 г. к 2017 г.	Темп роста 2019 г. к 2017 г.
Доходы бюджета - Всего	235694,30	250925,15	291490,20	55795,90	123,7
Налоговые и неналоговые доходы	191746,23	210388,23	242960,60	51214,37	126,7
Налоговые доходы	185879,61	204055,12	236241,14	50361,53	127,1
Налог на прибыль организаций	49310,58	56 230,87	66389,27	17078,69	134,6
Налог на доходы физических лиц	58578,86	58521,89	76607,43	18028,57	130,8
Акцизы	22974,40	23002,81	28076,81	5102,41	122,2
Налог на имущество организаций	32754,22	41131,65	38466,76	5712,54	117,4
Транспортный налог	6355,77	6626,04	7470,14	1114,37	117,5
Прочие налоговые доходы	15905,78	18541,85	19230,73	3324,95	120,9
Неналоговые доходы	5866,63	6333,11	6719,46	852,83	114,5
Безвозмездные поступления	43948,07	40536,92	48529,60	4581,53	110,4

Собрав и проанализировав все необходимые данные, касающиеся доходов бюджета, можно рассчитать налоговый потенциал Краснодарского края. В табл. 4 приводится расчет данного потенциала за 2017-2019 гг.

Табл. 4.

Оценка налогового потенциала Краснодарского края по данным статистической отчетности за 2017-2019 гг.

	2017	2018	2019
Налоговые поступления	320 423 063	243 552 292	357 744 100
Задолженность по налогам и сборам	32 235 135	33 690 745	27 260 500
Сумма налоговых льгот	34859500	24488300	27820400
Налоговый потенциал	315 860 563	234 349 847	358 304 000

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод о том, что в Краснодарском крае налоговый потенциал используется в максимальном объеме.

При анализе налогового потенциала фактическим методом можно выделить такую особенность, как увеличение суммы льгот, предоставляемых властями по региональным и местным налогам, которые препятствуют наиболее полной реализации налогового потенциала. Однако при этом, создается потенциал для дальнейшего развития налогооблагаемой базы по ключевым налогам.

Заключение. Таким образом, большое пространство территории России имеет особенное значение, вертикаль власти выстраивалась на протяжении долгого времени и считается некой нормой, от которой довольно трудно уйти. Многообразие в стране видно невооруженным глазом, согласование интересов центра и регионов является тяжелой историей, в таких условиях очень трудно

управлять. Различные финансовые возможности регионов в реализации социально-экономической политики требуют разработки налоговой политики, которая учитывала бы данную особенность. Относительно бюджета Краснодарского края, необходимо выделить улучшение его состояния за исследуемый период. Бюджетная и налоговая политика края представляет собой стройную систему, которая позволяет эффективно выполнять социальные задачи, стоящие перед регионом, используя современные инструменты формирования бюджета, а также взаимодействия с обществом.

Библиография

1. Арлашкин И. Ю. Региональные бюджеты в 2019 г. // Регионы. – 2020. – №4. – С. 93-97
2. Кесян Г.В., Кесян З.А. Налоговый потенциал регионов России в системе межбюджетных отношений (на примере Краснодарского края) // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Том 9, № 11А. – С. 124-130.
3. Мониторинг финансового положения и качества управления финансами субъектов Российской Федерации и муниципальных образований – [Электронный ресурс] – https://minfin.gov.ru/ru/performance/regions/monitoring_results/monitoring_finance
4. Объем и структура государственного долга субъектов Российской Федерации и долга муниципальных образований – [Электронный документ] – https://minfin.gov.ru/ru/performance/public_debt/subdbt/
5. Отчет по форме № 1-НМ // Официальный сайт ФНС Российской Федерации. – [Электронный документ] – https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/8824368/ (дата обращения 13.11.2020)

6. Открытый бюджет Краснодарского края (электронный ресурс). – [Электронный документ] – <https://openbudget23region.ru/analitika/ispolnenie-byudzheta/dokhody/dokhody-byudzheta>

7. Пансков В. Г. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для прикладного бакалавриата. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 436 с.

8. Трусова Н.С. Региональные особенности налоговой политики // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2014. – № 1. – С.15. – [Электронный документ] – <http://ekonomika.snauka.ru/2014/01/3634> (дата обращения: 10.09.2020)

9. Прогнозирование и планирование в налогообложении: учеб. пособие / под ред. Л.И. Гончаренко, О.В. Мандрощенко. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2019. – С. 208.

10. Чельшева Э.А. Пути повышения эффективности региональной бюджетно-налоговой политики // Теоретические и практические аспекты трансформации налоговой системы России. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018. – С. 123-130.

11. Экономическая политика. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Под ред. А.Н. Лякина. – М.: Юрайт, 2018. – 432 с.

12. Эффективность экономики России – [Электронный ресурс] – <https://rosstat.gov.ru/folder/11186?print=1>

References

- Arlashkin I. Yu. (2020) Regional budgets in 2019 // Regions. – No. 4. – Pp. 93-97
- Kesyan G. V., Kesyan Z. A. (2019) Tax potential of Russian regions in the system of inter-budgetary relations (on the example of the Krasnodar Territory) // Economy: yesterday, today, tomorrow. – Vol. 9, No. 11A. – Pp. 124-130
- Monitoring of the financial situation and quality of financial management of the subjects of the Russian Federation and municipalities – [Electronic resource] – https://minfin.gov.ru/ru/performance/regions/monitoring_results/monitoring_finance
- The volume and structure of the state debt of the subjects of the Russian Federation and the debt of municipalities – [Electronic document] – https://minfin.gov.ru/ru/performance/public_debt/subdbt/
- Report on form No. 1-NM / / Official website of the Federal Tax Service of the Russian Federation. – [Electronic document] – https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/8824368/ (accessed 13.11.2020)
- Open budget of the Krasnodar Territory (electronic resource). – [Electronic document] – <https://openbudget23region.ru/analitika/ispolnenie-byudzheta/dokhody/dokhody-byudzheta>
- Panskov V. G. (2018) Taxes and taxation : textbook and practical course for applied bachelor's degree. – 6th ed. – Moscow: Yurayt Publishing House.
8. Trusova N. S. (2014) Regional features of tax policy // Economics and management of innovative technologies. – No. 1. – Pp. 15 – [Electronic document] – <http://ekonomika.snauka.ru/2014/01/3634> (accessed: 10.09.2020)
9. Forecasting and planning in taxation: studies. manual (2019) / Ed. by L. I. Goncharenko, O. V. Mandroshchenko. - Moscow: Magister: INFRA-M.
10. Chelysheva E. A. (2018) Ways to improve the efficiency of regional budget and

- tax policy // Theoretical and practical aspects of the transformation of the Russian tax system. Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference. – Rostov-on-Don: Publishing and Printing Complex of the Russian State University of Economics (RINH). – Pp. 123-130.
11. Economic policy. Textbook and workshop for Bachelor's and Master's degree programs (2018) / Ed. by A. N. Lyakin. – Moscow: Yurayt.
12. Efficiency of the Russian economy – [Electronic resource] – <https://rosstat.gov.ru/folder/11186?print=1>

Кошкин Андрей Вячеславович, *студент бакалавриата,
факультет политологии,
СПбГУ*
Koshkin_9300@mail.ru

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РОССИЙСКОГО ФЕДЕРАЛИЗМА: МЕЖБЮДЖЕТНЫЕ ТРАНСФЕРТЫ ВО ВРЕМЯ НАЧАЛА ПАНДЕМИИ COVID-19

Аннотация

В данной статье автор предпринимает попытку проанализировать экономическую несамостоятельность региональных и муниципальных бюджетов, вызванную распределением налоговых отчислений в пользу федерального центра. Вопрос встает об искусственной зависимости местных представителей власти от решений федеральных органов касательно дотаций, субсидий и субвенций. Тем интереснее проанализировать действия федерального центра в роли большого перераспределителя средств между регионами в условиях начала пандемии COVID-19 и достаточно непростой ситуации, сложившейся в недавно оптимизированном отечественном здравоохранении. В результате исследования выявлена политико-административная дестабилизация, вызванная несоразмерной ответственностью в рамках возможностей, которые дают федеральные межбюджетные трансферты посредством перераспределения через руки губернатора или любого другого руководителя региона.

Ключевые слова: Межбюджетные трансферты, федерализм, субсидия, дотация.

RePEc: E62

УДК: 332.02, 336.22

Koshkin Andrey V., *undergraduate student,
Faculty of political science,
St. Petersburg State University*
Koshkin_9300@mail.ru

THE ECONOMIC ASPECT OF RUSSIAN FEDERALISM: INTER-BUDGET TRANSFERS AT THE BEGINNING OF THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract

In this article, the author attempts to analyze the economic insolvency of independence of regional and municipal budgets caused by the distribution of tax deductions in favor of the federal center. The question arises about the artificial dependence of local authorities on the decisions of federal authorities regarding grants, subsidies and subventions. It is all the more interesting to analyze the actions of the federal center in the role of a large redistributor of funds between regions in the context of the onset of the COVID-19 pandemic and the rather difficult situation that has developed in the recently optimized domestic healthcare. The study revealed political and administrative destabilization caused by excessive

Keywords: Interbudgetary transfers, federalism, subsidy, subvention

RePEc: E62

УДК: 332.02, 336.22

УДК: 332.02, 336.22

Кошкин Андрей Вячеславович, *студент бакалавриата,
факультет политологии,
СПбГУ*
Koshkin_9300@mail.ru

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ РОССИЙСКОГО ФЕДЕРАЛИЗМА: МЕЖБЮДЖЕТНЫЕ ТРАНСФЕРТЫ ВО ВРЕМЯ НАЧАЛА ПАНДЕМИИ COVID-19

Koshkin Andrey V., *undergraduate student,
Faculty of political science,
St. Petersburg State University*
Koshkin_9300@mail.ru

THE ECONOMIC ASPECT OF RUSSIAN FEDERALISM: INTER-BUDGET TRANSFERS AT THE BEGINNING OF THE COVID-19 PANDEMIC

Известно, что одну из важнейших функций в рамках реализации российской модели федерализма осуществляет налоговый кодекс РФ. А именно – централизующую. Экономическая несамостоятельность региональных и муниципальных бюджетов, вызванная распределением налоговых отчислений в пользу федерального центра, создаёт искусственную зависимость местных представителей власти от решений федеральных органов касательно дотаций, субсидий и субвенций. И исследователи отмечают растущую роль дотаций в региональных бюджетах [9].

Это обуславливает *существование некоторых неофициальных экономически детерминированных рычагов политического давления*, которыми пользуются представители федеральной власти по отношению к региональной. [6; 8] Основными акторами этого давления зачастую

рассматриваются представители Администрации президента и постоянные представители президента в федеральных округах, как наименее прописанные в российском законодательстве политические институты, а значит наименее им ограниченные. Более того, по итогам исследований К.И. Грасмика о факторах распределения межбюджетных трансфертов подтвердилась гипотеза о том, что о федеральные чиновники, по сути, опираются на узкий набор стандартных макроэкономических показателей о социально-экономическом развитии региона при распределении трансфертов. Однако, с одной стороны, большую долю инвестиционных трансфертов в абсолютном выражении получают крупные, развитые в промышленном, сельскохозяйственном, исследовательском плане регионы, как Краснодарский край, Ростовская, Челябинская, Свердловская, Новосибирская, Омская, Томская области. С другой стороны, доля десяти ведущих регионов-лидеров остается на протяжении лет наблюдения довольно стабильной, однако их состав изменчив. Иначе говоря, объем выделяемых им средств очень волатилен [7, с. 144].

Важно, что в такой системе налоговой политики есть *три формальных принципа условного бюджетного реверса*. Дотации (направленные на выравнивание бюджетов регионов), субсидии (под конкретные проекты на условиях софинансирования с региональным бюджетом) и субвенции (как компенсация региональным и муниципальным бюджетам за исполнение федеральных социальных гарантий перед гражданами на территории этих политических образований). [10] Наряду с этим существует строчка "иных" межбюджетных трансфертов.

Удивляться что подавляющее число субъектов РФ являются дотационным не стоит. В контексте того, что большая часть налогов попадает не в региональные или муниципальные бюджеты, а в федеральный, стоит скорее удивиться, что в России существуют регионы-доноры помимо Москвы и Санкт-Петербурга.

Впрочем, в руках федерального центра есть ещё один экономический рычаг политического давления на местные бюджеты. Место регистрации крупных государственных корпораций (а соответственно и их налоговая ответственность перед тем или иным региональным бюджетом) определяется именно представителями федеральной власти. Учитывая, что данная статья, как можно судить по названию, обещала сосредоточиться на межбюджетных трансфертах, ограничимся лишь обозначением примера смены места налоговой резидентуры Газпрома из Омска в Санкт-Петербург. Ряд экспертов связывает это именно с политическими мотивами по итогам неудачного для Омской региональной власти результата на федеральных выборах.

Для того чтобы отмахнуться от потенциальных обвинений в оправдании сепаратизма, да и просто ради того, чтобы оставаться в рамках анализа, стремящегося к объективности, необходимо заметить некоторые существующие политические аспекты, которые в определенной ситуации могут говорить об оправданности подобных мер по искусственному и намеренному созданию политической и экономической несамостоятельности региональных и муниципальных властей. Помимо очевидного сдерживания центробежных сил федерации – это концентрация ресурсов для реализации крупных проектов федерального масштаба. Вместе с этим можно утверждать, что в ряде случаев выравнивание доходов региональных бюджетов посредством федерального перераспределения необходимо. [5]

В этих условиях федеральный центр становится гарантом обеспечения всех граждан федерации минимальным социальным пакетом здравоохранения, образования, правопорядка и так далее. Принимая на себя функцию перераспределителя, федеральный центр так или иначе принимает на себя ответственность за возможность всех региональных бюджетов обеспечивать минимальные социальные потребности жителей всех регионов федерации.

Тем интереснее **проанализировать** действия федерального центра в роли

большого перераспределителя средств между регионами в условиях начала пандемии COVID-19 и достаточно непростой ситуации, сложившейся в недавно оптимизированном отечественном здравоохранении. Ситуация усугублялась «под воздействием целого ряда неверных (или несвоевременных) управленческих решений, принятых в связи с распространением пандемии коронавируса (например, введение карантинных мероприятий без учета ситуации в регионах)». [4, с. 73] Целый ряд публикаций политических деятелей открыто и жестко критиковали президента как основного актора федеральной власти за отказ вводить режим ЧС в соответствии с ФЗ «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера». Был введен лишь режим «повышенной готовности», который не предусматривает законного ограничения прав граждан на свободу передвижения и не предоставляет главам регионов права вводить такие ограничения, равно как и не обязывает федеральную власть привлекать средства, к примеру, из фонда Национального благосостояния для урегулирования кризисной ситуации. Вместо этого ответственность за борьбу с пандемией и значительной частью её последствий была переложена на региональные власти, которые заведомо не располагают необходимыми для этого ресурсами.

После такого хода федеральной власти можно было наблюдать, как в короткие сроки губернаторы и главы региональных департаментов здравоохранения начали уходить в отставку. «Это произошло в Архангельской, Белгородской, Ульяновской, Омской, Амурской, Астраханской, Нижегородской, Владимирской, Самарской, Тверской, Калужской, Саратовской, Тверской, Калужской областях, Республике Коми, Ставропольском и Забайкальском крае и Ненецком автономном округе. Дополнительно летом ушли в отставку главы минздравов Томской Свердловской Сахалинской областей, Республики Хакасия, Ингушетии и Хабаровского края». [11]

Однако совершенно ошибочно говорить о том, что федерация

самоустранилась от решения проблем после того как в разных регионах с разной степенью успешности попыталась переложить ответственность на региональную власть. И главным аргументом здесь может служить объем межбюджетным трансфертов из федерального бюджета.

Так, в соответствии с Федеральным законом от 5 декабря 2017 года N 362-ФЗ «О федеральном бюджете на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов» [1]: всего межбюджетных трансфертов на 2020 год планировалось на 2 153,9 млрд. рублей. Из них дотаций 875,1 млрд. рублей, субсидий 626,5 млрд. рублей, субвенций 388,7 млрд. рублей и иных МБТ на 263, 6 млрд. рублей.

Но по данным государственного сайта единого портала бюджета Российской Федерации на 30.11.2020 объем МБТ за 2020 составил уже 3 555,1 млрд. рублей [14]. Из них дотаций 1 292,6 млрд. рублей, субсидий 948,8 млрд. рублей, субвенций 617,7 млрд. рублей и иных МБТ на 695,7 млрд. рублей. При этом, по данным той же таблицы, в 2019 году общий объем МБТ за 2020 год планировался в рамках 1 578,8 млрд. рублей.

Как можно видеть, рост расходов федерального бюджета на межбюджетные трансферты уже в ноябре превысил запланированные в 2019 году показатели на почти полтора триллиона рублей. Так, например, на условиях софинансирования осуществлялись стимулирующие выплаты за особые условия труда и повышенную нагрузку работникам социальной сферы, контактирующими с людьми, зараженными коронавирусной инфекцией. Это регулировалось специальным постановлением Правительства РФ [2]. Иным примером непредусмотренных в плане ФЗ «межбюджетных трансфертов может послужить соглашение о предоставлении МБТ из федерального бюджета бюджету Санкт-Петербурга в целях софинансирования, в том числе в полном объеме, расходных обязательств субъекта федерации, возникших при приобретении аппаратов для искусственной вентиляции легких» [13]. При этом отмечается, что данный МБТ относится к графе «Иные».

Очевидно, что в данной ситуации некорректно говорить о губернаторах, как о пострадавших от свалившейся из федерального центра новой ответственности. Наоборот, став операторами значительных сумм непредусмотренных в распределенном местной законодательной властью региональном бюджете, они приобрели новые связанные с этим возможности. Потеря ряда четырех губернаторов своих мест выглядит скорее, как меры предосторожности федеральной власти по отношению к тем губернаторам, которым распределение таких средств она доверить не готова. Примером того, как губернатор пристально следит за предоставлением МБТ и его условиями может служить Постановление Правительства Санкт-Петербурга «Об одобрении проекта соглашения о предоставлении иного МБТ, имеющего целевое назначение, из федерального бюджета бюджету субъекта РФ» за подписью губернатора А.Д. Беглова [3]. Речь идет о сумме в 635 млн. рублей.

Любопытно, что в данном документе, равно как и в подавляющем большинстве аналогичных содержится пункт: «Установить, что уполномоченным исполнительным органом государственной власти Санкт-Петербурга на реализацию Соглашения, за исключением его подписания, является Комитет по здравоохранению». Это позволяет сделать **некоторые предположения о причинах обозначенных массовых отставок глав региональных минздравов**. В отличие от губернаторов, их ушли десятки. В условиях, когда главным региональным оператором пришедших из федерального бюджета средств является губернатор, окно возможностей глав региональных минздравов расширяется совершенно незначительно, в то время, как круг ответственности растет просто колоссально. Ежедневно в регионах заражались и умирали люди. В ряде регионов поднимался вопрос о дефиците лекарственных препаратов, причем настолько остро, что председателю Совета Федерации пришлось давать специальные комментарии по этому поводу [12]. В такой ситуации добровольная и заблаговременная отставка действительно

может выглядеть как логичный и разумный способ самосохранения от уголовного преследования.

Заключение. В условиях резкого падения доходов региональных бюджетов и усиленной нагрузкой на сектор социального страхования, вызванными пандемией COVID-19, роль межбюджетных трансфертов, как с экономической, так и с политической точки зрения, несравнимо возросла. Сама общая сумма МБТ в 2020 году составила на 65% больше запланированной на этот год в 2018 году (3555,1 млрд. по отношению к 2153,9 млрд. рублей). Учитывая, что их роль и до 2020 года была крайне высока, назвать эту тенденцию положительной никак нельзя. Несамостоятельность региональных бюджетов и растущая вынужденная зависимость от федерального центра являет собой угрозу принципам федерализма РФ и создает дополнительную угрозу распространения коррупции. На основании всего вышеизложенного в настоящей статье представляется разумным говорить о том, что негативные стороны избранной федеральной налогово-бюджетной политики только усилились пандемией COVID-19 и стоит обратить пристальное внимание к восстановлению экономической самостоятельности региональных бюджетов, хотя бы на уровень до пандемии.

При этом традиционный характер МБТ в условиях пандемии и чрезвычайной ответственности глав региональных минздравов за обстановку в регионах, привела к массовым отставкам руководителей обозначенных департаментов. Такая политико-административная дестабилизация вызвана несоразмерной ответственностью в рамках возможностей, даваемых федеральными МБТ посредством перераспределения через руки губернатора или любого другого руководителя региона. Первостепенно важно учитывать это при продолжении такой компенсаторной политики МБТ, равно как и хотя бы предпринять попытку рассмотреть возможность перераспределить соотношение налоговых поступлений между местными, региональными и федеральным

бюджетами.

Библиография

1. Федеральный закон от 5 декабря 2017 года N 362-ФЗ «О федеральном бюджете на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов» – [Электронный документ] – http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_284360/#dst0
2. Постановление Правительства РФ от 15 мая 2020 года N 681. – [Электронный документ] – <http://docs.cntd.ru/document/564909182>
3. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 27.04.2020. №244 Сайт Правительства Санкт-Петербурга – [Электронный документ] – https://www.gov.spb.ru/static/writable/ckeditor/uploads/2020/04/28/59/244_%D0%A1%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%BD%D0%B0_635_%D0%BC%D0%BB%D0%BD.pdf
4. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – №. 2. – С. 73-77.
5. Асадулаев А.Б. Социально-экономическая безопасность России. Учебное пособие – СПб.: КультИнформПресс, 2020. – 132 с.
6. Волкова А.В. Государственное управление: политико-аксиологический подход. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2014. – 222 с.
7. Грасмик К. И. Факторы распределения межбюджетных трансфертов // Вестник ОмГУ. – 2014. – №2. – С. 141-145.
8. Игнатова А.М. Оценка эффективности органов власти и государственных служащих // Маркетинг МВА. Маркетинговое управление предприятием. – 2017. – Т. 8, №3. – С. 94-114.

9. Ондар Д.С., Сагайдачная Н.К. Межбюджетные трансферты регионам: состояние и перспективы // Universum: экономика и юриспруденция. – 2016. – №11. – С. 4-8.
10. Экономическая политика. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Под ред. А.Н. Лякина. – М.: Юрайт, 2018. – 432 с.
11. В каких регионах сменились главы минздравов во время пандемии. Коммерсант. – [Электронный документ] – <https://www.kommersant.ru/doc/4585775>
12. Матвиенко: оснований для дефицита лекарств нет (2020) // Коммерсант – [Электронный ресурс] – <https://www.kommersant.ru/doc/4575783>
13. Соглашение о предоставлении МБТ бюджету Санкт-Петербурга (2020) // Комитет по здравоохранению Правительства Санкт-Петербурга. Официальный сайт – [Электронный документ] – http://zdrav.spb.ru/media/filebrowser/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%B8%D0%B2%D0%BB_056-17-2020-547_20.03.2020.pdf
14. Таблица межбюджетных трансфертов на 2020 год – [Электронный ресурс] – http://budget.gov.ru/epbs/faces/p/%D0%91%D1%8E%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%82/%D0%A0%D0%B0%D1%81%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8B/%D0%9C%D0%B5%D0%B6%D0%B1%D1%8E%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D1%82%D1%8B?_adf.ctrl-state=b2uk9xuxu_4®ionId=40

References

Federal Law No. 362-FZ of December 5, 2017 "On the Federal Budget for 2018 and for the planning period of 2019 and 2020" – [Electronic document] – http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_284360/#dst0

Resolution of the Government of the Russian Federation of May 15, 2020 N 681. –
[Electronic document] – <http://docs.cntd.ru/document/564909182>

Resolution of the Government of St. Petersburg of 27.04.2020. No. 244 Website of the
Government of St. Petersburg – [Electronic document] –
https://www.gov.spb.ru/static/writable/ckeditor/uploads/2020/04/28/59/244_%D0%A1%D0%BE%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%BD%D0%B0_635_%D0%BC%D0%BB%D0%BD.pdf

Aliaskarova Zh.A., Asadulaev A.B., Pashkus V. Yu. (2020) Industrial policy:
conceptualization and modernization in the conditions of the crisis. – No. 2. –
Pp. 73-77.

Asadulaev A. B. (2020) Socio-economic security of Russia. Textbook. – St.
Petersburg: Kultinformpress.

Volkova A.V. (2014) State management: a political and axiological approach. – Saint-
Petersburg: Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and
Design.

Grasmik K. I. (2014) Factors of distribution of inter-budget transfers // Vestnik
OmSU. – No. 2. – Pp. 141-145.

Ignatova A.M. (2017) Evaluation of the effectiveness of government bodies and civil
servants // Marketing MBA. Marketing management of the enterprise. – Vol.
8, No. 3. – Pp. 94-114.

Ondar D. S., Sagaidachnaya N. K. (2016) Mezhhbyudzhetye transferty regionam:
sostoyanie i perspektivy [Inter-budget transfers to regions: state and
prospects]. – No. 11. – Pp. 4-8.

Economic policy. Textbook and workshop for Bachelor's and Master's degree
programs (2018) / Ed. By Alexandr Lyakin. – Moscow: Yurayt.

In which regions did the heads of the Ministry of Health change during the pandemic?
// The Merchant. – [Electronic document] –

<https://www.kommersant.ru/doc/4585775>

Matvienko: reason for the shortage of medicines no (2020) // Kommersant –
[Electronic resource] – <https://www.kommersant.ru/doc/4575783>

Agreement on the provision of MBT to the budget of St. Petersburg (2020) //
Committee on Healthcare of the Government of St. Petersburg. Official
Website – [Electronic Document] –
http://zdrav.spb.ru/media/filebrowser/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%B8%D0%B2%D0%BB_056-17-2020-547_20.03.2020.pdf

Table of inter-budget transfers for 2020 – [Electronic resource] –
http://budget.gov.ru/epbs/faces/p/%D0%91%D1%8E%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%82/%D0%A0%D0%B0%D1%81%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8B/%D0%9C%D0%B5%D0%B6%D0%B1%D1%8E%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D1%82%D1%8B?_adf.ctrl-state=b2uk9xuxu_4®ionId=40

Сидорчук Роман Роальдович, д.э.н.,
профессор кафедры маркетинга
ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова"
Sidorchuk.rr@rea.ru

НУЖНА ЛИ ЦЕЛОСТНАЯ КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ ИЛИ ТОЛЬКО ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ?

Аннотация

Теоретическая концептуальная статья, посвящённая вопросам развития положения маркетинга в новых условиях. В работе анализируется использование определения концепции в маркетинге. На этой основе проводится краткий анализ маркетинговых концепций второго уровня. В этой связи выделяются основные движущие силы новых маркетинговых концепций. Выделяется их связь с технологиями и ценностями потребителя, с одной стороны и роль ценностей потребителей в смене технологических циклов с другой. Указанные рассуждения проецируются на состояние интернет-среды, её преобразование в цифровую среду. Выделяются особенности взаимодействия потребителей в цифровой среде, требующие глубоко переосмысления, особенно в контексте развития экосистем, технологий виртуальной реальности и доли времени потребителя в процессе подключения к сети. В итоге делается вывод о необходимости отдельной концепции маркетинга в цифровой среде.

Ключевые слова: маркетинг, цифровая среда, Цифровая трансформация, концепция маркетинга, экосистема, цифровой маркетинг, ценности

RePEc: M31

УДК: 339.138

Sidorchuk Roman R., *Doctor of Economics, Ph.D.*,

Professor chair of marketing

Plekhanov Russian University of Economics

Sidorchuk.RR@rea.ru

DO YOU NEED A HOLISTIC MARKETING CONCEPT IN A DIGITAL ENVIRONMENT OR JUST A DIGITAL TRANSFORMATION?

Abstract

Theoretical conceptual article devoted to the development of the marketing situation in the new conditions. The paper analyzes the use of concept definitions in marketing. On this basis, a brief analysis of second-level marketing concepts is carried out. The main driving forces of new marketing concepts are highlighted. Their connection with technologies and consumer values is highlighted, on the one hand, and the role of consumer values in changing technological cycles, on the other. These considerations are projected onto the state of the Internet environment, its transformation into a digital environment. The features of consumer interaction in the digital environment are highlighted, which require deep rethinking, especially in the context of the development of ecosystems, virtual reality technologies and the share of the consumer's time in the process of connecting to the network. As a result, it is concluded that there is a need for a separate marketing concept in the digital environment.

Keywords: marketing, digital environment, marketing concept, Digital transformation, ecosystem, digital marketing, values

RePEc: M31

УДК: 339.138

УДК: 339.138

Сидорчук Роман Роальдович, д.э.н.,
профессор кафедры маркетинга
ФГБОУ ВО "РЭУ им. Г.В. Плеханова"
Sidorchuk.rr@rea.ru

НУЖНА ЛИ ЦЕЛОСТНАЯ КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ ИЛИ ТОЛЬКО ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ?

Sidorchuk Roman R., Doctor of Economics, Ph.D.,
Professor chair of marketing
Plekhanov Russian University of Economics
Sidorchuk.RR@rea.ru

DO YOU NEED A HOLISTIC MARKETING CONCEPT IN A DIGITAL ENVIRONMENT OR JUST A DIGITAL TRANSFORMATION?

Предпосылкой, послужившей триггером для написания данной статьи, послужила публикация, прочитанная в процессе подготовки к разработке учебных планов и программ по ФГОС +++ для магистров. Это работа Клиффа Умбса «Digital Marketing: The Time for a New “Academic Major” Has Arrived»¹. Несмотря на то, что статья была написана в 2011 году, она не потеряла своей актуальности и сейчас. Клифф Умбс пишет «чтобы оставаться актуальной для наших студентов и конечных потребителей нашей продукции, предприятий, учебная программа по маркетингу должна развиваться как совместно с изменяющейся технологической средой, так и с тем, как маркетинг воспринимается создателями академических программ». И далее «... в этой статье описывается необходимость фундаментальных изменений в обучении маркетингу в сегодняшней среде» и «... обсуждается в контексте конкретных проблем, связанных с новой эпохой маркетинга».

Несомненно, что за прошедшие с момента написания статьи 10 лет указанная «необходимость фундаментальных изменений в обучении маркетингу» только усилилась. Но в этом контексте остаётся вопрос - какого это рода «эпохальные изменения», меняется ли только набор инструментов и стратегий маркетинга или происходящие изменения требуют более глубокого осмысления ключевых идей и взглядов на маркетинг.

¹ Wymbs C. Digital marketing: The time for a new “academic major” has arrived //Journal of Marketing Education. – 2011. – Т. 33. – №. 1. – С. 93-106.

В научной литературе, посвящённой вопросам маркетинга для системы основных теоретических положений и обобщений, идей, взглядов на маркетинг и подходов к практической реализации обычно используют понятие концепция. В этом смысле «концепция (от лат. *conception* (понимание, система), определ. способ понимания, трактовки к. л. предмета, явления, процесса, основная т.зр. на предмет или явление, руководящая идея для их систематич. освещения.)»¹ В литературе существует различное отношение к вопросам систематизации основных идей, взглядов на теоретические положения в маркетинге. Начиная от рассмотренного в статье Стефана Брауна обзора обсуждения, что такое маркетинг - наука или искусство² до книги классика российского маркетинга проф. Е.П. Голубкова,³ где он относит маркетинг к категории «нечётких понятий», не считая, что маркетинг относится к наукам. В то же время, в своей монографии проф. Е.П. Голубков отмечает, что применительно к маркетингу существует два уровня понятия «концепция». С одной стороны, маркетинг в целом часто рассматривают как концепции рыночного управления (и в этом случае обычно относят к научной сфере менеджмента). С другой стороны, концепции маркетинга характеризуют определенные состояния развития маркетинговой мысли, которая имеет определенный теоретико-методологический смысл. Таким образом, мы остановимся на рассмотрении понятия «концепции маркетинга» через определенную философию, систему идей и взглядов на маркетинг, как идеологию и методологию организации маркетинговой деятельности.⁴

Ключевые аспекты этой эволюции рассмотрел проф. Ф. Котлер с

¹ Философский энциклопедический словарь [Текст] / гл. ред. Л. Ф. Ильичев и др. - Москва : Сов. энциклопедия, 1983. - 839 с.

² Stephen Brown (1996) Art or science?: Fifty years of marketing debate , Journal of Marketing Management, 12:4, 243-267, DOI: 10.1080/0267257X.1996.9964413

³ Голубков Е. П.. Теория и методология маркетинга: настоящее и будущее - Москва : Дело и сервис, 2008. - 207 с.

⁴ Голубков Е.П. Маркетинг словарь терминов. – М.: Дело и сервис, 2012. –С.-68-69.

соавторами в книге «Маркетинг 3.0». (рис.1)¹

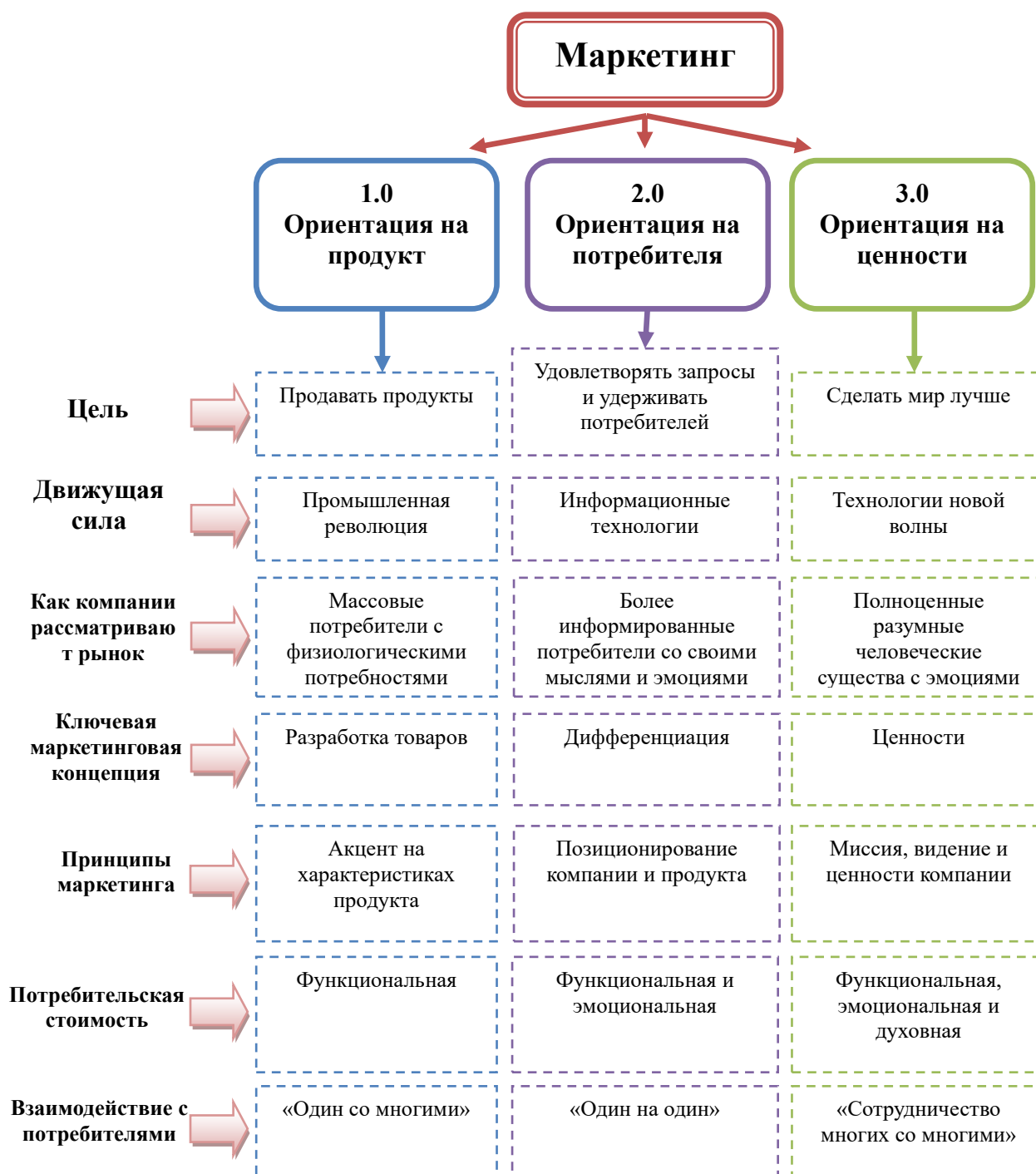


Рисунок-1 - Трансформация маркетинговых концепций

Источник: Подготовлено автором на основе Котлер Ф., Картаджая Х., Сетиаван А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее к человеческой душе/ пер. с англ. – М: Эксмо, 2011. – 240 с.

¹ Котлер Ф., Картаджая Х., Сетиаван А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее к человеческой душе/ пер. с англ. – М: Эксмо, 2011. – 240 с.

Как следует из визуального анализа представленного рисунка 1 движущей силой, влияющей на смену концепций маркетинга Котлер рассматривает технологии. Это соотносится как с теорией «длинных волн» Н.Д. Кондратьева, так и с подходом академика Глазьева¹ рассматривающего «технологические циклы». Наш подход к данному вопросу нашёл отражение в докладе «Длинные волны Н.Д. Кондратьева (к-волны): маркетинговый аспект»² на конференции Кондратьевские чтения. Мы связываем циклические изменения волнового характера со сменой поколений. Смена поколений сопровождается таким явлением, как изменение «стиля жизни», что в свою очередь обуславливает изменение характера и структуры потребления. В дальнейшем мы определили эти изменение «стиля жизни» через смену структуры ценностей^{3,4}. С другой стороны, нельзя не согласиться с тем, что и технологии вносят изменения в «ценности потребителя». (рисунок 2)

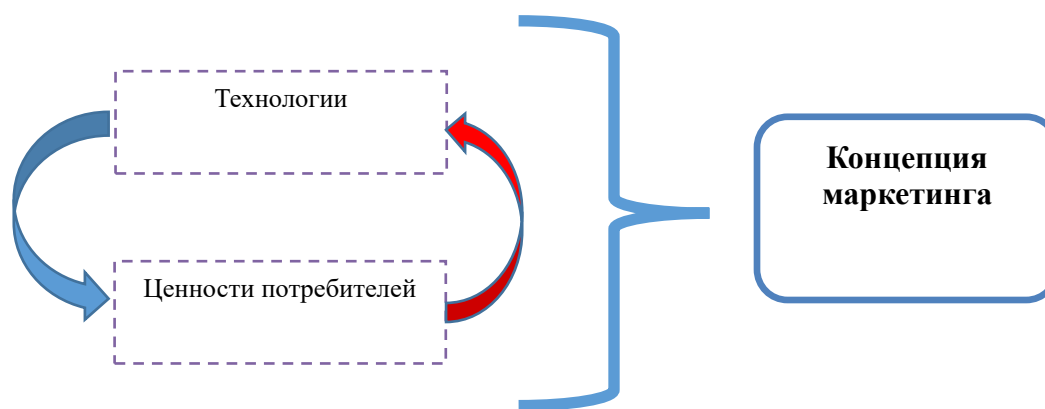


Рисунок 2 -Движущая сила смены концепции маркетинга

¹ Глазьев С.Ю. Современная теория длинных волн в развитии экономики <https://glazev.ru/articles/6-jekonomika/54548-sovremennaja-teorija-dlinnykh-voln-v-razvitiijekonomiki> Дата просмотра: 15.03.2021г.

² Сидорчук Р. Р. Длинные волны Н.Д. Кондратьева (к-волны): маркетинговый аспект //XXIII Кондратьевские чтения: Тупики глобальной экономики, поиск новой научной парадигмы. – 2015. – С. 245-247.

³ Sidorchuk, R., Meshkov, A., Musatov, B., Skorobogatykh, I., Efimova, D. (2018) Indication of the influence of motivational significance of values underlying young consumers' preferences for basic consumer products, 2018, Journal of Applied Economic Sciences. - 13(1). - pp. 150-163

⁴ Sidorchuk R. The Concept of "Value" in the Theory of Marketing//Asian Social Science. – 2015. – Т. 11. – №. 9. – С. 320.-325

Таким образом, появление цифровых технологий является предпосылкой к появлению новой концепции маркетинга. В то же время, в книге «Маркетинг 4.0» авторы не смогли дать развёрнутую и целостную концепцию цифрового маркетинга, больше остановившись на вопросах технологии продвижения. В то же время, в книге нашли отражение вопросы состояния социальной инклюзивности (как гармонии различий). Социализации принятия личных решений о покупке, с введением понятия «связности» (использовано в русском переводе, возможно лучше использовать термин «подключенность») при принятии решений с другими членами комьюнити или информационными системами. Собственно, определение маркетинга 4.0 звучит в книге так «маркетинг 4.0 представляет собой маркетинговый подход, который сочетает в себе онлайн- и офлайн- взаимодействие между компаниями и клиентами, совмещая стиль реальностью построения брендов, и в конечном итоге дополняет компьютерную связность человеческим фактором для укрепления взаимодействия с клиентами»¹. Котлер не придаёт преимущества той или иной среде - онлайн- и офлайн-. При таком взгляде на цифровую среду, мы можем остаться на базовых концепциях маркетинга 3.0 и модифицировать взаимодействия (трансформация маркетинга), как и описано в книге используя цифровые инструменты маркетинга. Но это в том случае, если происходит только модификация технологии (см. рис 2) основываясь на таком подходе *цифровой маркетинг* можно определить как «использование цифровых технологий для создания интегрированного, целевого и измеримого общения, которое помогает приобретать и удерживать клиентов при построении более глубоких отношений с ними»² и при этих условиях с выводами¹ Котлера и

¹ Котлер Филип, Картаджайя Хермаван, Сетиаван Айван, Маркетинг 4.0: разворот от традиционного к цифровому : технологии продвижения в интернете; перевод с английского М. Хорошиловой. - Москва : Бомбора, 2019. - 219с

² Smith, K. (2007, October 5). What is digital marketing? [Web log message]. Retrieved from <https://digitalmarketing101.blogspot.com/2007/10/what-is-digital->

соавторов можно согласится. В эпилоге книги авторы пишут, что ожидают конвергенцию традиционного и цифрового маркетинга, как «изменениям пути клиента в цифровой экономике». Указанные положения коррелируют и с мнением проф. Голубкова, который рассматривает онлайн маркетинг через классификационный признак «использование компьютерных сетей». ²

Таким образом можно представить данный подход на следующей упрощённой графической модели (рис. 3)

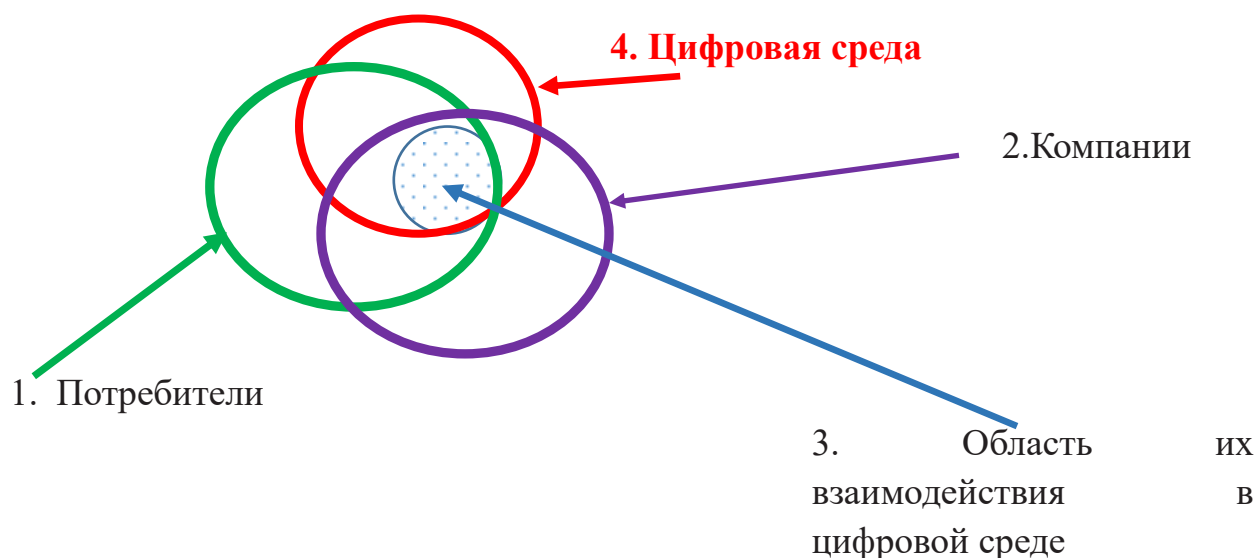


Рисунок 3 -Возможный вариант взаимодействия в цифровой среде

Часть цифровой среды связана другими взаимодействиями, но нас интересует именно доля взаимодействия потребителей с компаниями онлайн.

marketing.html (Дата обращения 15.03.2021)

¹ Котлер Филип, Картаджайя Хермаван, Сетиаван Айван, Маркетинг 4.0: разворот от традиционного к цифровому : технологии продвижения в интернете; перевод с английского М. Хорошиловой. - Москва : Бомбора, 2019. - 219с

² Голубков Е. П. Теория и методология маркетинга: настоящее и будущее - Москва: Дело и сервис, 2008. - 207 с.

Возвращаясь к работе Умбс¹ необходимо отметить, что он показал, ссылаясь на ряд исследовательских работ определенную трансформацию от понятия «интернет маркетинг» до «цифрового маркетинга» имеющего более широкое определение. И в этом смысле, размышления Умбса лежат в одной плоскости с предыдущими рассуждениями.

В тоже время, часть работ уже по-иному рассматривает данный вопрос. Авторы идут в своих рассуждениях дальше. Так Хоффман и Новак ² проводя исследования по коммуникациям в интернете приходят к выводу о фактически взаимодействии в особой среде. В своих последующих работах, авторы усилили свою аргументацию. ³ С другой стороны, публикуются работы, в которых анализируется феномен «потокowego сознания» пользователей интернета.⁴ Поток в этом смысле рассматривается как определённое состояние сознания человека, которое он иногда испытывает, когда глубоко вовлечён в приятную деятельность. Важный аспект, отмеченный в исследовании -нахождение пользователя в сети и «интернет сёрфинг» *без специальной цели*. Кроме того, в рамках «подключённой» респонденты отмечали снижение осведомлённости о несущественных факторах; искажённое чувство времени; слияние действия и осознания. В другой работе рассматривая эффект прокрастинации (откладывание даже важных действий) в Интернете ⁵ отмечают склонность потребителей использовать Интернет с целью избежать неприятных задач или

¹ Wymbs C. Digital marketing: The time for a new “academic major” has arrived //Journal of Marketing Education. – 2011. – Т. 33. – №. 1. – С. 93-106.

² Hoffman, Donna L., and Thomas P. Novak. "Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations." *Journal of Marketing* 60, no. 3 (1996): 50-68. Accessed March 20, 2021. doi: 10.2307/1251841.

³ HOFFMAN DONNA L., NOVAK THOMAS P. A New Marketing Paradigm for Electronic Commerce, *The Information Society: An International Journal*, 1997/-13:1/-pp. 43-54, DOI: 10.1080/019722497129278

⁴ Pace S. A grounded theory of the flow experiences of Web users //International journal of human-computer studies. – 2004. – Т. 60. – №. 3. – pp. 327-363.

⁵ Zanjani S. H. A., Milne G. R., Miller E. G. Procrastinators' online experience and purchase behavior //Journal of the academy of marketing science. – 2016. – Т. 44. – №. 5. – С. 568-585.

решения, что увеличивает их время нахождения в виртуальной реальности в интернете.

Все эти факторы не остаются без реакции бизнеса в офлайн среде. проявляют все больший интерес к применению технологий виртуальной реальности (VR), дополненная реальность (AR), и смешанная реальность (MR)¹.

Все выше сказанное дополняется ростом и как мы полагаем последующей конкуренцией глобальных «бизнес экосистем» (Аплл, Амазон, Фейсбук и т.п.), В работе проф. Розенберга,² оставляя за рамками данной статьи его во многом справедливые рассуждения о применимости биологической терминологии, приведены заявленные российскими компания направления своих усилий по созданию таких «Эко систем» как раз в цифровой среде. С учётом перспектив развития интернета вещей (IoT)³ доля взаимодействия в цифровой среде между покупателем и компанией примет доминирующий характер, что только усилит эффект «подключенности».

Состояние «подключённости» подтверждают и текущие исследования цифровой среды. По данным исследования DIGITAL 2020 «число людей во всем мире, использующих Интернет, выросло до 4,54 миллиарда, что на 7 процентов (298 миллионов новых пользователей) по сравнению с январём 2019 года. В январе 2020 года во всем мире насчитывалось 3,80 миллиарда пользователей социальных сетей, и это число увеличилось более чем на 9 процентов (321 миллион новых пользователей) с этого времени в прошлом году. В настоящее время во всем мире мобильными телефонами пользуются более 5,19 миллиарда человек, а количество пользователей выросло на 124 миллиона (2,4 процента) за

¹ Alcañiz M., Bigné E., Guixeres J. Virtual reality in marketing: a framework, review, and research agenda //Frontiers in psychology. – 2019. – Т. 10. – 1530 (pp.1-30).

² Розенберг Г. С. Бизнес-экосистемы: что стоит за словами и куда это ведёт? //Биосфера. – 2020. – Т. 12. – №. 4.- с. 161-167

³ Gasiorowski - Denis Elizabeth Как интернет вещей изменит нашу жизнь
<https://www.iso.org/ru/contents/news/2016/09/Ref2112.html> (дата обращения 20.03.2021)

последний год. Время, проведённое в сети, составило 6 часов 43 минуты каждый день».

Подводя итог нашим рассуждениям, полагаем, что цифровая среда — это отдельная среда обитания человека, которая во время дальнейшей цифровизации с одной стороны и созданием «экосистем» компаний с другой приведёт к необходимости полностью, концептуально изменить систему философии, идей и взглядов на маркетинг, как идеологию и методологию организации маркетинговой деятельности в новой среде. Таким образом мы считаем, что в маркетинге нужна новая целостная концепция для цифровой среды.

Библиография

Глазьев С.Ю. Современная теория длинных волн в развитии экономики
<https://glazev.ru/articles/6-jekonomika/54548-sovremennaja-teorija-dlinnykh-voln-v-razvitii-jekonomiki> Дата просмотра: 15.03.2021г.

Голубков Е.П. Маркетинг словарь терминов. – М.: Дело и сервис, 2012. –С.-68-69.

Голубков Е. П.. Теория и методология маркетинга: настоящее и будущее - Москва : Дело и сервис, 2008. - 207 с.

Котлер Филип, Картаджайя Хермаван, Сетиаван Айван, Маркетинг 4.0: разворот от традиционного к цифровому : технологии продвижения в интернете; перевод с английского М. Хорошиловой. - Москва : Бомбора, 2019. - 219с

Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван А. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее к человеческой душе/ пер. с англ. – М: Эксмо, 2011. – 240 с.

Сидорчук Р. Р. Длинные волны Н.Д. Кондратьева (к-волны): маркетинговый аспект //XXIII Кондратьевские чтения: Тупики глобальной экономики, поиск новой научной парадигмы. – 2015. – С. 245-247.

Философский энциклопедический словарь [Текст] / гл. ред. Л. Ф. Ильичев и др. - Москва : Сов. энциклопедия, 1983. - 839 с.

Alcañiz M., Bigné E., Guixeres J. Virtual reality in marketing: a framework, review, and research agenda //Frontiers in psychology. – 2019. – Т. 10. – 1530 (pp.1-30).

Hoffman, Donna L., and Thomas P. Novak. "Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations." *Journal of Marketing* 60, no. 3 (1996): 50-68. Accessed March 20, 2021. doi:10.2307/1251841.

Gasiorowski-Denis Elizabeth Как интернет вещей изменит нашу жизнь <https://www.iso.org/ru/contents/news/2016/09/Ref2112.html> (дата обращения 20.03.2021)

Hoffman donna l. , Novak Thomas P. A New Marketing Paradigm for Electronic Commerce, The Information Society: An International Journal,1997/-13:1/-pp. 43-54, DOI: 10.1080/019722497129278

Pace S. A grounded theory of the flow experiences of Web users //International journal of human-computer studies. – 2004. – Т. 60. – №. 3. – pp. 327-363.

Sidorchuk, R., Meshkov, A., Musatov, B., Skorobogatykh, I., Efimova, D. (2018) Indication of the influence of motivational significance of values underlying young consumers' preferences for basic consumer products, 2018, Journal of Applied Economic Sciences. -13(1). - pp. 150-163

Sidorchuk R. The Concept of" Value" in the Theory of Marketing //Asian Social Science. – 2015. – Т. 11. – №. 9. – С. 320.-325

Smith, K. (2007, October 5). What is digital marketing? [Web log message]. Retrieved from<https://digitalmarketing101.blogspot.com/2007/10/what-is-digital-marketing.html> (Дата обращения 15.03.2021)

Stephen Brown (1996) Art or science?: Fifty years of marketing debate , Journal of Marketing Management, 12:4, 243-267, DOI: 10.1080/0267257X.1996.9964413

Zanjani S. H. A., Milne G. R., Miller E. G. Procrastinators' online experience and purchase behavior //Journal of the academy of marketing science. – 2016. – T. 44. – №. 5. – С. 568-585.

Wymbs C. Digital marketing: The time for a new “academic major” has arrived //Journal of Marketing Education. – 2011. – T. 33. – №. 1. – С. 93-106.

References

Glaz'ev S.Ju. Sovremennaja teorija dlinnyh voln v razvitii jekonomiki <https://glazev.ru/articles/6-jekonomika/54548-sovremennaja-teorija-dlinnykh-voln-v-razvitii-jekonomiki> Data prosmotra: 15.03.2021g (in Russian)

Golubkov E.P. Marketing slovar' terminov. – M.: Delo i servis, 2012. –С.-68-69. (in Russian)

Golubkov E. P.. Teorija i metodologija marketinga: nastojashhee i budushhee - Moskva : Delo i servis, 2008. - 207 s. (in Russian)

Kotler Filip, Kartadzhajja Hermavan, Setiavan Ajvan, Marketing 4.0: razvorot ot tradicionnogo k cifrovomu : tehnologii prodvizhenija v internete; perevod s anglijskogo M. Horoshilovoj. - Moskva : Bombora, 2019. - 219s. (in Russian)

Kotler F., Kartadzhajja H., Setiavan A. Marketing 3.0: ot produktov k potrebiteljam i dalee k chelovecheskoj dushe/ per. s angl. – M: Jeksmo, 2011. – 240 s. (in Russian)

Sidorchuk R. R. Dlinnye volny N.D. Kondrat'eva (k-volny): marketingovyj aspekt //XXIII Kondrat'evskie chtenija: Tupiki global'noj jekonomiki, poisk novoj nauchnoj paradigmy. – 2015. – S. 245-247. (in Russian)

Filosofskij jenciklopedicheskij slovar' [Tekst] / gl. red. L. F. Il'ichev i dr. - Moskva : Sov. jenciklopedija, 1983. - 839 c. (in Russian)

Alcañiz M., Bigné E., Guixeres J. Virtual reality in marketing: a framework, review, and research agenda //Frontiers in psychology. – 2019. – Т. 10. – 1530 (pp.1-30).

Hoffman, Donna L., and Thomas P. Novak. "Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations." *Journal of Marketing* 60, no. 3 (1996): 50-68. Accessed March 20, 2021. doi:10.2307/1251841.

Gasiorowski-Denis Elizabeth Как интернет вещей изменит нашу жизнь <https://www.iso.org/ru/contents/news/2016/09/Ref2112.html> (дата обращения 20.03.2021)

Hoffman donna l. , Novak Thomas P. A New Marketing Paradigm for Electronic Commerce, The Information Society: An International Journal,1997/-13:1/-pp. 43-54, DOI: 10.1080/019722497129278

Pace S. A grounded theory of the flow experiences of Web users //International journal of human-computer studies. – 2004. – Т. 60. – №. 3. – pp. 327-363.

Sidorchuk, R., Meshkov, A., Musatov, B., Skorobogatykh, I., Efimova, D. (2018) Indication of the influence of motivational significance of values underlying young consumers' preferences for basic consumer products, 2018, Journal of Applied Economic Sciences. -13(1). - pp. 150-163

Sidorchuk R. The Concept of" Value" in the Theory of Marketing //Asian Social Science. – 2015. – Т. 11. – №. 9. – С. 320.-325

Smith, K. (2007, October 5). What is digital marketing? [Web log message]. Retrieved from<https://digitalmarketing101.blogspot.com/2007/10/what-is-digital-marketing.html> (Дата обращения 15.03.2021)

Stephen Brown (1996) Art or science?: Fifty years of marketing debate , Journal of Marketing Management, 12:4, 243-267, DOI: 10.1080/0267257X.1996.9964413

Zanjani S. H. A., Milne G. R., Miller E. G. Procrastinators' online experience and purchase behavior //Journal of the academy of marketing science. – 2016. – Т. 44. – №. 5. – С. 568-585.

Wymbs C. Digital marketing: The time for a new “academic major” has arrived
//Journal of Marketing Education. – 2011. – Т. 33. – №. 1. – С. 93-106.