ISSN 2078-6921
Эл № ФС77-46167

Маркетинг МВА
Маркетинговое управление предприятием

Journal Marketing management firms
Marketing MBA

2023 год Том № 14 Выпуск №2
Volume № 14 Issue № 2

< 2078 6922 >

Маркетинг MBA
Маркетинговое управление предприятием

Journal Marketing management firms
Marketing MBA

Главный редактор:
Сидорчук Роман Роальдович, *доктор экномических наук*
Editor Sidorchuk Roman Roaldovich, *Doctor of Economics (marketing), Ph.D.,*

Ответственный редактор: Алексей Самойлов
Liability editor: Alexei Samoilov

Адрес: 129018, Россия, г. Москва, Складочная ул. д.1, стр. 18, оф.317
Address:129 018, Moscow, Russia, Skladochnaya Street. d.1, str. 18, of. 317
Электронный адрес: info@marketing-mba.ru
E-mail: info@marketing-mba.ru
Учредитель и издатель: Сидорчук Р.Р. и RSonsult ©
Founder and publisher: Sidorchuk R.R. & RSonsult ©
ОН-лайн Научный журнал: www.marketing-mba.ru
ON-line Scientific Journal: www.marketing-mba.ru

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

2023 год Том № 14 Выпуск № 2
Volume № 14 Issue № 2

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

Содержание

Content

Бобовская В. А., *студент магистратуры факультета политологии СПбГУ* **5**
Модели макроэкономического равновесия и оценка экономических кризисов (на примере азиатского финансового кризиса 199701998 гг.).
Bobovskaya V.A., *student of the Faculty of Political Science St. Petersburg State University* ***Models of macroeconomic equilibrium and assessment of economic crises (using the example of the asian financial crisis of 1997-1998).***

Пурэв-Очир Лхамсурэн*, студент магистратуры экономического факультета СПбГУ.* ***Проблемы жесткой денежно-кредитной политики для развивающихся стран на примере Монголии.*** **15**
Purev-Ochir Lhamsuren, student of the Faculty of Economics St. Petersburg State University ***Problems of tight monetary policy for developing countries on the example of Mongolia.***

Монайкина К. И., *студент юридического факультета БФУ им.Канта.* ***Использование маркетингового эффекта парадокса восстановления доверия, его особенности и история.*** **32**
Monaikina K. I., *student of the Law Faculty BFU named after.Kanta,* ***Using the marketing effect of the paradox of restoring trust, its features and history.***

Ольховская Д. В., *студент юридического факультета СПбГУ* **45**
Никифорова Е. Л*., студент факультета политологии СПбГУ*
Возможности и проблемы для развития туризма в краснодарском крае во время геополитического кризиса.
Olkhovskaya D. V., *student of the Law Faculty St. Petersburg State University*
Nikiforova E. L. *student of the Faculty of Political Science St. Petersburg State University.* ***Opportunities and challenges for tourism development in the krasnodar region during the geopolitical crisis***

Пахомова Л. А., *студент факультета политологии СПбГУ* **61**
Особенности менеджмента в российской космической отрасли.
Pakhomova L. A*., student of the Faculty of Political Science St. Petersburg State University.* ***Features of management in the russian space industry***

Сутягина Д. Р., *студент Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена* **73**
Зинченко М. В*. ассистент кафедры Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена*
Азаркевич Я. С., *студент Института психологии РГПУ им. А.И. Герцена.* ***Психологические аспекты поведения потребителей: почему иррациональное поведение преобладает над рациональным?***
Sutyagina D. R., *student of the Institute of Economics and Management Herzen State Pedagogical University of Russia*
Zinchenko M.V*., Assistant Institute of Economics and Management Herzen State Pedagogical University of Russia*
Azarkevich Y. S*., student of the Institute of Economics and Management Herzen State Pedagogical University of Russia.* ***Psychological aspects of consumer behavior: why does irrational behavior prevail over rational?***

Хайруллова А. В.*, студент факультета политологии СПбГУ.* **85**
Проблемы логистики в эпоху covid-19 и санкций
Khairullova A. V., *student of the Faculty of Political Science St. Petersburg State University.* ***Logistics challenges in the era of covid-19 and sanctions.***

Щеглов М. Ю., *студент экономического факультета СПбГУ.* **99**
Внешнеэкономические шоки: подходы и типологии.
Shcheglov M. Y., *student of the Faculty of Economics St. Petersburg State University.* ***External economic shocks: approaches and typologies.***

Бобовская В. А.
студент магистратуры факультета политологии СПбГУ
st107642@student.spbu.ru

Модели макроэкономического равновесия и оценка экономических кризисов (на примере азиатского финансового кризиса 199701998 гг.)

Аннотация

В данной статье анализируется возможность применения основных моделей макроэкономического равновесия в оценке динамики экономических кризисов в государствах с рыночной системой. Сингапур, Тайвань, Гонконг, Республика Корея – «4 азиатских тигра», подвергшиеся подобному кризису в период с 1995 по 1998 год. Цель указанной работы – выявить осуществимость полноценного изучения потрясений рыночного механизма с помощью моделей макроэкономического равновесия (IS-LM) и (AD-AS). Автор доклада рассматривает не только факторы наступления кризиса в вышеуказанном регионе, непосредственно связанные с составляющими приведенных моделей, но и внешние факторы, выходящие за пределы территориального и экономического пространства «4-х азиатских тигров», учитывая все взаимосвязи, выявляя при этом «общую картину» развития кризиса.

Ключевые слова: модели макроэкономического равновесия, «4 азиатских тигра», экономический кризис, рыночная система.

RePEc: E27, O47

УДК 330.101.54, 338.124.4

Bobovskaya V.A.
student of the Faculty of Political Science
St. Petersburg State University
st107642@student.spbu.ru

Models of macroeconomic equilibrium and assessment of economic crises (using the example of the asian financial crisis of 1997-1998)

Abstract

This article analyzes the possibility of applying the basic models of macroeconomic equilibrium in assessing the dynamics of economic crises in states with a market system. Singapore, Taiwan, Hong Kong, and the Republic of Korea are the "4 Asian tigers" that suffered a similar crisis between 1995 and 1998. The purpose of this work is to identify the feasibility of a full–fledged study of market mechanism shocks using macroeconomic equilibrium models (IS-LM) and (AD-AS). The author of the report considers not only the factors of the onset of the crisis in the above region, directly related to the components of the above models, but also external factors beyond the territorial and economic space of the "4 Asian tigers", taking into account all the interrelationships, while revealing the "overall picture" of the crisis development.

Keywords: macroeconomic equilibrium models, "4 Asian tigers", economic crisis, market system.

RePEc: E27, O47

УДК 330.101.54, 338.124.4

УДК 330.101.54, 338.124.4

Бобовская В. А.
студент магистратуры факультета политологии СПбГУ
st107642@student.spbu.ru

Модели макроэкономического равновесия и оценка экономических кризисов (на примере азиатского финансового кризиса 199701998 гг.)

Bobovskaya V.A.
student of the Faculty of Political Science
St. Petersburg State University
st107642@student.spbu.ru

Models of macroeconomic equilibrium and assessment of economic crises (using the example of the asian financial crisis of 1997-1998)

Как показала историческая перспектива, глобальный рынок – своеобразное поле для возникновения крупных экономических кризисов, причем первое крупное потрясение пережили страны Восточной и Юго-Восточной Азии. Поэтому особо примечателен Азиатский финансовый кризис 1997-1998 гг., сопровождавшийся ростом инфляции, падением уровня национальной валюты, громкими банкротствами корпораций и др., что во многом было обусловлено ошеломительными темпами развития так называемых «4-х азиатских тигров», включающих в себя такие страны, как Сингапур, Тайвань, Гонконг и Южная Корея. [2] Не случайно именно на этих странах продемонстрирована динамика уровня инфляции за два года до разразившегося кризиса (1995) и в его периоды (1997 и 1998). (См. табл. 1.)

Чем же было обусловлено такое тревожное положение на рынке? Прежде всего, быстро растущими темпами развития экономик «4-х азиатских

тигров». Запуск политики либерализации привел к значительному притоку капиталов в указанные страны, однако их финансовая система еще не была достаточна прочна для подобных «маневров», к тому же, по ряду причин инвестиции делались в основном в спекулятивный капитал. [3] В результате рынок стал более уязвим к внешним факторам воздействия, например, к курсу доллара США и евро. Летом 1997 г. из «азиатских тигров» начался быстрый отток капиталов, этот факт «загнал» национальные валюты в окончательный коллапс, а банковский кризис 1997 г. завершил процесс развития Азиатского финансового кризиса.

Таблица 1.- Уровень инфляции в «4-х азиатских тиграх» в 1995-1998 гг.

Государство	Сингапур	Тайвань	Гонконг	Южная Корея
Уровень инфляции на 1995 г (%)	1,7	3,9	9	4,5
Уровень инфляции на 1997 г (%)	2	0,9	5,8	4,4
Уровень инфляции на 1998 г (%)	-0,3	1,5	2,8	7,5

Большинству исторических переменных присуща некая оценка, и динамика экономических кризисов – не исключение. В контексте нашего исследования полезно заметить, что «4 азиатских тигра» – страны с рыночной или смешанной (Южная Корея) экономикой, что вполне применимо для анализа в рамках изучаемых моделей. Кроме того, в рамках анализа группы стран мы говорим о макроуровне экономики, соответственно, при оценке Азиатского финансового кризиса нами должны применяться концепции и модели подходящего уровня экономики.

Рассмотрим две основные модели макроэкономического равновесия IS-LM и

AD-AS [9] и постараемся выявить возможность их использования для оценки экономических кризисов, в нашем случае, Азиатского финансового кризиса.

Применение модели IS-LM на примере «4-х азиатских тигров». Практически любой бизнес рано или поздно сталкивается с инвестиционными решениями, которые очень тесно связаны с величиной процентных ставок по заемным средствам (чем ниже процентная ставка, тем выше инвестиционная активность фирмы и наоборот). В 1937 г в статье «Кейнс и неоклассики» английский экономист Джон Хикс представил научному сообществу модель макроэкономического равновесия IS-LM. После выхода в 1949 г работы американского экономиста Элвина Хансена «Монетарная теория и фискальная политика» модель Хикса получила очень широкое распространение и часто именуется моделью Хикса-Хансена.

На основе данной модели оцениваются реальные параметры – реальный ВВП, реальная процентная ставка и т.д. В настоящее время идут активные исследования применения этой модели не только на постоянных ценах, но и на изменяющихся, однако отметим, что для нас крайне важно само существование подобного концепта, столь близкого к реальности. В середине 1990-х годов в странах Юго-Восточной Азии наблюдался удивительный парадокс: как указывает в части реферативного журнала Л.А. Зубченко [5, с.14], «…В последние годы события в странах Юго-Восточной Азии (ЮВА) вызывали пристальный интерес у исследователей, пытавшихся выявить истоки и факторы быстрого экономического роста этих стран.» В данной цитате под «последними годами» понимаются именно периоды до и во время Азиатского финансового кризиса, хоть и в разной степени, но затронувшего всех «4-х азиатских тигров». Под «этими» странами понимаются такие государства как, Тайланд, Малайзия, Индонезия, Тайвань, Гонконг, Сингапур, Корея и др. Но для нашего исследования интересны лишь последние четыре.

Сильнее всего кризису подверглась Южная Корея, на примере этого

«азиатского тигра» назовем две стандартно-выделяемые причины развития исследуемого кризиса: внезапные изменения ожиданий инвесторов, и уменьшение их степени доверия к азиатскому рынку, и дисбаланс основных макроэкономических факторов [6, с.42]. Исследуем возможность применения исследуемой нами в данной части модели на примере Республики Кореи, учитывая вышеназванные причины. Итак, первая часть модели называется «инвестиции-сбережения», как видно из Таблицы 2, ко второму году разразившегося кризиса (1998) значительно упала величина импорта по сравнению с ростом экспорта, а также серьезно упала абсолютная величина закупок товаров, вероятно, из-за резкого повышения цен на них. Данный факт свидетельствует о том, что у зарубежных инвесторов действительно пошатнулось доверие к азиатскому рынку, в частности, к рынку Южной Кореи. [7]

Мы разобрали позицию «инвестиции-…», теперь обратимся к позиции «сбережения». В Таблице 2 мы также видим невероятное увеличение абсолютных значений валютных резервов в 1998 г, что говорит об увеличении государственных сбережений. На основе проведенного анализа заключаем: кривая IS при таких условиях сдвинется на графике вниз влево. Обратимся ко второй части исследуемой модели – к части LM (Ликвидность-деньги), т.е обратимся к производству внутри экономики Кореи. В данном случае нужно сделать важное заключение: показатели кривой LM довольно трудно точно рассчитать в условиях серьезного кризиса, так как многие фирмы и предприятия разоряются, спрос и предложение на рынках различных товаров изменяются быстро и практически непредсказуемо, потому что экономика очень сильно зависит от мировых колебаний.

Таким образом, модель макроэкономического равновесия IS-LM не может быть полностью применима к оценке экономических кризисов, вызванных теми же причинами, что и кризис, затронувший «4-х азиатских тигров». Однако мы можем применять в дальнейшем к подобным ситуациям кривую IS для прогнозирования ее сдвигов в рамках графика и оценивания

возможностей критических изменений в реальной текущей экономике страны.

Таблица 2. - Основные экономические показатели Республики Корея в 1996–1999 годах [8]

Показатель	1996	1997	1998	1999
Рост ВВП (%)	6,8	5,0	-6,7	10,9
Уровень безработицы (%)	2,0	2,6	6,8	6,3
Валютные резервы (млрд долларов)	29,4	8,9	48,5	74,1
Экспорт (млрд долларов)	129,7	136,2	132,3	143,7
Рост экспорта (%)	3,7	5,0	-2,8	8,6
Импорт (млрд долларов)	150,3	144,6	93,3	119,8
Рост импорта (%)	11,3	-3,8	-35,5	28,4

Применение модели AD-AS на примере «4-х азиатских тигров». Без сомнения, экономическая система не может полноценно существовать в условиях, когда важными аспектами считаются только доходы и издержки производителя. Необходимо учитывать также и особенности совокупного спроса всех макроэкономических агентов и зависящего от него совокупного предложения. Однако, кривая совокупного спроса AD, вероятно, сдвинется влево вниз в условиях кризиса, так как потребители перейдут к сокращению своих расходов (но не на товары первой необходимости).

Если мы внимательно изучим динамику валового внутреннего дохода на душу населения в период анализируемого кризиса в Сингапуре и Гонконге [4], то увидим, что именно на период Азиатского финансового кризиса в обеих странах наблюдалось снижение ВНД (с 40100 дол в 1997 г до 38160 дол в 1998 г для Сингапура и со 172,7 млрд. дол в 1997 г до 167,7 млрд. дол в 1998 г соответственно). Данные факты свидетельствуют о том, что кривая SPAS скорее всего начнет изменять положение на более близкое к горизонтальному, и не исключено, что она перейдет в ситуации кризиса и в отрицательный наклон, так как богатство страны уменьшается, а значит, издержки производителя начинают стремительно расти. Как показывает

современная практика, здесь требуется активная экономическая политика (включающая жесткую финансовую составляющую). [1] Что же касается еще не упомянутого «тигра», Тайваня, то стоит сказать, что это государство было довольно мало затронуто влиянием кризиса, однако автору удалось найти источник [10], где наглядно показан низкий совокупный спрос в период кризиса.

Следовательно, факт подтверждает вышесказанное: кривая AD, вероятно, сдвинется влево вниз. Таким образом, модель AD-AS видится автору более подходящей для оценки экономических кризисов, так как обе ее части не выпадают из необходимого анализа.

Заключение. По результатам исследования было выяснено, что обе модели не в полном объеме отвечают требованиям анализа экономических кризисов. Кроме того, модель IS-LM больше подходит для анализа кризисов, вызванных потерей доверия инвесторов к фирмам государства и всеми вытекающими последствиями. Модель AD-AS более полно способна описать происходящее в ситуации кризиса и дать почву для дальнейших прогнозов, но она не подходит для анализа кризисов первого типа.

Таким образом, автор считает, что применение данных моделей еще подлежит дальнейшему исследованию и более детальному рассмотрению для формирования качественного наблюдения за динамикой макроэкономических процессов и предотвращения различных кризисов.

Библиография

1. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – № 2. – С. 73-77.

2. Боголиб Т.М. Мировые кризисы и их влияние на экономическое развитие // Экономический вестник университета. – 2013. – № 21-1. – С. 150-155.

3. Былиняк С.А. Страны Юго-Восточной и Восточной Азии: экономическое развитие до и после кризисов // Юго-Восточная Азия: актуальные проблемы развития. – 2007. – № 10. – С. 11-26.

4. ВНД на душу населения стран мира в 1990-2020 гг. Таблица и график // Статистика стран мира (Всемирный банк, МВФ, Евростат, ООН). – [Электронный ресурс]. URL: https://svspb.net/danmark/vnd-stran-na-dushu-naselenija.php (дата обращения: 25.03.2023)

5. Зубченко Л.А. Азиатский финансовый кризис: год спустя (Сводный реферат). // Социальные и гуманитарные науки. Реферативный журнал. Серия 2: Экономика. – 1999. – №4. – С. 14-19.

6. Колосюк Н.А. Причины азиатского финансового кризиса // Известия Восточного института Дальневосточного государственного университета – 2003. – №7. – С. 42-47.

7. Маигов С.С. Эффективные формы и методы привлечения инвестиционных ресурсов (на опыте реформирования национальных экономик Чили и Южной Кореи). Дис. ... канд.экон. наук : 08.00.14 / Ин-т мировой экономики и международных отношений РАН. М., 2000. – 182 с.

8. Самсонова В.Г., Суслина С.С. Единение против напасти: Республика Корея в азиатский финансовый кризис 1997-1998 годов // Россия в глобальной политике. – 2021. – Т. 19, № 1 (107). – С. 201-211

9. Экономическая теория. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Под ред. Г.Е. Алпатова. – М.: Юрайт, 2022. – 299 с.

10. Cross Taiwan Strait Relations in an Era of Technological Change. Security, Economic and Cultural Dimensions / ed. by P. I. Crookes and J. Knoerich. – L.: Palgrave Macmillan, 2015. – 198 p.

References

Aliaskarova Zh.A., Asadulaev A.B., Pashkus V.Yu. (2020) Industrial policy: conceptualization and modernization in crisis conditions // Problems of modern economy. – Iss. 2. – pp. 73-77.

Bogolib T.M. (2013) Global crises and their impact on economic development // Economic Bulletin of the University. – Vol. 21-1. – pp. 150-155.

Bylinyak S.A. (2007) Countries of South-East and East Asia: economic development before and after crises // South-East Asia: actual problems of development. – No. 10. – pp. 11-26.

Gross national income per capita of the countries of the world in 1990-2020. Table and graph // Statistics of the countries of the world (World Bank, IMF, Eurostat, UN). – [Electronic resource]. URL: https://svspb.net/danmark/vnd-stran-na-dushu-naselenija.php (date of reference: 03/25/2023)

Zubchenko L.A. (1999) Asian financial crisis: a year later (Summary abstract). // Social and Humanitarian Sciences. An abstract journal. Series 2: Economics. – No. 4. – pp. 14-19.

Kolosyuk N.A. (2003) Causes of the Asian financial crisis // Proceedings of the Oriental Institute of the Far Eastern State University. – No.7. – pp. 42-47.

Maigov S.S. (2000) Effective forms and methods of attracting investment resources (based on the experience of reforming the national economies of Chile and South Korea). PhD in Economics: 08.00.14 / Institute of World Economy and International Relations of the Russian Academy of Sciences. Moscow.

Samsonova V.G., Suslina S.S. (2021) Unity against adversity: The Republic of Korea in the Asian financial crisis of 1997-1998 // Russia in global politics. – Vol. 19, No. 1 (107). – pp. 201-211

Economic theory. Textbook and workshop for Bachelor's and Master's degrees (2022) / Edited by G.E. Alpatov. – Moscow: Yurait. – 299 p.

Cross Taiwan Strait Relations in an Era of Technological Change. Security, Economic and Cultural Dimensions (2015) / ed. by P. I. Crookes and J. Knoerich. – L.: Palgrave Macmillan.

Пурэв-Очир Лхамсурэн,
студент магистратуры экономического факультета СПбГУ
st093245@student.spbu.ru

Проблемы жесткой денежно-кредитной политики для развивающихся стран на примере Монголии

Аннотация

В данной статье анализируются особенности денежно-кредитной политики Монголии за последние 30 лет, ее результаты и предлагаются варианты более адекватной и подходящей со стороны автора для нынешних обстоятельств и более соответствующая внутренней политике Монголии политика в денежно-кредитной сфере, отвечающая глобальным тенденциям и политическим рискам, с которыми сталкивается мировая экономика.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, денежная эмиссия, инфляция, ключевая ставка, уровень монетизации, Монголия.

RePEc: M21, O23

УДК 330.341

Purev-Ochir Lhamsuren,
student of the Faculty of Economics
St. Petersburg State University
st093245@student.spbu.ru

Problems of tight monetary policy for developing countries on the example of Mongolia

Abstract

This article analyzes the features of Mongolia's monetary policy over the past 30 years, its results, and suggests options for a more adequate and appropriate monetary policy on the part of the author for the current circumstances and more appropriate to Mongolia's domestic policy, responding to global trends and political risks faced by the world economy.

Keywords: monetary policy, monetary issue, inflation, key rate, level of monetization, Mongolia.

RePEc: M21, O23

УДК 330.341

УДК 330.341

Пурэв-Очир Лхамсурэн,
студент магистратуры экономического факультета СПбГУ
st093245@student.spbu.ru

Проблемы жесткой денежно-кредитной политики для развивающихся стран на примере Монголии

Purev-Ochir Lhamsuren,
student of the Faculty of Economics
St. Petersburg State University
st093245@student.spbu.ru

Problems of tight monetary policy for developing countries on the example of Mongolia

На фоне вступления мировой экономики в фазу рецессии вопрос экономической безопасности слаборазвитых стран мира таких, как Монголии, становится все более актуальным. Сильная зависимость от мировых цен на сырьё и другие импортируемые товары, от иностранных инвестиций и кредитов делает их экономику крайне уязвимой перед глобальными экономическими рецессиями и кризисами. Деструктивные процессы проявляются в виде оттока капитала в более развитые рынки, падения экспортной выручки, следовательно кризиса национальной валюты и обвала фондового рынка и т.д.

При этом если денежно-кредитная политика страны является жесткой, а эмиссия национальной валюты ограничивается практикой валютного

управления, то шоки от внешнеэкономической конъюнктуры будут еще глубже. [1] Так как за последние 30 лет денежно-кредитная политика Монголии обосновывается исключительно на этих принципах действующую экономическую политику, в том числе денежно-кредитную, страны можно квалифицировать как неадекватную для нынешней ситуации.

Отличительными характеристиками экономики Монголии являются маленький рынок (население страны 3,4 миллион человек), большое расстояние между населенными пунктами (по объем территории страны занимает 19 место в мире), отдаленное географическое положение от развитых рынков, отсутствие выхода к морю и суровые климатические условия. Все эти негативные с точки зрения конкурентоспособности характеристики, большинство из которых можно квалифицировать как непреодолимым, делают экономику страны в настоящее время непривлекательной со стороны иностранных инвесторов, кроме отрасли добычи полезных ископаемых (территория страны имеет большие запасы природных ресурсов – медь, уголь, нефть, железо, золото и т.д.). Именно на эту отрасль приходится 72% всех прямых иностранных инвестиций при мизерной доли инвестиций на отрасль обрабатывающего производства – меньше 2%[1].

Денежно-кредитная политика Монголии. По законодательству Монголии на территории страны государственную денежно-кредитную политику разрабатывает и осуществляет Центральный банк Монголии – Монголбанк. Теоретическую основу политики Монголбанка определяет гипотеза нейтральности денег, по которому рост денежного предложения в долгосрочном периоде не оказывает воздействие на реальную экономическую активность (экономический рост и занятость), а лишь ведет к увеличению общего уровня цен и заработных плат. Иными словами, предложение денег оказывает влияние на состояние экономики

[1] Данные от Национальной статистической службы Монголии. URL: https://1212.mn/mn/statistic/statcate/573075/table-view/DT_NSO_1500_004V3

(экономический рост и уровень занятости) только в краткосрочном периоде, а в долгосрочной перспективе эти результаты нивелируются последующей в результате денежного предложения инфляцией. [3]

В экономической теории гипотеза нейтральности денег сама собой является достаточно спорной, так как среди экономистов отсутствует однозначное мнение по поводу его правдоподобности, даже с конца XIX в.. “На протяжении всей первой половины XIX в. одним из узловых вопросов теоретической борьбы между представителями различных направлений экономической мысли был вопрос о реалистичной оценке значения денег в экономическом развитии общества. Тем не менее, к 1860-м гг. в мировой экономической теории по-прежнему доминировал постулат об их нейтральности, который разделяли и российские ученые ... можно выделить лишь И. Я. Горлова, В. Дубенского, С. П. Кораблева и П. П. Сухонина, полностью разделявших взгляды А. Смита относительно роли денег и, с определенными оговорками”. [6] Однако, в начале XX века данная теория нашла своих сторонников, например, фон Хаека, что вызывало новый рост ее популярности.

Существуют альтернативное мнение и доказательства того, что в долгосрочном перспективе именно правильно проведенная политика “дешевых” и “длинных” денег является необходимым условием экономического роста в современной экономической системе [5]. В первой половине XX века Дж. М. Кейнс подверг критике количественную теорию денег и “сформулировал альтернативную теорию процента и денег. Он отверг тезис о нейтральности количества денег и доказал значимость влияния денег через норму процента на инвестиционный спрос, порождающий эффекты мультипликации и акселерации, воздействующие на совокупный доход” [2].

А в качестве более недавнего примера можно привести работу Л.Болла и Д.Ромера. В своей работе Л.Болл и Д.Ромер [16], которые поддерживают тезис о нейтральности денег, ссылаются на то, что после появления

дополнительных денег экономика через некоторый промежуток времени вернется на свой естественный уровень производства. А в свою очередь А. А. Рубинштейн отрицает данный аргумент, ссылаясь на то, что “указанный «естественный уровень» с течением времени меняется: постоянно происходит рост производственных мощностей, сопровождающийся оптимизацией производства и обслуживания производимых товаров, возникают новые технологические улучшения, а иногда даже фундаментальные научные открытия. Эти и другие изменения приводят к увеличению эффективности производства, к снижению затрат и росту капиталоотдачи. Вероятно, нейтральность денег выполнялась бы, если бы промежуток времени между их появлением и возвратом к действительно первоначальному уровню производства был очень мал. Однако столь короткий временной интервал невозможен хотя бы в силу принципа номинальной жесткости и др” [15].

В. И. Маевский и др. [12] провели анализ проблемы влияния эмиссии на экономический рост и инфляцию на основе мезоэкономической модели переключающегося режима воспроизводства (ПРВ). По их расчетам в долгосрочной перспективе экономика может реагировать на эмиссию в широком диапазоне: от безинфляционного роста ВВП до стагфляции. Тем самим, “поставлена под сомнение одна из фундаментальных гипотез современной ортодоксальной макроэкономической теории о нейтральности денег в долгосрочной перспективе” [12]. Кроме того, данный автор в своей другой работе определил базовые предпосылки не-нейтральности денег и для краткосрочного и для долгосрочного периода [8].

Кроме того практика денежно-кредитной политики разных стран мира подтверждает неоднозначность данной гипотезы. В качестве контрпримера можно взять экономику Китая. Опыт последних 20 лет Китая показывает, что за постоянным высоким темпом роста монетизации в экономике не всегда сопровождается высокая инфляция.

Рисунок 1- Сравнение уровеней экономического роста и инфляции Китая

Источник: Составлено по данным Всемирного банка

Как показывает статистика, хотя в период 1990-2021 гг. уровень монетизации экономики Китая вырос примерно с 60% до 210% в период 2000-2021 экономический рост всегда был значительно больше уровня инфляции.

По закону “Закон о Центральном банке Монголии” Монголбанк отвечает только за стабильность национальной валюты. Но при этом отсутствует определение того, что под стабильностью что именно подразумевается. Исходя из логики гипотезы нейтральности денег Монголбанк пришел к политике таргетирования инфляции (с 2007 года), аргументируя тем, что в долгосрочной перспективе денежно-кредитная политика может внести свой вклад в экономический рост исключительно через стабильность цен[2].

В качестве инструмента для достижения поставленного целевого уровня инфляции (ИПЦ) Монголбанк использует только свою ключевую ставку (ставку по 28 дневным ценным бумагам Монголбанка). Для сдерживания инфляции Монголбанк держит свою ключевую ставку исключительно на высоком уровне. Например, со времени перехода к политике таргетирования инфляции (в период 2007-2022 гг.) среднее значение ключевой ставки Монголбанка составляет 10,5%, а за этот период среднее значение процентной ставки коммерческих банков по кредитам было 18,1% (в период с 2000 до 2022 года равно 22,3%).

Из-за высокого уровня процентной ставки и ограничения денежной эмиссии национальной валюты исключительно практикой валютного управления за

[2] URL: https://www.mongolbank.mn//listmonetarypolicy.aspx?id=0102

весь этот период уровень монетизации экономики Монголии находиться на двое меньше уровне в сравнение с развитыми странами мира и интенсивно развивающимися странами Южно-Восточной Азии.

Рис.2

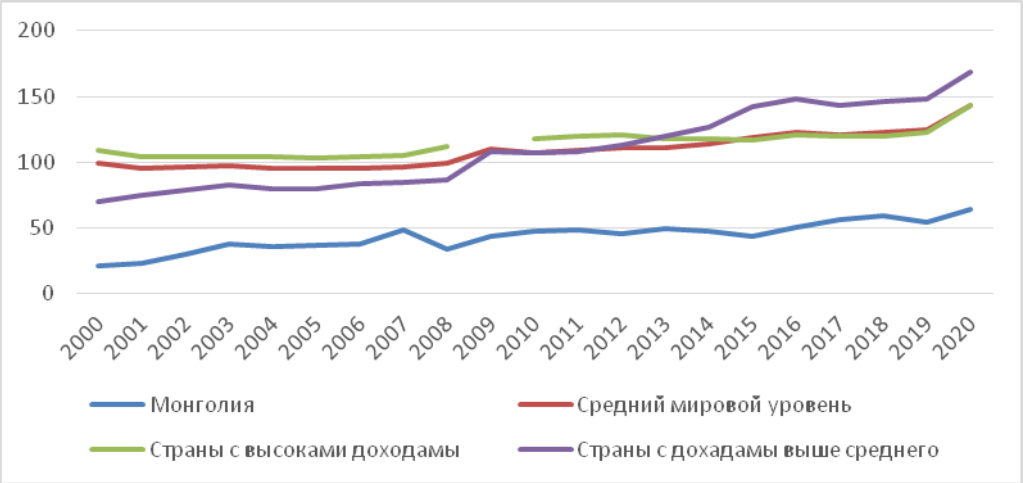

Рисунок 2 - Сравнение уровеня монетизации экономики (широкая денежная масса/ВВП) Монголии с другыми странами мира

Источник: Составлено автором по данным Всемирного банка

В период с 2015 до 2021 года фактический уровень инфляции был меньше целевого. Но этот результат достиг за счет повышения ключевой ставки и замедления темпа конечного потребления. Иными словами, в данный период Монголбанк держал инфляцию на низком уровне за счет замедления экономической активности страны.

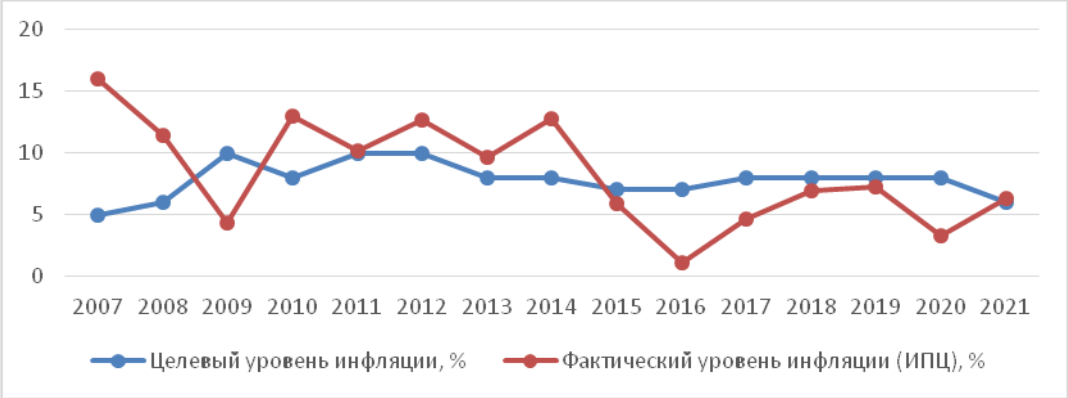

Рисунок 3 - Результаты таргетирования инфляции в периоде с 2007 до 2021 года

Источник: Составлено автором по данным Монголбанка

Динамика показывает зеркальное движение ИПЦ и валового потребления против движения ключевой ставки Монголбанка в период 2015-2020 гг.

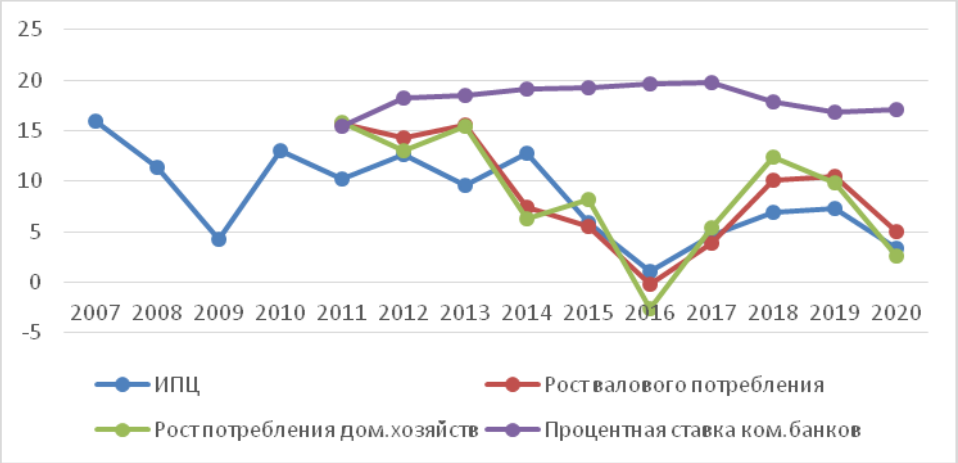

Рисунок 4- Связь ИПЦ, конечнего потребленя и ключевой ставки

Источник: Составлено автором по данным Национальной статистической службы Монголии

Результаты проведения денежно-кредитной политики. Результаты проведенной за последние 30 лет политики Монголбанка (политики постоянной денежного “голода” и отсутствие целенаправленной политики поддержки отечественных производителей по перспективным направлениям) заключаются в следующих:

1. Бартеризация экономики (как результат хронической нехватки денег в экономике), постоянный дефицит государственного бюджета (как результат недоразвитого отечественного производства как главный источник добавленной стоимости в экономике) и постоянное падение курса национальной валюты (как результат усиления зависимости от импортной продукции).

2. Хроническая структурная диспропорция экономики - в структуре ВВП **добыча полезных ископаемых занимает 24,6%**, сельское хозяйство – 13,1%, торговля – 9,3%, **обрабатывающая промышленность – 7,1%**, как результат и проведенной жесткой денежно-кредитной политики и непривлекательного инвестиционного климата (кроме добычи природных

ресурсов). Иными словами сверхзависимость экономики от объема экспорта одной отрасли – отрасли добычи полезных ископаемых и цен на них.

3. Колоссальная зависимость частного сектора от внешних заимствований – с 2015 года внешний долг частного сектора страны три раза превышает их внутренний долг, и темп роста внешнего долга сохраняется. При этом на конец 2021 года государственные золотовалютные резервы покрывают менее 20% внешнего долга частного сектора.

4. Резкий рост долговой нагрузки населения и разрыв между темпами роста уровня закредитованности населения и роста среднего уровня заработной платы. За последние 5 лет накопленный объем потребительских кредитов вырос на 1,5 раза при средней ставке на 16,5% годовых, а средний уровень реальной заработной платы в данный период вырос только на 12-13%[3].

С нашей точки зрения в денежно-кредитной политике Монголии не учитываются следующие принципиальные моменты:

1. Логически нельзя делать вывод о том, что чем меньше денег в экономике тем меньше инфляция, исходя из того, что большие деньги стимулируют инфляцию. На самом деле, сверхнизкий уровень монетизации является сам фактором инфляции издержек.

2. Для развитых стран мира таких, как США, ЕС, Великобритания, Япония и т.д, которые борются с инфляцией монетарными методами, ситуация совершенно иная в сравнение с Монголией. В первую очередь их экономики на достаточном уровне монетизированные или сверхмонетизированные – по данным Всемирного банка в конце 2020 года уровень монетизации экономики (Широкая денежная масс[4]/ВВП) была в США – 111%, в Великобритании – 160%, в Южной Корее – 165%, в Японии

[3] Данные от Национальной статистической службы Монголии. URL: https://1212.mn/mn/statistic/statcate/48171320/table-view/DT_NSO_0400_038V1

[4] Широкая денежная масса = M2 + другие депозиты в иностранной валюте + долговые ценные бумаги

– 281%. А в случае Монголии данный показатель был равен 65%[5]. Если учитывать ещё тот факт, что за определенный промежуток времени (например, за год) спрос денег образуется не только объемом текущего производства, а еще нереализованными продукциями предыдущих периодов и прочими факторами такими, как спекулятивный и инвестиционный спросы на деньги и т.д. Иными словами, в любой момент реальный спрос денег в экономике может быть выше чем текущий объем ВВП. Тогда явный недостаток денег в экономике (65% от ВВП) не может быть постоянным источником инфляции спроса, как предполагают денежные власти страны, а легко может выступить источником инфляции издержек [11] (При таком условии методы и инструменты в борьбе против инфляции должны быть совсем иными).

3. Когда природа инфляции в экономике Монголии явно имеет немонетарный характер, попытка бороться с инфляцией сугубо монетарным методом не только не дает положительного результата, а наоборот усугубляет сформировавшие негативные тенденции в экономике. [14] Скорее всего инфляция в Монголии является не инфляцией спроса, а инфляцией предложения.

Из-за дорогого источника внутреннего финансирования и сырьевого специализации экономики (львиная доля прямых иностранных инвестиций сосредоточено в данной отрасли – 72% всех иностранных инвестиций) в стране отечественные производители не могут выиграть конкуренцию с иностранными аналогами. Поэтому внутренний спрос удовлетворяется преимущественно импортными товарами (более 50% внутреннего потребления), следовательно страна является нетто импортером мировой инфляции. Например, в период с 2010 до 2013 года инфляция импортных товаров составляет в среднем почти одну треть инфляции в экономике Монголии [7]. А в первом квартале 2022 года в городе Улан-Батор, где живет

[5] Данные от Всемирного банка. URL: https://data.worldbank.org/indicator/FM.LBL.BMNY.GD.ZS?view=chart

половина населения страны, инфляция импортных товаров определяет половину части в структуре инфляции города [9]. Иными словами в структуре инфляции занимает главное место инфляция на мировом рынке и курс национальной валюты.

4. Денежные власти Монголии не учитывают тот факт, что выпущенные в экономику новые деньги неравномерно стимулируют инфляцию в зависимости от механизма эмиссии и секторов экономики, в которые попадают эти деньги. Например, исследование А. А. Рубинштейна на основе модели переключающихся режимов воспроизводства показывает, что в долгосрочном периоде “инвестиционный” канал денежной эмиссии эффективнее “потребительского” с точки зрения темпов роста реального ВВП и инфляции [15]. Иными словами, темп роста инфляции зависит не только от количества выпушенных денег, а еще от “качества” этих денег.

Мировая практика показывает, что при хорошо продуманном адекватном механизме эмиссии, направленные на реальный сектор экономики (производство материальных благ) эмиссионные деньги не только не приводят к росту инфляции, а могут задействовать как мощный антиинфляционный фактор. В качестве примера можно привести периодически проявившихся несколько сильных инфляционных вспышек в Китае в конце 80-х и в начале 90-х годов. Денежные власти Китая в качестве одной из антиинфляцонных мер использовали увеличение производства широкого потребления за счет финансирования производителей данного сектора и перенаправления производства предприятий узкоспецилизированных продуктов на производство ширпотреба [13].

5. Постоянная нехватка денег в экономике приводит к ухудшению качества денег (бартеризация экономики, появление финансовых суррогатов)[6]. В первую очередь этот процесс на определенной степени лишает денежных властей контроля над денежным рынком, и приводит к

[6] Нижегородцев, Р. М. Современная инфляция: формы, факторы, последствия и пути преодоления. Гомель: Центр исследования институтов рынка, 2007. – 51 с.

затруднению пополнения госбюджета. Кроме того хронический дефицит внутреннего финансирования экономики делает неконкурентоспособными своих производителей перед иностранными аналогами и, следовательно, приводит к вытеснению с рынка отечественных производителей иностранными конкурентами. Таким образом, экономика становится более уязвимой против роста мировых цен на импортируемые продукции и волатильности курса национальной валюты.

6. Если даже во время восходящей тенденции мировой экономической активности не пришли “многообещающих” иностранных инвестиций, при мировой рецессии нельзя рассчитываться на приток иностранных инвестиций. Стратегия денежных властей за последние 30 лет, суть которой заключается в сосредоточении экономической и денежно-кредитной политики только на формировании благоприятных условий (одной из главных целей политики таргетирования инфляции было именно это) для иностранных инвестеров (иными словами, политика либерализации экономики) и в непроведении целенаправленной и долгосрочной государственной политики для поддерживания отечественных производителей, не оправдается практикой.

Заключение. Таким образом, не только экономическая (тенденция деглобализации и экономической рецессии) и политическая (конфликт между “коллективным” Западом и Россией, Китаем (2 этих страны являются соседями Монголии)) ситуация в мире, а ещё достигнутые практические результаты проведенной денежными властями страны за 30 лет денежно-кредитной политики требуют переосмыслить доктрину экономической политики, анализируя проведенную политику и все ее результаты в причинно-следственной связи, следовательно перейти на более практическую модель (государственное стратегическое планирование, политика “дешевых” и длинных денег и т.д), основанной на опытах развитых и успешно развывавщихся стран мира после Второй мировой войны.

Библиография

1. Алтунян А.Г. Стабилизационная политика государства в постпандемический период // Развитие и безопасность. – 2021. – № 2 (10). – С. 29-41.

2. Ахунзянова Д. Н. Возможности денежно-кредитной сферы в государственном регулировании экономики // Вестник Казанского технологического университета. – 2007. – №3-4. – С. 230-232.

3. Вишняков И.В., Пашкус В.Ю. Российские банки: классические подходы и современное состояние. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 1998. – 164 с. EDN: TBMTBR

4. Глазьев С. Ю., Горидько Н. П., Нижегородцев Р. М. Критика формулы Ирвинга Фишера и иллюзии современной монетарной политики // Экономика и математические методы. – 2016. – №4. – С. 3-23.

5. Глазьев С. Ю. Управление развитием экономики: курс лекций. М.: Факультет государственного управления МГУ, 2019. – 759 с.

6. Дроздов О. А. Российские экономисты 60–90-х гг. XIX в. о роли денег в экономике // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. – 2008. – №3. – С. 42-56.

7. Дулгуун Л., Амар Н. Валютын ханшийн инфляцид үзүүлэх шууд ба шууд бус нөлөө. [Прямое и косвенное влияние валютного курса на инфляцию] // Монголбанк, 2014. – [Электронный документ] – URL: https://www.mongolbank.mn/documents/tovhimol/group9/9-13.pdf

8. Маевский В. И. О базовых предпосылках не-нейтральности денег в экономической теории // Журнал институциональных исследований. – 2021. – Т. 13, №1. – С.6-19.

9. Монгол улсын эдийн засгийн тойм [Обзор экономической ситуации в Монголии] // Дэлхийн банк. 2022. 4 дүгээр сар. – [Электронный документ] – URL: https://thedocs.worldbank.org/en/doc/a8c4ec75eacd95208fbe44ab4785485e-0070012022/original/MEU-2022-April-MN.pdf

10. Нижегородцев Р. М. Мифы о современной инфляции и очертания монетарной политики // Вестник экономической интеграции. – 2015. – № 7-8. – С. 5-18.

11. Нижегородцев, Р. М. Современная инфляция: формы, факторы, последствия и пути преодоления. Гомель: Центр исследования институтов рынка, 2007. – 51 с.

12. Об одном направлении развития мезоэкономической теории / В. И. Маевский, С. Ю. Малков, А. А. Рубинштейн, Е.В.Красильникова // Журнал институциональных исследований. – 2019. – Т. 11, №3. – С. 21-38

13. Обучение рынку / Под ред. С.Ю.Глазьева. – Москва: ЗАО “Издательство “Экономика””, 2004. – 639 с.

14. Пашкус В.Ю. Становление банковской системы России: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Санкт-Петербургский государственный университет. – СПб., 1996. EDN: NLHSGJ

15. Рубинштейн А. А. Не-нейтральность денег в контексте синтеза институциональной теории и теории воспроизводства // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2022. – №5. – С. 7-22.

16. Ball L., Romer D. Real Rigidities and the Non-Neutrality of Money // Review of Economic Studies. – 1990. – Vol. 57, No. 2. – Pp. 183–203.

References

Altunyan A.G. The stabilization policy of the state in the post-pandemic period // Development and security. – 2021. – № 2 (10). – Pp. 29-41.

Akhunzyanova D. N. Possibilities of the monetary sphere in the state regulation of the economy // Bulletin of Kazan Technological University. - 2007. – No.3-4. – pp. 230-232.

Vishnyakov I.V., Pashkus V.Yu. Russian banks: classical approaches and current state. – St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg State University, 1998. - 164 p. EDN: TBMTBR

Criticism of the Irving Fisher formula and the illusions of modern monetary policy / N. P. Goridko, R. M. Nizhegorodtsev, S. Y. Glazyev // Economics and mathematical methods. – 2016. – No. 4. – pp. 3-23.

Glazyev S. Y. Management of economic development: a course of lectures. M.: Faculty of Public Administration of Moscow State University, 2019. – 759 p.

Drozdov O. A. Russian economists of the 60-90s of the XIX century. on the role of money in the economy // Bulletin of the Pushkin State University. - 2008. – No. 3. – pp. 42-56.

Dulguun L., Amar N. Валютын ханшийн инфляцид үзүүлэх шууд ба шууд бус нөлөө [Direct and indirect influence of the exchange rate on inflation] // Mongolbank, 2014. – [Electronic document] – URL: https://www.mongolbank.mn/documents/tovhimol/group9/9-13.pdf

Mayevsky V. I. On the basic prerequisites of non-neutrality of money in economic theory // Journal of Institutional Research. – 2021. – Vol. 13, No. 1. – p.6-19.

Монгол улсын эдийн засгийн тойм [Overview of the economic situation in Mongolia] // Дэлхийн банк. 2022. 4 дүгээр сар. – [Electronic document] – URL: https://thedocs.worldbank.org/en/doc/a8c4ec75eacd95208fbe44ab4785485e-0070012022/original/MEU-2022-April-MN.pdf

Nizhegorodtsev R. M. Myths about modern inflation and outlines of monetary policy // Bulletin of Economic Integration. - 2015. – No. 7-8. – pp. 5-18.

Nizhegorodtsev, R. M. Modern inflation: forms, factors, consequences and ways of overcoming. Gomel: Center for Research of Market Institutions, 2007. – 51 p.

On one direction of development of mesoeconomical theory / V. I. Mayevsky, S. Yu. Malkov, A. A. Rubinstein, E.V.Krasilnikova // Journal of Institutional Research. – 2019. – Vol. 11, No. 3. – pp. 21-38

Market training / Edited by S.Y.Glazyev. – Moscow: CJSC Publishing House “Economy", 2004. – 639 p.

Pashkus V.Yu. Formation of the banking system of Russia: dissertation for the degree of Candidate of Economic Sciences / St. Petersburg State University. – St. Petersburg, 1996. EDN: NLHSGJ

Rubinstein, A. A. Non-neutrality of money in the context of synthesis of institutional theory and theory of reproduction // Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences. – 2022. – No. 5. – pp. 7-22.

Ball L., Romer D. Real Rigidities and the Non-Neutrality of Money // Review of Economic Studies. – 1990. – Vol. 57, No. 2. – Pp. 183–203.

Монайкина К. И.
студент юридического факультета БФУ им.Канта
laina.monaikina@yandex.ru

Использование маркетингового эффекта парадокса восстановления доверия, его особенности и история

Аннотация

В статье рассматривается один из маркетинговых эффектов – парадокс восстановления доверия. Данный эффект был введен в маркетиинговый дискурс в 1992 году на основании результатов исследований М.Маклоу и С.Бхарадваджи. В работе рассмотрены его основные положения, причины и условия возникновения, эффективность в условиях динамичного развития сферы предоставления услуг.

Ключевые слова: парадокс восстановления доверия, управление, маркетинговые эффекты, маркетинг, факторы поведения покупателей.

RePEc: M31

УДК 339.138

Monaikina K. I.
student of the Law Faculty
BFU named after.Kanta
laina.monaikina@yandex.ru

Using the marketing effect of the paradox of restoring trust, its features and history

Abstract

The article discusses one of the marketing effects – the paradox of restoring trust. This effect was introduced into the marketing discourse in 1992 based on the results of research by M.Maklow and S.Bharadwaja. The paper considers its main provisions, causes and conditions of occurrence, effectiveness in the conditions of dynamic development of the service sector.

Keywords: the paradox of restoring trust, management, marketing effects, marketing, factors of customer behavior.

RePEc: M31

УДК 339.138

УДК 339.138

Монайкина К. И.
студент юридического факультета БФУ им.Канта
laina.monaikina@yandex.ru

Использование маркетингового эффекта парадокса восстановления доверия, его особенности и история

Monaikina K. I.
student of the Law Faculty
BFU named after.Kanta
laina.monaikina@yandex.ru

Using the marketing effect of the paradox of restoring trust, its features and history

В современном обществе мы наблюдаем стремительное развитие сферы предоставления услуг. Этому способствуют различные факторы, включая демографические изменения и прогресс в области новых технологий. Интернет стал новым пространством более удобным и комфортным для потребителя. Сейчас каждый способен в пару кликов мышью совершить крупную коммерческую или мелкую бытовую сделку. Также на платформах социальных сетей и в рамках бизнес-мероприятий находится огромное количество статей и семинаров, руководители, которых стремятся научить всех и каждого эффективным стратегиям ведения бизнеса.

Важно отметить, что такие материалы не ограничиваются только теми, кто уже имеет свое дело. также предлагают участникам некоторые основы успеха, включая навыки обработки фотографий, настройки рекламных кабинетов на платформах ВКонтакте, Телеграмм и другие советы по

успешному успеху (часто предварительно приобретая подобные курсы у тех самых "специалистов", которые подобные курсы и семинары разрабатывают - это, по их заверениям, обеспечивает стабильный доход).

Парадокс восстановления доверия. Сейчас бизнесмены учатся красиво снимать видео и ставить эмодзи в нужных местах, а разбираться в основах и принципах работы маркетинга, почему-то не актуально. Будем несовременными и рассмотрим парадокс восстановления доверия (service recovery paradox), позволяющем увеличивать прибыль (по различным исследованиям) в несколько раз.

Зародился этот термин в 1992 году благодаря двум американским ученым Сундару Бхарадваджи и Майклу Маккалоу. Они описали ситуацию, когда удовлетворенность клиента после исправления плохого качества услуг превысила удовлетворенность при изначально качественно выполненной услуге [9].

Оказание услуг – сложный многослойный процесс, лишь часть которого видна клиенту, но при этом он должен быть полностью удовлетворен (как видимой, так и невидимой частью оказания услуг). На каждом этапе клиент взаимодействует с разными людьми: операторы, менеджеры, администраторы, продавцы, мастера и множество других не менее важных людей. И необходимо понимать, что на любой из ступенек может произойти сбой. Как его преодолеть? Сначала узнаем причины возникновения сбоев в работе компании:

1. Услуги недоступны при необходимости (услуга не доступна по запросу, возникает задержка при ее оказании или прямо постулируется невозможность оказать услугу в принципе и т.д.).
2. Услуги несоответствующие требованиям безопасности (например, у мастера маникюра должны быть обработаны и стерилизованы инструменты).

3. Услуги не приносят желаемого результата (вы увидели в Интернете шикарный клининг на фото, все блестит, но когда пришли домой, полы грязные)

4. Отсутствие клиентоориентированности у персонала при выполнении услуг. Грубость, жесткость или наоборот чрезмерное дружелюбие.

5. Неадекватная роль клиента в рабочем процессе. Когда клиент, например, начинает учить того, кто оказывает услугу или вообще оказывать ее себе самостоятельно).

Все довольно очевидно и необходимо научиться грамотно и с минимальным давлением на клиента, решать каждую из 5 проблем. И решать их так, чтобы не оставалось неприятных ощущений впоследствии. Но также понятно, что эффект, когда человек вернется после некачественной или невыполненной услуги, будет работать не во всех случаях. Это зависит от масштаба проблемы, фактических убытков клиента (деньги, время, силы), срочности и степени нужды в услуге. Чем внушительнее эти категории, тем меньше шансов на проявление парадокса восстановления доверия [7].

Всего есть две группы факторов, влияющих на возникновение парадокса. Первый – самодостаточный сценарий. Он подразумевает то, что покупатель услуги сам разберется с существующей проблемой. В него входят такие понятия как: восприятие ситуации, опыт прошлого взаимодействия, степень участия клиента, индивидуальная философия, важность конкретной услуги, ситуационные факторы, зона терпимости. Сюда относятся так же вопросы лояльности, а так же эффективнорсть воздействия на клиента комплекса маркетинговых коммуникаций. [3]

Второй – сценарий созданный предприятием. Суть в том, что на эти факторы мы способны повлиять, именно качество этих решений обусловит дальнейшее поведение клиента. Ко второму сценарию относятся роль технологии, наличие дополнительных услуг, обучение клиентов, наличие гарантии, поведение сотрудников, эффективность коммуникации вне предприятия капании, отношение с клиентами, степень равенства между

клиентом и продавцом услуги, наличие доверительных полномочий (см. рисунок 1).

Рисунок 1.- Парадокс восстановления доверия – компоненты [8]

Далее рассмотрим самые неочевидные из этих пунктов подробнее, а также продемонстрируем, как грамотно выстраивать отношения в каждой из ситуаций.

1. *Опыт прошлого взаимодействия.* Прошлый опыт клиента в конкретной организации способствует возникновению парадокса. В таких случаях клиенты сравнивают нынешний отрицательный опыт с запоминающимся положительным прошлым опытом работы в той же организации, как они оценивали эффективность работы у этой компании. Это дает преимущества компаниям-франшизам. Сравнение может привести к двум ситуациям. Во-первых, если предыдущий опыт был неудачным, то предложение выполнить восстановление сервиса удивило бы и в тоже время очаровало бы клиента и привело бы к возможности SRP. Вторая ситуация может быть, если прошлое ранее было хорошим в такой ситуации клиент ожидает отличного восстановления сервиса, основываясь на своих ожиданиях от компании. В случае, если клиент уже сталкивался с парадоксом восстановления сервиса однажды в прошлом, это становится

идеальной ситуацией. Во всех трех случаях прошлый опыт может сыграть важную роль, приводящую к SRP. [10]

2. *Степень участия клиента.* Клиенты всегда вовлечены в процесс предоставления услуг. Они играют важную роль в общем процессе оказания услуги, хотя уровень их вовлеченности может варьироваться в зависимости от ситуации. Например, в случае значительной вовлеченности в процесс оказания услуг, в таких сферах, как услуги красоты, занятия в тренажерном зале, здравоохранение, медицина и т.п. клиенты гораздо более глубоко вовлечены по сравнению с такими услугами, как ремонт автомобилей курьерские или грузовые услуги, где им самим не нужно присутствовать (и даже непосредственно участвовать) для потребления услуги.

Услуги, которые требуют тесного участия и активного вовлечения клиентов, могут привести к созданию сценария восстановления. В случаях, когда требуется, чтобы клиент участвовал или играл определенную роль в предоставлении общего сервиса, а клиент не сыграл свою предопределенную роль в обслуживании, ответственность за сбой обслуживания также ложится на клиента. Таким образом, сбой сервиса является результатом действий, как организации, так и клиентов. Следовательно, это более тесное вовлечение клиента создает сценарий восстановления, в котором и клиент, и организация стремятся к этому, и часто приводит к ситуации, когда организация, кажется, работает даже лучше, чем в прошлом, и клиент тоже в конечном итоге более удовлетворен, чем раньше. [4]

3. *Зона терпимости клиента*. Сервисы по своей природе неоднородны. Каждое столкновение с сервисом отличается. Не может быть абсолютно одинакового опыта использования двух сервисов, даже в случае использования одних и тех же поставщиков услуг или одних и тех же сотрудников службы. Клиенты понимают это и принимают изменения в услугах при каждой встрече, но только в ограниченной степени. Степень, в

которой клиенты признают и готовы принять изменения, является уникальной зоной терпимости каждого отдельного клиента. Зона терпимости – это не что иное, как диапазон, в котором производительность сервиса приемлема для клиента. Клиент, обладающий широкой зоной терпимости, возможно, лучше понимает и может не замечать сбоев в обслуживании. Это создает для компании возможность для восстановления сервиса, когда они получают шанс повторно обслужить клиента. Замечательный прошлый опыт или приятный опыт восстановления расширяет зону терпимости клиента и еще больше усиливает возможность развития сценария восстановления. Отметим, что это не всегда работает: как отмечает Хаэмун О, парадокс восстановления доверия действует совсем не во всех отраслях и позитивные примеры восстановления не столь часты, как это кажется после прочтения статей по маркетингу. [10]

4. *Взаимоотношения с клиентами*. Библия маркетинга гласит, что «Клиент – король», со временем немного изменилось. «Знание», «Обслуживание» и «Поддержание» клиента имеет первостепенное значение в современную эпоху Интернета. Первая часть привлечения клиентов важен, но внимание следует также уделить второй части поддержания этих клиентов”. Вместо привлечения новых клиентов основное внимание уделяется поддержанию более тесных отношений с текущими клиентами. [6] С другой стороны, клиенты тоже не любят переключаться и скорее стремятся к стабильным постоянным отношениям с одной компанией или организацией. Сегодня, на пороге информационной экономики, организации проходят через этот процесс, приобретая клиентов как незнакомцев, удовлетворяя клиентов как знакомых, зная их как друзей и прислушиваясь к ним как к партнерам. [1] По мере того, как компании снова и снова обслуживают клиентов, уровень сотрудничества повышается, и личное равенство между клиентом и компанией перестает быть просто знакомства на начальных стадиях. Формируются тесные отношения. Лояльные клиенты предоставляют компании широкие возможности для

восстановления сервиса. Поэтому действия, ориентированные на клиента, играют важную роль в создании сценариев восстановления сервиса и дальнейшем SRP.

5. *Поведение сотрудников*. Сотрудники являются лицом своих организаций. Они олицетворяют бренд, услугу и организацию. Сотрудники должны показывать безупречное поведение в отношениях с клиентами во время предоставления услуг. Ориентированное на клиента поведение сервисных сотрудников, особенно в тех, кто работает с клиентами, дает им возможность найти правильный отклик у клиентов. [2] Следовательно, хорошая роль и правильное поведение сотрудника приводят к сценарию восстановления, поскольку клиент предпринимает усилия по восстановлению на основе его взаимодействия с работниками организации. Поведение сотрудника выступает в качестве предшественника сценария восстановления. Таким образом, человеческий фактор в сфере услуг может быть направлен на сценарий восстановления.

6. *Эффективная внешняя коммуникация*. На современном этапе развития технологий потребности потребителей резко возросли. Они сами могут получить множество знаний, в то же время их ожидания от компании в отношении предоставления информации также возросли (с учетом сегмента глобального рынка) [5; 10]. С удешевлением технологий они ожидают, что компании будут предоставлять им информацию из различных источников. Таким образом, компаниям важно не только предоставлять информацию, но и гарантировать, что все коммуникации и сообщения потребителей интегрированы и унифицированы.

Сервисно-ориентированные компании часто создают желаемую ценность для своих услуг, используя основанные на историях, повествовательные подходы к рекламе. Они создают в сознании клиентов образы, касающиеся ситуации настоящего и последующего потребления услуг клиентом. [5] Следовательно, если коммуникация эффективна и понятна, это приводит к лучшей визуализации услуги клиентом и того, как хорошее обслуживание

приведет к положительному результату. В таком случае сбой сервиса и последующие усилия по восстановлению рассматриваются как шаг и шанс на получение отличного опыта.

Заключение. В заключительных размышлениях настоящего научного исследования необходимо уделить особое внимание тому, что тщательный анализ и умелое использование эффектов маркетинга (в том числе и эффекта восстановления доведения) дают неоспоримое преимущество, способствующее не только улучшению качества предоставляемых товаров и услуг, но и безвредному росту прибыли компаний. Ведь их использование никак не влияет на стоимость и соответственно качество используемого сырья и других материальных компонентов, из которых складывается стоимость продукта или услуги. Более того, эффективное решение индивидуальных проблем каждого, повышает вовлеченность потребителей.

Но не стоит забывать, что для эффективного применения маркетинговых эффектов, необходимо учитывать особенности каждого рынка и адаптировать стратегии в соответствии со своей целевой аудиторией. Ключевым фактором является детальное изучение предпочтений, потребностей и поведения потребителей, чтобы разработать и предложить индивидуализированные решения, способствующие их удовлетворению.

В итоге, призывая к углубленному исследованию и практическому применению маркетинговых эффектов в сфере предпринимательства, необходимо помнить о том, что процесс увеличения качества предоставляемых услуг и удовлетворения потребностей клиентов – это непрерывный процесс, требующий аналитического подхода и инноваций. Только так мы сможем улучшить уровень обслуживания и достичь стабильного успеха в бизнесе, гарантируя высокий уровень удовлетворенности и лояльность клиентов.

Библиография

1. Баландина Д.М., Алиаскарова Ж.А., Игнатова А.М. Цифровая экономика: особенности развития и поведения потребителей // Известия Международной академии аграрного образования. – 2020. – № 52. – С. 59-63. EDN: IEEJTI
2. Барнетт Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход. – СПб: Питер, 2001. – 864 с.
3. Ермаков Ю.В., Старобинская Н.М. Инструментарий креативного маркетинга: креативная реклама и креативные стратегии // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. – 2019. – Т. 10, № 1. – С. 38-51. EDN: GXOGMZ
4. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга – 2-е Европ.изд. – М., СПб., К.: Вильямс, 2017. – 752 с.
5. Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю. Стратегические альтернативы маркетинга в глобальной экономике // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. – 2018.– Т. 9, №3. – С. 84-103. EDN: YOVLID
6. Социально-культурная сфера в новой экономике: от развития образования до арт-рынка. Коллективная монография / Под ред. Н.М. Старобинской. – СПб: КультИнформПресс, 2019. – 164 с.
7. Bing Zhao, (2011). Service recovery paradox effect: Comparisons in two service industries. 2011 2nd International Conference on Artificial Intelligence, Management Science and Electronic Commerce (AIMSEC). – [Электронный документ]. URL: https://ieeexplore.ieee.org/document/6010927/keywords#keywords
8. Krishna A., Dangayach G., Sharma, S. Service Recovery Paradox: The Success Parameters // Global Business Review. – 2014. – Vol.15(2). – P.263-277.
9. McCollough M.A., Berry L. L., Yadav M.S. An Empirical Investigation of Customer Satisfaction after Service Failure and Recovery // Journal of Service Research. – 2000. – №3 (November). – P. 121-137.

10. Oh H. Reexamining Recovery Paradox Effects and Impact Ranges of Service Failure and Recovery // Journal of Hospitality & Tourism Research. – 2003. – Vol. 27. – P. 402-418.

References

Balandina D.M., Aliaskarova Zh.A., Ignatova A.M. (2020) Digital economy: features of consumer development and behavior // Proceedings of the International Academy of Agrarian Education. – No. 52. – Pp. 59-63. EDN: IEEJTI

Barnett J., Moriarty S. (2001) Marketing Communications. An integrated approach. – St. Petersburg: Peter. – Pp. 1-864.

Ermakov Yu.V., Starobinskaya N.M. (2019) Tools of creative marketing: creative advertising and creative strategies // Marketing MBA. Marketing management of the enterprise. –. – Vol. 10, No. 1. – Pp. 38-51. EDN: GXOGMZ

Kotler F., Armstrong G., Saunders D., Wong V. (2017) Fundamentals of Marketing – 2nd European Ed. - M., St. Petersburg, K.: Williams. – 752 p.

Pashkus N.A., Pashkus V.Yu. (2018) Strategic alternatives of marketing in the global economy // Marketing MBA. Marketing management of the enterprise. –.– Vol. 9, No. 3. – pp. 84-103. EDN: YOVLID

Socio-cultural sphere in the new economy: from the development of education to the art market (2019). Collective monograph / Ed. by N.M. Starobinskaya. – St. Petersburg: Kultinformpress. – Pp. 1-164.

Bing Zhao, (2011). Service recovery paradox effect: Comparisons in two service industries. 2011 2nd International Conference on Artificial Intelligence, Management Science and Electronic Commerce (AIMSEC). – [Электронный документ]. URL: https://ieeexplore.ieee.org/document/6010927/keywords#keywords

Krishna A., Dangayach G., Sharma, S. (2014) Service Recovery Paradox: The Success Parameters // Global Business Review. – Vol.15(2). – P.263-277.

McCollough M.A., Berry L. L., Yadav M.S. (2000) An Empirical Investigation of

Customer Satisfaction after Service Failure and Recovery // Journal of Service Research. – №3 (November). – Pp. 121-137.

Oh H. (2003) Reexamining Recovery Paradox Effects and Impact Ranges of Service Failure and Recovery // Journal of Hospitality & Tourism Research. – Vol. 27. – P. 402-418.

Ольховская Д. В.
студент юридического факультета СПбГУ
st107162@student.spbu.ru
Никифорова Е. Л.
студент факультета политологии СПбГУ
st108537@student.spbu.ru

Возможности и проблемы для развития туризма в краснодарском крае во время геополитического кризиса

Аннотация

С началом пандемии, а впоследствии с началом геополитического кризиса, граждане Российской Федерации стали отдавать большее предпочтение отдыху в пределах страны. Краснодарский край всегда пользовался особой популярностью благодаря тёплому климату и близостью к морю, а в новой ситуации стал альтернативой отдыху за рубежом. В статье рассматривается возможность дальнейшего развития туристических направлений Краснодарского края и рисков, связанных с увеличением потока туристов после начала геополитического кризиса

Ключевые слова: туризм, Краснодарский край, государственная поддержка туризма, возможности развития туризма, проблемы развития.

RePEc: L83, L52

УДК 379.85, 338.48

Olkhovskaya D. V.
student of the Law Faculty
St. Petersburg State University
st107162@student.spbu.ru
Nikiforova E. L.
student of the Faculty of Political Science
St. Petersburg State University
st108537@student.spbu.ru

Opportunities and challenges for tourism development in the krasnodar region during the geopolitical crisis

Abstract

With the beginning of the pandemic, and subsequently with the beginning of the geopolitical crisis, the citizens of the Russian Federation began to give greater preference to rest within the country. Krasnodar Krai has always been particularly popular due to its warm climate and proximity to the sea, and in the new situation it has become an alternative to rest abroad. The article considers the possibility of further development of tourist destinations in the Krasnodar Territory and the risks associated with an increase in the flow of tourists after the beginning of the geopolitical crisis.

Keywords: tourism, Krasnodar territory, state support of tourism, opportunities for tourism development, development challenges.

RePEc: L83, L52

УДК 379.85, 338.48

УДК 379.85, 338.48

Ольховская Д. В.
студент юридического факультета СПбГУ
st107162@student.spbu.ru
Никифорова Е. Л.
студент факультета политологии СПбГУ
st108537@student.spbu.ru

Возможности и проблемы для развития туризма в краснодарском крае во время геополитического кризиса

Olkhovskaya D. V.
student of the Law Faculty
St. Petersburg State University
st107162@student.spbu.ru
Nikiforova E. L.
student of the Faculty of Political Science
St. Petersburg State University
st108537@student.spbu.ru

Opportunities and challenges for tourism development in the krasnodar region during the geopolitical crisis

Пандемия заставила многих Россиян отказаться от путешествий за границу, что поспособствовало увеличению потока туристов на российские курорты. Развитию внутреннего туризма способствовали, принятые на государственном уровне меры, такие как: разнообразные инструменты экономической политики для поддержания спроса населения на

туристические поездки (туристический кэшбек, «Пушкинская карта»), создания благоприятных экономических условий для турфирм (льготное кредитование на строительство (реконструкцию) гостиниц и МФК, гранты в туризме на региональном уровне, государственная поддержка по проектированию туристского кода центра города, поддержка и продвижение событийных мероприятий, меры налоговой поддержки по обширному перечню налоговых платежей от снижения ставок по УСН до ускоренного возмещения НДС и налоговых каникул для субъектов МСП). [3; 6] Большинство из перечисленных мер имеют региональный уровень реализации, что определяет значимость анализа региональных аспектов развития внутреннего туризма.

Туристический потенциал Краснодарского края. Особенный наплыв туристов отметили местные жители Краснодарского края. С каждым годом число отдыхающих на юге России растёт, что даёт курортам, за счёт возросшего потока денежных средств, возможности для дальнейшего развития. Но модернизация, строительство и реставрация может идти медленно при чрезмерном туристическом потоке.

Краснодарский край обладает огромным потенциалом для роста в туристической сфере. По прогнозам к 2030 году ожидается увеличение количества туристов до 22 миллионов человек ежегодно [4, с.154].

Таблица 1.-Сравнение популярных мест для отдыха россиян по итогам 2022 года

Регион	Количество туристов (млн)	Доход от туризма (млрд руб)	Инфраструктура	Стоимость размещения (в рублях за сутки)
Крым	7,6	145	Развивающаяся	От 500
Краснодарский край	11,7	298	Развитая	От 700
Санкт-Петербург	9,7	419	Развитая	От 1000
Москва	23,5	1174	Развитая	От 1500
Калининградская область	2,4	23,4	Развитая	От 600
Алтайский край	1,6	8,2	Развивающаяся	От 500
Байкал	1,8	30	Развитая	От 700
Камчатский край	0,2	3,1	Развитая	От 1000

Исходя из данных таблицы номер 1, Краснодарский край является одним из

наиболее популярных туристических регионов России. В 2022 году край принял 17,4 миллиона отдыхающих и заработал 10 миллиардов рублей от туризма, что делает его вторым после Москвы по доходам в этой сфере. Кроме того, Краснодарский край обладает богатым культурным наследием и достопримечательностями, которые привлекают множество туристов каждый год. Также в регионе развивается туристическая инфраструктура и предлагается размещение по доступной цене от 700 рублей за сутки. Можно сделать вывод о том, что Краснодарский край является привлекательным туристическим направлением в России.

На сегодняшний день государство осуществляет поддержку субъектов хозяйствования туристической отрасли Краснодарского края. Предоставлено льготное кредитование для гостиниц и многофункциональных комплексов с определёнными параметрами [8, с. 103], что имеет положительный эффект. Но всё же этого не совсем достаточно, ведь у отдыхающих большим спросом пользуются и менее масштабные места для размещения, которые не всегда подходят под необходимые параметры.

Краснодарский край является популярным туристическим направлением благодаря своим пляжам на побережье Черного моря, природным достопримечательностям, культурному наследию, винодельческой промышленности, гастрономическим традициям и возможностям для активного отдыха. Можно отметить, что туристический потенциал территории огромен [5], но при этом имеются значительные «лакуны», не позволяющие реализовывать этот потенциал (недостаток информации, неразвитая инфраструктура и пр. [3]). Кроме того, регион продолжает развивать старые и новые направления туризма. Это такие виды туризма как:

1. Пляжный туризм: Пляжный туризм является одним из самых популярных видов туризма в Краснодарском крае. В 2022 году, по данным местных туристических организаций, в Краснодарском крае было зарегистрировано более 7 миллионов туристов, большая часть которых приехала на отдых на пляжи. Этот вид туризма имеет наибольшие

возможности для развития, так как имеет самый большой спрос у туристов. Модернизация пляжей позволит сделать этот вид туризма ещё более востребованным.

2. Экотуризм: Экотуризм в Краснодарском крае получает все большую популярность на фоне экологической повестки дня. Регион богат разнообразной природой, где можно встретить уникальные растения и животных, а также посетить национальные парки и заповедники, что является привлекательным для экотуристов. В 2022 году, согласно отчету местных туроператоров, количество туристов, посетивших экотуристические места в Краснодарском крае, составило около 1,5 миллиона человек. На сегодняшний день в Краснодарском крае ведутся работы по восстановлению природных ресурсов. Например, самшит, пострадавший из-за завезённой самшитовой огнёвки, в Сочи и его окрестностях усиленно восстанавливают. Дальнейшее внимание к редким растениям, их разведению поспособствуют увеличению внимания экотуристов к Краснодарскому краю.

3. Культурный туризм: Культурный туризм в Краснодарском крае предлагает много интересных маршрутов для туристов, которые хотят познакомиться с историей, архитектурой и культурой региона. В 2022 году, по данным местных туристических организаций, количество туристов, посетивших культурные достопримечательности, составило около 2 миллионов человек. Строительство новых современных музеев, открытие арт галерей, сценических площадок также привлечет любителей культурного отдыха в города края.

4. *Винный туризм*: Краснодарский край является одним из крупнейших винодельческих регионов России. В 2022 году количество туристов, посетивших винодельческие предприятия и участки виноградников, составило около 500 тысяч человек.

5. *Гастротуризм и агротуризм*: Гастротуризм и агротуризм также являются популярными видами туризма в Краснодарском крае. Туристы могут попробовать местную кухню, посетить фермерские хозяйства и

рынки, а также участвовать в сборе урожая. В 2022 году количество туристов, посетивших гастрономические и агротуристические объекты, составило около 1 миллиона человек. Тем не менее, для туристов цены на продукты питания поднимают в несколько раз, что отталкивает многих людей от гастротуризма.

6. В сфере *социального туризма*, главной целью которого является социальная поддержка здоровья населения, существует проблема, связанная с санаторно-курортными комплексами – это физический и моральный износ материально-технической базы и нежелание владельцев вкладывать деньги в развитие территории.

Между тем развитие социального туризма на Черноморском побережье будет способствовать решению таких задач, как:

- сокращение имеющейся в обществе социально-психологической напряженности из-за наличия существенной разницы в доходах населения путем обеспечения реализации права человека восстанавливать здоровье через туристско-рекреационную деятельность;
- воспроизводство человеческого потенциала (физического, интеллектуального, нравственного, профессионального);
- оказание влияние на воспитание патриотизма у молодёжи;
- создание новых рабочих мест и, как следствие, оказание благотворного влияния на развитие экономики страны;
- улучшение имиджевой составляющей регионов.

В этой связи особое значение приобретает государственная финансовая поддержка, а также активизация государственно-частного партнёрства [1, с. 187].

7. Активный туризм: Активный туризм в Краснодарском крае включает в себя различные виды отдыха на природе, такие как горные лыжи, пешие прогулки, альпинизм, сплавы на байдарках и каноэ, и другие. В 2022 году количество туристов, занятых активными видами отдыха, составило около 2 миллионов человек. Доход от активного туризма в 2022 году составил около

4 миллиардов рублей.

Сопоставляя все виды туризма в Краснодарском крае по доходности в 2022 году, можно отметить, что пляжный является самым доходным видом туризма с доходом в 20 миллиардов рублей. Также высокую доходность имеют медицинский туризм и экотуризм с доходом в 5 и 4 миллиарда рублей соответственно. Активный туризм и винный туризм также приносят значительные доходы в 4 и 3 миллиарда рублей соответственно. Гастротуризм и агротуризм имеют наименьшую доходность с доходом в 2 миллиарда рублей, но это не значит, что они менее популярны среди туристов.

Таким образом, Краснодарский край предлагает разнообразные виды туризма, которые пользуются спросом у туристов из России и других стран. Каждый вид туризма имеет свои уникальные особенности и привлекательные места, что делает Краснодарский край одним из лучших туристических регионов России.)

Результаты развития внутреннего туризм и перспективы развития. Большим спросом у отдыхающих пользуются города, расположенные на Черноморском побережье, поэтому им стоит уделить особое внимание.

Таблица 2. - Количество отдыхающих за год в млн. человек

Место / Год	2019	2020	2021	2022
Сочи	6,2	5,1	5,6	7,2
Анапа	4,9	1,65	2,5	1,5
Геленджик	3,4	2	3,8	1,5
Туапсинский район	1,8	1	2	2

Источник: расчёты авторов.

Согласно данным таблицы 2, можно сделать вывод о том, что несмотря на то, что в городе Геленджик виден значительный спад, по сравнению 2021 года и 2022, тем не менее, в таких городах как Сочи и Анапа наблюдается

рост, причём результат для Сочи является рекордным. Туапсинский район с 2021 года держит планку в 2 млн. туристов, показывая аналогичный результат и в 2022 году.

По сравнению с 2019 годом для Анапы и Геленджика количество отдыхающих существенно уменьшилось, в то время как для Туапсинского района и Сочи произошёл рост числа туристов на 1 млн. чел. для Сочи и на 400 тыс. чел. для Туапсинского района. А также, согласно прогнозам на 2023 год, Сочи за год может посетить не менее 7 млн. туристов. Из чего следует, что город Сочи вполне можно считать самым перспективным для дальнейшего развития в туристическом плане среди представленных городов.

На основе имеющихся данных можно сделать прогноз на следующие годы по развитию Краснодарского края в различных областях:

Экономика Краснодарского края будет продолжать усиленно расти в ближайшие годы. Рост будет связан с развитием туристической инфраструктуры и увеличением объемов туристических услуг. Однако, для того чтобы сохранить и ускорить темпы экономического роста, край будет нуждаться в дополнительных инвестициях в различные отрасли экономики.

Туризм в Краснодарском крае растёт с каждым годом. Власти края уже уделяют большее внимание продвижению региона на внутреннем рынке туризма. Это позволяет увеличивать число туристов, приезжающих в регион, и, как следствие, увеличивается объем экономических поступлений от туризма.

Что касается инфраструктуры, то для увеличения числа туристов и поддержания темпов экономического роста Краснодарского края потребуются дополнительные инвестиции в развитие инфраструктуры, включая транспортную, энергетическую и коммуникационную. Это позволит привлекать больше инвесторов и туристов, улучшать условия проживания и оказания услуг.

Сохранение и развитие культурного наследия Краснодарского края также

будет иметь большое значение для привлечения туристов и развития экономики региона. Поэтому власти края будут продолжать инвестировать в развитие культурного туризма и создание условий для развития культурной жизни.

Несмотря на то, что Краснодарский край имеет большой потенциал для развития туризма, существуют определенные риски и проблемы, которые могут снизить темпы развития, а именно:

Сезонность. Большинство туристов приезжают в Краснодарский край только в летний период, несмотря на то, что горнолыжные курорты пользуются большим спросом в зимний, что приводит к перегрузке курортных зон в летнее время года и низкому спросу в оставшееся. С этим связана и проблема сезонной безработицы в Краснодарском крае. Так как многие отрасли экономики региона, такие как туризм, а ещё и сельское хозяйство, строительство, зависят от сезонных факторов. Во время летнего сезона, например, туризм, как упоминалось ранее, достигает пика, что приводит к созданию большого количества рабочих мест в этой отрасли. Однако, зимой туризм сильно снижается, что приводит к увольнению работников и повышению уровня безработицы. Возможным решением этой проблемы является диверсификация экономики Краснодарского края, то есть развитие других отраслей экономики, которые не зависят от сезонности, например, производственная индустрия или информационные технологии. Также возможно разработка программ поддержки малого и среднего бизнеса, которые будут способствовать созданию новых рабочих мест и уменьшению уровня безработицы. Региону нужно обеспечить более равномерное распределение туристической активности в течении года, развивая культурную среду городов, чтобы не только море или тёплый климат являлся приоритетом у отдыхающих во время посещения Краснодарского края.

Проблемы коррупции. Краснодарский край, по данным Генпрокуратуры, занимает второе место по коррупции в России. Коррупция негативно влияет

на экономическое развитие края, так как она ограничивает конкуренцию, тормозит инвестиции и подрывает доверие бизнес-сообщества. Коррупция также повышает стоимость бизнеса, увеличивая издержки на получение разрешительных документов и взятки для обхода норм и правил. Кроме того, коррупция в жилищной сфере останавливает многих приезжих от покупки или аренды жилья, создает трудности для переезда, что в свою очередь тормозит экономическое развитие южных регионов. Коррупция в Краснодарском крае приводит к несправедливому распределению ресурсов, так как она позволяет выгодоприобретателям получать доступ к важным ресурсам, таким как земля и вода, за счет ограничения доступа других участников рынка, что вредит и туристической сфере. Борьба с ней является одним из приоритетных направлений развития Краснодарского края. В целом, борьба с коррупцией в Краснодарском крае является важным фактором для достижения устойчивого экономического роста и улучшения жизни жителей региона.

Отношение местных жителей к туристам и проблемы с брендом. Огромные проблемы вызывает отношение местных жителей к туристам (от откровенно негативного («понаехали тут») до чисто потребительского («турист – это ходячий кошелёк»). Часто такое отношение формируется из-за нерешенных социальных проблем (повышение уровня цен из-за больших туристических потоков; низкий уровень зарплат; попытка за счет туристов поправить свою самооценку). Все это выливается в проблемы с имиджем и брендом территории: Эрик Браук, Михалис Каваратзис и Себастьян Зенкер, ведущие исследователи в области брендинга территорий утверждают, что сильный бренд места можно создать только с помощью местных жителей.

Недостаток квалифицированных кадров. Для развития туризма требуется наличие квалифицированных специалистов в сфере гостиничного бизнеса, гостеприимства, ресторанного бизнеса и т.д. Однако в Краснодарском крае прослеживается недостаток таких кадров, так как большое количество специалистов стремиться переехать в более крупные города. По разным

причинам, сезонная работа не покрывает потребностей в квалифицированных кадрах, возникает необходимость в их обучении и привлечении на более разумных условиях. [2]

Проблемы инфраструктуры. В регионе существуют проблемы в области дорожной инфраструктуры, которые также негативно сказываются на развитии туризма. Несмотря на то, что в последние годы проводится ремонт и строительство новых дорог, наличие качественных дорожных покрытий все еще является одной из главных проблем Краснодарского края. Кроме того, после увеличения потока туристов, потребуется частый ремонт дорожного покрытия.

Экологические проблемы. К сожалению, бурное развитие туризма зачастую порождает экологические проблемы (растущие туристические комплексы, слабые очистные сооружения, проблема уборки мусора и т.п.). Еще одна проблема, связанная с туризмом в крае, – это повреждение лесных насаждений, то есть ухудшение состояния природных зон и лесов, которое может привести к негативным последствиям для экологического баланса региона. В частности, в регионе наблюдается вырубка лесов и другие действия по разрушению экосистемы, что наносит вред не только окружающей среде, но и туристическому потенциалу края. Лесному хозяйству региона с целью восстановления и сохранения защитных лесных насаждений побережья можно ограничить рекреационную нагрузку на них, своевременно проводить в насаждениях агротехнический уход и, в зависимости от степени сохранности лесополос и обилия возобновления, осуществить их полную или частичную реконструкцию [7, с. 85].

Кроме того, загрязнение морской воды также является одной из проблем, которая может негативно повлиять на туристический потенциал региона. Загрязнение морской воды может привести к ухудшению экологической ситуации и отрицательно сказаться на здоровье местных жителей и отдыхающих.

Для решения данных проблем необходимо проводить мероприятия по

сохранению экологической среды и обеспечению экологической безопасности туристических объектов. Это может включать в себя контроль за вырубкой лесов, проведение мероприятий по очистке морской воды, а также строгий контроль за соблюдением экологических норм в процессе строительства и эксплуатации туристических объектов, а также в области дорожной инфраструктуры необходимо проводить ремонт, модернизацию и строительство новых дорог для обеспечения безопасность туристов и удобство, безопасного передвижения по территории края. Также можно проводить мероприятия по развитию общественного транспорта, который может быть удобным и доступным для местных жителей и туристов.

Если же не обращать внимание на эти проблемы, успешное стратегическое развитие Краснодарского края может быть недолговечным, тем более, при том малом внимании, которое обращают власти на имидж и бренд: если в стратегии развития туризма не будет обращено тщательное внимание на построение сильного бренда (и зонтика брендов [9; 10]), то в случае изменения как внутренних перспектив, так и геополитической стратегии проблемы Краснодарского края лишь углубятся.

Заключение. В целом, развитие туризма в Краснодарском крае представляет огромный потенциал для экономического роста и улучшения качества жизни местных жителей. Однако, это также может привести к некоторым отрицательным последствиям, таким как негативное воздействие на окружающую среду, перегруженность туристических мест, а также социальные проблемы.

Чтобы справиться с этими вызовами, необходимо продолжать инвестировать в инфраструктуру и развитие туризма с учетом экологических и социальных аспектов. Это может включать в себя создание новых экологически чистых отелей и ресторанов, разработку программ по сбору мусора и очистке пляжей, а также повышение квалификации местных работников в туристической индустрии.

Туризм может стать сильным катализатором экономического и социального

развития Краснодарского края, но только при условии того, что будут приняты меры по сохранению окружающей среды и обеспечению устойчивого развития. Важно, чтобы власти и бизнес-сообщество работали вместе, чтобы создать устойчивую индустрию туризма, которая принесет пользу не только сегодняшним туристам, но и будущим поколениям.

Библиография

1. Агасиев М.Г. Социально-экономический потенциал курортных регионов России // Инновации и инвестиции. – 2023. – №2. – С.187-190.
2. Англинов К.А., Данилова С.Н. Новая экономическая политика в сфере внутреннего туризма России: проблемы и решения // Вестник Национальной академии туризма. – 2022. – № 2. – С. 47-50.
3. Глобальная конкурентоспособность территории в постковидную эпоху (на примере индустрии туризма Санкт-Петербурга) / Н.А.Пашкус, В.Ю.Пашкус, А.Б.Асадулаев, В.П.Иванова // Проблемы современной экономики. – 2021. – № 1. – С. 144-148.
4. Гоева Т.А., Филобок М.А., Куприяшкина А.Е. Перспективы развития туризма в Краснодарском крае // Мировая наука. – 2021. – №6. – С. 153-155.
5. Красникова Т.С. Туристический потенциал территории и необходимость его развития // Общество: политика, экономика, право. – 2015. – № 6. – С. 46-48. EDN: VCDSSH
6. Культурная идентичность городов: концептуальные подходы, бренды и глобальная конкурентоспособность / Н.А.Пашкус, В.Ю.Пашкус, Ю.М.Мальцева, Д.А.Куликова // Проблемы современной экономики. – 2022. – № 4 (84). – С. 156-160.
7. Примаков Н.В. Состояние защитных лесных насаждений Азовского побережья Краснодарского края // Известия ВУЗов. Лесной журнал. – 2023. – №1. – С. 77-87.

8. Проблемы и перспективы развития туризма Краснодарского края / М.В.Махинова, Е.И.Кочубей, К.С.Крикун, И.П.Шевченко // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – №12-2. – С. 102-105.

9. Braun E., Kavaratzis M., Zenker S. My City – My Brand: The Role of Residents in Place Branding // Journal of Place Management and Development. – 2013. – Vol. 6 (1). – P. 18- 28

10. Kotler P., Gertner D. Country as brand, product, and beyond: a place marketing and brand management perspective // Journal of Brand Management. – 2002. – Vol. 9 (4-5). – P. 249-261

11. Zenker S., Braun E. Questioning a "one size fits all" city brand: Developing a branded house strategy for place brand management // Journal of Place Management and Development. – 2017. – Vol. 10(3). – P. 270-287.

Reference

Agassiev M.G. (2023) Social-extraveconomical potential resort in the region of Russia // Innovations and Investments. – №2. – Pp.187-190.

Anglinov K.A., Danilova S.N. (2022) New cosmopolitanism in the field of Tourism Russia: problem and solutions // Journal of National Academies of Tourism. – № 2. – Pp. 47-50.

Pashkus N.A. et al. (2021) Global competitiveness of terrains in post-World War II extravehu (for example, tourism industries St. Petersburg) / N.A. Pashkus, V.Yu. Pashkus, A.B.Asadulaev, V.P.Ivanova / / Problems of the Modern Economy. – 2021. – № 1. – Pp. 144-148.

Goeva T.A. Filobok M.A., Kupriyashkina A. (2021) Prospects for the development of tourism in the Krasnodar Krai // World Science. – №6. – Pp. 153-155.

Krassnikova T.S. (2015) Tourism potential territories and the necessity of ego development // Society: Politics, Economics, Law. – № 6. – Pp. 46-48.

Pashkus N.A. et al. (2022) Cultural identity of cities: conceptual approaches, brands and global competitiveness / N.A. Pashkus, V.Yu.Pashkus, Yu.M.Maltseva,

D.A.Kulikova // Problems of the Modern Economy. – № 4 (84). – Pp. 156-160.

Primakov N.V. (2023) Defenestration of the Krasnodar region // Izvestia of Universities. Easy Journal. – №1. – Pp. 77-87.

Mahinova M.V. et al. (2021) Problem undeclared and perspective evolves Tourism Krasnodar region / M.V.Mahinova, E.A.Kochubey, K.S.Krikun, I.P.Shevchenko // Economics and Business: Theory and Practice. – №12-2. - Pp. 102-105.

Braun E., Kavaratzis M., Zenker S. (2013) My City – My Brand: The Role of Residents in Place Branding // Journal of Place Management and Development. – Vol. 6 (1). – Pp. 18- 28

Kotler, P., Gertner, D. (2002) Country as brand, product, and beyond: a place marketing and brand management perspective // Journal of Brand Management. – Vol. 9 (4-5) . – Pp. 249-261

Zenker, S., Braun, E. (2017) Questioning a "one size fits all" city brand: Developing a branded house strategy for place brand management // Journal of Place Management and Development. – Vol. 10(3). – Pp. 270-287.

Пахомова Л. А.

студент факультета политологии СПбГУ

lidiya.pakhomova.03@mail.ru

Особенности менеджмента в российской космической отрасли

Аннотация

В данной статье рассматриваются особенности менеджмента в российской космонавтике: корпоративное устройство, формирование имиджа, стратегический менеджмент. Также освещаются цели, которые ставятся для развития отрасли и проблемы, с которыми сталкивается предприятие-монополист космической отрасли – Роскосмос.

Ключевые слова: космонавтика, Роскосмос, менеджмент, цели.

RePEc: L52, H54

УДК 338.22

Pakhomova L. A.
student of the Faculty of Political Science
St. Petersburg State University
lidiya.pakhomova.03@mail.ru

Features of management in the russian space industry

Abstract

This article discusses the features of management in the Russian cosmonautics: corporate structure, image formation, strategic management. It also highlights the goals that are set for the development of the industry and the problems faced by the monopolist enterprise of the space industry - Roscosmos.
.

Keywords: cosmonautics, Roscosmos, management, goals.

RePEc: L52, H54

УДК 338.22

УДК 338.22

Пахомова Л. А.
студент факультета политологии СПбГУ
lidiya.pakhomova.03@mail.ru

Особенности менеджмента в российской космической отрасли

Pakhomova L. A.
student of the Faculty of Political Science
St. Petersburg State University
lidiya.pakhomova.03@mail.ru

Features of management in the russian space industry

Космонавтика – одна из наиболее важных отраслей в настоящее время: она необходима для экономического развития, политического влияния, национальной безопасности, фундаментальной науки. В СССР был заложен надежный фундамент для того, чтобы Россия долгие годы оставалась лидером в этой сфере. Но десятилетия сменяются, и другие страны также запускают свои космические программы. Далеко не все из них могут позволить себе вывести на орбиту спутник или отправить с экипажем собственный космический корабль (на данный момент запуски осуществляют Россия, Китай и США), но эти государства формируют спрос на данную услугу (а за этот спрос, который ниже, чем предложение на космическом рынке, идет конкуренция). Можно сказать, что космическая сфера является источником наших конкурентных преимуществ, хотя, ее имидж сейчас и не бесспорен. Радует и разнообразная экспортная ориентация отрасли, что делает ее более конкурентоспособной. [2]

Космическая отрасль. Компании, осваивающие космос, могут быть как государственными, так и частными. Оба вида обладают своими преимуществами и недостатками. Государственные компании более предрасположены к долгосрочным проектам, как правило, сохраняют финансирование даже для неприбыльных проектов, если они обещают какой-то весомый прогресс в будущем, а поэтому больше подходят для фундаментальных проектов. Государственные предприятия упрощают осуществление национальной безопасности (существуют и обратные прецеденты, но это во многом обеспечивается правовой культурой и системой права; просто перейти к подобной форме представляется маловероятным). [2; 8] При этом государственные компании в большей степени бюрократизированы, обладают меньшей гибкостью в принятии решений, выборе способа осуществления задач. [3] Частные компании думают об увеличении прибыли и уменьшении издержек, что в совокупности с наличием конкурентов на рынке, часто удешевляет продукцию, оставляя ее качество, как минимум, на прежнем уровне, или улучшая его. Фундаментальные проекты и проекты, которые потенциально принесут преимущества в будущем являются не очень подходящими по своей сути для частных компаний.

Если мы рассмотрим типологизацию проектов, то их можно разделить на те, что проводятся в ближнем и дальнем космосе (в стандартных классификациях еще выделяется приземный и средний космос, но в данном контексте они не является актуальными). Уточнения по тому, где начинается одна из градаций деления и где заканчивается имеет спорный характер, единых стандартов нет. Ближний космос – пространство, которое еще называют магнитосферой. Именно в нем размещают спутники, МКС, планируется осуществление космического туризма. Ближний космос – военизированное пространство: именно здесь развернуто большинство КА военного назначения, проходит основная часть траектории МБР, в перспективе планируется развертывание эшелонов противоракетной (ПРО)

и противокосмической (ПКО) обороны. Проекты по исследованию дальнего космоса носят в большей степени фундаментальный характер с потенциалом прикладного использования “дивидендов” от исследования в будущем. Как пример подобных проектов, можно привести исследование поверхности Плутона.

Еще одна классификация, которая уже не раз упоминалась в этой статье, – деление проектов, проводимых в космическом пространстве, на фундаментальные и прикладные. Финансирование фундаментальных и прикладных проектов рассматривается не только с точки зрения приоритетности выполнения тех или иных целей, а еще с точки зрения угроз национальной безопасности и соответствия промышленной политики. [8]

И, наконец все проекты можно условно разделить на преимущественно гражданские и военные. Отметим, что особых проблем с проектами военного назначения не возникает – им выделяется достойное финансирование и у России здесь имеется ряд прорывных проектов. С преимущественно гражданскими проектами дело обстоит гораздо хуже.

Итак, вышеприведенные классификации позволяют нам ответить на вопросы: что, с какой целью, где и в какой организации делаем. Способ управления, устройства отрасли зависит от цели, так как именно конечные задачи подсказывают, в каком виде лучше организовать работу.

Роскосмос: структура и особенности менеджмента. В России отраслью космонавтики занимается Роскосмос, его дочерние предприятия. Частные организации у нас не развиты [4]. Поддержкой и развитием инициатив занимается Сколково. По техническим характеристикам есть работающие проекты, но они часто оказываются не самыми дешевыми из предложенных, поэтому не реализуются на практике. Кроме этого, проблемой еще является отсутствие законодательства: ннепонятно чем и в какой мере может заниматься частный бизнес, что осложняет процесс выхода на внутренний рынок новых компаний или переформирование стратегии финансирования Роскосмоса.

Для начала стоит остановиться на структуре Роскосмоса. Такая структура отчасти является следствием того, что корпорация ранее была частью Министерства общего машиностроения СССР. Она перегружена, является почти архитипичным примером ранее упоминаемого бюрократизма, что негативно сказывается на эффективности. В статье «Современные проблемы корпоративного управления ГК "Роскосмос"» авторы так формулируют эту проблему: «Производственный «феодализм», нерациональная конкуренция между конструкторскими бюро, создание дублирующих друг друга проектов и внутрикорпоративная борьба между ними, не приносящая пользу космонавтике в целом, были проблемами еще во времена СССР» [9, с. 176].

Корпорация состоит из головного офиса, располагающегося в Москве, (он осуществляет общее руководство, а также координирует процессы), дочерних компаний (занимаются различными направлениями космической деятельности), научно-производственных центров (занимаются научными исследованиями), космических центров (объекты, оснащенные инфраструктурой для запуска и управления космическими объектами), филиалов и представительств (местное управление и регулирование). Для охвата вышеперечисленного в состав “Роскосмоса” входит 117 предприятий. Некоторые из них связаны с другими сферами, которые не имеют прямого отношения к космонавтике.

Например, в 2019 Роскосмос представил беспилотный трактор (разработан Научно-производственным объединением (НПО) автоматики). В его основе лежит искусственный интеллект. Подобные технологии помогают в создании технологического суверенитета. Данные трактора достаточно активно используются различными агрофирмами и работают на полях стираны.

Наработки в разных видах машинного обучения позволят создавать космические корабли, которые смогут отслеживать объекты в пространстве и уворачиваться от них.

Другой пример – Усть-Катавский вагоностроительный завод создал трамваи,

которые отслеживают состояние водителя на маршруте. В случае, если с лицом, управляющим транспортным средством что-то случается, трамвай останавливается. В космосе важно отслеживать состояние экипажа, поэтому данная технология позволит снизить риски человеческого фактора. [7]

Кроме вышеперечисленных производств стоит обратить внимание на инфраструктурные объекты, которые находятся под управлением госкорпорации. В качестве примера стоит обратить внимание на наукоград Циолковский. Расположение рядом с ним космодрома “Восточный” благотворно влияет на развитие региона.

В середине двадцатого века, в период Холодной войны, целью космической компании было опередить противника любой ценой. Сейчас же акцент сместился на экономическую целесообразность. Исходя из этого, должна была измениться структура организации, но этого не произошло; поэтому сейчас зачастую заниматься разноплановыми проектами проблематично: их окружает путаница в производственном процессе. Структура должна стать более гибкой, систематической, со взвешенной конкуренцией, которая не будет снижать эффективность или мешать работе. Если брать космонавтику в России в целом, то необходимо распределить рынки между государственным и частным сектором так, чтобы появилась возможность, с одной стороны, вернуть лидерство на космическом рынке, а с другой – развивать фундаментальную космонавтику, которая позволит удержать лидерство в будущем, а также разовьет науку [6].

В своей статье А. А. Степанов также выделяет следующие проблемы: «Основными сложностями в управлении российской космической отраслью являются её широкое территориальное распределение, обособленные структурные единицы, высокая секретность деятельности и сложная структура. Совершенствование управления деятельностью госкорпорации Роскосмос, а также каждой структурной единицы в отдельности – основная задача для менеджмента организации на данный момент» [10, с. 39]. Следовательно, в качестве самостоятельной стоит выделить еще одну

задачу – налаживание коммуникаций между отдельными структурными единицами, а также желательно взять курс на упрощение структуры.

Стоит поговорить о публичной части управления Роскосмосом: создании репутации и имиджа, которые являются важными элементами, учитываемыми, как дополнение, к ценовым и технологическим характеристикам. На настоящий момент эти сферы можно назвать весьма спорными: несколько неудачных пусков, а также неподходящий подбор проектов (или недостаточная для общественного мнения аргументация, посвященная необходимости этих проектов) создают образ корпорации, которая не справляется. С другой стороны, мы можем наблюдать активную работу в этом направлении: существует несколько компаний, которые продают продукцию с символикой Роскосмоса. Можно отметить это как достаточно успешное сотрудничество государственной корпорации и частного бизнеса, хотя к космосу это относится только по тематике. Кроме этого, проводится популяризация всего, связанного с космосом и космической деятельностью посредством проведения трансляции запусков ракет, интервью с космонавтами, сообщениями о новостях и описаниями явлений [3].

Как часть стратегического менеджмента, можно рассмотреть подготовку кадров для организации. Так как корпорация является монополистом на российском рынке, то космонавтика в России приравнивается к деятельности, которую ведет Роскосмос. Исходя из этого, кадровую политику можно разбить на две части: повышение заинтересованности космосом как таковым среди молодежи и непосредственная ориентация молодежи на построение карьеры в Роскосмосе. [11] К первой можно отнести многочисленные конкурсы, лекции для школьников в рамках Космического урока, создание символов («Скифенок») Ко второй – профориентационные акции, дни открытых дверей.

Цели, которые стоят перед Роскосмосом, описаны в Федеральной космической программе 2016-2025. Если привести общую формулировку, то она звучит следующим образом: «Обеспечение государственной политики в области космической деятельности на основе формирования и поддержания необходимого состава орбитальной группировки космических аппаратов, обеспечивающих предоставление услуг в интересах социально-экономической сферы, науки и международного сотрудничества, в том числе в целях защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также реализации пилотируемой программы, создания средств выведения и технических средств, создание научно-технического задела для перспективных космических комплексов и систем» [1].

После рассмотрения списка конкретных задач, текущее состояние можно описать, как стремление создать прикладную базу для фундаментальных исследований и последующих прикладных разработок более высокого уровня сложности (освоение Луны и Марса). Вместе с тем, Роскосмос не вполне соответствует приоритетам экономической политики, хотя решение прикладных задач помогает развивать экономический потенциал России. [12]

Заключение. Подводя итоги, можно сказать, что у космонавтики в России есть большое количество ресурсов и возможностей для развития: они связаны с тем наследием, которое получила страна, как преемница СССР. В то же время, некоторые элементы наследия устарели и требуют замены: для повышения эффективности производства система должна стать более гибкой, отдать часть отрасли частным компаниям, наладить связи между структурными единицам [5]. На данный момент времени у Роскосмоса репутация корпорации со слабой моделью управления: это касается и выборов проектов, и их реализации. В то же время ведется работа по улучшению имиджа. На это направлено большое количество мероприятий, связанных с популяризацией космоса и Роскосмоса в

частности. Существуют попытки посредством бизнеса (создание мерча) сделать логотип и компанию более известной, поднять ее престиж, создать определенное настроение прогресса. Участие Роскосмоса в образовательном и профориентационном процессе позволяет ему не только помочь молодежи с выбором будущей специальности, но и создать себе определенный кадровый потенциал. Цели, озвученные в федеральных программах, в большей степени носят прикладной характер и связаны с национальной безопасностью в настоящий момент и в перспективе, экономическим потенциалом и развитием возможностей для науки.

Библиография

1. Основные положения Федеральной космической программы 2016-2025. – [Электронный документ] – URL: https://www.roscosmos.ru/22347/ (дата обращения: 31.03.2023).
2. Алиаскарова Ж.А., Асадулаев А.Б., Пашкус В.Ю. Промышленная политика: концептуализация и модернизация в условиях кризиса // Проблемы современной экономики. – 2020. – № 2 (74). – С. 73-77.
3. Анализ практики корпоративного управления деятельности ГК «Роскосмос» с помощью диаграммы Эйлера / В. В. Филатов, Д. С. Горин, Е. В. Ломакина, Р. И. Додхоев // Журнал прикладных исследований. – 2021. – № 6. – С. 248-253.
4. Кирилина Е. В. Особенности и перспективы развития частной космонавтики в России // Вестник самарского университета. Экономика и управление. – 2017. – № 3. – С. 14-19.
5. Криштофор А.П. Изменение конкурентных позиций России на мировом рынке космической продукции // Вестник университета. – 2019. – № 5. – С. 86-91.
6. Макарова Д.Ю. Развитие частного бизнеса в ракетно-космической отрасли: тенденции и перспективы // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – № 25. – С. 57-71.

7. Пашкус Н.А. Методы принятия решений в условиях неопределенности при исследовании задач управления // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5: Экономика. – 1998. – Вып. 1. – С. 108-113. EDN: STZJJJ

8. Савельев И. Дискуссионные вопросы современной промышленной политики // Современные тенденции развития науки и мирового сообщества в эпоху цифровизации. Сборник материалов XI Международной научно-практической конференции. М.: Издательство АЛЕФ, 2023. – С. 608-611.

9. Современные проблемы корпоративного управления ГК «Роскосмос» / В. В. Филатов, Г. С. Исааков, С. С. Долженков, П. И. Нирша // Индустриальная экономика. – 2021. – № 5. – С. 174-180.

10. Степанов А. А. Рынок космических услуг и форма организации российской ракетно-космической отрасли // Известия ВУЗов. Серия «Экономика, финансы и управление производством». – 2018. – № 1. – С. 37-40.

11. Якимова Т.Б., Архипова Т.В. К вопросу о корпоративной социальной ответственности предприятий ракетно-космической промышленности России // Modern Economy Success. – 2021. – № 2. – С. 92-97.

12. Koshkin A., Andreeva D. Conceptualization of industrial policy: formation of priority areas of development or creation of conditions for growth? // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. – 2021. – Vol. 12, No 4. – P. 58-68. EDN: HKMMCE

References

The main provisions of the Federal Space Program 2016-2025. – [Electronic document] – URL: https://www.roscosmos.ru/22347 / (accessed: 03/31/2023).

Aliaskarova Zh.A., Asadulaev A.B., Pashkus V.Yu. Industrial policy: conceptualization and modernization in a crisis // Problems of modern economy. – 2020. – № 2 (74). – Pp. 73-77.

Analysis of the corporate governance practice of the Roscosmos Group of

Companies using the Euler diagram / V. V. Filatov, D. S. Gorin, E. V. Lomakina, R. I. Dodkhoev // Journal of Applied Research. – 2021. – No. 6. – pp. 248-253.

Kirilina E. V. Features and prospects of development of private cosmonautics in Russia // Bulletin of Samara University. Economics and management. – 2017. – No. 3. – pp. 14-19.

Krishtofor A. P. Changing Russia's competitive positions on the world market of space products // Bulletin of the University. – 2019. – No. 5. – pp. 86-91.

Makarova D. Yu. Development of private business in the rocket and space industry: trends and prospects // Economic analysis: theory and practice. - 2015. – No. 25. – pp. 57-71.

Pashkus N.A. Methods of decision-making under uncertainty in the study of management tasks//Bulletin of St. Petersburg University. Series 5: Economics. - 1998. – pp. 108-113. No. 1. EDN: STZJJJ

Saveliev I. Debatable issues of modern industrial policy // Modern trends in the development of science and the world community in the era of digitalization. Collection of materials of the XI International Scientific and Practical Conference. Moscow: ALEF Publishing House, 2023. – pp. 608-611.

Modern problems of corporate governance of the State Corporation "Roscosmos" / V. V. Filatov, G. S. Isaakov, S. S. Dolzhenkov, P. I. Nirsha // Industrial economy. – 2021. – No. 5. – pp. 174-180.

Stepanov A. A. The market of space services and the form of organization of the Russian rocket and space industry // Izvestiya VUZov. The series "Economics, Finance and Production Management". – 2018. – No. 1. – pp. 37-40.

Yakimova T.B., Arkhipova T.V. On the issue of corporate social responsibility of enterprises of the rocket and space industry of Russia // Modern Economy Success. – 2021. – No. 2. – pp. 92-97.

Koshkin A., Andreeva D. Conceptualization of industrial policy: formation of priority areas of development or creation of conditions for growth? // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. – 2021. – Vol. 12, No 4. – P. 58-68. EDN: HKMMCE

Сутягина Д. Р.
студент Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена
dari_stn@mail.ru
Зинченко М. В.
ассистент кафедры Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена
zinchenckomary@yandex.ru
Азаркевич Я. С.
студент Института психологии РГПУ им. А.И. Герцена
azarkevich.ya@gmail.com

Психологические аспекты поведения потребителей: почему иррациональное поведение преобладает над рациональным?

Аннотация

В статье рассматривается поведение потребителя с точки зрения психологии. Изучено понятие «поведение потребителя», рассмотрена рациональность выбора потребителя, выделены мотивы и факторы потребительского поведения. Выделены главные когнитивные искажения и внутренние конфликты, влекущие за собой иррациональность потребительского поведения. Выявлены психологические аспекты на основании экономических, психологических и социальных факторов, побуждающих потребителя делать выбор в пользу рационального поведения и объяснена логика мышления рядового потребителя.

Ключевые слова: поведение потребителя, экономическая психология, психологическая экономика, потребности, мотивация.

RePEc: M31, D01

УДК 366.1

Sutyagina D. R.
student of the Institute of Economics and Management
Herzen State Pedagogical University of Russia
dari_stn@mail.ru
Zinchenko M.V.
Assistant Institute of Economics and Management
Herzen State Pedagogical University of Russia
zinchenckomary@yandex.ru
Azarkevich Y. S.
student of the Institute of Economics and Management
Herzen State Pedagogical University of Russia
azarkevich.ya@gmail.com

Psychological aspects of consumer behavior: why does irrational behavior prevail over rational?

Abstract

The article examines consumer behavior from the point of view of psychology. The concept of "consumer behavior" is studied, the rationality of consumer choice is considered, the motives and factors of consumer behavior are highlighted. The main cognitive distortions and internal conflicts that entail the irrationality of consumer behavior are highlighted. Psychological aspects are revealed on the basis of economic, psychological and social factors that encourage consumers to make a choice in favor of rational behavior and the logic of thinking of an ordinary consumer is explained.

Keywords: consumer behavior, economic psychology, psychological economics, needs, motivation.

RePEc: M31, D01

УДК 366.1

УДК 366.1

Сутягина Д. Р.
студент Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена
dari_stn@mail.ru
Зинченко М. В.
ассистент кафедры Института экономики и управления РГПУ им. А.И. Герцена
zinchenckomary@yandex.ru
Азаркевич Я. С.
студент Института психологии РГПУ им. А.И. Герцена
azarkevich.ya@gmail.com

Психологические аспекты поведения потребителей: почему иррациональное поведение преобладает над рациональным?

Sutyagina D. R.
student of the Institute of Economics and Management Herzen State Pedagogical University of Russia
dari_stn@mail.ru
Zinchenko M.V.
Assistant Institute of Economics and Management Herzen State Pedagogical University of Russia
zinchenckomary@yandex.ru
Azarkevich Y. S.
student of the Institute of Economics and Management Herzen State Pedagogical University of Russia
azarkevich.ya@gmail.com

Psychological aspects of consumer behavior: why does irrational behavior prevail over rational?

Такое понятие как «поведение потребителя» или «потребительское поведение» достаточно собирательно и представляет собой абстрактную категорию в науке. Реальность несколько иная, в действительности есть поведение обычных людей как участников экономических отношений. Только если рассматривать вопрос потребления того или иного человека, той или иной группы людей, или же общества в целом, то поведение становится “потребительским”. Потребительское поведение – это одна из частных форм экономического поведения [11].

Современный маркетинг включает в себя три основные фундаментальные работы, которые являются базисом для обучения современных маркетологов и специалистов смежных с маркетингом дисциплин. Это работы Филиппа Котлера [5], Роджера Блэкуэлла, Пола Миниарда и Джеймса Энджела «Поведение потребителей» [2], а также глава книги «Менеджмент, ориентированный на рынок» Жана-Жака Ламбена [7], которая носит название «Анализ потребностей покупателей». Интерес нам представляют исследования Ф. Котлера, а точнее его модель, которая показывает, что теория бихевиоризма о «первичной» формуле поведения «Стимул» – «Реакция» не определяет поведение потребителя. Различные стимулы не могут полностью объяснить процесс потребительского выбора или же принятие индивидом решения о приобретении той или иной продукции, потому что между стимулом и решением о приобретении лежит целая пропасть. И название этой пропасти – личность человека, то есть потребителя.

Основным полем, на котором ведутся исследования, касающиеся поведения потребителя, является маркетинг, так как именно для него необходимо понимать, чем руководствуется потребитель, на что реагирует и чем это обуславливается. Согласно Ф. Котлеру маркетинг «является видом

человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей путем обмена» [12].

Тематика поведения потребителя изучалась и рассматривалась во многих работах, например в теории демонстративного потребления Т. Веблена, при этом также при проведении анализа социокультурных аспектах поведения в трудах Г. Зиммеля, М. Вебера, Г. Тарда, Г. Блумера и других философов, социологов и психологов. Для изучения мотивации потребительского выбора позднее стали обращаться к теории мотивации Зигмунда Фрейда и теории мотивации Абрахама Маслоу, которую сейчас мы называем «пирамидой потребностей» (см. рисунок 1).

Именно потребности определяют то, какие предпочтения будут формироваться у потребителя, однако потребность не является «компасом», который покажет направление деятельности индивида (субъекта). В свою очередь, потребность – это внутреннее условие для той или иной деятельности индивида. Анализ мотива или потребности позволяет определить и понять деятельность индивида и направленность деятельности. Мотивы деятельности несут в себе действительную содержательную характеристику потребностей. Мотивы обусловливают стремление к определенному стилю потребления (консерватизм, престиж, практичность и т.п.) [12]. Вектор развития процесса сбыта продукции поменял направление в сторону личности потребителя и его особенностей после того, как с помощью экспериментов было доказано воздействие социальных, психологических и социокультурных факторов, личностных качеств и черт, когнитивных процессов и эмоционального влияния на выбор потребителя и его поведение. На самом деле, достаточно большое количество относительно устойчивых составляющих личности, как предполагается, должно оказывать влияние на выбор продукции тем или иным потребителем. [3] К таким составляющим можно отнести: мировоззрение, цепочки и схемы поведенческих реакций, психологические реакции на те или иные ситуации и др. Именно на основании

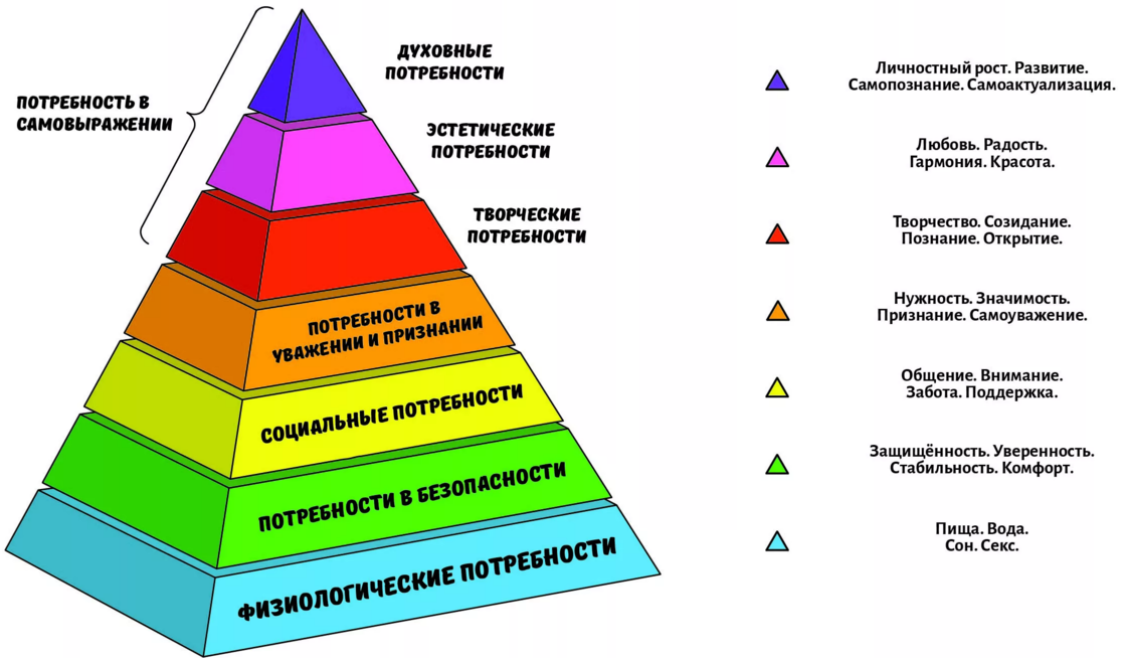

Рисунок 1 – Пирамида потребностей А. Маслоу [8]

преобладающих личностных черт основывается прогнозирование поведения потребителя. Особое внимание в процессе разработки стратегии позиционирования какого-либо продукта на рынке, уделяется такому психологическому механизму, как влияние на восприятие торговой марки потенциальным потребителем, а именно анализ тех стимулов, которые так или иначе влияют на их потребности, интересы и мотивы. [9] При этом наибольшее значение данный механизм имеет при создании комплекса маркетинга, а именно – восприятие цены, продукта и способов продвижения.

В экономической науке, одну из главных ролей отводится теории рационального выбора, которая объясняет принципы рационального поведения потребителя, которое представляет собой определенный образ действий индивида в окружающей его экономической среде.

В процессе изучения рационального поведения, оценивается соотношение полезности, полученной от потребления продукции (т.е. степень удовлетворения потребностей), и суммой денежных средств, потраченных на приобретение данной продукции.

У потребителя может наблюдаться рациональность в поведении, преимущественно после того как, потребителем были пройдены нижеприведенные этапы собственной экономической деятельности:

1. необходимость совершения покупки основана на осознании наличия какой-либо неудовлетворенной потребности;
2. для удовлетворения имеющейся потребности потребитель производит поиск и обобщение информации о конкретных продуктах;
3. потребитель производит анализ наиболее выгодных вариантов приобретения той или иной продукции;
4. обобщив полученную информацию, потребителем принимается окончательное решение о покупке необходимой ему продукции.

С точки зрения многих экономистов поведение потребителя считается рациональным только при выполнении двух условий:

- Первое условие: ***согласованность предпочтений***, то есть потребитель всегда находится в состоянии определить, какая из двух сравниваемых альтернатив лучше, или установить безразличие между двумя или более альтернативами. Однако, необходимо помнить о том, что образование таких циклов предпочтений как: первая альтернатива предпочтительнее второй, вторая альтернатива предпочтительнее третьей, то третья альтернатива никак не может быть предпочтительнее первой, невозможно [1].
- Второе условие: ***стремление к оптимизации***, то есть основной целью потребителя является нахождение оптимального положения, которое достигается путем максимизации получаемых выгод и минимизации возникающих при этом издержек. В реальности данный факт проявляется в том случае, когда потребитель при выборе из множества альтернатив выбирает наиболее предпочтительную [6].

Возвращаясь к теории рационального поведения, можно сказать, что потребитель всегда стремится к максимизации именно собственной полезности. Однако не стоит забывать о том, что полезность – это субъективное понятие, так как то, что полезно для одного индивида может

оказаться безразлично или даже вредно для другого. В связи с этим, сведение всех потребителей под одну модель потребления невозможно.

В современном обществе фактическое потребление зачастую отклоняется от рационального. Данный факт вызван тем, что в большинстве случает у потребителя наблюдается асимметрия информации, необходимой для принятия рационального решения, что приводит к преобладанию иррационального поведения. [4] Помимо проблем, связанных с доступом к информации, на преобладание иррационального поведения над рациональным, оказывают влияние доверие и уверенность, основанные на эмоциональном восприятии окружающих событий, которые способны заслонить объективные факты, что в конечном счете сказывается на степени рациональности поведения индивидуумов. [10]

Следующим фактором является справедливость, которая при определенных обстоятельствах может оказаться для человека более значимым фактором, даже при условии противоречия личным интересам.

Немаловажное значение также имеют продажность, которая представляет собой отклонения в поведении людей в сторону иррациональности за счет воздействия таких факторов, как власть и денежные средства, и денежная иллюзия, вызванная отсутствием учета в личных финансовых расчетах инфляции, что впоследствии приводит к принятию неправильных решений.

Резюмируя все вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что потребности не являются главной движущей силой поведения потребителя. Влияние на теоретически рациональный выбор, который хочет сделать потребитель оказывают различные препятствия, например асимметрия информации, эмоции, влияние окружения и др., что может заставить потребителя изменить свои истинные вкусы и предпочтения.

От того, насколько человек (потребитель) неустойчив в вопросах своих потребностей, истинных желаний и предпочтений зависит то, насколько легко будет воздействовать на его потребительское поведение, предпочтения, вкусы, желания и мнение.

Стереотипы, даже самые простые, могут оказать огромное влияние на поведение потребителей, так как стереотипы – это отличные манипулятивные рычаги. Например, устойчивый стереотип о том, что «качество – это дорого» работает до сих пор и очень успешно. Или же различные мелочи, которые нам внедряют в жизнь, прививая необходимость в них и объясняя их полезность, косвенно убеждая потребителя в рациональности выбора той или иной подобной продукции.

Заключение. Рациональность в поведении потребителей – это некий идеал, к которому человечество стремится, но этот идеал вряд ли когда-либо будет достижим, так как психология человека работает иначе, за счет эмоций, личностных качеств, когнитивных процессов. В данном контексте подходит цитата Мартти Ларни «Реклама – это средство заставить людей нуждаться в том, о чём они раньше не слыхали». Абсолютное большинство хочет быть красивыми, успешными, богатыми и умными, не совершая никаких действий, требующих участия силы воли и искоренения негативных черт, таких как слабость, жадность или лень, что дает карт-бланш маркетологам, PR-менеджерам и рекламе играть на слабостях и желаниях человека, побуждая отказаться от рационального выбора в пользу иррационального, давая ложные объяснения полезности того или иного выбора потребителя.

Библиография

1. Акерлоф Дж., Шиллер Р. Spiritus Animalis: или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового. – М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2010. — 273 с.

2. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. СПб.: Питер, 2007. – 943 с.

3. Дарвиш О.Б. Психологическая устойчивость как базовая характеристика личности // Сибирский педагогический журнал. – 2008. – № 7. – С. 362–370.

4. Кольцова А. А., Старобинская Н. М. Рациональность в цифровом потреблении// Управление бизнесом в цифровой экономике. Сборник тезисов выступлений Четвертой международной конференции. СПб.: СПбГУ, 2021. – С. 143-149. – [Электронный документ]. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=47168868 (дата обращения 18.09.2023)

5. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. М.: Альпина Паблишер, 2023. – 256 с.

6. Кошкин А.В. Креативные индустрии: культурные проекты и политика правительства // Сфера культуры в глобальной экономике: от развития артрынка до брендов территорий и маркетинга. – СПб.: КультИнформИздат, 2020. - С. 23-27. EDN: LCKKZN

7. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. СПб.: Питер, 2004. – 800 с.

8. Маслоу А. Мотивация и личность. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2019. – 400 с.

9. Пашкус В.Ю., Старобинская Н.М. Стратегическое планирование. Учебно-методическое пособие. – СПб.: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2007. – 111 с. EDN: SANNMN

10. Пашкус Н.А. Новые маркетинговые технологии: трансферт базовых ценностей как эффективный механизм воздействия на стейкхолдеров // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. – 2013. – Т. 4, № 2. – С. 215-231. EDN: QWQXYX

11. Покуль В.О. Поведение потребителей как объект междисциплинарных исследований: обзор научных взглядов и концепций // Человек. Сообщество. Управление. – 2018. – Т. 19, №1. – С. 117-127.

12. Шахарова Е. С. Психологические особенности поведения потребителей // Материалы Афанасьевских чтений, 2016. – [Электронный документ. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-osobennosti-povedeniya-potrebiteley-1 (дата обращения 18.09.2023)

13. Шачков С.С. Инструменты психологического воздействия на покупателя, или почему покупатель ведет себя нерационально // XVII Международный конкурс научно-исследовательских и творческих работ учащихся, 2022. – [Электронный документ]. URL: https://school-science.ru/17/8/52151 (дата обращения 18.09.2023)

References

Akerlof J., Shiller R. (2010) Spiritus Animalis: or How human psychology manages the economy and why it is important for the world. – Moscow: United Press LLC.

Blackwell R., Miniard P., Angel J. (2007) Consumer behavior. 10th ed. St. Petersburg: Piter.

Darvish O.B. (2008) Psychological stability as a basic characteristic of personality. Siberian Pedagogical. Journal. Iss. 7. Pp. 362–370.

Koltsova A. A., Starobinskaya N. M. (2021) Rationality in digital consumption // Business management in the digital economy. Collection of abstracts of speeches of the Fourth International Conference, St. Petersburg: St. Petersburg State University. – pp. 143-149. – [Electronic document]. URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=47168868 (accessed 18.09.2023)

Kotler F. (2023) Marketing from A to Z. 80 concepts that every manager should know. Moscow: Alpina Publisher.

Koshkin A.V. (2020) Creative industries: cultural projects and government policy // Sphere of culture in the global economy: from the development of the art market to brands of territories and marketing. – St. Petersburg: Kultinformizdat,. - pp. 23-27.

Lamben J.-J. (2004) Market-oriented management. Strategic and operational marketing. St. Petersburg: Piter.

Maslow A. Motivation and personality. – 3rd ed. – St. Petersburg: St. Petersburg, 2019. – 400 p.

Pashkus V.Yu., Starobinskaya N.M. (2007) Strategic planning. Educational and methodical manual. – St. Petersburg: Herzen State Pedagogical University.

Pashkus N.A. (2013) New marketing technologies: transfer of basic values as an effective mechanism of influence on stakeholders // Marketing MBA. Marketing management of the enterprise. Vol. 4, No. 2. – pp. 215-231.

Pokul V.O. (2018) Consumer behavior as an object of interdisciplinary research: a review of scientific views and concepts // Man. Community. Management. – Vol. 19, No. 1. – pp. 117-127.

Shakharova E. S. (2016) Psychological features of consumer behavior // Materials of Afanasiev readings. – [Electronic document]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskie-osobennosti-povedeniya-potrebiteley-1 (accessed 18.09.2023)

Shachkov S.S. (2022) Tools of psychological influence on the buyer, or why the buyer behaves irrationally // XVII International competition of scientific research and creative works of students. – [Electronic document]. URL: https://school-science.ru/17/8/52151 (accessed 18.09.2023)

Хайруллова А. В.

студент факультета политологии СПбГУ

mega.khayrullova@mail.ru

Проблемы логистики в эпоху covid-19 и санкций

Аннотация

В статье рассмотрена логистика как один из важнейших факторов, влияющих на экономику. Санкции, введенные в последние года, а особенно в период 2022-2023 года, против России, оказали значительное влияние не только на всю экономику в целом, но и отдельно на существовавшие прежде логистические цепочки. Разрушение старых и установление новых логистических цепочек сильно затрагивает всю деятельность российских компаний. Также, в статье рассмотрены плюсы и минусы новой логистики и ее способность не только не навредить, но и принести пользу производителям.

Ключевые слова: логистика, оптимизация затрат, новые логистические цепочки, экономика.

.

RePEc: O18, H54

УДК 338.22, 658.7

Khairullova A. V.
student of the Faculty of Political Science
St. Petersburg State University
mega.khayrullova@mail.ru

Logistics challenges in the era of covid-19 and sanctions

Abstract

The article considers logistics as one of the most important factors affecting the economy. The sanctions imposed in recent years, and especially in the period 2022-2023, against Russia, have had a significant impact not only on the entire economy as a whole, but also separately on the logistics chains that existed before. The destruction of old and the establishment of new logistics chains strongly affects the entire activity of Russian companies. Also, the article discusses the pros and cons of the new logistics and its ability not only not to harm, but also to benefit manufacturers.

Keywords: logistics, cost optimization, new logistics chains, economics.

RePEc: O18, H54

УДК 338.22, 658.7

УДК 338.22, 658.7

Хайруллова А. В.
студент факультета политологии СПбГУ
mega.khayrullova@mail.ru

Проблемы логистики в эпоху covid-19 и санкций

Khairullova A. V.
student of the Faculty of Political Science
St. Petersburg State University
mega.khayrullova@mail.ru

Logistics challenges in the era of covid-19 and sanctions

Развитие концепции современного управления выводит на первый план не только внутрифирменное управление, но и управление цепями поставок. Бурный рост промышленного производства, развитие научно-технического прогресса значительно повлияли на необходимость развития логистики. Организация эффективных логистических систем сегодня становится ключевым моментом конкурентоспособности в условиях с одной стороны, ускорения бизнес-процессов, а с другой – замещения глобальных игроков на рынке, прекративших сотрудничество с российскими предприятиями из-за санкций.

Главной её особенностью в России, повышающей уровень ее влияния, как и на экономику в целом, так и на частные учреждения, является территориальный фактор. Россия, являющаяся самой большой страной в мире, нуждается в налаженных связях между отдаленными друг от друга городами для благополучия не только предприятий, но и населения. Именно поэтому любые реакционные изменения уже налаженных логистических цепочек достаточно остро влияют на все сферы жизни человека.

Нарушение логистический цепочек: пандемия COVID-19 и контейнеровоз

Ever Given. Эффективность логистических систем зависит от структуры взаимодействия всех участников логистического процесса, причем нарушения логистического процесса на одном участке может вызвать несостоятельность всей логистической системы. Поэтому огромное влияние на логистику оказала пандемия COVID-19. В список стран, закрывших границы, вошли все ведущие государства мира, в том числе США, КНР, Великобритания, Франция, Япония, Корея, Россия и другие. [1] За счет этого усложнился транзит между странами, груз стали более тщательно досматривать, а также появилась необходимость замены определенных узлов логистической цепочки (порты, аэропорты, склады, вокзалы). На снижение грузопотока в мировых и локальных масштабах также повлияло снижение покупательской способности в связи с изоляцией населения, массовое закрытие торговых точек (помимо закрытия предприятий, были закрыты порты: например, в Китае в 2021 году были закрыты 5 портов). После закрытия значительной части регионов и городов внутри страны, а также множества границ с зарубежными странами на карантин появилась необходимость искать пути решения для преодоления разрыва в логистических цепочках.

Российская экономика понесла убытки, только на начало мая 2020 года по оценкам InfraOne Россия потеряла 230,3 млрд. рублей, причем большая часть приходится на отрасль авиаперевозок, а если учитывать весь период антиковидных ограничений и другие факторы, то убытки намного больше, чем указанная цифра [12]. Именно поэтому был намечен переход к железнодорожному транспорту для осуществления грузооборота. Основные логистические потоки в Китай и Европу были осложнены также из-за усиление карантинного контроля, в следствие которого проезд через таможню замедлял сроки доставки товара, что также приводило к негативным последствиям.

Чтобы бороться с этими проблемами, Правительство Российской Федерации оказывала большую поддержку компаниям, занимающимся организацией

грузоперевозок. Например, облегчение налогового бремени благодаря отсрочке выплат, субсидирование зарплат, отсрочки по кредитам. Все это осуществлялось для компаний которые понесли ущерб в своей деятельности, для компаний, которые не увольняли своих работников в кризисной обстановке также были введены льготы в кредитах, зарплатах и налогах. Благодаря этому компании смогли выдержать последствия COVID-19 и даже улучшить состояние логистики оптимизацией затрат, новыми путями и инновационными идеями. [7] Поэтому российская экономика хоть и понесла потери из-за нарушений в логистической сфере, все же путем совместных усилий справилась с проблемами.

Еще один явный пример, который показывает как логистика влияет на торговлю и экономику, это события 23 марта 2021 года. В этот день контейнеровоз Ever Given развернулся, а потом сел на мель в Суэцком канале, тем самым заблокировав его. К 26 марта в очереди на прохождение через канал собралось более 150 других судов, к 27 марта – 276 судов, к 28 марта – 321 судно, к 29 марта – свыше 450 различных судов. Суда, которые решили не ждать, пока решится эта проблема, пришлось удлинять свой маршрут, что негативно сказалось на денежных затратах, также были резко увеличено время на доставку в этот период. А нарушение в одном звене приводит к нарушению целостности и эффективной работы всей цепочки. По итогу, каждый час простоя обходился мировой торговле в 400 млн. долларов, 9,6 млрд. в день, а суммарно компании потеряли около 58 млрд. долларов [11, с.58]. Помимо огромных денежных потерь были и другие экономические последствия. Блокировка движения танкеров привела к подорожанию нефти на 5 % в первый же день, а также в течении недели цены на перевозку нефти морским путем увеличились в 2 раза. Этот случай является очень наглядным и простым примером того, как различные неожиданные изменения влияют на торговлю, цены и экономику, в данном случае в негативном ключе.

Логистика в условиях санкций. Отметим, что на логистику влияет не

только COVID-19, но и вводимые против России и российских компаний санкции. Введение санкций сократило возможности для экспорта товаров и услуг, что привело к увеличению объемов внутренней логистики. В первую очередь, это связано с увеличением объемов грузоперевозок внутри страны, что создает дополнительные возможности для логистических компаний и транспортных компаний. В связи с этим могут возрастать инвестиции в сектор логистики, а также возможности для создания новых рабочих мест. С учетом санкций, многие компании, производящие товары, стали искать внутренние рынки сбыта, в результате чего возросла необходимость в различных логистических услугах. Следовательно, логистические компании получили дополнительные заказы, а экономика России стала более устойчивой в условиях санкций.

Первые санкции, серьезно влияющие на российскую экономику санкции начали свое «черное дело» начиная с 2014 года в связи с присоединением Крыма к территории России, что вызвало поток санкций (со стороны западных стран и контрсанкций со стороны России). Важным ответным шагом на санкции стало введение российского продовольственного эмбарго по указу Президента от 6 августа 2014 года «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации». Российское продовольственное эмбарго – запрет ввоза в Россию с 2014 года отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, страной происхождения которых является государство, принявшее решение о введении экономических санкций в отношении российских юридических и (или) физических лиц или присоединившееся к такому решению [6, с. 45]. В этот список вошли мясные и молочные продукты, овощи и фрукты, а также рыба. Большие убытки в последствии понесли такие страны как Финляндия (за счет уменьшения поставок на российский рынок агропродовольственный экспорт сократился на 20,9 %), Норвегия – 20, 1 %, Литва – 20,6 %.

Из-за продуктового эмбарго российский рынок к 2015 году существенно

отличался от докризисного состояния, был отмечен существенный спад в авиаперевозках. Компании, занимающиеся поставками попавших под санкции и контрсанкции товаров понесли убытки, что привело к сокращению штата работников, закрытию филиалов. Также, российское продовольственное эмбарго негативно повлияло на компании, занимающихся грузоперевозками, так как прекращение или значительное сокращение поставок между странами, который производились благодаря таким компаниям, оставило их без работы. После этого появилась необходимость перестраивать логистические связи, искать новые страны и маршруты, применять не вполне законные методы, чтобы избежать больших убытков и закрытия логистический компаний. Отметим, в качестве примера, огромные урожаи яблок и ананасов в Белоруссии, а так же резкое повышение вылова белорусскими компаниями креветок (белорусские креветки даже стали мемом на просторах Интеренета), норвежского лосося и даже латвийских шпрот.

У России также были определенные последствия, связанные с эмбарго. Если говорить о позитивных, то это бурное развитие внутреннего сельскохозяйственного сектора (в результате чего, Россия стала нетто-эспортером зерна), а также пищевой промышленности, импортозамещение значительной части товаров (например, сыров, мяса, рыбы). Негативным же последствием считается чувствительное для потребительской аудитории повышение цен на продовольственные товары и снижение качества отдельных товаров. Прослеживается определенная цепочка, при которой политические решения, обстановка на политической арене и международные отношения приводят к изменению в логистической сфере и экономике. В таком случае, прямая взаимосвязь экономики и логистики становится более явной. Закрытие границ для товаров привело и к экономическим, и к логистическим проблемам. Увеличилась неопределенность и возникли проблемы с ее раскрытием (для оценки риска необходимо разрабатывать алгоритмы раскрытия неопределенности [8]), что негативно повлияло на

цены. Поэтому необходимо говорить не только о влиянии логистики на экономику, но и наоборот, так, на примере экономического кризиса в следствии санкций, сокращается объем товарооборота, за счет чего снижается использования складских площадей, а также транспорта, оборудованного для перевозок, в следствии чего повышаются цена на грузоперевозки. Несмотря на все эти проблемы, возникающие постепенно, логистическая сфера в России работала достаточно стабильно.

Но с 2022 года многое изменилось, появилась необходимость перестраиваться под новые условия и транспортным компаниям, и бизнесу. Основной проблемой для логистики стало приостановление работы множества крупных зарубежных компаний перевозчиков, таких как CMA CGM, TNT, FedEx, UPS, которые активно работали на российском рынке. DHL Express, которая является вспомогательным агентством немецкой логистической организации Deutsche Post DHL, занимающейся перевозками по всему миру и, несомненно, самым сильным брендом в отрасли логистики, сначала полностью приостановила работу в России, но со временем вернулась частично, не осуществляя экспортные перевозки с странами Евразийского экономического союза и Украиной, а также импорт по всем направлениям.

Серьезной проблемой стала организация контейнерных перевозок. С 1 марта работу с Россией приостановили крупные судоходные компании: MSC, датская компания Maersk и французская CMA CGM. Еще раньше прием заказов приостановили Hapag-Lloyd, Ocean Network Express – ONE и несколько небольших линий. Но именно приостановление работы первых трех компаний оказали наибольшее влияние, так как их доля на российском рынке превышала 50 % [10]. В экспортном контейнеропотоке из РФ преобладает продукция лесопромышленного комплекса, удобрения, цветмет, нефтехимия. По оценке Интерфакса наибольший урон может понести сфера автопромышленности. Хотя государство и предпринимало определенный перечень мер для помощи российским компаниям, проблемы в логистике

оставалось явными. Появилась необходимость перехода на свои контейнеры, средства передвижения, а также усовершенствование других важные звеньев в логистических цепочках.

Отметим, что логистические проблемы сделали особо актуальными развитие Северного морского пути (СМП) и Восточного полигона РЖД (Байкало-Амурской магистрали и Транс-Сибирской магистрали). Сегодня Северный морской путь превратился в стратегически важное направление, где уже налажены поставки стратегически важных товаров (нефть, газ, никель, медь, лес). По итогам 2022 года по СМП было перевезено более 34 млн.т. грузов, а в 2023 году их количество вырастет как минимум на 5-10%. [4] Пропускная способность Восточного полигона увеличилась до 148,8 млн. т. [3]

Потрясение в мировой логистике значительно отразились на бизнесе. Большая часть компаний, которая перепродавала товары только из Европы или заказывала составляющие в Европе, не может работать, так как был приостановлена возможность перевозить необходимый товар. Гораздо проще компаниям, которая работала с Китаем и с другими странами, не накладывающими жесткие санкции на Россию. [9] Самый удачный вариант для бизнеса остается использование товаров и ресурсов внутреннего производства. Так, например, компания «Hoff» использует в производстве мебели российскую древесину и после ухода зарубежных компаний по продаже мебели способна занять их место на рынке. Если говорить о конкретных примерах последствий санкций, то стоит сказать о состоянии Санкт-Петербургского порта после введения санкций. Так, по разным оценкам, «снижение грузооборота порта в 2022 года составило 37,5% к 2021 году, а по итогам 1 квартала 2023 года грузооборот еще снизился на 24,4% по сравнению с 2022 годом. Вместе с тем, грузооборот порта за 2022 год Усть-Луга вырос на 25,1%, а порта Приморск – на 14,4%» [5]. Главное целью логистических компаний стало сокращение издержек и работа над эффективностью транзитных процессов, что успешно способствует развитию экономики.

Еще одной серьезной проблемой для российской логистики стало удлинение логистических цепочек из-за закрытия границ в следствие санкций с другими странами, за счет чего перевозка товаров снова подорожала. Но также благодаря этому на первый взгляд негативному фактору у компаний появилась мотивация на экономию ресурсов и грамотное инвестирование, чтобы избежать еще больших убытков. Основной тенденцией является отказ от рискованных направлений, проекты, которые были раньше в разработке, сейчас откладывают на неопределенный срок, чтобы не понести убытки, если проект не сможет принести достаточно быстро хороший стабильный доход. Акцент же больше делается на том, чтобы усовершенствовать уже существующие направление, которые не были закрыты из-за санкций, оптимизировать расходы и экономить ресурсы. После ухода части зарубежных компаний появилась возможность занять эту нишу тем, у кого хватит ресурсов. В целом, логистический сектор продолжает развиваться и адаптироваться к новым реалиям, в том числе и в условиях импортозамещения и импортоопережения. [2] Однако, для сохранения конкурентных преимуществ компании должны стремиться не только к экономии, но и к постоянному совершенствованию качества своих услуг и внедрению новых технологий. В этом случае, логистические компании смогут успешно работать и развиваться в современных условиях. В этих условиях множество логистических компаний работали по принципу: на первый план выходит экономия. То есть, если есть понимание, что решение принесет деньги компании, но неизвестно когда, то в большинстве случаев эту идею отклонят. Также, важным аспектом развития логистики стало прохождение внесезонных пиков, с которым компании справились благодаря опыту предыдущих кризисов. Несмотря на все проблемы с которыми столкнулись логистические компании, все также для них остается важным снижение затрат, но при этом осуществление высокого сервиса и качества перевозок.

Заключение. В современном мире логистика стала одной из ключевых

отраслей, влияющих на экономический рост страны. Она включает в себя организацию движения грузов, товаров и услуг от производителя к конечному потребителю, а также оптимизацию всех этапов поставки. Сегодня логистика играет важную роль в развитии новых технологий, таких как интернет-торговля или электронная коммерция. Без нее невозможно представить себе работу интернет-магазинов и многих других онлайн-сервисов, так как они рассчитаны на быструю и надежную доставку товаров. Следует отметить, что логистика становится все более сложной с каждым годом. Это связано с увеличением объемов перемещения грузов и усложнением требований к качеству услуг. Поэтому сегодня грамотное управление логистическими процессами важно для любой компании, занимающейся продажей товаров и услуг. В заключение можно сказать, что логистика является неотъемлемой частью современного мира, она оказывает влияние на экономику страны и является ключевым фактором успешной деятельности компаний. Поэтому важно следить за развитием этой отрасли и совершенствовать логистические процессы для достижения максимального результата.

Также стоит отметить, что развитие логистической инфраструктуры влияет на развитие производства, торговли и услуг, что в свою очередь влияет на рост ВВП. В то же время, возникают определенные проблемы, связанные с доставкой товаров на отдаленные территории страны и низкой эффективностью транспорта. В целом, логистика является ключевой отраслью, которая влияет на экономику России, особенно в условиях санкций. Развитие логистики может повысить устойчивость экономики, создать новые возможности для бизнеса и повысить качество жизни населения.

Библиография

1. Алиаскарова Ж.А. Потенциал экспортной ориентации промышленной политики в период пандемии COVID-19 // Известия Международной

академии аграрного образования. – 2022. – № 58. – С. 61-65. EDN: CXPBJB

2. Благих И.А., Газизуллин Н.Ф., Протасов А.Ю. Мобилизационные вызовы для российской экономики: существует ли универсальный инструментарий адекватного реагирования? // Проблемы современной экономики. – 2022. – № 2. – С. 21-24.

3. Выдашенко Л. А., Выдашенко П. А. Гарифуллина Ю. М. Исследование перспектив развития Восточного полигона на транссибирской магистрали // Бюллетень науки и практики. – 2023. – Т. 9, №4. – С. 389-398.

4. Журавель В.П. Северный морской путь: оценки и прогнозы // Научно-аналитический вестник Института Европы РАН. – 2023. – № 2 (32). – С. 125-135.

5. Калашников В. Грузооборот порта сохраняет минус // Коммерсантъ С-Петербург. – 2023. – №65. – С. 12.

6. Каюмова У.М., Зубец А.Ж. Изменение логистики завоза товаров в связи с санкциями // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2015. – №1 (12). – С. 44-47.

7. Кошкин А.В., Андреева Д.А. Стратегия поведения представителей региональной исполнительной и муниципальной власти в условиях начала пандемии COVID-19 // Устойчивость политических систем в условиях глобальных вызовов современности. Сборник тезисов XI международной молодежной научной конференции. – Санкт-Петербург, 2021. – С. 33-35.

8. Пашкус Н.А. Методы принятия решений в условиях неопределенности при исследовании задач управления // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 1998. – № 1. – С. 108-113.

9. Покровская О.Д., Мороз Ю.А., Касьянов И.В. Влияние санкций на развитие транспортной и складской логистики в России // Вестник транспорта. – 2023. – № 3. – С. 10-12.

10. Санкции и логистика: что изменилось для бизнеса? // Дело. Модульбанк. 2022. – [Электронный документ]. URL: https://delo.modulbank.ru/all/sanctions-and-logistics (дата обращения: 31. 08.

2023).

11. Сонин Ф.С. Блокировка Суэцкого канала: авария контейнеровоза «ЭВЕР ГИВЕН» // Океанский менеджмент. – 2021. – №4. – С. 58-60.

12. Retail.ru. Логистические тренды 2020-2021 года: влияние пандемии COVID-19 на перевозки. – [Электронный ресурс]. URL: https://www.retail.ru/articles/logisticheskie-trendy-2020-2021-goda-vliyanie-pandemii-covid-19-na-perevozki/ (дата обращения: 31. 08. 2023)

References

Aliaskarova Zh.A. (2022) The potential of export orientation of industrial policy during the COVID-19 pandemic // Proceedings of the International Academy of Agrarian Education. – No. 58. – Pp. 61-65. EDN: CXPBJB

Blagikh I.A., Gazizullin N.F., Protasov A.Yu. (2022) Mobilization challenges for the Russian economy: is there a universal toolkit for an adequate response? // Problems of the modern economy. – No. 2. – Pp. 21-24.

Vydashenko L. A., Vydashenko P. A. Garifullina Yu. M. (2023) Research of prospects for the development of the Eastern polygon on the Trans-Siberian railway // Bulletin of Science and Practice. – Vol. 9, No. 4. – pp. 389-398.

Zhuravel V.P. (2023) The Northern Sea Route: estimates and forecasts // Scientific and Analytical Bulletin of the Institute of Europe of the Russian Academy of Sciences. – № 2 (32). – Pp. 125-135.

Kalashnikov V. (2023) Cargo turnover of the port keeps minus // Kommersant St. Petersburg. – No. 65. – P. 12.

Kayumova U.M., Zubets A.Zh. (2015) Changing the logistics of the delivery of goods in connection with sanctions // Bulletin of the Moscow University named after S. Yu. Witte. Series 1: Economics and Management. – №1 (12). – Pp. 44-47.

Koshkin A.V., Andreeva D.A. (2021) Strategy of behavior of representatives of regional executive and municipal authorities in the conditions of the beginning of the COVID-19 pandemic // Stability of political systems in the conditions of global challenges of our time. Collection of abstracts of the XI International Youth

Scientific Conference. – St. Petersburg. – pp. 33-35.

Pashkus N.A. (1998) Methods of decision-making under uncertainty in the study of management tasks // Bulletin of St. Petersburg University. Economy. – No. 1. – pp. 108-113.

Sanctions and logistics: what has changed for business? (2022) // Case. Modulbank. – [Electronic document]. URL: https://delo.modulbank.ru/all/sanctions-and-logistics (date of application: 31. 08. 2023).

Pokrovskaya O.D., Moroz Yu.A., Kasyanov I.V. (2023) The impact of sanctions on the development of transport and warehouse logistics in Russia // Bulletin of Transport. – No. 3. – pp. 10-12.

Sonin F.S. (2021) Blocking of the Suez Canal: the accident of the container ship "EVER GIVEN" // Ocean Management. –. – No. 4. – Pp. 58-60.

Retail.ru. Logistics trends of 2020-2021: the impact of the COVID-19 pandemic on transportation (2022). – [Electronic resource]. URL: https://www.retail.ru/articles/logisticheskie-trendy-2020-2021-goda-vliyanie-pandemii-covid-19-na-perevozki / (date of request: 31. 08. 2023)

Щеглов М. Ю.
студент экономического факультета СПбГУ
max7774447@gmail.com

Внешнеэкономические шоки: подходы и типологии

Аннотация

В статье представлены основные виды современных внешних шоков, которые влияют на экономическую среду. Исследование основано на методологии экономического мейнстрима и нового кейнсианства. Основными методами анализа в статье являются сравнительный анализ и классификация. В результате исследования формируется авторская иерархическая типология внешних шоков экономической конъюнктуры на основе синтеза теоретических подходов реального делового цикла, кейнсианства и нового кейнсианства.

Ключевые слова: внешние шоки, экономические шоки, экономический кризис, реальный деловой цикл, новое кейнсианство.

RePEc: L83, L52

УДК 379.85, 338.48

Shcheglov M. Y.
student of the Faculty of Economics
St. Petersburg State University
max7774447@gmail.com

External economic shocks: approaches and typologies

Abstract

The article discusses the main types of external shocks that affect the economic environment. The study is based on the methodology of the economic mainstream of new Keynesianism. The key methods of analysis in the article are comparative analysis and classification. As a result of the study, the author's hierarchical typology of external shocks of the economic environment is formed, based on the synthesis of the theoretical approaches of RBC, Keynesianism and new Keynesianism.

Keywords: external shocks, economic shocks, economic crisis, real business cycle, new Keynesianism.

RePEc: L83, L52
УДК 379.85, 338.48

УДК 379.85, 338.48

Щеглов М. Ю.
студент экономического факультета СПбГУ
max7774447@gmail.com

Внешнеэкономические шоки: подходы и типологии

Shcheglov M. Y.
student of the Faculty of Economics
St. Petersburg State University
max7774447@gmail.com

External economic shocks: approaches and typologies

Introduction

Within the framework of the modern macroeconomic consensus, it is customary to consider economic crises as a result of external shocks' impact on the economic environment that bring the economy out of a stationarity. Today, the impact of various external shocks on the countries' economies are being actively studied [9 ; 21]. Nevertheless, sufficiently exhaustive typologies of these shocks are still not formed: most of them consider either neoclassical types of shocks formed within the framework of the real business cycle approach (RBC), or primitive typologies such as demand shocks and supply shocks. In this case, the author undertakes to structure the typologies of external shocks currently available in economic science and integrate them into a single typology. The main aim of this paper is to compile a typology and hierarchy of economic external shocks. To achieve this aim, the following tasks will be implemented: (1) defining the concept of an external shock based on a review of the available paradigms for the analysis of external shocks, (2) analyzing modern macroeconomic approaches to the causes of crises, (3) systematizing the review of external shocks' types in the form of an author's

comparative matrix and hierarchical typology.

Paradigms for External Shocks Analysis

In modern economics, there are two fundamental approaches to the study of shocks and cyclical fluctuations: *deterministic* and *stochastic*.

According to the *deterministic concept*, cycles have a clear and predetermined nature and have certain predictable time intervals. Within the framework of this paradigm, it is assumed a possibility (with some certainty) to predict future economic cycles - how the economy will behave in 5, 10, 50, etc. years. The most famous approaches within the deterministic paradigm are *technological determinism* and *institutional determinism*.

A classic example of technological determinism in Russian economics is the theory of Sergey Glazyev, which is based on the concept of "teknologicheski uklad" (technological mode, technological state or technological structure) as a process in the form of a sequential replacement of large complexes of technologically related industries [14]. The life cycle of "teknologicheski uklad" covers about a century, while the period of its dominance in the development of the economy is from 40 to 60 years, and the reasons for long-term fluctuations in the economy and economic depressions are changes in technological structures, which are accompanied by depreciation of capital, the formation of financial bubbles and the strengthening of the role of the state in stimulating the economic activity.

An example of an institutional deterministic concept in Russian economics can be the articles of R. Frolov, who believes that "the real driving forces of the global crisis are the deepest institutional contradictions of the global system of reproduction of fictitious capital" [38]. A distinctive feature of this concept is also an eclectic character, in which technological progress is understood as a co-evolution of transformational and transactional technologies, i.e. institutions are material and non-material technologies.

The stochastic paradigm (Frish-Slutsky paradigm) considers the cycle as a random process that is difficult to predict. Analysis of the reasons for the exit of the

economy from the equilibrium state is connected with shocks. The most obvious and simple definition of "shock" in the economy is given by A.D. Nekipelov as a drastic change in business conditions [28]. L.I. Lopatnikov offers a more detailed definition of shock as "sharp exogenous changes in the economic system" [20]. The author considers demand shocks and supply shocks as the most common and fundamental in the economy. The author also notes that major political and economic tasks can be solved with the help of shocks. G. Simon, the author of the concept of information shocks, argued that shocks are always possible in the economy and society – unforeseen events with unpredictable consequences [30]. This is due to the fact that firms, households and governments are forced to make decisions based on incomplete information.

A.A. Pesotsky in his research considers shocks as a threat to the current state of the economic system [26]. According to the author, a shock has the following essential features: a destructive effect on systemic connections, a short-term nature of the impact (while a long-term destructive process, according to the author, is a crisis caused both by a shock - a rapidly occurring negative process, and a measured decline in business cycle) and a radical nature associated with provoking fundamental changes in the economic system and its transition to a new state.

D. Farmer pointed to socio-political events as the most important economic shocks that are unpredictable and exogenous in relation to the economy, but have a radical impact on investment, employment and output in the short and medium terms (for example, surges in crime, uprisings, impeachments etc.) [37].

L. Grigoriev and A. Ivashchenko interpret shocks as spreads in the dispersion of macroeconomic series caused by economic cycles resulting from random events [15]. The authors believe that shocks cannot be considered outside the cycle theory and are presented as exogenous, important for analysis, more than macroeconomic fluctuations. Therefore, the suppression of shocks acts as an important benchmark for macroeconomic policy.

At the same time, a distinction is made between a shock (cause of the business cycle) and a transmission mechanism. Thus, according to O. Blanchard,

macroeconomic shocks are probabilistic in nature and are not associated with cycles, since their causes are associated with changes in the mood of consumers and investors (exogenous factors), which subsequently causes a reduction in demand for money, labor and raw materials (endogenous factors) [11]. Within the framework of the Frisch-Slutsky paradigm, a shock is an exogenous random event that is external to the economic system itself, but changes it (for example, natural disasters, unsuccessful government policies, wars, etc.) [22; 34]. This approach considers that shocks (impulses) do not appear at a predetermined time associated with the completion of a cycle, but arise spontaneously, which causes the completion of the previous cycle and the initiation of a new one: an economic shock is the cause of the transition from one cycle to another [27]. In this regard, we cannot predict shocks based on dynamic economic data, so cycles are a random process without precise patterns in their amplitude and frequency. As D. Romer notes, “since there is no regularity in the dynamics of output, modern macroeconomics no longer considers fluctuations as a combination of deterministic cycles of different lengths; attempts to isolate cycles of different lengths ... were discontinued due to their ineffectiveness"[29]. However, the mechanism of shock spread in the economy is quite verifiable, studied and theorized.

Within the modern macroeconomic mainstream, cycle theory is a simulation of dynamic stochastic general equilibrium [15]. This is achieved through the optimal response of rational and representative economic agents to current conditions in the economy and their assessment on an infinite horizon, taking into account possible present and future shocks. The theoretical core of the mainstream is the theory of the real business cycle, modified by the new Keynesianism. The central point of the theory is the assumption of the stochastic nature of cycles when the trajectories of changes in the main macro indicators are in equilibrium. As G. McCandless admitted, various types of shocks are an important part in the modern economic mainstream [7]. This theory, neoclassical in its essence, is the opposite of the Keynesian theory of the cycle, which lost credibility in the world in the 1970s against the backdrop of world shocks associated with oil prices and the supply of

hydrocarbons. The central paper that laid the foundation for the theory of the real business cycle and the mainstream is the study by F. Kydland and E. Prescott "Time to create and aggregate fluctuations" [5]. To date, it can be argued that the theory of the real business cycle is an umbrella-like, fairly broad research program aimed at analyzing fluctuations in macroeconomic variables as dynamically balanced, taking into account all the shocks that have materialized. It is important to add the words of G. Mankiw, who rightly notes that the modern mainstream differs from the pioneers of the neoclassical theory of the real business cycle "by seeing the economy as a system of dynamic equilibrium that differs from the Pareto optimum due to price rigidity (and, possibly, other market failures)" [25]. As L. Grigoriev notes, the RBC theory includes a set of works on the cycle, which are based on the concepts of Dynamic Stochastic General Equilibrium (DSGE) [15]. G. McCandless notes that all current cycle models within the macroeconomic mainstream are DSGE models or RBC models in the broadest sense. The essence of these models is that the causes of fluctuations are still set as exogenous shocks with a stochastic nature, but the set of equations in the model has expanded significantly: economic crises occur both on the side of aggregate demand and on the side of aggregate supply.

Theories of the modern economic mainstream are developed and used in the economic research of macroeconomic policy and the study of shocks and in the domestic economy. L.A. Serkov draws on the real business cycle theory, arguing that fluctuations in real output growth arise only as a result of shocks affecting the level of technology [32]. The author considers exogenous shocks, such as monetary and tax policy shocks, as well as technological shocks, dialectically, as a cause and effect of the impact on the system, both from the outside and from the inside. According to the author, economic actors can adapt to shocks when they develop adaptive learning mechanisms. I.V. Danilova and O.A. Bogdanova believe that the root causes of shocks in the economy are stochastic exogenous "impulses" that deviate from the trend of economic development [16]. Such impulses can be unpredictable, related to deficiencies in government regulation, be both permanent (eg, the result of Russia's accession to the WTO) or temporary (eg, sanctions). At the

same time, the mechanisms of adaptation to shocks, according to the authors, are due to endogenous factors associated with the diversification of economic sectors and the level of income of the population. J.M. Sarkisyan states that a shock in the economy is a fluctuation in fundamental macroeconomic variables that have a significant impact on macroeconomic indicators such as GDP, employment, inflation, private consumption, etc. [31]. These changes change the trend of macroeconomic dynamics. According to the author, such a definition of shocks corresponds to the understanding of shocks as "impulses" in the theory of business cycles, which are characterized by a probabilistic nature. The author also refers to the fundamental causes of the shocks of fluctuations in supply and demand, and to the specific ones - a sharp reduction in investment and labor productivity. At the same time, according to the author, there are currently no adequate macroeconomic models for global shocks, both exogenous and endogenous. B.S. Bernanke, J. Boivin and P. Eliasz give a more radical definition of shocks as "primitive exogenous forces that are not correlated with each other, but have macroeconomic significance" [2].

Typologies of external shocks

Within the framework of the neoclassical theory of RBC, three types of shocks were mainly analyzed: *technological*, *monetary* and *external shocks*. H.M. Arnold suggests that technology shocks, rapidly replacing obsolete technologies, are a major factor in changing the competitive structure of markets [1]. As a result, more new firms appear than old ones disappear as innovative technologies become more productive and fill the entire production chain of the industry. J.-P. L'Huillier, G. Phelan and H. Wieman consider that technology shocks play an important role in the dynamics of the business cycle, as they cause investors to worry about future returns in the face of unpredictable scientific and technological progress [6]. As a result, the cost of attracting new investment increases, which leads to increased restrictions on capital inflows and a slowdown in business growth. In models that account for monetary shocks, it was assumed that shocks cause small changes in interest rates

from levels determined by monetary rules, which were supposed to be always strictly followed by the monetary authorities. In the RBC theory, another traditional type of shocks are external market shocks. In the model, they are treated as shocks to external prices or world interest rates.

For a more detailed typology, it seems important to turn to other modern economic theories that also touch upon the issue of the impact of shocks on the economy. O.A. Bogdanova considers *institutional shocks* as radical changes in various "rules of the game" and mechanisms for enforcing them, which create uncertainty and unpredictability of standard behavioral reactions of economic entities [12]. At the regional level, such shock characteristics are identified as: causality (shocks of the market mechanism or economic policy), the depth and scale of changes, the forms of emerging systemic imbalances (structural, deviations of real parameters from forecasts, deviation from the historically established "path"), and the magnitude of time lags recognition and reaction from the state, firms and households. According to the author’s theory, the mechanism of shock spread in the economy is: a change in institutional conditions and "rules of the game" under the influence of unexpected changes, a change in business conditions and a reduction in investment demand, a reduction in consumer demand of the population and a further decline in business activity. The author classifies a shock as a persistent phenomenon if its impact on macro- or mesoeconomic dynamics is significant and multiplicative, or as an apersistent phenomenon if the impact of the shock is short-lived (i.e., it is absorbed by the system). According to P.A. Minakir, shocks are a "trigger" for crises that do not always depend on the phases of economic cycles and phase transitions, thereby activating the accumulated contradictions in the depths of the economic system [23]. In addition, within the framework of the institutional approach, we can consider the position of E.A. Zapadnyuk, who connects shocks with the impact of exogenous forces on the structural ties of the economic system, which results in the transformation of ties in the system [17]. In this regard, the author divides shocks into two types: destroying structural ties (slowing down

growth) and strengthening the integrity of the economic system (accelerating development).

Articles within the framework of behavioral economics deserve special attention. D. Sornete emphasizes that shocks are an integral part of the modern financial market, which cannot be predicted due to a strong subjective factor [36]. This is confirmed by the concept of "behavioral finance" by R. Schiller - a section of "behavioral economics", where collective subjective actions in the financial market are recognized as practically unpredictable [10]. Shocks in the capital and money markets are transformed through investment mechanisms in the real sector. Since the early 2000s, there has been an active trend that analyzes Pigou-related shocks (“bad news” shocks) in the context of RBC models, but these models have not yet been verified [4]. Paul Krugman also notes the subjective nature of shocks and gives an example of currency crises: “at the beginning of a devaluation trend, large agents in the foreign exchange market wait until the monetary authorities spend part of the reserves to stabilize the exchange rate, and then carry out massive sales, creating a shock in the foreign exchange market” [18]. The concept of "economy of catastrophes" is analyzed by Y.M. Mirkin [24]. The author notes the supervolatility of this system, caused by exogenous shocks, which may be foreseeable, but are not "black swans". The author also lists global warming, the rapid growth of innovation, the destabilization of factor markets, and large-scale man-made disasters as examples of such exogenous shocks. The author uses the term "economics of fear" as a synonym for "economy of catastrophes", where the behavior of subjects plays a key role in preventing a systemic crisis under the influence of external shocks that are perceived as purely exogenous.

It is also possible to single out such a parameter as the attitude towards the system of the economy - *exogenous (external)* and *endogenous (internal)* shocks. For example, A.S. Kuznetsov, A.I. Kharitonchik, A.R. Berdigulova, K.S. Fedorov attribute to external shocks an invariant form of manifestation, which can have both endogenous (economic) and exogenous (non-economic) nature [19]. Using the example of the Eurasian Development Bank economies, the authors highlight the

growth of contradictions between the United States and China in the political and trade spheres as the first option; the second option is an unpredictable decline in oil prices due to a temporary increase in supply. A. Sinyakov and K. Yudaeva explain shocks as a result of the impact of external factors, such as world commodity prices and interest rates, on long-term equilibrium and the structure of the economy [33]. In their articles, they distinguish two types of shocks: external shocks associated with changes in world prices for raw materials (mainly oil) and internal shocks caused by changes in monetary policy, when fluctuations in exchange rates and interest rates disrupt the long-term equilibrium of the economy.

An original and applied typology of shocks for this study is offered by D. Bevan, P. Collier, J.W. Gunning [3]. The authors propose to classify shocks according to whether they are considered to be in line with preliminary expectations and whether they cause a change in expectations. If the shock is considered to be consistent with prior expectations, these expectations are called "inclusive". This does not mean that the timing of the crisis event was predicted correctly. However, in such a case, the shock does not provide a reason to change expectations in the future, so expectations are necessarily “not revised”. If a shock is inconsistent with previous expectations, it is considered "exclusive" and expectations may or may not be revised. For example, it is clear that the oil price shock for the Russian economy is seen as inclusive (at least since the 2008 crisis): fluctuations with high volatility in oil prices on the world market occur constantly, hence it is obvious that expectations will not be revised (however, this does not mean that we are able to accurately predict when this shock will occur). Hence, the emergence of a rather strict budgetary rule, according to which the revenues received from the sale of oil at prices above the established threshold per barrel are deposited in the National Welfare Fund.

The most detailed typology of economic shocks is presented by B. Patterson and S. Amati [8]. The authors propose a taxonomy of shocks: external and internal, exogenous and endogenous, country and sectoral, financial and industrial, short-term and medium-term. The paper emphasizes that shocks can belong to several levels at

once, as a result of which cyclical and then structural asymmetries may arise in the economy.

In Russian studies, special attention is paid to the shocks to which the Russian economy is subject. It is obvious that the raw material export orientation of the Russian economy makes it vulnerable to supply and demand shocks for oil and hydrocarbon products. A.L. Vedev, analyzing fluctuations in macroeconomic dynamics, narrows down the circle of the most significant exogenous and endogenous shocks that affected the Russian economy in 2020: the COVID-19 pandemic, falling oil prices and demand for Russian exports [13]. S. Smirnov argues that the reason for the decline of the Russian economy during periods of global crises is deeper than the reasons associated with the economies of the EU and China [35]. The author points to the excessive dependence of the Russian economy on external shocks, mainly market ones. This dependence is due to the hypertrophied development of the oil sector, which dominates in investments, budget revenues and exports, as well as a high degree of openness of the economy to the world economy. At the same time, from a formal point of view, the Russian economy should be fairly well protected from the impact of shocks, thanks to the high level of gold and foreign exchange reserves, low public debt and a stable positive balance of payments. A.M. Yusufova explores the exogenous shock of the coronavirus pandemic, which she defines as a sudden phenomenon that does not originate in the economy but radically changes the conditions of economic activity, including significant changes in aggregate supply and demand [39]. The article examines the impact of the pandemic on national and world economies as a sudden and large-scale restriction on the movement of factors of production (labor and capital in the form of material resources) between countries and regions. Thus, the author defines this shock as a "supply shock".

Having systematized the above concepts and types of economic shocks, the author proposes the following typology of shocks (see Table 1 and Picture 1):

- The sphere of occurrence: economic, political, social or natural;
- The scale of the shock: global or local;

- The direction impact: positive or negative;
- The branch of the economy: financial or industrial;
- The origin: exogenous or endogenous;
- The nature of the economic impact on the market: demand or supply shocks;
- The prior expectations' consistency: inclusive and exclusive.

Table 1.-Typology of economic shocks

Parameter	**Shock type**
Sphere of occurrence	Economic
	Political
	Social
	Natural
Shock Scale	Global (worldwide)
	Local
Direction of impact	Positive
	Negative
Branch of the economy	Financial
	Industrial
Origin	Exogenous
	Endogenous
Nature of the economic impact on the market	Demand
	Supply
Consistency with prior expectations	Inclusive
	Exclusive

Conclusion

In conclusion, external shocks in the economy can be defined as unexpected events that lead to a deviation from the trend line of economic indicators (most often, the gap between potential GDP (trend) and real GDP, potential unemployment and real). Based on the tradition of Frisch-Slutsky and systematizing research work

in this area, the author's typology of shocks (see Table 1) and shocks' hierarchy (see Picture 1) were formulated.

Picture 1.- Hierarchical typology of economic shocks

Библиография

1. Arnold, H.M. Technology Shocks: Origins, Managerial Responses, and Firm Performance / H.M. Arnold. – Berlin: Springer, 2003. – 116 p.

2. Bernanke, B.S., Boivin, J., Eliasz, P. Measuring the effects of monetary policy: a factor-augmented vector autoregressive (FAVAR) approach // Quarterly Journal of Economy. – 2005. – Vol. 120 (1). – pp. 387-422.

3. Bevan D., Collier P., Gunning J.W. The Macroeconomics of External Shocks. – Oxford: Current Issues in Economics, 2013. – 152 p.

4. Jaimovich, N., Rebelo S. Can News about the Future Drive the Business Cycle? // American Economic Review. 2009. Vol. 99, No 4. P. 1097—1118.

5. Kydland F., Prescott E. Time to Build and Aggregate Fluctuations // Econometrica. 1982. Vol. 50, No 6. P. 1345-1370.

6. L'Huillier, J.-P., Phelan, G., Wieman, H. Technology Shocks and Predictable Minsky Cycles // Department of Economics Working Papers. – 2021. – Vol. 1. – pp. 1-53.

7. McCandless G. The ABC's of RBC's: An Introduction to Dynamic Macroeconomic Models. Cambridge, MA; L.: Harvard University Press, 2008. – 510 p.

8. Patterson B., Amati S. Adjustment to asymmetric shocks. – Luxembourg: European Parliament, 1998. – 75 p.

9. Return to a Sustainable Economy Classification of Anti-Crisis Industrial Policy Measures of States in a Market Economy / A. Koshkin, M. Rakhman Khashimi, A. Sharagina [et al.] // Proceedings of the Second Conference on Sustainable Development: Industrial Future of Territories (IFT 2021), Ekaterinburg, 24 сентября 2021 года / Editors: Yakov Silin. – Ekaterinburg: Atlantis Press, 2021. – P. 273-278.

10. Акерлоф, Дж., Шиллер, Р. Spiritus Animalis: или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма. – М.: ООО «Юнайтед Пресс», 2010. – 273 с.

11. Бланшар, О. Макроэкономика. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2015. – 671 с.

12. Богданова, О.А. Влияние внешних институциональных шоков на экономическое развитие регионов: Дисс. канд. экон. наук: 08.00.05. – Челябинск: Южно-Уральский государственный университет, 2018. – 185 с.

13. Ведев, А.Л. Тройной шок и экономическая политика // Научные труды ВЭО России. – 2020. – № 3 (223). – С. 81-83.

14. Глазьев, С. Мировой экономический кризис как процесс смены технологических укладов // Вопросы экономики. 2009. №3. С. 26-38.

15. Григорьев, Л. Теория цикла под ударом кризиса / Л. Григорьев, А. Иващенко // Вопросы экономики. – 2010. – № 10. – С. 31-55.

16. Данилова, И.В., Богданова, О.А. Экономическое пространство РФ в системе экзогенных институциональных шоков // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2015. – Т. 9, № 2. – С. 43-49.

17. Западнюк, Е.А. Влияние глобальных финансовых шоков на мировую экономику // Вестник экономической ин-теграции. – 2012. – № 7. – С. 150-156.

18. Кругман, П.Р., Обстфельд, М. Международная экономика: теория и политика. – СПб.: Питер, 2004. – 832 с.

19. Кузнецов, А.С., Харитончик А.И., Бердигулова А.Р., Федоров К.С. Каналы и масштаб влияния внешних шоков на экономики стран-участниц ЕАБР. Тематический доклад. – М.: Евразийский банк развития, 2019. – 25 с.

20. Лопатников, Л.И. Экономико-математический словарь : словарь современной экономики / Л.И. Лопатников ; ран, центр. Экон.-мат. Ин-т. - 3-е изд., исправ. и доп. - М.: Наука, 1993. – 446 с.

21. Лякин, А.Н. Три кризиса по одному сценарию // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. – 2018. – №1. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/tri-krizisa-po-odnomu-stsenariyu. – Загл. с экрана. (дата обращения: 09.12.2022).

22. Минакир, П.А. К вопросу о теории экономических циклов и кризисов // Журнал экономической теории. – 2009. – №2. – С. 4-16.

23. Минакир, П.А. Шоки и институты: парадоксы российского кризиса // Пространственная Экономика. – 2016. – №1. – С. 7-13.

24. Миркин, Я.М. Трансформация экономической и финансовой структур мира: воздействие растущих шоков катастроф // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. – 2020. – Т. 13. № 4. – С. 97-116.

25. Мэнкью, Н.Г. Макроэкономист как ученый и инженер / Н.Г. Мэнкью, пер. с англ. // Вопросы экономики. - 2009 - №5 - С. 86-103

26. Песоцкий, А.А. Экономический шок и шокоустойчивость (сопротивляемость): взаимосвязь понятий // Теория и практика общественного развития. – 2021. – №8. – С. 55-60.

27. Песоцкий, А.А. Экономический шок: определение, укрупненные подходы к классификации / А.А. Песоцкий // Kant. – 2021. – № 2(39). – С. 85-90.

28. Популярная экономическая энциклопедия / Под ред. А.Д. Некипелова, В.С. Автономова, О.Т. Богомолова, С.П. Глинкиной и др. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2001. – 367 с.

29. Ромер, Д. Высшая макроэкономика / Д. Ромер, пер. с англ. под науч. ред. В.М. Полтеровича. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 856 с.

30. Саймон Г.А. Методологические основания экономики / Системные исследования. 1989-90. – М.: Наука, 1991. – 406 с.

31. Саркисян, Ж.М. Механизмы стратегического управления последствиями глобальных шоков в модернизируемых экономиках (на примере развивающихся стран): Дисс. д-ра экон. наук: 08.00.05. – М.: МГИМО, 2021. – 310 с.

32. Серков, Л.А. Влияние внешних и внутренних шоков на макроэкономические показатели региона // Известия УрГЭУ. – 2018. – № 4 (19). – С. 45-63.

33. Синяков А., Юдаева К. Политика Центрального банка в условиях значительных шоков платежного баланса и структурных сдвигов // Вопросы экономики. – 2016. – № 9. – С. 5-39.

34. Слуцкий, Е.Е. Сложение случайных причин как источник циклических процессов // Вопросы конъюнктуры (Москва). – 1927. – Т.3. Вып. 1. – С. 34-64.

35. Смирнов, С. Факторы циклической уязвимости российской экономики // Вопросы экономики. – 2010. – № 6. – С. 44-68.

36. Сорнете, Д. Как предсказывать крахи финансовых рынков: Критические события в комплексных финансовых системах. – М.: Интернет-Трейдинг, 2003. – 400 с.

37. Уайт, О. Совокупность работ Дэвида Фармера: ретроспективный и перспективный взгляд // Международный журнал теории и поведения организаций. – 2016. – № 19 (1). – С. 103-112.

38. Фролов, Д. Теория кризисов после кризиса: технологии versus институты // Вопросы экономики. 2011. № 7. С. 17-33.

39. Юсуфова, А.М. Анализ изменений бизнес-деятельности организаций в условиях макроэкономического шока, вызванного COVID-19 // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2020. – № 11. – С. 96-103.

References

Agassiev M.G. (2023) Social-extraveconomical potential resort in the region of Russia // Innovations and Investments. – №2. – Pp.187-190.

Akerlof, J., Schiller, R. (2010) Spiritus Animalis: or How Human Psychology Drives the Economy and Why It Matters for Global Capitalism. – M.: United Press LLC, 273 p.

Anglinov K.A., Danilova S.N. (2022) New cosmopolitanism in the field of Tourism Russia: problem and solutions // Journal of National Academies of Tourism. – № 2. – Pp. 47-50.

Arnold, H.M. (2003) Technology Shocks: Origins, Managerial Responses, and Firm Performance. Berlin: Springer, 2003, 116 p.

Bernanke, B.S., Boivin, J., Eliasz, P. (2005) Measuring the effects of monetary policy: a factor-augmented vector autoregressive (FAVAR) approach // Quarterly Journal of Economy. – Vol. 120 (1). – pp. 387-422.

Bevan D., Collier P., Gunning J.W. (2003) The Macroeconomics of External Shocks. Oxford: Current Issues in Economics, 2013, 152 p.

Blanchard, O. (2015) Macroeconomics. – M.: Publishing house HSE, 671 p.

Bogdanova, O.A. (2018) The influence of external institutional shocks on the economic development of regions: Dissertation. Ph.D. econ. Sciences: 08.00.05. – Chelyabinsk: South Ural State University, 185 p.

Danilova, I.V., Bogdanova, O.A. (2015) Economic space of the Russian Federation in the system of exogenous institutional shocks // Bulletin of SUSU. Series "Economics and Management". – T. 9, No. 2. – pp. 43-49.

Frolov, D. (2011) The theory of crises after the crisis: technologies versus institutions // Questions of Economics. – No. 7. – pp. 17-33.

Glazyev, S. (2009) The global economic crisis as a process of changing technological structures // Voprosy Ekonomiki. - No. 3. – pp. 26-38.

Grigoriev, L. (2010) The theory of the cycle under the impact of the crisis // Voprosy Ekonomiki. – No. 10. – pp. 31-55.

Jaimovich, N., Rebelo S. (2009) Can News about the Future Drive the Business

Cycle? // American Economic Review. – Vol. 99, No 4. – pp. 1097—1118.

Krugman, P.R., Obstfeld, M. (2004) International Economics: Theory and Policy. – St. Petersburg: Peter, 832 p.

Kuznetsov, A.S., Kharitonchik A.I., Berdigulova A.R., Fedorov K.S. (2019) Channels and scale of influence of external shocks on the economies of EDB member countries. Thematic report. – M.: Eurasian Development Bank, 25 p.

Kydland F., Prescott E. (1982) Time to Build and Aggregate Fluctuations // Econometrica. – Vol. 50, No 6. – pp. 1345-1370.

L'Huillier, J.-P., Phelan, G., Wieman, H. (2021) Technology Shocks and Predictable Minsky Cycles // Department of Economics Working Papers. – Vol. 1. – pp. 1-53.

Lopatnikov, L.I. (1993) Economic-mathematical dictionary: a dictionary of modern economics. Moscow: Nauka, 446 p.

Lyakin, A.N. (2018) Three crises according to one scenario // Bulletin of St. Petersburg University. Economy. – No. 1. – Access mode: https://cyberleninka.ru/article/n/tri-krizisa-po-odnomu-stsenariyu (access date: 12/09/2022).

Mankiw, N.G. (2009) Macroeconomist as a scientist and engineer // Questions of Economics. - 2009 - No. 5 - pp. 86-103

McCandless G. (2008) The ABC's of RBC's: An Introduction to Dynamic Macroeconomic Models. Cambridge, MA; L.: Harvard University Press, 510 p.

Minakir, P.A. (2009) On the issue of the theory of economic cycles and crises // Journal of Economic Theory. – No. 2. – pp. 4-16.

Minakir, P.A. (2016) Shocks and institutions: paradoxes of the Russian crisis // Spatial Economics. – No. 1. – pp. 7-13.

Mirkin, Ya.M. (2020) Transformation of the economic and financial structures of the world: the impact of growing disaster shocks // Contours of global transformations: politics, economics, law. – T. 13, No. 4. – pp. 97-116.

Nekipelova, V.S. Avtonomova, O.T. Bogomolova, S.P. Glinkina [et al.] (2001) Popular economic encyclopedia. Moscow: Great Russian Encyclopedia, 367 p.

Patterson B., Amati S. (1998) Adjustment to asymmetric shocks. – Luxembourg: European Parliament, 75 p.

Pesotsky, A.A. (2021) Economic shock and shock resistance (resistance): interrelation of concepts // Theory and practice of social development. – No. 8. – pp. 55-60.

Pesotsky, A.A. (2021) Economic shock: definition, enlarged approaches to classification // Kant. – No. 2(39). – pp. 85-90.

Return to a Sustainable Economy Classification of Anti-Crisis Industrial Policy Measures of States in a Market Economy / A. Koshkin, M. Rakhman Khashimi, A. Sharagina [et al.] // Proceedings of the Second Conference on Sustainable Development: Industrial Future of Territories (IFT 2021), Ekaterinburg, 24 сентября 2021 года / Editors: Yakov Silin. – Ekaterinburg: Atlantis Press, 2021. – P. 273-278.

Romer, D. (2014) Higher Macroeconomics. Moscow: Publishing house. House of the Higher School of Economics, 856 p.

Sargsyan, Zh.M. (2021) Mechanisms for strategic management of the consequences of global shocks in modernizing economies (using the example of developing countries): Diss. Doctor of Economics Sciences: 08.00.05. Moscow: MGIMO, 310 p.

Serkov, L.A. (2018) The influence of external and internal shocks on the macroeconomic indicators of the region // News of USUE. – No. 4 (19). – pp. 45-63.

Simon G.A. (1991) Methodological foundations of economics. Moscow: Nauka, 406 p.

Sinyakov A., Yudaeva K. (2016) The policy of the Central Bank in the context of significant shocks to the balance of payments and structural shifts // Questions of Economics. – No. 9. – pp. 5-39.

Slutsky, E.E. (1927) Addition of random causes as a source of cyclic processes // Questions of market conditions (Moscow). – T.3, Issue. 1. – pp. 34-64.

Smirnov, S. (2010) Factors of cyclical vulnerability of the Russian economy //

Questions of Economics. – No. 6. – pp. 44-68.

Sornete, D. (2003) How to Predict Financial Market Crashes: Critical Events in Complex Financial Systems. Moscow: Internet Trading, 400 p.

Vedev, A.L. (2020) Triple shock and economic policy // Scientific works of the VEO of Russia. – No. 3 (223). – pp. 81-83.

White, O. (2016) David Farmer's body of work: retrospective and forward-looking // International Journal of Organizational Theory and Behavior. – No. 19 (1). – pp. 103-112.

Yusufova, A.M. (2020) Analysis of changes in the business activities of organizations in the context of the macroeconomic shock caused by COVID-19 // Regional problems of economic transformation. – No. 11. – pp. 96-103.

Zapadnyuk, E.A. (2012) The impact of global financial shocks on the world economy // Bulletin of Economic Integration. – No. 7. – pp. 150-156.