

**ЭКОНОМИКА
И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ**

ISSN 2587-5981



**Периодическое издание
Выпуск № 8
Казань, 2024**

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ

**"ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ"**

Выпущено под редакцией
Научного объединения
«Вертикаль Знаний»



РОССИЯ, КАЗАНЬ

2024 год

Основное заглавие: Экономика и парадигма нового времени

Параллельное заглавие: Economics and the paradigm of the new time

Языки издания: русский (основной), английский (дополнительный)

Учредитель периодического издания и издатель: Научное объединение
«Вертикаль Знаний»

Место издания: г. Казань

Формат издания: электронный журнал в формате pdf

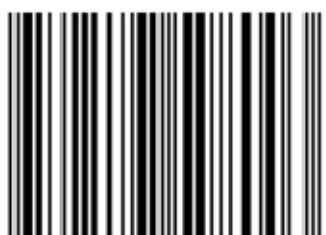
Периодичность выхода: 1 раз в месяц

ISSN: 2587-5981

Редколлегия выпуска:

1. Королук Елена Владиславовна – д-р экон. наук, доцент, Кубанский государственный университет, филиал в г. Тихорецке.
2. Мезенцева Екатерина Викторовна – канд. экон. наук, доцент, Кубанский государственный университет, филиал в г. Тихорецке.
3. Самигуллин Эльдар Валиевич – д-р экон. наук, профессор, Кыргызский экономический университет, г. Бишкек, Кыргызстан.
4. Гасило Елена Александровна – канд. экон. наук, доцент, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк.

ISSN 2587-5981



9 772587 598003 >

ВЫХОДНЫЕ ДАННЫЕ ВЫПУСКА:

Экономика и парадигма нового времени. – 2024. – № 8 (29).

Оглавление выпуска

**МЕЖДУНАРОДНОГО
РЕЦЕНЗИРУЕМОГО
НАУЧНОГО ЖУРНАЛА**

**«ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА
НОВОГО ВРЕМЕНИ»**

Выпуск № 8 / 2024

Стр. 5 Васильев П.В.

Управление медиакомпанией: как сделать предприятие доходным

Стр. 16 Митрофанов Н.М., Митрофанова Т.Ю.

Потенциал и перспективы развития промышленности Кыргызской республики

Стр. 24 Ахметшина Э.Г., Видуто А.А., Елисеева Д.В.

Автоматизация маршрутизации и управление ресурсами с помощью искусственного интеллекта и машинного обучения в сетях

Стр. 31 Дементьев Р.Ю.

Анализ эффективности управления финансами российских корпораций в современных условиях

Стр. 36 Митрофанов Н.М., Митрофанова Т.Ю.

Основы экономической географии и регионалистики на примере России и Кыргызстана

УДК 658

**УПРАВЛЕНИЕ МЕДИАКОМПАНИЕЙ:
КАК СДЕЛАТЬ ПРЕДПРИЯТИЕ ДОХОДНЫМ**

*Васильев Петр Всеволодович,
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва*

Аннотация. В предыдущих статьях цикла «Управление медиакомпанией» были проанализированы задачи управления финансово-экономическим и хозяйственным блоками, обеспечения бесперебойного процесса в рамках выполнения главного производственного задания для целей мультимедийных редакций (ТВ, РВ, оф- и онлайн), а также некоторые приёмы управления творческими трудовыми коллективами.

Третья статья цикла рассматривает управленческие практики по формированию внебюджетной доходности мультимедийного предприятия, включая рекламно-коммерческую и иных типов, в рамках реализации комплекса задач по выстраиванию безубыточности основного производства и системы хозяйствования в целом.

Abstract. In the first and second articles within 'the Media Management' series, main managerial tasks of the financial and economic block, business planning techniques were analyzed, special attention was given to issues of building a break-even media operation and performance within the Russian legal framework.

The third article in the series discusses management practices for generating off-budget profits for a multimedia company, including advertising, commercial, and other types of activities, as part of a set of measures to achieve break-even for the main production process and the management system overall.

Ключевые слова: медиаменеджмент, управление медиакомпанией, стратегии медиабизнеса, доходность, массмедиа, СМИ.

Key words: media management, media strategy essentials, media production tools, mass communication, mass media.

Актуальность. Для любого бизнес-субъекта вопрос, как увеличить свою доходность, оказывается главным. Доходность от рекламно-коммерческой деятельности, как и иные виды внебюджетных поступлений, формируют самостоятельный заработок медиакомпаниями, позволяя вести полноценную производственную и хозяйственную деятельность на своем рынке в рамках российского правового поля. В данной статье делается попытка систематизировать некоторые управленческие практики и приёмы повышения внебюджетной доходности медиапредприятия от различных видов профильной активности на региональном рынке. Типология медиарынков приводится согласно классификации Ершова Ю.М. [1].

Основная часть. Управление доходностью медиапредприятия. Прежде всего, для точного понимания проблематики, необходимо определиться с рядом понятий, первое из них – доход хозяйствующего субъекта. «Доход – необходимый атрибут рыночной экономики, основа финансового благополучия

экономического субъекта, обеспечивающий устойчивость его функционирования в ближайшем будущем и на перспективу» [2].

Подразделяются на два основных вида:

- от обычных видов деятельности;
- прочие доходы [3].

Принято также различать бюджетные и внебюджетные виды доходности, которые аккумулируются компаний на счетах для целей жизнедеятельности.

Бюджетные поступления – от англ. budget proceeds – совокупность всех видов денежных средств, поступающих в распоряжение предприятия любого уровня от фактического собственника и используемая им для выполнения своих функций [4]. Ключевым свойством является целевое назначение этих средств, то есть по каким статьям они могут расходоваться. Менять назначение средств получатель не имеет права.

Внебюджетные средства – находящиеся в распоряжении учреждений и организаций средства, выделяемые не из федерального (местного) бюджета, а формируемые за счет других источников, в частности, от всех видов рекламно-коммерческой деятельности [5]. Ими компания вправе распоряжаться по своему усмотрению в рамках решения производственно-хозяйственных задач и полномочий, определенных уставными документами, собственником и законодательной базой.

Коммерческая доходность – вид заработанных средств, которые в целях налогообложения классифицируются как обычный доход, который включает любые поступления, полученные в результате работы и функционирования предприятия. В простейшей форме это чистая прибыль или убыток хозяйствующего субъекта, которая рассчитывается как его выручка из всех источников за вычетом затрат на ведение бизнеса [6].

Отчетная (фактическая) себестоимость продукции включает в себя фактические расходы предприятия на производство и реализацию продукции, а также потери от брака [7]. Себестоимость – один из ключевых показателей работы предприятия, определяющий рентабельность, эффективность и ценообразование (на работы и услуги), что в конечном счете обеспечивает конкурентоспособность бизнеса на рынке.

Доходность предприятия формируется от разных направлений – производственных, коммерческих, инвестиционных и иных, как и приемов повышения всех видов заработков, одновременно с оптимизацией затрат и снижением издержек. Понятно, что уровни (размеры) доходности у предприятий, работающих на разных по своей активности и размерам рынках, будут отличаться. В ряде случаев прибыльность компаний, оперирующих на одном рынке, также может оказаться разной, что будет говорить о конкурентных преимуществах одних бизнес-структур перед другими, грамотности или просчётах менеджмента. Умение управлять своими заработками представляет собой «комплекс процедур финансового планирования, анализа и контроля, систематически выполняемых управляющей подсистемой в отношении доходов, расходов, активов, источников финансирования и рисков, с целью достижения требуемых значений показателей прибыли и рентабельности» [8].

Де-факто доходность является одним из ключевых показателей успешности или не успешности действий менеджмента. Этот показатель

принято считать основой конкурентоспособности предприятия. Но тут важным обстоятельством оказывается вопрос классификации, а именно, как (по каким параметрам) оценивать рекламно-коммерческую доходность СМИ? Исследования рекламы и рекламного рынка неизменно пытаются предлагать свою типологию, «некую структурную матрицу, расходясь при этом в классификационных понятиях», – пишет Щепилова Г.Г., – «многие из которых просто нелогичны, либо являются разноуровневыми» [9]. Варганова Е.Л. определяет рекламу как неперенный атрибут массового производства и важную функцию деятельности медиакомпаний в условиях любых рыночных структур, отмечая при этом, что существует множество параметров, по которым можно провести её классификацию. «Реклама имеет огромное значение для СМИ, что мы уже неоднократно видели. Однако это общее положение следует рассматривать на конкретных примерах, которые покажут, что каждое СМИ имеет свои «отношения» с рекламой в целом, характерными для неё типами и жанрами» [10]. Данные замечания важны для понимания принципов организации и осуществления СМИ рекламно-коммерческой деятельности, которую логично классифицировать с учётом двух ключевых факторов:

- производственным – производство контента определенного типа (тематической и жанровой направленности) для данного рынка;
- и фактором распространения контента на определенные аудиторские группы на данном рынке для целей потребления.

В условиях сложившейся типологии медиарынков (глобальный – национальный – региональный – локальный) и системы медиапроизводства (производство контента – распространение – потребление) рекламно-коммерческая деятельность не может осуществляться рассинхронизировано с основным производством медиакомпаний, чей контент (включая рекламный) вещается на одну целевую аудиторию при распространении через одни каналы доставки.

Более того, теория аудиторной коммодификации утверждает, что «товаром (commodity) СМИ выступает аудитория, а массмедиа создаются тогда, когда медиакомпания производят, конструируют и «доставляют» аудиторию рекламодателям» [11]. Теория была сформулирована американским ученым-экономистом Далласом Уолкером Смайтом в конце 1970х, поныне остается актуальной, хотя не раз подвергалась критике в чрезмерной коммерциализации массмедиа.

Рассмотрим пример (кейс) достаточно крупного регионального медиахолдинга федерального подчинения (вещание ведется на двух телеканалах в первом мультиплексе в рамках региональных окон перекрытия, нескольких радиостанциях, интернет-портале и в печатном издании) в одном из российских городов-миллионников. Компания формирует свои внебюджетные доходы от следующих направлений производственной и хозяйственной деятельности:

- 1) от классической (чистой) рекламы – коммерческая реклама, размещаемая в виде рекламных роликов, баннеров и т.п. в рамках рекламных блоков (площадей) на ТВ, РВ, в онлайн и газете;
- 2) от спонсорства программ, проектов и других форм коммерческого сотрудничества с компанией или физлицом-рекламодателем (вне рекламных

блоков), например, спонсорство прогноза погоды или других программ на ТВ, РВ, онлайн и газете (например, компания Фонбет спонсор информационных выпусков на телеканале «Матч ТВ»);

3) от информационно-тематических сюжетов, программ, материалов и т.п. в рамках коммерческих договоров на производство и размещение на ТВ, РВ, в онлайн, газете – включает производство и/или прокат (показ) как части основного медиаконтента;

4) от рекламно-коммерческих тематических проектов разового или циклического характера, включая совместные с органами власти, производствами, партиями и т.п., в том числе в рамках информирования (социальная и политическая реклама) о выборных кампаниях, референдумах и иных мероприятиях;

5) от государственных контрактов – государственные и муниципальные договора на информационное и тематическое освещение работы органов властей разных ветвей и уровней субъекта в рамках основного производства информационно-тематического контента для ТВ, РВ, онлайн, газеты;

6) от внебюджетных поступлений от иных форм производственно-хозяйственной деятельности, разрешенной законодательством, например, от сдачи в субаренду излишков редакционных площадей или иных видов хозяйствования.

У компаний такого уровня централизованных субвенций нет, либо они незначительны (менее 10% ежемесячных потребностей) [12].

В идеале каждая компания как бизнес-структура должна понимать, за счет каких направлений основного производства и иной профильной деятельности, может планировать и получать необходимые коммерческие заработки на регулярной основе. Задача менеджмента выстроить такую модель управления, когда каждое структурное подразделение в рамках своих профильных компетенций достигло бы самодостаточности и рентабельности. «Самодостаточность - это способность системы управления функционировать и достигать поставленных целей без внешней зависимости или постоянного вмешательства» [13]. Когда все затраты, которые бизнес понёс при производстве товаров или услуг, включая стоимость сырья и материалов, амортизацию оборудования, стоимость аренды, зарплаты сотрудников, затраты на доставку и распространение, оказались компенсированы за счет выручки, достигается рентабельность или себестоимость производства [14].

Поставленную задачу можно признать успешно решенной, когда «продавая на рынке собственную продукцию, компания должна получать выручку, в полной мере покрывающую затраты на производство и реализацию» [15]. Применима ли в данная система оценок к медиакомпаниям? Например, Ершов Ю.М. настаивает, что «оценивать конкурентоспособность медиапредприятий следует не только в финансовых показателях прибыльности, но и в оценках удовлетворенности потребителей (степени соответствия контента информационным запросам)» (Цит. по [1]). И с этим не поспоришь, хотя возникает вопрос, а разве зрительская или читательская удовлетворенность контентом не трансформируется в рейтинговые величины его (контента) аудиторного потребления? Которые, в свою очередь, влияют на рекламно-коммерческие расценки и продажи, следовательно, на заработки. Предприятие

же, обремененное убытками, не в состоянии обеспечить выпуск качественного контента, ни его распространение, без чего привлечь аудиторные симпатии не получится.

Целевая аудитория и управление доходностью медиасистем. Главная задача рекламы, которую принято подразделять на три основные группы: коммерческую, социальную и политическую, заключается в повышении спроса (продаж) товаров и услуг, как и узнаваемости брендов, имен и т.п. [16]. Медиакомпания, которые в силу разных обстоятельств допускают рассинхронизацию своей рекламно-коммерческой деятельности с планами и объемами основного производства и программирования вещания (размещения контента) на ТВ, РВ, онлайн и газете, едва ли смогут предъяснить устойчивые тренды рекламных продаж. В этой связи задача любого СМИ исключить «непопадания» в целевую аудиторию в каждом из производственных направлений, в том числе рекламно-коммерческом. «После грамотной работы над определением целевой аудитории, станут понятны фундаментальные киты любого бизнес-проекта:

- кому продавать;
- что продавать;
- когда предлагать;
- где продавать» (цит. по [17]).

Если реклама, как, собственно, и весь вещательный контент, не будет направлена на свою целевую аудиторию, процент реализации окажется минимальным или вообще будет отсутствовать. Именно поэтому первым шагом на пути разработки планов по формированию структуры доходов медиакомпания неизменно оказывается проведение полномасштабных исследований аудиторных предпочтений и предпочтений, а также условий распространения вещательного контента на рынке работы. Зная все основные характеристики аудиторных (метриковых) замеров, менеджмент может с высокой степенью корректности приступить к планированию основного производства в синхронизации с планами рекламно-коммерческой деятельности. При этом задачей коммерческой службы становится обеспечить объём ежемесячных продаж по компании не ниже уровня фактической затратности каждого структурного подразделения с учётом аллокированных расходов. Формула рентабельности может выглядеть так [18]:

фактическая затратность каждого производства + до 25% сверх

Бесполезно устанавливать нереалистично завышенные планы по рекламно-коммерческой доходности, поскольку это приведёт лишь к их невыполнению. План должен быть максимально напряженным, но при этом реалистичным, а также предусматривать гибкую систему стимулирующих надбавок в случае его перевыполнения. Мотивированность персонала – главное условие достижения требуемого результата. При этом программирование каналов размещения контента (включая коммерческий) в оф- и онлайн, следует вести с учётом аудиторных предпочтений по тематике, форматам, времени показа и размещения, повторам и т.п. Задача получить максимально высокие рейтинговые показатели и сформировать общий положительный тренд

(устойчивый рост) аудиторного потребления вашего контента, то есть спрос на ваш продукт.

Структура рентабельности медиапредприятия. Рентабельность используется для оценки эффективности вложений в бизнес, для сравнения компании с конкурирующими предприятиями, для расчёта прибыльности отдельного актива или компании целиком. Структура рентабельности предприятия включает такие показатели:

1. Рентабельность активов (ROA) – оценка эффективности использования ресурсов компании – денег, сырья, зданий, материальных средств и оборудования.

2. Рентабельность продукции и услуг – понимание эффективности материальных вложений в производство любого товара или продажи отдельной услуги.

3. Рентабельность предприятия – соотношение чистой прибыли к стоимости основных фондов и оборотных средств, отображает эффективность работы всей компании [19].

Цель на достижение рентабельности производства обязывает менеджмент оперативно принимать решения, разрабатывать и реализовывать стратегии, контролировать и координировать бизнес-процессы и добиваться поставленных целей без прямого воздействия извне в том числе и в рамках задачи по выводу производств в самоокупаемость. Рассмотрим пример формирования ежемесячной внебюджетной доходности региональной мультимедийной компании в результате основной и хозяйственных видов деятельности (пример достаточно типичен для компаний такого уровня и рынка работы).

Итак, телевидение ведется в рамках региональных окон перекрытия на двух федеральных телеканалах, распространяемых в первом мультиплексе. Радиовещание имеет тождественную схему регионального производства и распространения. Онлайн-вещание компания ведет на собственном информационно-тематическом сайте со средней посещаемостью 10тыс. оригинальных посетителей в сутки, зарегистрированном как самостоятельное СМИ. У компании есть еженедельная газета регионального распространения по подписке и в розницу – 8 полос, полноцвет, тираж 15 тыс. экз. Штат компании 175+ человек [12].

Самым прибыльным активом у медиакомпаний оказывается ТВ. Далее по мере убывания располагаются онлайн, газета, радио. Хотя в ряде случаев позиции 3 и 4 могут меняться местами. Доли рекламно-коммерческой доходности от разных направлений медиапроизводства и хозяйственной деятельности в среднестатистический месяц выглядят примерно так (все указанные тут и далее цифры актуальны на период 2010-2020 гг.):

ТВ = 50-65 %+

Онлайн = 10-15 %

Газета = 5 %

Радио = +/- 0%

Иные виды = 10-15%+

Суммарно заработки компании составляют 85-100% от ежемесячных потребностей. Это означает, что ключевая задача менеджмента – формировать общий ежемесячный и годичный план рекламно-коммерческой и иных видов

доходности предприятия, последовательно добиваясь выхода в рентабельность (безубыточности) всех типов производств, а также определения точек роста заработков при одновременном снижении издержек и затрат. Как и понимания того, как и когда компания сможет ликвидировать образовавшийся убыток, если он сложится.

Закономерен вопрос: можно ли региональное разговорное радио сделать самодостаточным? Ответов будет, видимо, несколько, причём взаимоисключающих. Хотя при стечении ряда благоприятных обстоятельств, да, можно. Но задача весьма трудная и добиться её решения автору удавалось лишь в периоды выборных кампаний, проводимых в субъекте, и в периоды действия крупных госконтрактов. Практический опыт показывает, что решать её следует двумя путями: максимальным снижением производственных затрат (превращение РВ в «чтение агентств у микрофона» не рассматривается) и максимально широким программированием под коммерчески-ёмкое производство.

Одним из проверенных способов «заработать на радио» являются так называемые «пакетные продажи», когда радиоматериалы и программы включаются дополнительным пунктом в договора рекламно-коммерческого производства на ТВ. Кстати, этот приём весьма успешно работает и для сайта. Заказчики, как правило, готовы согласиться на некий повышающий коэффициент за радио- и интернет-размещение. Сайт оказывается даже более коммерчески привлекательным с учетом своих рекламных возможностей – баннерной, всплывающей рекламы, растяжек и т.п.

Единой классификации доходов не существует – их виды определяются в зависимости от факторов и источников поступления [20]. Однако некоторые закономерности всё же прослеживаются. В первую очередь, они касаются источников доходов, на которые влияют типы рынков работы СМИ, фактор собственности, технической продвинутости систем производства контента и его распространения, качественные характеристик продукта, а также факторы моно- или мультимедийности. Эти категории наряду с выбором моделей и стратегий медиауправления зачастую определяют конкурентные преимущества вашей компании на рынке, а порой подсказывают неочевидные варианты повышения внебюджетных поступлений.

Примеры внебюджетной доходности. Рассмотрим несколько примеров заработков в рамках профильной деятельности региональной медиакомпания в рамках основного производства и хозяйствования установленным законом способом.

Первый пример. В советские времена у всех региональных телерадиокомпаний имелась своя еженедельная газета — телепрограмма. В постсоветский период большинство из них прекратили своё существование, главным образом, по причине убыточности. В 2015 году руководство одной из региональных телерадиокомпаний, где газета продолжала издаваться, поставило перед рекламно-коммерческим подразделением задачу разработать модель издания с выходом в рентабельность. Была предложена новая концепция газеты, подготовлено ТЗ, анализ эффективности собственных вложений, проведена оценка сроков окупаемости. Тираж остался прежним – 15 тыс. экз. Из 4-х

полосной газета превратилась в 8-и полосную. Из двухцветной в полноцветную. В газете была изменена верстка, внесены значительные редакционные изменения по контенту (разделам и тематической направленности материалов) в соответствии с выявленными читательскими запросами и предпочтениями. Четко определена целевая аудитория. Газета также активно занялась промотированием и перепечаткой теле- и радиопрограмм, интервью с лицами канала, лучших материалов сайта и т.п. Была спланирована и проведена масштабная рекламная кампания. Штат остался прежним – четыре сотрудника.

Обновленная газета не только увеличила свой тираж по подписке, но благодаря вновь заключенному контракту о партнерстве с региональным подразделением Роспечати нарастила распространение (продажи) в розницу. В течение шести месяцев газета вышла в рентабельность. Компания получила устойчивый источник извлечения доходности и эффективный канал собственного промо.

Второй пример. На балансе телерадиокомпании в одном из городов-миллионников имелось сооружение из легких металлоконструкций ангарного типа постройки начала 1980-х. Это был крытый спортзал с полноразмерной волейбольной площадкой. Отопление было смонтировано, но не подключено. Потолочный купол (высота 9 метров) требовал срочного ремонта и утепления. В последние лет десять зал использовался как склад металлолома и списанной «под разбор» аппаратуры. Новое руководство компании провело предварительную оценку состояния сооружения. Был сформирован поэтапный план реконструкции, выполнены некоторые виды работ с целью, повысить его товарный вид объекта – проведена замена старых окон на стеклопакеты, ремонт и утепление потолка, подготовлен проект подключения зала к централизованной системе отопления. Также была оборудована отдельная входная группа на территорию компании для «разведения» рабочих потоков с потенциальными посетителями зала, чего требовали нормы режимности предприятия.

Далее был найден потенциальный арендатор – областная федерация по одному из видов спорта, которой требовался тренировочный зал больших размеров с высотой потолков более шести метров. Имевшееся сооружение их устраивало. Совместно был подготовлен проект поэтапных ремонтно-строительных работ, которые обязался провести арендатор в рамках компенсации затрат в счёт коммунальных и иных платежей в рамках договора аренды. К концу второго года эксплуатации компания получила отремонтированный спортзал и ряд примыкающих служебных помещений, которые стали приносить прибыль от сдачи в аренду в установленном законом способом, а также повысила капитализацию находящихся на балансе основных фондов.

Третий пример. Снижение затрат – та же прибыль. Мультимедийная компания в одном из регионов с достаточно суровыми и долгими зимами занимала комплекс зданий, расположенный на территории в 1 га, по периметру которой по поверхности были проложены трубы центрального теплоснабжения. Теплоизоляция труб со временем оказалась сильно изношена и повреждена. В результате теплопотерь в зимний период компания несла финансовую нагрузку в 300 тыс./руб. в месяц (и выше) в виде коммунальных платежей за отопление. Ситуация сохранялась долгое время. Новое руководство компании, изыскав

средства, провело комплекс работ по восстановлению теплоизоляции трасс, которые обошлись в сумму, примерно равную двухмесячным затратам на отопление, после чего средней чек на коммунальные услуги снизился на 30—35 %. Нетрудно посчитать, какую экономию компания получила всего лишь за одну зимнюю декаду [12].

Четвертый пример. В одной из крупных региональных телерадиокомпаний эфирная студия новостного вещания была размерами не более 30 квадратных метров. Разместить в таком помещении современны эфирный комплекс и оборудование невозможно. Требуется площадь не менее 100 кв.м. Руководство компании пригласило фирму, профилем которой была разработка проектов создания подобных сложных инженерно-технических сооружений. Помещение требуемых размеров было найдено – им оказался столярный цех, где в советский период телепроизводства создавались и хранились декорации. Был разработан и утвержден проект реконструкции помещения под эфирную студию С-100, включая монтаж всех современных инженерных систем: бесшумной вентиляции, энергообеспечения, плазменных стен и колонн, систем противопожарной безопасности и т.п. Определена этапность работ, установлены сроки исполнения, составившие 14 месяцев. Все работы были выполнены за счет внебюджетных средств компании. Компания приобрела новое эфирное лицо. Новая студия позволила серьезно повысить качество информационно-тематического вещания и получить более высокие рейтинги телесмотрения, что положительно отразилось на рекламно-коммерческой доходности.

Выводы. На редакционных летучках, где обсуждается большинство творческих, производственных и рекламно-коммерческих вопросов, часто можно услышать нечто подобное: «Нашей аудитории уже надоело про мёд и рыбу в 25-ый раз смотреть» – речь шла о контрактных материалах. Ответ на такое замечание прост: «Вашей аудитории не мёд и рыба надоели, ей надоел ваш показ мёда и рыбы». Измените показ! Добейтесь появления в каждом сюжете (включая коммерческие) элементов креативности и новизны. Сделав сюжет максимально информативным и привлекательным, вы получите и рейтинги аудиторного просмотра, и доход. Ваши рекламно-коммерческие возможности целиком зависят от вашей аудиторной привлекательности как СМИ – средства массовой информации. Акцент на втором слове – именно массовой. А не 200 показов, 30 открытий и 10 дочитываний.

Аккумуляирование предприятием убытков, независимо от формы собственности, рано или поздно приведет к отставке управленческого звена, структурным реформам или банкротству.

Список использованных источников:

1. Ершов Ю.М. Медиарынок и бизнес. Раздел 3. Рыночная среда медиабизнеса 3.1: учебно-методический комплекс. – 2011. – С. 34 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sev.msu.ru/wp-content/uploads/2020/02/Ershov-Ju.M.-Mediarynok-i-biznes.pdf?ysclid=lxk7loh0yd219224262> (дата обращения: 19.06.2024).

2. Мерзликина Е.М. Особенности формирования доходов медиаорганизации / Е.М. Мерзликина, К.С. Васильева // Вестник МГУП им. Ивана Федорова. – 2016. – № 3. – С. 54-55 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-dohodov-mediaorganizatsii?ysclid=ly6vq3m81j611706418> – дата обращения 19.06.2024.
3. Бухгалтерский учёт. Все действующие ПБУ и ФСБУ в 2023 году // Клерк.ру 23.06.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.klerk.ru/buh/articles/573844/> (дата обращения: 19.06.2024)
4. Бюджетные поступления // Финансово-кредитный энциклопедический словарь. Академик.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://finance_loan.academic.ru/279/БЮДЖЕТНЫЕ_ПОСТУПЛЕНИЯ?ysclid=ly6wvfwе78155035118 (дата обращения: 19.06.2024).
5. Определение термина «внебюджетные средства». Что такое Внебюджетные средства: понятие и определение термина // Глоссарий Банка Точка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tochka.com/info/glossary/vnebjudzhethnye-sredstva/> (дата обращения: 19.06.2024).
6. Что такое предпринимательский доход? // Финансовая энциклопедия. NESRAKONK.ru 23.12.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nesrakonk.ru/businessincome/> (дата обращения: 19.06.2024).
7. Дорман В.Н. Коммерческая организация: доходы и расходы, финансовый результат / Уральский федеральный университет им. Б.Н. Ельцина. – Екатеринбург, 2016. – С. 10 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/40694/1/978-5-7996-1720-2_2016.pdf?ysclid=lydacgmfls625396258 (дата обращения: 19.06.2024).
8. Управление доходностью бизнеса предприятия // Библиофонд.ру. – 12.03.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=907384> (дата обращения: 19.06.2024).
9. Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ: принципы классификации // Медиаскоп. – 2010. – № 4. – С. 21 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/reklama-v-smi-printsipy-klassifikatsii?ysclid=ly79ctrqo9727567136> (дата обращения: 19.06.2024).
10. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – Раздел 2. – Гл. 3 Основные концепции медиаэкономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://evartist.narod.ru/text11/45.htm?ysclid=ly9uqemnfj48409660> (дата обращения: 19.06.2024).
11. Fuches Christian. Dallas Smythe Today. The Audience Commodity, the Digital Labour Debate // Marxist Political Economy and Critical Theory. – Sept. 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/265034098_Dallas_Smythe_Today_-The_Audience_Commodity_the_Digital_Labour_Debate_Marxist_Political_Economy_and_Critical_Theory_Prolegomena_to_a_Digital_Labour_Theory_of_Value (дата обращения: 21.06.2024).
12. Коммерческая деятельность филиалов: структура доходов, некоторые приемы их повышения, дисбаланс видов коммерческой доходности и чем он опасен // Дистант-курс № 3. Цикл практических семинаров повышения профессионального мастерства для руководящего состава и кадрового резерва филиалов ВГТРК. Составитель Васильев П.В. Москва. – 2021. – С. 24–36

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://istina.msu.ru/publications/book/617834730/> (дата обращения: 19.06.2024).

13. Кривдин Денис. Управление производством. Самодостаточность системы управления // Livelib.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.livelib.ru/book/1151176/readpart-upravlenie-proizvodstvom-denis-krivdin/~16> (дата обращения: 21.06.2024).

14. Себестоимость: по каким формулам её рассчитывать и как снизить // Skillbox Media. Управление, 15.03.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/management/sebestoimost-po-kakim-formulam-eye-rasschityvat-i-kak-snizit/?ysclid=lxmpoe0rmj983799537> (дата обращения: 21.06.2024).

15. Что такое финансовая самоокупаемость предприятия // Коммерческий директор. Профессиональный журнал коммерсанта, 22.11.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kom-dir.ru/article/4229-samookupaemost> (дата обращения: 21.06.2024).

16. Иванова А.А. Ключевые особенности телевизионной рекламы в качестве эффективного инструмента продвижения бренда на рынке // Экономические системы. – 2023. – Том 16. – № 31 (60). – С. 176-177 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/klyuchevye-osobennosti-televizionnoy-reklamy-v-kachestve-effektivnogo-instrumenta-prodvizheniya-brenda-na-rynke?ysclid=lycglabyrh906360212> (дата обращения: 21.06.2024).

17. Целевая аудитория. Как за счет неё увеличить продажи // Тренинговый Центр Галины Смирновой, Dzen.ru, 20.06.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dzen.ru/a/ZJEuwf-XdRJ110Zy?ysclid=lybmpl6i66148297276> (дата обращения: 21.06.2024).

18. Васильев П.В. Управление медиакомпанией: производственные и финансово-экономические аспекты / П.В. Васильев // Экономика и парадигма нового времени. – 2024. – № 6 (27). – С. 52-62.

19. Рентабельность бизнеса: формулы и расчеты // Деловая среда СБЕР, 15.02.2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dasreda.ru/media/formanagers/rentabelnost-biznesa/> (дата обращения: 21.06.2024).

20. Виды доходов: самая полная классификация 2021 // Coin Post, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://coinpost.finance/p/vidy-dokhodov> (дата обращения: 21.06.2024).

УДК 338.27

**ПОТЕНЦИАЛ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

*Митрофанов Никита Михайлович,
Российский государственный педагогический
университет им А.И. Герцена, г. Санкт-Петербург*

*Митрофанова Татьяна Юрьевна,
Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий
и дизайна, г. Санкт-Петербург*

Аннотация. В статье анализируются дальнейшие (будущие) перспективы развития промышленного комплекса в Кыргызской республике. Автором выявлено, что опережающими темпами в стране будут развиваться те подотрасли промышленности, которые и в настоящее время входят в число наиболее конкурентоспособных и экспорториентированных (горнодобывающая промышленность (особенно – золотодобыча)), цветная металлургия (в первую очередь – производство сурьмы и ртути), легкая промышленность, а также пищевая промышленность, главным фактором развития которой останется внутренний спрос со стороны быстрорастущего населения, а важнейшим внешнеэкономическим фактором развития индустриальной отрасли в республике будет интеграция, развитие торговых и инвестиционных отношений с важнейшими партнёрами страны: Китаем и государствами ЕвразЭС. Исследовано, что экономика Кыргызстана остается малоинновационной и низкопередельной, переломить такой статус-кво в будущем будет очень непросто. В результате исследования получено, что наиболее инновационные и наукоемкие производства в стране имеют исключительно высокую территориальную концентрацию и почти на 100% сконцентрированы в пределах Бишкекской агломерации – крупнейшего финансового, образовательного, научного центра, крупнейшего центра обрабатывающей промышленности в стране. Производство инновационной и технологически сложной продукции занимает ничтожную долю от общего промышленного производства в стране и было представлено в последние годы металлическими изделиями, радиаторами, электрическими устройствами, лампочками и некоторыми другими товарами массового потребления.

Abstract. The article analyzes further (future) prospects for the development of the industrial complex in the Kyrgyz Republic. The author has revealed that those sub-sectors of industry, which are currently among the most competitive and export-oriented (mining (especially gold mining), non-ferrous metallurgy (primarily - production of antimony and mercury), light industry, as well as food industry, the main factor in the development of which will remain the domestic demand from the rapidly growing population, and the most important external economic factor in the development of the industrial sector of the country, will develop at a faster pace. It has been studied that the economy of Kyrgyzstan remains low-innovation and low-

overdevelopment, and it will be very difficult to reverse this status quo in the future. As a result of the study it was obtained that the most innovative and knowledge-intensive industries in the country have an exceptionally high territorial concentration and are almost 100% concentrated within the Bishkek agglomeration - the largest financial, educational, scientific center, the largest center of manufacturing industry in the country. The production of innovative and technologically complex products occupies a negligible share of the total industrial production in the country and was represented in recent years by metal products, radiators, electrical devices, light bulbs and some other mass consumption goods.

Ключевые слова: Кыргызстан, ЕвразЭС, перспективы развития, экономический рост, экспорт, цветная металлургия, производство металлических изделий, добывающая промышленность, добыча золота, инновационные сектора, инновационное развитие, экспортно-ориентированное развитие, иностранные инвестиции, инвестиционный климат, модернизация, Бишкек, агломерационный эффект.

Key words: Kyrgyzstan, EurAsEC, development prospects, economic growth, exports, non-ferrous metallurgy, production of metal products, mining industry, gold mining, innovative sectors, innovative development, export-oriented development, foreign investment, investment climate, modernization, Bishkek, agglomeration effect.

Введение. Актуальность. К 2019 году была разработана и утверждена концепция Стратегии устойчивого развития промышленности Кыргызской Республики на 2021-2025 года, аналогичная концепция была разработана до этого в Российской Федерации [1]. В этой концепции были выделены наиболее приоритетные и перспективные отрасли для развития республики. Наиболее приоритетными отраслями для Кыргызстана были выявлены: энергетика (в первую очередь, гидроэнергетика, базирующаяся на больших гидроэнергетических ресурсах страны), лёгкая и пищевая промышленность (эти отрасли были доминирующими в промышленном производстве республики ещё в советские времена) [2].

Одним из приоритетных направлений развития третичной экономики был выбран туристический кластер, а также отрасль по производству товаров, необходимых для туристической деятельности и сувениров [3]. В перечне товаров, увеличение объёмов производства которого было крайне необходимым, был выбран цемент. Так, в стратегии описывается, что государство должно будет оказать экономическую и бюрократическую помощь в создании предприятия по производству цемента в городе Кара-Куль в Джалал-Абадской области. По технико-экономическому анализу, создание предприятия потребует привлечения инвестиций в объёме 136 млн. \$ [4]. Цемент – базовый строительный конструкционный материал, необходимый киргизской экономике для увеличения масштабов инфраструктурного строительства и решения жилищной проблемы в стране. Планируется модернизация и значительное увеличение производственной мощности Каиндинского кабельного завода, в частности, создание отдельного производства кабельных изделий и арматуры. Модернизация завода, прогнозируемо потребует привлечения инвестиционных средств в размере 50 млн. \$ и создания дополнительных новых 200 рабочих мест [5].

Основная часть. В стратегии развития страны указываются такие цели, как: восстановление и модернизация простаивающих предприятий (нередко с начала 90-х годов), создание новых (преимущественно сборочных производств) в первую очередь путём привлечения зарубежных инвестиций, локализация зарубежных (также преимущественно сборочных) производств, путём внедрения в производственный процесс конструкционных материалов в производственно-технологический процесс, принятие комплексных и всеобъемлющих мер по содействию и стимулированию активизации деятельности киргизских объектов промышленного кластера [6]. Отраслями промышленности, способными по большей части обеспечить внутренние потребности киргизской экономики и даже развиваться в экспортном направлении были определены: промышленность строительных материалов, нефтеперерабатывающая промышленность, а также, вышеописанные лёгкая, пищевая промышленность и электроэнергетика [7].

Наиболее важными государствами для активизации и укрепления деятельности Кыргызстана в рамках промышленного кластера, в том числе в области кооперационных проектов в области проведения экономических интеграционных проектов в рамках ЕАЭС были выделены: Россия, Белоруссия, а также важное соседнее государство, не входящее в ЕАЭС, а также, главный экономический гегемон в регионе Центральной Азии – Китай [8].

Так, в первый год после принятия Кыргызстаном данной концепции пространственного развития были достигнуты следующие результаты: рост объёмов производства обрабатывающей промышленности по итогам 2019 года составил 5,1% по отношению к 2018 году, а рост экспорта промышленной продукции в реальном выражении составил 5,3% в 2019 году по отношению к 2018 году. Одной из наиболее быстроразвивающихся отраслей промышленности оказалась швейная (во многом, благодаря открытию для страны рынка ЕвразЭС). Экспорт продукции швейной промышленности в 2019 по сравнению 2018 вырос на 8% [9].

По полученным в результате обследования данным, в 2018 году 6,3%, или 47 из 747 имеющихся в стране промышленных предприятий проводят и реализуют разработку и внедрение организационных, маркетинговых и технологических инноваций. По данным того же года, на 8 из 747 предприятий, выпускающих промышленную продукцию процессы по внедрению различных инноваций были завершены, ещё на 39 предприятиях из 747 различные процессы по внедрению инноваций на производстве находятся на стадии воплощения в жизнь [10].

Наибольшей инновационной активностью в стране на протяжении последних лет выделяются: предприятия горнодобывающей промышленности (в сфере добычи руд черных и цветных металлов, угля) и прочих неметаллических минеральных продуктов, предприятия пищевой промышленности, нефтеперерабатывающая промышленность по производству очищенных нефтепродуктов, предприятий по производству и распределению электроэнергии, газа и воды [11].

Наименьшим уровнем инновационной активности (де-факто полным отсутствием) отличаются в настоящее время машиностроительные предприятия (предприятия по производству машин и оборудования), предприятия химической

(и особенно – фармацевтической промышленности), заводы по производству изделий из резины и пластмассы, предприятия деревянной, целлюлозно-бумажной промышленности и предприятия полиграфической деятельности [11].

Исследование инновационных процессов по территории страны продемонстрировало их крайнюю степень географической неоднородности: наибольшей инновационной активностью, как и предполагалось отличались предприятия города Бишкек и пристоличной Чуйской области. Инновационные процессы внедрялись на 19 предприятиях города Бишкек и Чуйской области – что составило (40,4% от общего числа инновационно-активных производственных предприятий страны), на 11 предприятиях Нарынской области – что составило (23,4%) от общего числа инновационно – активных предприятий [12], на 8 предприятиях Баткенской области – что составило (17,0%) общего числа инновационно-активных производственных предприятий страны соответственно.

Предприятиями, по которым проводились соответствующие обследования, было реализовано инновационной продукции на сумму 251,3 млн. сом., что в общей сложности составило 0,2% от общего объёма произведённой продукции. Примечательно, что почти вся реализованная продукция представляла из себя вновь внедренную или подвергавшуюся значительным технологическим изменениям продукцию.

По данным Национального статистического комитета, резко доминирующую позицию в производстве инновационной продукции заняли предприятия города Бишкек (97,9% от всего объёма произведённой в стране инновационной продукции), причём почти вся эта продукция (99,5% от всего объёма инновационной промышленной продукции) была произведена предприятиями с частной формой собственности.

В общей сложности, за 2018 год, инновационные предприятия Кыргызстана освоили в производстве и выпустили 27 новых разнообразных видов продукции. Среди новых и инновационных для киргизской экономики товаров, были выпущены такие товары, как: новые виды товаров молочной и кондитерской промышленности, новые виды мебели (кухонной и офисной), а также, 6 видов разнообразных светодиодных ламп с нитевидным излучателем, 14 видов алюминиевых радиаторов, применяемых для в агротехнике и для производства автомобилей [13].

Общая сумма реализованной за год инновационной продукции оценивается в размере 242,5 млн. сом., что составляет в процентном отношении составляет 96,5% от общей стоимости отгруженной инновационной продукции. При этом около 57% произведённой промышленной продукции, отправленной на экспорт, пришлось на предприятия, специализирующиеся на производстве готовых металлических изделий, за исключением машин и оборудования, а 27,2% – на предприятия, специализирующиеся на производстве транспортных средств, 13,1% – на предприятия по производству одежды [14].

Стоит отметить, что масштабы производимых в киргизской экономике затрат на деятельность в области создания технологических инноваций в промышленности совершенно не сопоставимы с фактически имеющимися потребностями киргизской экономики на обновление основных

производственных фондов, моральное и материальную модернизацию киргизской промышленности и главное – для создания конкурентоспособной в большинстве подотраслей промышленности продукции на международном (экспортном рынке). В общей сложности, по итогам 2018 года, общие затраты киргизских частных и государственных компаний на технологические инновации составили 583,1 млн. сом. В то же время, по данным исследования, затраты на исследования и разработку принципиально новых в киргизской экономике товаров по итогам 2018 года, составили 14,4 млн. сом., занималось этой деятельностью по итогам года лишь одно предприятие в стране. Затраты на производственное проектирование по итогам 2017 года составили 3,2 млн. сом., а этой деятельностью, по итогам года, занималось всего 3 предприятия [15]. Наиболее провальной в киргизской экономике по итогам 2017 года была ситуация с проведением предприятиями маркетинговых исследований, а также с подготовкой и обучением кадров. По этому показателю, киргизская экономика совершенно не соответствует современным требованиям инновационного развития.

Если проанализировать общую структуру затрат на технологические инновации в киргизской экономике, то получается, что в общей сумме затрат, собственные средства предприятий составляли 78,2%, кредиты и займы – 21%, средства государственного бюджета – 0,7%, иностранные инвестиции – 0,1%.

Из всех представленных выше данных, можно сделать вывод, что инновационная активность и степень внедрения инноваций на предприятиях Кыргызстана остаётся крайне низкой. Республика, в свою очередь, критически зависит от импорта зарубежных инноваций, новых технологий и техники [16].

Разработанная стратегия пространственного развития Кыргызстана имеет несколько основных, важнейших для государственного развития целей, главная из которых – достижение высоких, устойчивых темпов роста производства широкого спектра промышленной продукции, удовлетворения внутренних потребностей киргизской экономики за счёт продукции отечественного производства, поступательный рост доли производимой продукции, отправляемой на экспорт, поддержание экономической безопасности и экономического суверенитета Кыргызской Республики путём динамичного перехода киргизской экономики и промышленности на инновационный путь развития, повышение производственной эффективности и конкурентоспособности киргизской промышленности.

Проведя аналитические расчёты концепции пространственного развития Кыргызской республики, можно прийти к выводу, что эффективное и устойчивое развитие киргизской промышленности и экономики в целом должно выражаться в следующих цифрах:

1. Рост ежегодных объёмов промышленного производства должен составлять величину не ниже 3,7% в год
2. Рост объёмов экспорта произведённой промышленной продукции должен составлять величину не ниже 4% в год
3. Необходимо создавать производственные кластеры в наиболее конкурентоспособных подотраслях киргизской промышленности – в частности, в области лёгкой промышленности должно быть создано не менее четырёх кластерных производств.

4. Необходимо также создавать особые промышленные зоны и технополисы. Стратегия пространственного развития Кыргызской республики предусматривает, что должно быть создано не менее четырёх промышленных зон и технополисов [17].

Особенность разработанной стратегия устойчивого развития промышленности Кыргызской Республики на 2019-2023 годы является то, что приоритетное внимание в экономическом развитии в этом документе уделяется именно промышленности, как важнейшему сектору экономики страны, способному дать мультипликативный толчок развития остальным секторам экономики страны и увеличить приток экспортной валютной выручки в страну. В документе описывается план развития вторичного сектора в горной республике именно с учётом географической специфики разных регионов и специализации разных регионов на тех или иных отраслях промышленности и промышленных кластерах (в частности, для Иссык-Кульской области приоритетной отрасль промышленности была выбрана горнодобывающая, для столицы Бишкека – лёгкая и пищевая промышленность, машиностроение и металлообработка). В документе описывается реализация конкретных мер по поддержке и стимулированию развития промышленности в разных регионах страны, предлагается реализация мер по обеспечению финансирования промышленных предприятий, упрощению их доступа к инфраструктурным и кадровым ресурсам страны и новым рынкам сбыта [18].

Выводы. Для эффективного и качественного достижения основной цели документа стратегии пространственного развития Кыргызстана необходимо на уровне государства и частного бизнеса Кыргызстана предпринять следующие основные шаги:

1. Разработка и реализация актуальной и комплексной системы управления промышленностью и создание благоприятных условий для привлечения инвестиций (в том числе, иностранных) в разные отрасли промышленности

2. Поступательное и динамичное развитие разных отраслей промышленности, с учётом экономико-географической специфики разных регионов Кыргызстана (с учётом специализации разных регионов на той или иной отрасли промышленности и с учётом физико-географических, природно-ресурсных характеристик разных регионов), а также с учётом фактора экономических взаимоотношений и региональной интеграции приграничных территорий с соседними государствами

3. Комплексная диверсификация киргизской экономики и промышленности в частности, формирование максимально диверсифицированной промышленности с более высокой добавленной стоимостью, продукция которой должна быть востребована на внутреннем и международном рынке, трансформация экономики Кыргызстана от экспортно-сырьевого аграрно-индустриального типа к наукоёмкому инновационному типу.

Важнейшим фактором развития и трансформации промышленности Кыргызской республики и экономики в целом должно стать резкое повышение качества образования в стране. В стране приоритетно ускоренными темпами должна развиваться система среднего профессионально-технического и особенно – высшего образования с учётом специфики развития киргизской промышленности в среднесрочном, краткосрочном и долгосрочном периоде [19].

Стратегия пространственного развития подразумевает выделение приоритетных целей и задач в разных отраслях и секторах промышленности, финансовой и бюджетной сферы, в области государственного управления, инвестиционной политики, внешней торговли. Документом также определены основные задачи в сфере социального и регионального развития, определена концепция устойчивого экологического развития, подтвержденная кроме внутреннего законодательства, различными международными соглашениями, такими, как «Парижское соглашение».

С целью интенсификации развития индустриального кластера в Кыргызстане и увеличения притока прямых иностранных инвестиций в страну ГКПЭН Киргизской республики разрабатывает в настоящее время специальный законопроект «О промышленности Кыргызской Республики». Закон, аналогичный разрабатываемому в настоящее время отсутствует [20].

Список использованных источников:

1. Национальная Стратегия устойчивого развития Кыргызской Республики на период 2021-2025 годы. Указ Президента КР от 26 февраля 2021 года УП № 133.
2. Мусакожоев Ш.М. Стратегия инновационного развития Кыргызской Республики до 2040 г. // Экономический вестник. – 2017. – № 3.
3. Умаров С.Т. Современное состояние и перспективы развития туристического бизнеса Кыргызстана / С.Т. Умаров, Н.А. Дадабаев // Синергия. – 2015. – № 1. – С. 49-61.
4. Наабер Ю.Р. Подходы к выбору направлений реиндустриализации промышленности Кыргызской Республики / Ю.Р. Наабер, Е.Н. Сомов, Д.А. Сулеева // КЭ. – 2018. – № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-vyboru-napravleniy-reindustrializatsii-promyshlennosti-kyrgyzskoy-respubliki>
5. Хасанов Р. Инновации в Кыргызской Республике: ни государственных, ни частных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.unecse.org/fileadmin/DAM/cec/ppt_presentations/2010/ic/Helsinki/hasanov_r.pdf
6. Концепция региональной политики Кыргызской Республики на период 2018-2022 годов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/99907/> (дата обращения: 30.07.2024).
7. Мусакожоев Ш.М. Стратегия инновационного развития Кыргызской Республики до 2040 г. // Экономический вестник. – 2017. – № 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/upgojm>
8. Индина Мария. Кыргызстан – единственная страна в Центральной Азии, организующая агротуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://knews.kg/2016/09/27/kyrgyzstan-edinstvennaya-strana-v-tsentraloj-azii-organizuyush-haya-agrotury/> (дата обращения: 25.07.2024)
9. 2019-й объявлен Годом развития регионов и цифровизации страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.sputnik.kg/society/20190109/1042778796/kyrgyzstan-zhehehnbekov-2019-god.html/> (дата обращения: 02.08.2024).

10. В Кыргызстане 2018-й год объявлен Годом развития регионов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.sputnik.kg/society/20180110/1037199988/zhehehnbekov-obyavil-2018-godom-razvitiya-regionov.htm/> (дата обращения: 29.07.2024).
11. Жуманалы, К. Б. Факторы, сдерживающие развитие инновационной активности промышленных предприятий Кыргызской Республики / К. Б. Жуманалы // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. – 2015. – Т. 15, № 8. – С. 49-52. – EDN UNNLFH.
12. Мусакожоев Ш.М. Экономика Кыргызстана за 25 лет: (Проблемы и перспективы развития) / Ш.М. Мусакожоев, Т.К. Камчыбеков, А.У. Жапаров. – Бишкек: «Турар», 2016. – С. 322-398.
13. Нуралиева Н.М. Инвестиционный потенциал Нарынской области в условиях Таможенного Союза / Н.М. Нуралиева, Г.Т. Супатаева // Успехи современной науки и образования. – 2016. – № 1. – С. 17-29.
14. R. Barreto. Private Sector Assessment Update. The Kyrgyz Republic. Asian Development Bank. – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.adb.org/sites/default/files/institutional-document/34056/files/kyrgyz-republic-private-sector-assessment-update.pdf>
15. N. Jenish. Export-driven SME Development in Kyrgyzstan: The Garment Manufacturing Sector. University of Central Asia. Institute of Public Policy and Administration. Working Paper. – 2014. – No. 26 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ucentralasia.org/Content/Downloads/UCA-IPPA-WP26-Garment-Eng.pdf>
16. Emerkbaeva S. Industrialization of the Kyrgyz Republic and Economic Growth // International Conference on Eurasian Economies. – 2012. – pp. 496-501 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.avekon.org/papers/578.pdf>
17. Usui N., Abdon A.M.A. Structural Transformation in the Kyrgyz Republic: Engineering Future Paths of Capability Accumulation. ADB. – 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://think-asia.org/bitstream/handle/11540/1546/economics-wp200.pdf?sequence=1>
18. Концепция региональной политики Кыргызской Республики на период 2018-2022 годов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/99907/> (дата обращения: 30.07.2024).
19. Среднесрочный прогноз социально-экономического развития Кыргызской Республики на 2024-2026 годы. – Бишкек: Министерство экономического развития Кыргызской Республики, 2023.
20. Кумскова Н.Х. Воспроизводство населения Кыргызстана в условиях экономической трансформации // Вестник КРСУ. [Электронный ресурс]. – 2014. – Том 14. – № 3. – С. 141 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.krsu.edu.kg/vestnik/2014/v3/a38.pdf/> (дата обращения: 01.08.2024).
21. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Рынок труда. – Бишкек, 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stat.kg/ru/news/rynok-truda/> (дата обращения: 01.08.2024).

УДК 658

АВТОМАТИЗАЦИЯ МАРШРУТИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЕ РЕСУРСАМИ С ПОМОЩЬЮ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ В СЕТЯХ

Ахметишина Элеонора Газинуровна,
Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики, г. Самара

Видута Анастасия Андреевна,
Поволжский Государственный Университет
Телекоммуникаций и Информатики, г. Самара

Елисеева Диана Вячеславовна,
Поволжский Государственный Университет
Телекоммуникаций и Информатики, г. Самара

Аннотация. Современные сети связи сталкиваются с быстро растущим объемом данных и усложнением инфраструктуры, что требует новых подходов к управлению ресурсами и маршрутизации трафика. В статье рассматривается применение методов искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения (МО) в управлении сетями, что позволяет значительно повысить их эффективность и надежность. Описаны успешные примеры внедрения ИИ и МО в сетях 5G, облачных вычислениях и других областях. Также обсуждаются проблемы масштабируемости, интерпретируемости решений и обеспечения кибербезопасности. В заключение подчеркивается важность дальнейшего развития ИИ и МО для создания автономных и персонализированных сетевых решений будущего.

Abstract. Modern communication networks are facing rapidly increasing data volumes and complex infrastructures, necessitating new approaches to resource management and traffic routing. This article explores the application of Artificial Intelligence (AI) and Machine Learning (ML) in network management, highlighting their potential to significantly enhance efficiency and reliability. Successful examples of AI and ML implementation in 5G networks, cloud computing, and other areas are discussed. The challenges of scalability, interpretability, and cybersecurity are also addressed. The conclusion emphasizes the importance of further AI and ML advancements for creating autonomous and personalized network solutions in the future.

Ключевые слова: автоматизация маршрутизации, управление ресурсами, искусственный интеллект, машинное обучение, пропускная способность сети, динамическая маршрутизация.

Key words: routing automation, resource management, artificial intelligence, machine learning, network bandwidth, dynamic routing.

Введение. Развитие современных сетей связи характеризуется постоянно увеличивающимся объемом данных, усложняющимися топологиями сетей и разнообразием типов устройств, подключенных к этим сетям. В условиях динамических изменений сетевых условий, таких как изменения пропускной способности, конфигурации и потребностей пользователей, возникает необходимость в высокоэффективных методах управления ресурсами и маршрутизации трафика. В 2024 году, с ростом числа подключенных устройств (IoT), переходом на сети пятого поколения (5G) и стремительным развитием технологий облачных вычислений, становится всё более очевидным, что традиционные методы управления сетями не всегда справляются с возложенными на них задачами.

Актуальность. Одним из перспективных направлений решения данной проблемы является использование методов искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения (МО). Эти технологии обладают потенциалом для значительного повышения эффективности работы сетей за счет автоматизации процессов, таких как маршрутизация трафика, распределение ресурсов, обнаружение и устранение неисправностей, а также оптимизация сетевых параметров в реальном времени [1; 2]. В данной статье будет подробно рассмотрен текущий уровень развития этих технологий в области сетевых коммуникаций, а также обсуждены перспективы и проблемы, которые стоят перед их дальнейшим развитием.

Основная часть. Применение методов ИИ и МО в управлении сетями имеет долгую историю, которая началась с первых попыток автоматизировать рутинные задачи сетевого администрирования в 1990-х годах. Поначалу это были простые системы, использующие экспертные правила для оптимизации маршрутизации и управления трафиком. В начале 2000-х годов началось активное внедрение алгоритмов МО в задачи прогнозирования сетевой нагрузки и оптимизации ресурсов [3]. Примеры таких систем можно найти в первых прототипах автономных сетей, которые могли автоматически перенаправлять трафик в случае перегрузок или сбоях. Важным этапом стало применение алгоритмов МО, таких как поддерживающие векторные машины (Support Vector Machines, SVM) и нейронные сети, для решения задач классификации и прогнозирования в сетях. Эти алгоритмы позволяли более точно прогнозировать трафик и адаптировать управление ресурсами, что значительно улучшило эффективность сетей [2].

С развитием технологий глубокого обучения (deep learning) и обработкой больших данных (big data) к середине 2010-х годов стало возможным создание более сложных систем, способных адаптироваться к изменениям в сетевых условиях и предсказывать потенциальные проблемы еще до их возникновения. Это стало особенно важным с появлением облачных вычислений и виртуализации сетевых функций, когда потребовалась новая степень гибкости и масштабируемости сетевых решений.

Примеры успешного применения ИИ и МО в автоматизации маршрутизации и управлении ресурсами

Применение искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения (МО) в автоматизации маршрутизации и управлении ресурсами стало одним из ключевых направлений развития современных сетевых технологий. В этом

разделе рассмотрим несколько примеров успешных проектов, которые иллюстрируют, как ИИ и МО могут значительно улучшить производительность и надежность сетей.

Сети пятого поколения (5G) требуют новых подходов к управлению ресурсами из-за высокой плотности подключенных устройств и необходимости обеспечения сверхнизкой задержки. Одним из наиболее успешных примеров применения МО в сетях 5G является использование глубоких нейронных сетей для прогнозирования трафика и оптимизации маршрутизации. В частности, исследователи из Google разработали модели, способные анализировать текущие и исторические данные о сетевом трафике в реальном времени. Эти модели предсказывают возможные узкие места и автоматически перенаправляют трафик, минимизируя задержки и улучшая общее качество обслуживания [4]. Такой подход позволяет сети адаптироваться к изменяющимся условиям, обеспечивая стабильную работу даже в условиях высокой нагрузки.

Еще одним значительным примером успешного применения ИИ и МО является автоматизация управления ресурсами в облачных средах. Проект Calico от Google - яркий пример того, как машинное обучение может быть использовано для распределения вычислительных мощностей и памяти между виртуальными машинами. Эти алгоритмы способны в реальном времени оценивать текущее состояние нагрузки и оптимизировать распределение ресурсов в зависимости от потребностей [5]. Это решение не только повышает эффективность использования ресурсов, но и существенно снижает энергопотребление, что особенно важно в условиях растущего спроса на облачные сервисы.

Применение ИИ для управления трафиком в реальном времени стало прорывом в повышении производительности сетей. Исследования, проведенные в университете Карнеги-Меллон, продемонстрировали, что системы на основе глубокого обучения могут предсказывать изменения в трафике и автоматически корректировать маршруты, что позволяет снижать задержки и увеличивать пропускную способность сети. Эти системы работают на основе анализа временных рядов данных, что позволяет им реагировать на изменения в сети с минимальной задержкой [3; 5]. Такой подход оказался более эффективным, чем традиционные методы, и позволил значительно улучшить производительность сетевой инфраструктуры.

Компании, такие как Google и Cisco, активно внедряют ИИ и МО в управление своими сетями. Например, Google B4, внутренняя глобальная сеть Google, использует алгоритмы машинного обучения для оптимизации маршрутизации трафика между дата-центрами. Эти алгоритмы анализируют текущее состояние сети и предсказывают возможные перегрузки, что позволяет эффективно распределять трафик и снижать затраты на инфраструктуру. В свою очередь, Cisco внедрила ИИ и МО в архитектуру SD-WAN, что позволяет анализировать параметры сети в реальном времени и автоматически корректировать маршруты для обеспечения оптимальной производительности [6].

Яндекс активно использует ИИ и МО для оптимизации логистических процессов и управления облачными сервисами. В Яндекс.Облаке алгоритмы машинного обучения анализируют текущее состояние сети и автоматически оптимизируют распределение трафика, что позволяет обеспечить стабильную работу облачных сервисов. В сфере логистики, в частности, в Яндекс.Доставке, ИИ и МО используются для эффективного распределения транспортных средств и сокращения времени доставки, что демонстрирует универсальность этих технологий.

Интеграция искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения (МО) в управление сетями обладает огромным потенциалом, и ближайшие годы обещают значительные изменения в этой области. Ожидается, что дальнейшее развитие ИИ и МО приведет к созданию полностью автономных сетей, способных к самообучению и адаптации в режиме реального времени без необходимости вмешательства человека. Такие сети смогут не только эффективно управлять маршрутизацией и распределением ресурсов, но и предсказывать, а также устранять потенциальные угрозы еще до их проявления [7].

Одним из ключевых направлений станет развитие технологий персонализации сетевых услуг. Сети будущего смогут автоматически адаптироваться под конкретные нужды пользователей и приложений, обеспечивая оптимальное качество обслуживания и максимальную эффективность использования ресурсов. Например, умные дома и города смогут динамически управлять потреблением энергии и оптимизировать транспортные потоки в зависимости от текущих условий и потребностей.

Кроме того, важным аспектом станет развитие методов повышения интерпретируемости решений, основанных на ИИ и МО. Это позволит повысить доверие к таким системам и обеспечит их более широкое принятие в критически важных сферах, таких как кибербезопасность и управление сетями. Прозрачность и объяснимость решений будут играть ключевую роль в успешной интеграции ИИ в сетевые технологии.

Не менее важным направлением является улучшение масштабируемости и устойчивости сетевых систем. В условиях роста объема сетевых данных и усложнения инфраструктуры необходимо создавать такие модели и алгоритмы, которые смогут эффективно работать на больших масштабах и адаптироваться к изменениям в сети. Это включает в себя как оптимизацию существующих решений, так и разработку новых подходов, способных справляться с возрастающей сложностью сетевых задач [8].

Этика и безопасность данных также останутся в центре внимания. С увеличением объемов данных и расширением их использования возрастает потребность в защите конфиденциальности и обеспечении безопасности информации. В будущем необходимо будет разрабатывать и внедрять решения, которые учитывают эти аспекты, обеспечивая баланс между эффективностью сетевых операций и защитой данных пользователей.

Таким образом, перспективы развития ИИ и МО в управлении сетями представляют собой сложный, но крайне многообещающий путь. Для успешного продвижения в этой области потребуются комплексный подход, включающий

активное взаимодействие научного сообщества, разработчиков и операторов сетей, что позволит преодолеть существующие вызовы и реализовать потенциал сетей будущего.

Проблемы и методы их решения

Несмотря на значительные успехи в применении ИИ и МО в сетевых технологиях, существуют определенные проблемы, связанные с внедрением и использованием этих технологий. В этом разделе рассмотрим основные вызовы и методы их преодоления.

Одной из ключевых проблем при внедрении ИИ и МО в сетевые технологии является сложность и масштабируемость сетей. Сети, особенно в условиях быстрого роста числа подключенных устройств и объема трафика, становятся все более сложными для управления. Традиционные методы маршрутизации и управления ресурсами часто не справляются с возросшей нагрузкой и сложностью, что требует использования более продвинутых подходов. Применение ИИ и МО позволяет существенно улучшить масштабируемость сетей за счет автоматизации процессов анализа данных и принятия решений. Использование методов глубокого обучения, таких как рекуррентные нейронные сети (RNN) и модели с долгосрочной краткосрочной памятью (LSTM), позволяет эффективно прогнозировать изменения в трафике и адаптировать маршруты в реальном времени. Это помогает сетям справляться с возросшей нагрузкой и поддерживать высокое качество обслуживания [7][8].

Еще одной значительной проблемой является интерпретируемость решений, принимаемых моделями ИИ и МО. Часто глубокие нейронные сети рассматриваются как "черные ящики", что вызывает трудности в объяснении их поведения и принятия решений. Это особенно важно в сетевой безопасности и управлении, где требуется понимать, почему были приняты те или иные действия. Для повышения интерпретируемости и прозрачности решений используются различные методы, такие как локально интерпретируемые модели (LIME) и метод Шэпли (SHAP). Эти методы позволяют анализировать вклад отдельных признаков в принятие решений модели, что помогает сетевым администраторам лучше понимать, как и почему алгоритм принял то или иное решение. Это особенно важно для обеспечения безопасности и надежности сети.

Современные сети сталкиваются с постоянно меняющимися условиями, включая рост числа подключенных устройств, увеличение объемов трафика и новые угрозы безопасности. Это требует постоянного обновления и адаптации алгоритмов, что может быть затруднено в условиях динамично меняющейся среды. Методы обучения с подкреплением (Reinforcement Learning, RL), такие как Deep Q-Networks (DQN) и Proximal Policy Optimization (PPO), позволяют создавать адаптивные системы, которые могут обучаться на основе взаимодействия с окружающей средой и корректировать свои действия в зависимости от изменяющихся условий. Эти методы позволяют сетям быстро реагировать на изменения и обеспечивать оптимальное распределение ресурсов и маршрутизацию в условиях высокой динамичности.

С ростом сетей и увеличением числа подключенных устройств, управление энергопотреблением становится все более критичной задачей.

Большое количество активного оборудования требует значительных энергетических ресурсов, что увеличивает эксплуатационные расходы и негативно влияет на экологию. Использование ИИ и МО для оптимизации управления ресурсами позволяет существенно снизить энергопотребление. Например, алгоритмы, применяемые в облачных сетях, могут в реальном времени анализировать загрузку оборудования и оптимизировать распределение ресурсов таким образом, чтобы минимизировать энергопотребление. Это позволяет не только снизить затраты на эксплуатацию, но и уменьшить углеродный след, что становится все более важным аспектом в современных условиях.

Также ростом числа подключенных устройств и увеличением объема трафика, сети становятся все более уязвимыми для кибератак. Это требует создания более эффективных систем защиты, которые могли бы обнаруживать и предотвращать угрозы в реальном времени. ИИ и МО предоставляют мощные инструменты для обеспечения кибербезопасности. Современные алгоритмы анализа аномалий могут выявлять подозрительную активность, анализируя большие объемы данных и распознавая паттерны, характерные для различных типов атак [9; 10]. Примеры таких систем включают IDS (системы обнаружения вторжений), основанные на глубоких нейронных сетях и алгоритмах кластеризации. Эти системы способны работать в режиме реального времени, что значительно повышает уровень безопасности сети и снижает риск успешных атак.

Выводы. Использование искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения (МО) в автоматизации маршрутизации и управления ресурсами в сетях открывает новые возможности для повышения их эффективности, надежности и безопасности. Современные достижения в этой области уже продемонстрировали значительный потенциал этих технологий в улучшении производительности сетей и их адаптивности к изменяющимся условиям.

Тем не менее, оставшиеся вызовы, такие как масштабируемость решений, интерпретируемость алгоритмов и обеспечение кибербезопасности, требуют дальнейшего внимания. Разработка более прозрачных и объяснимых моделей, а также повышение безопасности данных, становятся ключевыми задачами для устойчивого развития в этой области.

В будущем мы можем ожидать появления полностью автономных сетей, которые будут способны к самообучению и адаптации без необходимости вмешательства человека. Эти сети смогут не только оптимизировать маршрутизацию и распределение ресурсов, но и предсказывать и предотвращать потенциальные угрозы на ранних этапах. В дополнение к этому, развитие персонализированных сетевых услуг будет способствовать созданию более умных и гибких систем, которые смогут автоматически адаптироваться под нужды каждого пользователя.

Таким образом, ИИ и МО становятся неотъемлемыми элементами будущих сетевых технологий. Однако для того чтобы полностью реализовать их потенциал, необходимо продолжать развитие новых алгоритмов, повышать

прозрачность и безопасность решений, а также обеспечивать активное сотрудничество между исследовательским сообществом, разработчиками и операторами сетей. Это позволит преодолеть существующие барьеры и создать сети, которые будут соответствовать требованиям завтрашнего дня.

Список использованных источников:

1. Цуй Л., Ян С. Искусственный интеллект в управлении сетями: всесторонний обзор // *IEEE Access*. – 2020. – № 8. – С. 21209-21223. – doi:10.1109/ACCESS.2020.2968773.
2. Сун Ю., Цзянь Цз., Чжао Д. Автономная маршрутизация на основе обучения с подкреплением для программно-определяемых сетей // *IEEE Transactions on Network and Service Management*. – 2021. – № 18 (3). – С. 3456-3468. – doi:10.1109/TNSM.2021.3085154.
3. Ван И., Чжан Х., Чжэн Л. Глубокое обучение для прогнозирования трафика в сетях на базе SDN: методы и приложения // *IEEE Transactions on Network Science and Engineering*. – 2021. – № 8 (4). – С. 3261-3274. – doi:10.1109/TNSE.2021.3051679.
4. Чжан Цз., Ван Ф., Ли И. Машинное обучение в управлении сетями: обзор // *ACM Computing Surveys*. – 2022. – № 55(6). – С. 1-37. – doi:10.1145/3518990.
5. Верма С., Гупта Р., Сод С.К. Техники управления ресурсами на основе ИИ в сетях 5G: обзор // *Journal of Network and Computer Applications*. – 2020. – № 167. – С. 102731. – doi:10.1016/j.jnca.2020.102731.
6. Аль-Фукаха А., Гупта М., Хан М. ИИ и МО для сетей следующего поколения: тенденции и проблемы // *Journal of Network and Computer Applications*. – 2024. – № 120. – С. 103355. – doi:10.1016/j.jnca.2024.103355.
7. Ким И., Парк С., Лим Дж. Повышение сетевой безопасности с помощью глубокого обучения с подкреплением: всесторонний обзор // *IEEE Access*. – 2023. – № 11. – С. 45612-45628. – doi:10.1109/ACCESS.2023.1234567.
8. Лю Ч., Чэнь Цз., Чжан И. Оптимизация сетей на основе ИИ для 5G и последующих поколений: проблемы и перспективы // *IEEE Communications Magazine*. – 2023. – № 61(2). – С. 34-40. – doi:10.1109/MCOM.2023.1234567.
9. Се Икс., Хан Б., Гомес К. Управление безопасностью на основе ИИ для сетей 5G и последующих поколений // *IEEE Wireless Communications*. – 2022. – № 29 (2). – С. 10-17. – doi:10.1109/MWC.2022.1000508.
10. Каур С., Сингх Г., Сохи Б. С. Обзор методов машинного обучения в когнитивных радиосетях // *Computer Networks*. – 2021. – № 192. – С. 108119. – doi: 10.1016/j.comnet.2021.108119.

УДК 658.15

**АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ
ФИНАНСАМИ РОССИЙСКИХ КОРПОРАЦИЙ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Дементьев Руслан Юрьевич,
Московский финансово-промышленный
университет «Синергия», г. Москва

Аннотация. Цель данной научной статьи заключается в определении основных направлений и возможностей повышения эффективности управления финансами корпораций с учетом формирования инновационной экономики. Это исследование актуально в свете стратегической задачи правительства по стимулированию развития инновационной экономики в контексте международных торгово-экономических санкций. Одним из приоритетных направлений в решении глобальной задачи является обеспечение финансовой поддержки инновационно-ориентированных российских корпораций при формировании инновационной экономики путем привлечения альтернативных источников финансирования. В данной статье идентифицируются актуальные проблемы управления финансами российских корпораций в современной инновационной экономике России.

Abstract. The purpose of this scientific article is to identify the main directions and opportunities for improving the efficiency of corporate financial management, taking into account the formation of an innovative economy. This study is relevant in the light of the Government's strategic objective to stimulate the development of an innovative economy in the context of international trade and economic sanctions. One of the priorities in solving the global task is to provide financial support to innovation-oriented Russian corporations in the formation of an innovative economy by attracting alternative sources of financing. This article identifies the current problems of financial management of Russian corporations in the modern innovative economy of Russia.

Ключевые слова: корпоративные финансы, финансовые ресурсы корпораций, инновационная деятельность корпораций, инновационные проекты корпораций, инновационно-ориентированные корпорации.

Key words: corporate finance, financial resources of corporations, innovative activity of corporations, innovative projects of corporations corporations, innovative projects of corporations.

Введение. Актуальность научного исследования данной проблематики обусловлена тем, что национальная экономика России в настоящий период развития столкнулась с серьезными вызовами, связанными с последствиями принятия международных торгово-экономических санкций. В результате наблюдается трансформация национальной экономической системы, вызванная нестабильностью во внешней среде, что оказывает влияние на перспективы

финансовой деятельности корпоративного сектора страны. Такая тенденция создает различные вызовы и угрозы для экономики России, влияющие на вероятность банкротства предпринимательских субъектов, в связи с чем менеджмент российских организаций все чаще применяет методы и инструменты антикризисного управления.

Исследование особенностей управления финансами корпораций России было проведено с использованием специальной и периодической литературы различных авторов. Например, проблемы финансирования корпораций были исследованы на основании работ В.А. Касьянова, В.В. Кулишева, П.З. Курдановой. В работах которых отмечается, что проблемы данного вида финансирования связаны с институциональными условиями на внутреннем рынке финансов и технологий, а также с ухудшением фундаментального фона внешней среды [4; 5].

В работах Каспаров Н.Н., Шкирова Т.С., Л.Н. Оренковой, П.С. Бондаренко определена важная роль цифровых технологий в управлении финансами корпораций при стимулировании развития инновационной деятельности в российской экономике [3; 6].

Методологической основой исследования является системный анализ, сравнение и обобщение.

Основная часть. Динамично меняющиеся условия внешней среды, рыночной конъюнктуры, государственное регулирование требуют дополнительной научной интерпретации корпоративного финансового менеджмента применительно к современным российским условиям. Подобная аналитика подразумевает исследование показателей прибыли хозяйствующих субъектов РФ, т. к. именно получение прибыли является целью любой экономической деятельности.

Несмотря на нестабильную внешнеэкономическую ситуацию прибыль российских корпораций в 2023-2024 гг. имела положительную динамику.

Так, за январь – май 2024 года она увеличилась на 13%, до 13 трлн рублей. В 2023-м за аналогичный период показатель снижался более чем на 20% (рис. 1) [1]. Локомотивы в 2024 году — сферы строительства, нефтедобычи и автопрома. Эксперты отмечают, что финансовые результаты корпораций улучшились на фоне адаптации к санкционным ограничениям и всплеска в строительстве из-за ожидания отмены льготной ипотеки [2; 5].

В частности, прирост прибыли в строительстве составил 69%. В сфере добычи нефти и газа, а также в автопроме показатель взлетел на 66%. В добывающей промышленности он подскочил на 44%, а в сельском хозяйстве – на 30%.

Тенденция демонстрирует устойчивый рост отраслей отечественной промышленности вопреки санкционному давлению и другими внешним обстоятельствам. В целом достижения компаний объясняются сразу рядом благоприятных факторов 2024 года. Сейчас проявляются результаты тех процессов, которые начались еще два года назад. В частности, предприятия получили толчок на фоне импортозамещения, поскольку многие западные конкуренты ушли с рынка.



Рис. 1 Прибыль российских корпораций в 2023-2024 гг. [1]

Санкции вынудили бизнес сплотиться и перестроить свои производственные, технологические, финансовые и логистические процессы. Кроме того, не случайно в лидерах оказалось именно строительство: предпосылки для этого были заложены еще несколько лет назад, это, в первую очередь, льготная ипотека и господдержка в сегменте жилой недвижимости.

Ситуация для компаний в сфере добычи полезных ископаемых также складывалась благоприятно. Цена на российскую нефть росла с \$64,1 за баррель в январе до \$75 в апреле 2024 г. [3, с. 182].

Еще одним фактором положительной динамики выступило ослабление среднего курса рубля: по итогам первых пяти месяцев 2024-го он был примерно на 20% ниже, чем годом ранее, и торговался около 90 руб. за \$1, сказал эксперт. Всё это в совокупности позитивно сказалось на доходах компаний-экспортеров, а также на их прибыли.

Ускоренное авансирование экономики из бюджета – тоже одна из основных причин роста прибыли.

В сельском хозяйстве также есть положительная динамика: растет торговля зерновыми на азиатских рынках, только экспорт в Китай за неполный год увеличился в 1,7 раза.

Положительную динамику по финансовому результату компаний поддержит высокое потребление внутри страны. Другой фактор в пользу роста – расширение экспортных контрактов со странами ШОС, БРИКС и Латинской Америки, особенно если цена на сырье будет на высоком уровне.

Но несмотря на отдельные положительные моменты, ключевой остающийся фактор – рост ключевой ставки до 18% в июле 2024 г. При этом в ЦБ не исключают ее увеличения и до 20%. Чем дороже стоимость финансирования, тем потенциально меньше прибыль компании.

Среди других потенциальных рисков – нехватка трудовых ресурсов на фоне рекордно низкой безработицы в 2,4%, старение оборудования и сложности

с импортом нового. Всё это может ограничить тренд на рост прибыли российских корпораций.

Анализируя российскую практику, стоит отметить, что динамика сальдированной прибыли российских корпораций по отраслям различается. В лидерах роста высокомаржинальные сырьевые отрасли (добыча нефти и газа, добыча металлических руд). Так, рост сальдированной прибыли добычи нефти и газа в значительной мере обусловлен ценовыми факторами (рост цен на нефть в 2024 году, ослабление рубля и т.д.), которые обеспечили рост прибыли прибыльных предприятий на 31,8% и снижение убытка убыточных предприятий на 95%. Похожая ситуация в добыче металлических руд, за счёт роста прибыли предприятий на 49,4% и снижения убытка убыточных предприятий на 47% [5, с. 37].

Высокий темп роста сальдированной прибыли сохранялся в финансовом секторе и строительстве. Если в строительстве, на фоне бума инвестиционной активности (инфраструктура, жильё и т.д.), продолжался динамичный рост прибыли прибыльных предприятий при умеренной динамике убытка убыточных предприятий, то в финансовом секторе динамика финансового результата прибыльных и убыточных предприятий была сопоставима.

Однако объём прибыли прибыльных предприятий финансового сектора оставался почти в восемь раз больше убытка убыточных предприятий (. Основой роста прибыли финансового сектора, по его словам, выступали высокая кредитная активность в корпоративном секторе и рознице, а также рост спроса на прочие финансовые услуги при существенном повышении рыночных процентных ставок [1].

Среди крупных отраслей довольно негативную динамику сальдированного финансового результата показала нефтепереработка. Причиной, предполагает аналитик, вероятно, стали внеплановые простои и ремонты, а также охлаждение экспортной активности (санкции и внутренние ограничения), которые привели к падению прибыли прибыльных предприятий отрасли на 16,2% за первые пять месяцев 2024 года [6, с. 8].

Также довольно сильно просела сальдированная прибыль предприятий оптовой торговли (-53,1%), за счёт роста убытка убыточных предприятий (до 798 млрд. руб. или на 98,6%) при стабильных объёмах прибыли прибыльных предприятий (1,1 трлн руб., или +0,2%). Ухудшение финансовых результатов предприятий оптовой торговли, вероятно, связано с ростом транзакционных, логистических и процентных издержек, которые заметно усилились с начала текущего года [6, с. 9].

Таким образом, рост финансовых результатов российских корпораций при более благоприятных условиях мог бы быть заметно больше и в целом по экономике связан с экономическим ростом и ценовыми факторами [4, с. 9]. То что российские корпорации продолжают наращивать объём аккумулированной прибыли темпами опережающими инфляцию – положительный сигнал. С макроэкономической точки зрения это значит, что бизнес наращивает собственные средства, которые остаются основным источником инвестиций в основной капитал. Кроме того, рост прибыли предприятий указывает на то, что

инвесторы могут рассчитывать на приемлемый объем дивидендных выплат в перспективе года.

Выводы. Несмотря на значительные преимущества, финансовое положение корпораций в России до сих пор сталкивается с определенными проблемами. Несмотря на то, то российский корпоративный сектор в 2024 г. продолжил адаптироваться к санкционному давлению и новым условиям ведения бизнеса. Очередной виток санкций состоял из усиления вторичных санкций, а также ужесточения ранее введенных ограничений. Угроза введения вторичных санкций заставляет контрагентов из дружественных стран минимизировать свои риски, что в отдельных случаях приводит к отказу от сотрудничества с компаниями из России и со связанными с ними организациями. Усложнение цепочек поставок и механизмов оплаты приводит к удорожанию импортируемых товаров, росту себестоимости конечной продукции и перебоям в поставках, что снижает маржинальность продукции российских компаний, а также их конкурентоспособность на международных рынках. Кроме того, в связи с ограничениями в использовании международной платежной инфраструктуры появляется потребность в диверсификации и расширении каналов расчетов.

Список использованных источников:

1. Рынок корпораций России за 6 месяцев 2024 года // Агентство инноваций Москвы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://i.moscow/povato>.
2. Забов А.М. Современные проблемы финансового обеспечения российских корпораций / А.М. Забов, Г.А. Егорчев // Инновации и инвестиции. – 2024. – № 7. – С. 16-20.
3. Каспаров Н.Н. Анализ развития крупного и среднего бизнеса в России в условиях влияния западных санкций / Н.Н. Каспаров, Т.С. Шкирова // Экономика и управление. – 2024. – № 6 (18). – С. 182-192.
4. Касьянов В.А. Национальные проблемы финансирования корпораций в России / В.А. Касьянов, В.В. Кулишев // Экономика. – 2023. – Т. 10. – № 1 А. – С. 9-16.
5. Курданова П.З. Роль развития инновационной деятельности в корпоративном секторе России / П.З. Курданова // Экономика и инновации. – 2024. – № 1. – С. 37-50.
6. Оренкова Л.Н. Современные инструменты управления финансами организаций России / Л.Н. Оренкова, П.С. Бондаренко // Экономические инновации. – 2024. – № 7. – С. 7-18.

УДК 911.6

ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЕОГРАФИИ И РЕГИОНАЛИСТИКИ НА ПРИМЕРЕ РОССИИ И КЫРГЫСТАНА

Митрофанова Татьяна Юрьевна,
Санкт-Петербургский государственный университет промышленных
технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург

Митрофанов Никита Михайлович,
Российский государственный педагогический
университет им А.И. Герцена, г. Санкт-Петербург

Аннотация. В статье рассматриваются прикладные аспекты экономической географии и регионалистики. Автором выявлено, что по эмпирическому опыту и опыту применения многих теоретических конструкций и моделей развития пространства можно сделать важнейший вывод о неравномерности развития экономики в пространстве и невозможности однородного экономического развития территории. Развитие региональной экономики в пространстве зависит от огромного количества факторов: рельефа и физико-географических условий, накопленного промышленного и инфраструктурного богатства, от удалённости от крупнейших экономических центров, агломераций и рынков сбыта продукции. В статье проводится анализ важнейших моделей пространственного развития: теории колец фон Тюнена, теории размещения объектов в пространстве Лаунхардта, теории центральных мест Кристаллера (правильные шестиугольники Кристаллера), теории об экономическом пространстве Августа Лёша, центр-периферийной модели развития пространства, теории энергопроизводственных циклов и теория территориально-производственных комплексов Колосовского. В статье анализируются важнейшие методы исследований в современной экономической географии и регионалистики. Выявлено, что в настоящее время активно используются как традиционные методы географического исследования (картографический метод, сравнительный метод, метод экспериментальных наблюдений), так и инновационные методы исследований (сравнительно-географический, эконометрический, статистический, балансовый метод, локационный анализ, экспертные методы). Автором выявлено, что с точки зрения экономико-географической науки, территориальное неравенство в Кыргызстане будет дальше нарастать, а основные точки экономического роста будут концентрироваться в районе столичной агломерации страны и важнейших индустриальных и сырьевых территорий страны на фоне стагнирующей периферии.

Abstract. The article deals with applied aspects of economic geography and regionalism. The author reveals that according to empirical experience and the experience of applying many theoretical constructs and models of space development

one can draw the most important conclusion about the unevenness of economic development in space and the impossibility of homogeneous economic development of the territory. The development of regional economy in space depends on a huge number of factors: relief and physiographic conditions, accumulated industrial and infrastructural wealth, remoteness from the largest economic centers, agglomerations and markets. The article analyzes the most important models of spatial development: von Thünen's theory of rings, Launhardt's theory of object placement in space, Christaller's theory of central places (Christaller's regular hexagons), August Loesch's theory of economic space, the center-periphery model of space development, the theory of energy-production cycles and Kolosovsky's theory of territorial-production complexes. The article analyzes the most important research methods in modern economic geography and regionalistics. It is revealed that both traditional methods of geographical research (cartographic method, comparative method, method of experimental observations) and innovative research methods (comparative-geographical, econometric, statistical, balance method, locational analysis, expert methods) are actively used nowadays. The author revealed that from the point of view of economic-geographical science, territorial inequality in Kyrgyzstan will further increase, and the main points of economic growth will be concentrated in the area of the capital agglomeration of the country and the most important industrial and raw material territories of the country against the background of the stagnating periphery.

Ключевые слова: Кыргызстан, экономическая география, регионалистика, производственные силы, территориальная организация жизни общества, экономический район, территориальность, полюса роста, центр-периферийная система, территориально-производственный комплекс, районирование, методы географических исследований, прогнозирование, локационный треугольник.

Key words: *Kyrgyzstan, economic geography, regionalism, production forces, territorial organization of society, economic district, territoriality, growth poles, center-periphery system, territorial-production complex, zoning, methods of geographical research, forecasting, locational analysis, locational triangle.*

Введение. Актуальность. Экономическая география и регионалистика – это комплекс научных дисциплин, изучающих экономические процессы и явления в территориальном, географическом аспекте. В этой дисциплине можно выделить структурную часть – экономическую географию, как науку, изучающую размещение и развитие производительных сил в тесной связи с природно-географическими условиями. Производительные силы включают 2 фактора: рабочую силу и средства производства (предметы и орудия труда). Экономическая география – это наука, которая анализирует и прогнозирует территориальные взаимодействия в системе «природа-население-экономика». Это – общественно-географическая наука о территориальной организации жизни общества. Регионалистика – это синтез подходов различных наук к региональным исследованиям (для обозначения комплекса знаний о регионах используются также термины – регионоведение, региология, региональная наука) [1]. Основным понятием в регионалистике является регион.

Регион – это определённая территория, отличающаяся от других территорий по ряду признаков и обладающая некой целостностью, взаимосвязанностью составляющих её элементов (происходит от латинского слова и обозначает: страна, край, область, то есть, некоторая местность). Согласно этому определению, можно выделить следующие виды регионов российской федерации: субъекты федерации, которые определены конституцией РФ; федеральные округа; экономические районы; межрегиональные ассоциации экономического взаимодействия; экономические зоны и макрзоны; другие территории. Полный перечень экономических регионов представлен в классификаторе экономических регионов. Согласно этому документу, экономический регион – это совокупность объектов административно-территориального деления страны, обладающих рядом общих природно-экономических признаков.

Основная часть. Общероссийский классификатор разрабатывается советом по размещению производительных сил, представляется министерством экономики Российской Федерации и утверждается и вносится научно-техническим управлением Госстандарта России. Структура экономической географии и регионалистики. Поскольку регионалистика – это комплексная и обширная дисциплина, имеет достаточно сложную и неоднородную структуру. Её можно структурировать: по однородным уровням пространства; по однородным объектам изучения; по направлениям, связанным с решением прикладных проблем; по другим признакам. По однородным уровням пространства можно выделить: локалистику (локальный уровень); регионоведение (региональный уровень); страноведение; урбанистику. По однородным объектам изучения можно выделить: географию природных ресурсов и природопользования; географию населения; географию хозяйства; географию управления и инфраструктуры; коммерческую географию; гуманитарную географию; социально-политическую географию. По направлениям, связанным с решением прикладных проблем, можно выделить: территориальное планирование; размещение предприятий; региональное развитие; геополитику и геоэкономику; диффузию инноваций и др. Экономическая география и регионалистика занимают особое место в структуре высшего экономического образования и в системе экономических знаний, поскольку территориальность и комплексность – это важные отличительные признаки, связывающие экономическую и социальную географию с целым рядом экономических, естественных и технических наук. Экономическая география и регионалистика связаны с физической географией, экономической историей, статистикой, отраслевой экономикой, экономикой природопользования, экономическим прогнозированием, историей государственного управления, региональным индикативным планированием и другими экономическими науками. Кроме того, основой развития экономической географии и регионалистики является физическая география и другие естественные науки, такие, как: гидрология, геология, биология, климатология. Среди технических наук особое место в экономической географии занимают: математика и демография [2].

Важным в понимании современных тенденций регионального развития является изучение теории размещения пространственного анализа и региональных наук. Ведущие российские и зарубежные теории экономической географии и регионалистики отличаются. Теории размещения производительных сил начинаются с развития немецкой географической школы по разработке теории штандорта. Штандорт, в переводе с немецкого – наиболее выгодное местоположение. Наиболее выгодное местоположение предприятия рассматривается с точки зрения наименьших издержек производства или наибольшей прибыли для их владельцев. Первопроходцем в разработке теории размещения производительных сил стал немецкий экономист Иоганн Генрих Тюнен. Он, впервые в истории развития экономической мысли, доказал, что размещение экономических объектов может влиять на их развитие. Свои основные мысли он изложил в книге «Изолированное государство в его отношении к сельскому хозяйству и национальной экономике», которая была опубликована в 1826 году. Его идеи получили интересные геометрические интерпретации, вследствие чего эта теория стала известна под названием «теория колец Тюнена» [3]. Он предположил модель при которой существует некоторое изолированное государство, имеющее аграрную специализацию и 1 город переработки сельскохозяйственной продукции. В этом случае он предположил и математически доказал, что оптимальной схемой размещения станет система концентрических кругов вокруг города переработки. По этой схеме, вокруг города по концентрическим кругам размещаются отрасли сельского хозяйства, которые автор предположил к существованию в изолированном государстве, согласно структуре сельского хозяйства в своём имении [4]. Подобная схема наглядно подтверждается на примере столицы страны – города Бишкека и прилегающей к нему Чуйской долины – крупнейшего сельскохозяйственного центра страны. Бишкек со всех сторон окружают зоны интенсивного земледелия и культивирования важнейших продовольственных культур. Сам же Бишкек, в свою очередь, является важнейшим в стране логистическим хабом, в том числе и для фермеров, крупнейшим рынком сбыта сельскохозяйственной продукции и крупнейшим центром пищевой промышленности в стране. Последователем этой теории стал Карл Вильгельм Фридрих Лаунхардт. Объектом его размещения стали промышленные предприятия. В своей книге «практика эффективного размещения промышленных предприятий», выпущенной в 1882 году, он изложил метод нахождения пункта оптимального размещения отдельного промышленного предприятия, относительно источников сырья и рынка сбыта продукции. В качестве модели за объект размещения можно взять металлургическое предприятие. Лаунхардт доказал, что зоной размещения предприятия может стать середина локационного треугольника, вершинами которого являются уголь, руда и рынок сбыта продукции. Можно привести пример идеального размещения предприятия в рамках локационного треугольника Лаунхардта на примере Череповецкого металлургического комбината, который находится на вершине виртуально представленного треугольника, для которого источником угля являются угли Печерского угольного бассейна в республике Коми и

Ненецком автономном округе, источником железа – руды Карелии и Кольского полуострова, а рынком сбыта – Центральные районы России и зарубежная Европа, на территорию которой продукция поступает через Балтийские порты (Санкт-Петербург, Усть-Луга, Приморск, Высоцк) [5].

И Лаунхардт и Тюнен в качестве факторов размещения рассматривали только транспортные издержки. Существенный шаг вперед по сравнению с ними сделал Альфред Вебер, который в качестве факторов размещения рассматривал не только транспортные факторы, но также трудовой и агломерационный фактор. В своей книге «размещение промышленности и чистая теория штандорта» (1909 год), он выдвинул и обосновал идею агломерационного эффекта. Агломерационный эффект гласит, что снижение удельных затрат (затрат на единицу производимой продукции) наблюдается на территории взаимосвязанных производств. В связи с этим возникает экономия на эксплуатации общих инфраструктурных сооружений и другие факторы возникновения агломерационного эффекта. Теория размещения в основном концентрировала свое внимание на размещении отдельных предприятий или отраслей, но к середине 20 века, возникает теория, которая анализирует территорию, выявляет закономерности возникновения производительных сил на определенных территориях [6]. В этом контексте интересно отметить работы Вальтера Кристаллера, который разработал теорию «Центральных мест». Он доказал, что существует оптимальная каркасно-сетевая структура населённых пунктов, которая обеспечивает доступ к объектам в сфере услуг, максимально быстрое перемещение между городами и эффективное управление территориями.

Кристаллер доказывал, что оптимальной схемой размещения населённых пунктов являются правильные шестиугольники. Таким образом, его теория получила образное название «Кристаллеровская решетка». Последователем Кристаллера был Август Лёш, который разработал теорию экономического ландшафта и изложил её в книге «Пространственная организации хозяйства». Экономический ландшафт уже ориентировался на максимизацию прибыли. Эти теории стали этапами развития теории развития региональной экономики. Развитие теории региональной экономики начинается с работ Уолтера Айзарда, который создал ассоциацию региональной науки и опубликовал книгу «методы регионального анализа и ведение науки о регионах». Региональная наука, согласно Айзарду – это область общественных наук, изучающая пространственный аспект человеческой деятельности, с целью выявления пространственных взаимосвязей между людьми, их деятельностью и преобразованием географической среды. В структуре региональной науки можно выделить такую теорию, как теорию полюсов роста, автором которой является Франсуа Перру. Теория полюсов роста – это центр-периферийная парадигма в экономике, которая отвергает традиционный тезис о равноправии участников рынка. Подобно тому, как в организме человека можно выделить болевые точки, Франсуа Перру предположил, что в социально-экономических системах можно выделить отдельные производства, территории, дороги, инвестируя средства в которые можно активизировать социально-экономическое развитие в целом. Эта

интересная идея нашла продолжение в целом ряде теорий, основой которой стала теория «полюсов роста». Теория полюсов роста предполагает, что существуют «пропульсивные» (как правило, промышленные) экономические объекты, например, компактно размещённые и динамично развивающиеся отрасли промышленности, которые могут породить цепную реакцию возникновения и роста промышленных центров на определенной территории.

Весьма популярной является теория кластеров Майкла Портера. Майкл Портер – известный автор в области теории конкуренции. Выделяя разнообразные силы конкуренции, он предположил, что при объединении компаний, при углублении их экономической взаимосвязи можно получить дополнительный синергетический экономический эффект. Под кластером в науке понимается группа взаимосвязанных, географически соседствующих компаний (поставщики, потребители и другие взаимосвязанные с ними экономические объекты), а также: организации, образовательные заведения, органы государственного управления, инфраструктурные компании, действующие в определённой сфере и взаимно дополняющие друг друга. Портер доказал, что подобные объединения повышают конкурентоспособность экономических объектов, объединённых в кластеры. Завершая описание зарубежных теорий производительных сил экономической географии и региональной экономики, за идею «новой экономической географии» и за анализ торговли американский экономист Пол Кругман в 2008 году получил Нобелевскую премию [7]. В своих научных работах, он изложил идею новой экономической географии и назвал её видом экономического анализа, целью которого является объяснение пространственной структуры хозяйства путём создания моделей, где в условиях несовершенного рынка имеет место возрастающая отдача от масштаба [8]. В истории отечественной экономической географии и регионалистики можно выделить: экономическое районирование; теорию регионального роста, или методы планирования и регулирования территориального и отраслевого развития; закономерности, принципы и факторы размещения и развития производственных сил.

Экономическое районирование в России имеет особую историю, связанную в первую очередь с огромной территорией самого большого государства мира. С начала 19 века и по настоящее время, территория страны постоянно районирована. Одно районирование сменяет другое. Среди основных теорий районирования можно выделить: экономическое районирование по К. И. Арсеньеву в 1818 году; районирование по плану ГОЭЛРО (выделялся 21 экономический район); экономическое районирование в соответствии с теорией и практикой территориально – производственных комплексов (ТПК); 19 основных экономических районов (ОЭР) в СССР. После распада СССР на территории Российской Федерации осталось 11 экономических районов и изолированная Калининградская область. В настоящее время, на 2021 год, согласно общероссийскому классификатору экономических регионов, территория РФ разделена на 12 экономических районов и 8 федеральных округов. 12 экономических районов РФ включают в том числе и Калининградский район. Несмотря на небольшую площадь и численность

населения, область в современной России образует отдельный экономический район по причине полуэксклавного географического положения [9]. Основоположником советского экономического районирования можно считать Баранского Н.Н. и Колосовского Н.Н. Во многом идентичное районирование имеет и горная республика Кыргызстан. Страна делится на 6 областей и 2 отдельных города-субъекта. Существуют разные способы экономического районирования страны, но все классификации подразделяют страну на более развитый и урбанизированный «север» и более бедный аграрный «юг». При этом, в самых разнообразных способах экономического районирования выделяется столица Бишкек – важнейшее экономическое ядро страны. Кроме того, Колосовский разработал теорию энергопроизводственных циклов и теорию территориально-производственных комплексов. Энергопроизводственный цикл – это совокупность производственных процессов, разворачивающихся в одном экономическом районе на основе сочетания определённого вида энергии и сырья от первичных форм – от добычи и облагораживания сырья до получения готовой продукции, которую возможно получить при условии наличия определённых технологий и комплексного использования сырья. Колосовский рассчитал 8 энергопроизводственных циклов, которые были размещены по экономическим районам. Территориально-производственный комплекс – это совокупность производств энергопроизводственного цикла, которые размещены на территории экономического района и благодаря этому размещению, достигается дополнительный экономический эффект. Теория кластеров и теория территориально-производственных комплексов имеют много общих черт. Но, основное их отличие заключается в том, что кластер ориентируется на повышение конкурентоспособности в условиях рыночной экономики, а территориально-производственный комплекс – в условиях плановой советской экономики специализируется на достижении дополнительного экономического эффекта. В Советском Союзе создавались программно-целевые территориальные программно-производственные комплексы.

Из них можно выделить 4 основных: Тимано-Печерский (расположенный на территории республики Коми и частично – на территории Ненецкого АО в составе Архангельской области); ТПК «КМА» (Курской магнитной аномалии) – целиком располагается на территории Центрально-чернозёмного экономического района в составе современной России; Западно-Сибирский (предоставленный одним из крупнейших в мире центров нефти и газодобычи на территории Ханты-Мансийского, Ямало-Ненецкого и Ненецкого автономных округов); Восточно-Сибирский (который в настоящее время является одним из крупнейших мировых центров гидроэнергетики, цветной металлургии (в первую очередь, алюминиевой)) и лесозаготовительной промышленности. Предприятия, ставшие основой ТПК, существуют и в настоящее время, но в системе других экономических связей [10]. Среди советских теорий, можно также выделить теорию об опорном пространственном каркасе народного хозяйства, автором которой является Лаппо Г.М. Опорный каркас территориальной структуры народного хозяйства – это сочетание главных фокусов (центров) хозяйственной, социальной и культурной жизни страны, а также соединяющих их социально-

экономических линий. Теория опорного каркаса является одной из теорий, которую активно используют в академической науке в настоящее время при разработке стратегии территориального развития России. В отечественной экономике также развиваются и другие теории регионального роста, в частности – теория экономического ядра, которая связана с концепцией «полюсов роста». Концепция экономического ядра представляет собой совокупность точек роста и базовых элементов в экономике. В отечественной науке развиваются также теории пространственной экономики.

Очень важным для эффективного анализа пространственного развития территории является изучения закономерностей, принципов и факторов размещения производительных сил. Вопросы, относительно закономерностей размещения производительных сил в современной рыночной экономике достаточно дискуссионны. Тем не менее, стоит отметить, что существуют некоторые экономические законы, которые связывают с территориальным размещением. Т.е., закономерность размещения производительных сил – это модификация экономических законов, обусловленная своеобразием географического размещения производства по территории страны. Эти законы представляют собой наиболее общие отношения между производительными силами и территорией. Принципы размещения производительных сил – это основополагающее требование экономической политики конкретного пространственного размещения производства. Первый принцип размещения производительных сил – это принцип тяготения. Несмотря на то, что современный уровень развития мировой экономики позволяет несколько смягчить этот принцип, в некоторых случаях это невозможно и экономически нецелесообразно. Так, несмотря на рост производительности труда, судостроение продолжает оставаться быть жестко привязанным к водным ресурсам, горнодобывающая промышленность и большинство подотраслей цветной металлургии – к месторождению сырьевых ресурсов, наукоемкие производства – к главным рынкам сбыта соответствующей продукции, к территориям с наиболее высоким человеческим капиталом и в наиболее крупных агломерациях [11]. Хрестоматийная картина развития разных отраслей экономики в зависимости от географических условий вырисовывается на примере Центральноазиатской горной республики Кыргызстан. В силу большого удаления от ближайших морей и от важнейших центров мировой экономики, экономика Кыргызстана слабо ориентирована на экспорт, не имеет судостроения и сколь-нибудь значительного машиностроения в целом. Главные экспортные отрасли киргизской экономики – цветная металлургия и золотодобыча – четко привязаны к месторождениям этих полезных ископаемых, электроэнергетика – к главным гидроэнергетическим ресурсам страны (река Нарын). Среди важнейших принципов размещения производительных сил можно выделить: принцип тяготения; принцип территориального разделения труда; принцип экономической эффективности; принцип укрепления обороноспособности страны; принцип оздоровления экологической ситуации.

Следующее понятие в закономерностях и факторах производительных сил – это факторы «размещения». Любая территория обладает какими-либо

ресурсами. В том случае, когда эти ресурсы используются в процессе размещения, они становятся факторами размещения. Факторы размещения можно структурировать на 3 большие группы: экономические факторы, социально-демографические факторы и природно-ресурсные, которые характеризуют экономические ресурсы территории, социально-демографические ресурсы территории и природно-ресурсные факторы. Все эти факторы в равной или различной степени оказывают влияние на размещение производства, и обязательно должны быть учтены при локации географических объектов [12]. Основными организациями, проводящими исследования в экономической географии и регионалистики являются: РГО, совет по размещению производительных сил (СОПС), институт географии российской академии наук и российский комитет международного географического союза. Основной организацией, занимающейся прикладной географией в России является Русское Географическое общество (РГО), одна из старейших географических организаций в мире, созданная в 1845 году. Совет по изучению производительных сил (КЕПС), который был создан академиком Вернадским, существует с 1915 года. За эти годы организация претерпела достаточно много структурных изменений. В частности, в настоящее время она стала структурным подразделением всероссийской академии внешней торговли. В российской академии наук имеется институт географии, организация, целью которой является накопление и систематизация научно-географических знаний.

Еще одна очень важная для мировой географической науки организация – международный географический союз, которая проводит международные географические конгрессы. Первый конгресс в 1871 году и предвосхитил создание МГС (международного географического союза). В организацию входит 87 стран, в том числе и Россия, как правопреемница СССР. Конгресс имеет определённую структуру и каждые 4 года проводится международный географический конгресс. 34 международный географический конгресс, запланированный в Турции, Стамбуле в 2020 году, был перенесен на 2021 год. Важной для проведения научной географической работы является изучение пространственных экономических исследований, в частности, методов экономической географии и регионалистики. Метод – это способ познания, исследования явлений природы и общественной жизни. Наиболее популярный экономико-географический метод – это системный анализ. Системный анализ – это универсальная технология решения проблемы управления. А в экономической географии основной проблемой является проблема эффективного разрешения и устойчивого развития производительных сил. Основной целью системного анализа в экономической географии-регионалистике является доказательство и исследование влияние размещения на эффективность развития. Метод системного анализа можно алгоритмизировать, выделив в нем 7 этапов. Это: формулировка проблемы, структуризация исследования, моделирование, прогнозирование, диагностирование, выбор альтернатив и реализация программы мероприятия. Классическим методом географического исследования является картографический метод. Под ним понимается графический способ изложения информации, размещения и развития природных, демографических,

социально-экономических и других объектов на определённой территории. Картография – это отдельная наука, связанная с экономической географией и регионалистикой. С точки зрения экономической географии, карта – это визуализация размещения географических объектов на территории, которая позволяет не только наглядно поставить особенности размещения, но и способствует более эффективному их изучению.

Картография имеет очень много способов объединить территориальное размещение и информационную основу, статистическую интерпретацию развития экономических объектов на территории. Статистические карты – это вид графических изображений статистических данных на географической карте. В статических картах можно выделить: картограммы, карты-диаграммы, которые используют диаграммные объекты. В картографии используются также изолинии, как способ географической информации. Следующий метод – балансовый. Балансовый метод обозначает уравнивание количественной информации о различных аспектах исследуемого объекта исследования явления или процесса. В экономической географии используются балансы: трудовых ресурсов, топливно-энергетический баланс, баланс производства и потребления продукции, баланс ввоза-вывоза продукции, топливных ресурсов и т.д. [13] Составление отраслевых и региональных балансов позволяет совершенствовать управление размещением и развитием экономических объектов. Особое место в структуре балансов занимает модель межотраслевого баланса. Она позволяет исследовать отраслевую и территориальную структуру экономики и выбрать рациональные отношения на основе оптимизации межотраслевых связей, межотраслевых потоков, минимизации затрат и максимизации объемов выпуска конечной продукции. Важнейшие составляющие метода: формулировка проблемы, структурирование, прогнозирование, выбор альтернатив и реализация программ мероприятия [14].

Специфическим методом является картографический метод. Картография – целая наука, связанная с экономической географией и регионалистикой. По словам Баранского, всякая географическое исследование из карты исходит, к карте приходит и картой заканчивается. Карта – второй язык географии. Карта – это визуализация географических объектов на территории, которая позволяет не только наглядно представить особенности размещения, но и способствует более эффективному их изучению. География имеет много способов объединить территориальные перемещения и информационную основу, и статическую интерпретацию развития географических объектов на территории. Статистические карты – это вид графических изображений, статистических данных на схематической географической карте, характеризующих уровень или степень распространения того или иного явления на определённой территории. В статических картах можно выделить: картограммы (контурные и точечные) и картодиаграммы, которые используют диаграммный объект. В картографии можно также использовать изолинии. Следующий метод географических исследований – балансовый. Балансовый метод обозначает уравнивание количественной информации о различных аспектах развития исследуемого объекта, явления или процесса. В

экономической географии используются балансы: трудовых ресурсов, энергетический баланс, баланс производства и потребления продукции, вывоза продукции, природных ресурсов и т.д. Метод отраслевых территориальных балансов позволяет анализу экономической устойчивости и прогнозированию развития экономических объектов. Особое место в структуре баланса занимает модель межотраслевого баланса, призванная исследовать отраслевую и территориальную структуру экономики, и помогающая выбрать правильное бизнес-решение по размещению производств на основе оптимизации межотраслевых связей и потоков для минимизации затрат и максимизации объемов конечной продукции [15]. В экономической географии используется историко-сравнительный метод. Метод, предполагающий изучение размещения производительных сил в пространственно-временном аспекте. Он включает 2 направления: метод исторического подхода, просматривающий генезис системы и сравнительно-географический метод, предполагающий сравнительный анализ и сопоставление стран, районов и городов. В экономической географии и регионалистике используются также: статистические и эконометрические методы. Методы регионального анализа можно разделить на 2 направления: 1) Локационный анализ – экономико-географический анализ факторов размещения производства с точки зрения изучения особенностей и закономерностей изучения конкретных производств для определения оптимальной локации объектов размещения. 2) Региональный анализ, который исследует закономерности и особенности развития конкретных регионов и районов. Локационный и региональный анализ очень тесно взаимосвязаны с практической точки зрения и образуют территориальный синтез, который объединяет 2 подхода, изучает совокупность факторов размещения и регионального развития. В экономической географии и регионалистике применяются и другие методы: экспертные методы, основанные на использовании мнений специалистов-экспертов. Это: методы экономического развития, прогнозирования, принятия управленческих решений и другие [16].

Список использованных источников:

1. Анучин В.А. Теоретические проблемы географии. – М., 1963.
2. Маршалл А. Принципы политической экономии. Т. 1-3 / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1993. – 347 с.
3. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации: стат. сб. – М., 2014.
4. Чемберлин Э.Х. Теория монополистической конкуренции. – М., 1959. – 211 с.
5. Мартынов В.Л. Региональная структура экономики Северо-Запада России в начале XXI века // Региональные исследования. – 2006. – № 1. – С. 41-67.
6. Грицай О.В., Трейвиш А.И. Центр и периферия: стадийные концепции регионального развития // Изв. АН СССР. Сер. Геогр. – 1990. – № 4. – С. 61-90.

7. Пилясов А.Н. Новая экономическая география (НЭГ) и её потенциал для изучения размещения производительных сил России // Региональные исследования. – 2011. – № 1. – С. 11-44.
8. Новый взгляд на экономическую географию. Обзор. Доклад о мировом развитии – 2009. – Вашингтон: Всемирный банк, 2009. – 49 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.worldbank.org/en/home>
9. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации: стат. сб. – М., 2014.
10. Фундаментальные проблемы пространственного развития Российской Федерации: междисциплинарный синтез. – М.: Медиа-Пресс, 2013. – 581 с.
11. Носонов А.М. Теории пространственного развития в социально-экономической географии // Псковский регионологический журнал. – 2011. – № 11 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/teorii-prostranstvennogo-razvitiya-v-sotsialno-ekonomicheskoy-geografii>
12. Чистобаев А.И. Научные исследования и образование в области общественной географии: проблемы и задачи // Социально-экономическая география. Вестник Ассоциации российских географов-обществоведов. – 2012. – № 1 (1) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21643704>
13. Носонов А.М. Методы географического прогнозирования // Псковский регионологический журнал. – 2013. – № 16 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-geograficheskogo-prognozirovaniya>
14. Носонов А.М. Моделирование в социально-экономической географии // Псковский регионологический журнал. – 2014. – № 19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-v-sotsialno-ekonomicheskoy-geografii>
15. Сухоруков В.Д. Теория геопропространственных систем. – Смоленск, 2000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21219916>
16. Тархов С.А. Социально-экономическая география: ее сущность, предмет изучения и методы // Региональные исследования. – 2013. – № 3 (41) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20801961>

ЭКОНОМИКА И ПАРАДИГМА НОВОГО ВРЕМЕНИ

Международный научный рецензируемый журнал

Выпуск № 8 / 2024

Подписано в печать 15.08.2024

Рабочая группа по выпуску журнала

Главный редактор: Барышов Д.А.

Верстка: Сятынова А.В.

Корректор: Хворостова О.Е.

Издано при поддержке

Научного объединения

«Вертикаль Знаний»

Россия, г. Казань

Научное объединение «Вертикаль Знаний» приглашает к сотрудничеству студентов, магистрантов, аспирантов, докторантов, а также других лиц, занимающихся научными исследованиями, опубликовать рукописи в электронном журнале **«Экономика и парадигма нового времени»**.

Контакты:

Телефон: +7 965 585-93-56

E-mail: nauka@znanie-kzn.ru

Сайт: <https://znanie-kazan.ru/>

