ISSN 2713-1424

Столыпинский вестник

Том 6, №2/2025

Освещение вопросов социально-экономических реформ в России



ФОНД НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРЕМИИ ИМЕНИ ПЕТРА СТОЛЫПИНА

Издательство "Электронная наука"



Столыпинский вестник

Научно-теоретический сетевой журнал. СВИДЕТЕЛЬСТВО о регистрации средства массовой информации Эл №ФС 77-77274 Международный стандартный серийный номер ISSN 2713-14124

Публикации в журнале направляются в международную базу данных **AGRIS ФАО ООН** и размещаются в системе **Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)**.

«Столыпинский вестник» освещает опыт и актуальные вопросы социально-экономических реформ в России.

Издатель ООО «Электронная наука»

Председатель редакционной коллегии: Фомин Александр Анатольевич, президент фонда национальной премии имени П.А.Столыпина, профессор, к.э.н.

Редактор выпуска: Фомина М.

105064, г. Москва, ул. Казакова, д. 10/2, (495)543-65-62, 8(919) 967 34 56, e-science@list.ru, stolypin_vestnik@mail.ru.

Scientific and Theoretical quarterly journal

CERTIFICATE of registration media Al № ФС 77-77274

International standard serial number ISSN 2713-14124

Publication in the journal to the database of the International information system for agricultural science and technology **AGRIS, FAO of the UN** and placed in the system of **Russian index of scientific citing**

«Stolypin Herald» covers the experience and pressing issues of socio-economic reforms in Russia.

Publisher «E-science Lt»

Chairman of the Editorial Board: Fomin Alexander Anatolyevich, President of the P.A. Stolypin National Prize Fund, Professor, Ph.D.

Editor: Fomina M.

105064, Moscow, st. Kazakova, 10/2, (495) 543-65-62, 8 (919) 967 34 56, e-science@list.ru, stolypin_vestnik@mail.ru.

Редакционная коллегия

Фомин А.А. - Председатель редакционной коллегии, президент фонда национальной премии имени П.А.Столыпина, профессор, к.э.н.

Волков С.Н. - академик РАН, ректор Государственного университета по землеустройству.

Ушачев И.Г. - академик РАН, д.э.н.

Петриков А.В. - академик РАН, д.э.н.

Долгушкин Н.К. - академик РАН, д.э.н.

Баутин В.М. - академик РАН, д.э.н.

Editorial board

Fomin A.A. - Chairman of the Editorial Board, President of the P.A. Stolypin National Prize Fund, Professor, Ph.D.

Volkov S.N. - Academician of the Russian Academy of Sciences, Rector of the State University for Land Management.

Ushachev I.G. - Academician of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Economics

Petrikov A.V. - Academician of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Economics

Dolgushkin N.K. - Academician of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Economics

Bautin V.M. - Academician of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Economics

Научная статья
Original article
УДК 336.13

РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ЗАКУПКАМИ

DEVELOPMENT OF PUBLIC PROCUREMENT MANAGEMENT

Косачева Алена Игоревна, преподаватель ГАПОУ СО "Новоуральский технологический колледж" (624133 Россия, Свердловская область, г. Новоуральск, ул. Чкалова, д.11), тел. 8(34370)9-03-46; 8(950)653-79-56, alena90510@mail.ru

Ляшенко Елена Александровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления, ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет" (620144 Россия, Свердловская область, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45), тел. 8(343) 283-11-07, https://www.usue.ru/, lyashea@usue.ru

Kosacheva Alena Igorevna, lecturer, Novouralsky Technological College (624133 Russia, Sverdlovsk region, Novouralsk, Chkalova str., 11), tel. 8(34370)9-03-46; 8(950)653-79-56, alena90510@mail.ru

Lyashenko Elena Aleksandrovna, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of State and Municipal Management, Ural State University of Economics (620144 Russia, Sverdlovsk region, Yekaterinburg, 8 Marta str./Narodnaya Volya, 62/45), tel. 8(343) 283 1107, https://www.usue.ru /, lyashea@usue.ru

Аннотация. В статье рассматривается развитие сферы управления государственными закупками как направление обеспечения эффективного функционирования государственного сектора и повышения прозрачности бюджетных расходов. Особое внимание уделяется изменениям, внесенным в 2022 году в рамках Федерального закона № 44-ФЗ, а также их воздействию на процесс закупок. Анализируются существующие проблемы, включая ограниченную конкуренцию, бюрократические барьеры и коррупционные риски, которые негативно сказываются на эффективности закупочных процедур. Упрощение правил и условий для участия в торгах, включая сокращение количества документов и упрощение процедур, рассматривается как приоритетные меры для повышения открытости и доступности системы. Подчеркивается необходимость внедрения современных технологий и механизмов контроля, которые смогут обеспечить прозрачность и снизить вероятность коррупции. Ожидаемыми результатами от предложенных изменений станут улучшение качества товаров и услуг, снижение бюджетных расходов и создание гибкой системы, способной адаптироваться к меняющимся условиям рынка. В заключении подчеркивается, что эффективное управление государственными закупками может стать инструментом для стимулирования экономического роста, поддержки малых и средних предприятий.

Annotation. The article examines the development of public procurement management as a direction for ensuring the effective functioning of the public sector and increasing transparency of budget expenditures. Particular attention is paid to the changes introduced in 2022 under Federal Law No. 44-FZ, as well as their impact on the procurement process. The existing problems are analyzed, including limited competition, bureaucratic barriers and corruption risks, which negatively affect the effectiveness of procurement procedures. Simplification of the terms and conditions for bidding, including reducing the number of documents and simplifying procedures, is considered as a priority measure to increase the openness and accessibility of the system. The need to introduce modern technologies and control mechanisms that can ensure transparency and reduce the likelihood of corruption is emphasized. The

expected results of the proposed changes will be an improvement in the quality of goods and services, and a reduction in budget spending.

Ключевые слова: государственные закупки, управление закупками, прозрачность, конкуренция, коррупция, бюрократия, Федеральный закон 44-ФЗ, малые и средние предприятия, экономический рост, электронные технологии

Keywords: public procurement, procurement management, transparency, competition, corruption, bureaucracy, Federal Law 44-FZ, small and medium-sized enterprises, economic growth, electronic technologies

Развитие сферы управления государственными закупками – важная составляющая эффективного функционирования государственного сектора и экономической системы в целом. Эта сфера включает в себя процесс планирования, осуществления и контроля за использованием бюджетных средств в закупках товаров, работ и услуг для нужд государственных и муниципальных органов [8, с. 85].

Закупочная деятельность представляет собой процесс, направленный на приобретение товаров, работ и услуг определенного качества, в нужном количестве, в требуемое время и по наилучшей цене [2, с. 21]. В Российской Федерации, согласно статистическим данным, в государственных закупках участвуют около 90 тысяч поставщиков и более 300 тысяч заказчиков [10, с. 69].

Основной целью постоянного совершенствования системы государственных закупок является повышение эффективности выбора поставщиков и обеспечение прозрачности всех процессов закупок. С 2022 года, в результате введения Федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 02.07.2021 №360-ФЗ, произошли значительные изменения в рамках Федерального закона от 5 апреля 2013 г. №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Эти

изменения сосредоточились на упрощении процедур закупок: было уменьшено количество доступных способов закупки, а также изменены правила их проведения [9, с. 50]. В частности, из перечня доступных способов были исключены двухэтапные конкурсы, запросы предложений и конкурсы с ограниченным участием [3, с. 118]. Однако одной из слабых сторон 44-ФЗ является его чрезмерная процедурность. Законодательные органы стремятся создать единый регламент для всех государственных заказчиков, что иногда приводит к недостаточной гибкости и адаптивности системы к специфическим потребностям разных секторов и регионов.

Таким образом, несмотря на положительные изменения, остаются нерешенными проблемы, требующие дальнейшего анализа и совершенствования законодательства в области государственных закупок.

Основная проблема заключается в том, что условия закупок нередко могут быть сформулированы таким образом, что только определенные потенциальные поставщики могут соответствовать им. Это приводит к снижению числа участников и, как следствие, к уменьшению конкуренции, что нарушает принципы открытости и честности.

Сложные и длительные процедуры оформления закупок, включающие большое количество документов, проверок и формальностей, создают серьезные барьеры для малых и средних предприятий, которые не всегда имеют ресурсы для соблюдения с таких требований.

Сфера государственных закупок особенно подвержена коррупционным рискам. Финансово-бюджетная сфера, охватывающая управление государственными финансами, является особенно уязвимой. Коррупция возникает из-за наличия чрезмерных бюрократических процедур, которые часто «защищаются» самими чиновниками. На распространение коррупции влияет ряд факторов, имеющих как субъективную, так и объективную природу. Следует отметить, что в финансово-бюджетной сфере коррупция распространяется вследствие бюрократических процедур, «оберегаемых» самими чиновниками [6, с. 92]. Для финансово-бюджетной сферы характерна

подготовка многочисленных документов, осуществляемая различными государственными учреждениями. Следовательно, образуется бюрократическая система, в которой процветает коррупция.

При этом личные корыстные интересы государственных служащих не являются единственной причиной процветания коррупции. Здесь следует отметить также отсутствие должного осуждения со стороны граждан к исследуемой проблеме [4, с. 11].

Следует отметить, что в сфере противодействия коррупции общество отчасти тоже определяет направления антикоррупционной политики. Так, СМИ и различные общественные объединения осуществляют общественный контроль, распространяя те или иные (потенциально) коррупционные сведения о государственных и муниципальных служащих.

Актуальным способом противодействия коррупции является устранение нарушений при осуществлении дискреционных полномочий.

Дискреционная власть - это право государственных и муниципальных служащих принимать те или иные решения по собственному усмотрению в рамках своих полномочий. Так, определенная категория государственных служащих вправе по своему усмотрению в пределах законодательных норм решать вопросы, касающиеся оплаты расходов, продажи государственного имущества, расчета субсидий, государственных закупок товаров и услуг. При этом право чиновников действовать по собственному усмотрению зачастую способствует коррупционным проявлениям.

Представляется, контроль за дискреционной властью при принятии управленческих решений, способен снизить вероятность проявления коррупции [1, с. 39]. При этом не следует радикально отказываться от правоприменительных дискреционных полномочий должностных лиц, целесообразно предусмотреть и нормативно закрепить критерии их надлежащего выполнения. Так, при принятии нормативно-правовых актов можно проводить общественные слушания и обсуждения, чтобы снизить вероятность коррупционного поведения чиновников [7, с. 92].

Кроме того, в рамках совершенствования нормативно-правового регулирования дискреционных полномочий целесообразно разграничить административные и финансовые права и обязанности чиновников, исключив вероятность сговора между ними. Так, выплату денежных средств из государственного бюджета следует отнести к финансовым обязательствам, а проверку и выдачу платежного поручения - к административным. Таким образом, должностные лица, ответственные за проведение платежей, не должны их санкционировать. Кроме того, если должным образом учитывать и документировать каждую трансакцию, то при аудите можно выявить коррумпированные действия чиновников.

При принятии решений о выдаче различных документов, справок, разрешений и пр. необходимо минимизировать личные контакты должностных лиц и граждан, чтобы снизить вероятность коррупционного поведения [5, с. 200].

Несмотря на то, что реализация антикоррупционных мероприятий возложена преимущественно на государственные институты, следует также привлекать граждан, общественные организации, волонтеров и средства массовой информации для решения данной проблемы.

Коррупция должна восприниматься обычными гражданами как источник социальной дезорганизации. Необходимо усиливать нетерпимость к коррупционным проявлениям как одно из важных направлений противодействия коррупции. Целесообразно установить достойную оплату труда государственных и муниципальных служащих.

Таким образом, основными направлениями развития управления государственными закупками являются:

1. Совершенствование законодательной базы необходимо с целью обновления законодательных актов, которые регулируют процедуры закупок, обеспечивает прозрачность и справедливость в проведении торгов.

3. Создание программ обучения для работников, занимающихся госзакупками, обеспечит высокий уровень профессионализма и качества выполняемых задач.

4. Периодический анализ рынка позволит выявлять лучшие цены и условия, а также определять надежных поставщиков.

5. Установление партнерских отношений между государственными и частными секторами будет содействовать развитию конкуренции, что в свою очередь может привести к снижению цен и улучшению качества закупаемых товаров и услуг.

6. Внедрение принципов социальной ответственности при проведении закупок, включая поддержку местных производителей и экологические инициативы.

Ожидаемыми результатами от совершенствования системы государственных закупок станут:

– увеличение прозрачности и уменьшение коррупционных рисков за счет стандартизации процессов и внедрения электронных систем сделают закупочные операции более открытыми и доступными для контроля [7, с. 88];

– конкуренция между поставщиками снизит цены улучшит качество предоставляемых услуг и товаров;

– прозрачность и открытость в ведении государственных закупок повысят уровень доверия со стороны граждан и бизнеса;

– эффективная система управления госзакупками станет драйвером для развития местного бизнеса и создания рабочих мест.

Таким образом, развитие сферы управления государственными закупками является важным шагом к созданию эффективной и прозрачной системы, способствующей улучшению качества и доступности государственных услуг для граждан, стимулированию экономического роста, поддержки малых и средних предприятий.

Литература

1. Бирюкова Е. А. Система госзакупок в Российской Федерации: проблемы, нарушения, изменения в законодательстве // Научные записки молодых исследователей. 2022. № 10(1). С. 39-50.
2. Гладилина И. П. Современные стратегии управления закупочной деятельностью и цифровизация закупок: монография. М.: РУСАЙНС, 2024. 69 с.
3. Здановская Л. Б., Ткаченко В. В., Ткаченко Н. А. Анализ системы государственных закупок и рассмотрение практических вопросов контрактной системы по Федеральному закону № 44-ФЗ // Вестник Академии знаний. 2020. 37 (2). С. 117-123.
4. Зацаринная Е. И., Живко А. Б. Анализ практики применения национального режима в сфере закупок // Международный научный журнал. 2023 № 4 (91). С. 7-19.
5. Морин А. В., Быкова К. В. Проблемные вопросы применения национального режима при осуществлении государственных закупок // Аграрное и земельное право. 2023 № 11 (227). С. 198-202.
6. Проблемы взаимодействия публичного и частного права при регулировании цифровизации экономических отношений: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 19 мая 2022 г.) / отв. ред. Н.С. Громова. Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2022. 151 с.
7. Противодействие коррупции: новые вызовы: монография / отв. ред. Т.Я. Хабриева. М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации: ИНФРА-М, 2023. 376 с.
8. Рыжкова М.В., Спицын В.В., Скрыльникова Н.А. Развитие сектора ИТ в России: драйверы и методы стимулирования // Вестник университета. 2021. № 10. С. 83-93.
9. Стырин Е.М., Родионова Ю.Д. Единая информационная система в сфере закупок как государственная цифровая платформа: современное состояние

и перспективы // Вопросы государственного и муниципального управления. 2020. № 3. С. 49-70.

10. Oliveira Rocha J.A., Gonçalves J.B. Innovation and Change in Public Administration // Open Journal of Social Sciences. 2021. Vol.9 No.6. Pp. 66-72.

References

1. Biryukova E. A. Public procurement system in the Russian Federation: problems, violations, changes in legislation // Scientific notes of young researchers. 2022. No. 10 (1). P. 39-50.
2. Gladilina I. P. Modern strategies for managing procurement activities and digitalization of procurement: monograph. Moscow: RUSAINS, 2024. 69 p.
3. Zdanovskaya L. B., Tkachenko V. V., Tkachenko N. A. Analysis of the public procurement system and consideration of practical issues of the contract system under Federal Law No. 44-FZ // Bulletin of the Academy of Knowledge. 2020. 37 (2). P. 117-123.
4. Zatsarinnaya E. I., Zhivko A. B. Analysis of the practice of applying the national regime in the field of procurement // International scientific journal. 2023, No. 4 (91). P. 7-19.
5. Morin, A. V., Bykova, K. V. Problematic issues of applying the national regime in public procurement. Agrarian and land law. 2023, No. 11 (227). P. 198-202.
6. Problems of interaction between public and private law in regulating the digitalization of economic relations: Proc. of the V Int. scientific-practical. conf. (Ekaterinburg, May 19, 2022) / Ed. N. S. Gromova. Ekaterinburg: USUE Publishing House, 2022. 151 p.
7. Combating corruption: new challenges: monograph / Ed. T. Ya. Khabrieva. M.: Institute of Legislation and Comparative Law under the Government of the Russian Federation: INFRA-M, 2023. 376 p.
8. Ryzhkova M.V., Spitsyn V.V., Skrylnikova N.A. Development of the IT sector in Russia: drivers and stimulation methods // Bulletin of the University. 2021. No. 10. Pp. 83-93.

9. Styrin E.M., Rodionova Yu.D. Unified information system in the field of procurement as a state digital platform: current state and prospects // Issues of public and municipal administration. 2020. No. 3. Pp. 49-70.
10. Oliveira Rocha J.A., Gonçalves J.B. Innovation and Change in Public Administration // Open Journal of Social Sciences. 2021. Vol.9 No.6. Pp. 66-72.

© Косачева А.И., Ляшенко Е.А., 2025 Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №2/2025.

Для цитирования: Косачева А.И., Ляшенко Е.А. РАЗВИТИЕ СФЕРЫ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ЗАКУПКАМИ // Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №2/2025.

Столыпинский вестник

Научная статья
Original article
УДК 005.95.96

ОПТИМИЗАЦИЯ КАДРОВЫХ РЕСУРСОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

OPTIMIZATION OF HUMAN RESOURCES AS A TOOL TO INCREASE THE STABILITY OF A CREDIT INSTITUTION

Шичкин Игорь Алексеевич, доцент базовой кафедры Торгово-промышленной палаты РФ «Управление человеческими ресурсами», к.н., РЭУ им. Г.В. Плеханова. Стремянный пер., 36, Москва, shichkinia@mail.ru

Проскурникова Виктория Иосифовна, магистр 2-го курса высшей школы экономики и бизнеса, РЭУ им. Г.В. Плеханова. Стремянный пер., 36, Москва. тел. 8-985-482-56-60, vika1845@mail.ru

Shichkin Igor Alekseevich, Associate Professor of the Basic Department of the Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation "Human Resources Management", PhD, Plekhanov Russian University of Economics. Stremyanny per., 36, Moscow, shichkinia@mail.ru

Proskurnikova Victoria Iosifovna, 2nd year master's student of the Higher School of Economics and Business, Plekhanov Russian University of Economics. Stremyanny per., 36, Moscow. Tel. 8-985-482-56-60, vika1845@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается оптимизация кадровых ресурсов как инструмент повышения устойчивости кредитной организации. Анализируются ключевые аспекты влияния человеческого капитала на финансовую стабильность

банковских учреждений. Особое внимание уделяется роли кадровой политики в снижении издержек, улучшении качества клиентского сервиса, минимизации рисков, связанных с текучестью сотрудников. В статье предложены рекомендации по внедрению эффективных кадровых стратегий, способствующих долгосрочной устойчивости банковской системы.

Abstract. The article considers the optimization of human resources as a tool to increase the stability of a credit institution. The key aspects of the impact of human capital on the financial stability of banking institutions are analyzed. Special attention is paid to the role of HR policy in reducing costs, improving the quality of customer service, and minimizing the risks associated with employee turnover. The article offers recommendations for the implementation of effective HR strategies that contribute to the long-term sustainability of the banking system.

Ключевые слова: оптимизация кадров, кредитная организация, управление персоналом, финансовая устойчивость, кадровая политика, мотивация сотрудников, банковский сектор.

Keywords: personnel optimization, credit institution, personnel management, financial stability, personnel policy, employee motivation, banking sector.

В условиях нестабильной экономической среды, возрастающей конкуренции, кредитные организации вынуждены пересматривать подходы к управлению персоналом. Финансовая устойчивость банков зависит от грамотной стратегии развития и управления активами. При этом она также зависит от эффективности использования кадровых ресурсов. Оптимизация работы сотрудников позволяет снизить издержки, повысить производительность, обеспечить высокий уровень клиентского сервиса. Это в итоге влияет на репутацию и устойчивость организации. Новые методы управления персоналом (в том числе основанные на современных технологиях) дают возможность банкам адаптироваться к изменениям рынка, минимизировать потери от текучести кадров, повышать мотивацию сотрудников. Автоматизация HR-процессов, внедрение системы KPI, гибкие формы занятости и др. становится неотъемлемой частью кадровой политики финансовых учреждений.

Рассматривая роль кадровых ресурсов в устойчивости кредитной организации, необходимо отметить, что кадровая политика напрямую влияет на устойчивость компании. Сильная команда сотрудников, обладающих необходимыми компетенциями, мотивацией, способствует повышению эффективности бизнес-процессов [1]. Это приводит к минимизации операционных рисков, обеспечению высокого качества обслуживания клиентов. В это же время недостаточное внимание к управлению персоналом может привести к нестабильности финансовых показателей, снижению мотивации персонала и т.д. Человеческий капитал в банковском секторе — это стратегический ресурс. Высококвалифицированные специалисты способны быстрее адаптироваться к изменениям в экономике, внедрять инновационные решения, повышать эффективность внутренних процессов. Компетентные сотрудники (особенно в таких ключевых подразделениях, как кредитный анализ, обслуживание клиентов) снижают вероятность финансовых потерь, способствуя росту доходов. Более того, высокий уровень профессионализма персонала способствует формированию положительного имиджа банка. Если же банк не инвестирует в развитие сотрудников, это неизбежно ведёт к снижению качества работы, росту ошибок, репутационным рискам.

Каким образом персонал может воздействовать на ключевые показатели банковского учреждения? Производительность сотрудников оказывает прямое влияние на финансовые, операционные показатели. Скорость обработки заявок на кредит, уровень просроченной задолженности, коэффициент удержания клиентов — эти параметры во многом зависят от компетентности сотрудников, мотивации персонала быстро выполнять задачи. Одним из ключевых аспектов также является текучесть кадров. Если сотрудники часто увольняются, это приводит к дополнительным расходам на найм и обучение новых кадров. Более того, это приводит к временной дестабилизации рабочих процессов.

Современный банковский сектор сталкивается с рядом вызовов в сфере кадрового управления. Одной из главных проблем является дефицит квалифицированных специалистов, особенно в областях аналитики, цифровых технологий, риск-менеджмента. Вследствие высокой конкуренции в процессе

привлечения талантливых сотрудников, банки вынуждены предлагать привлекательные условия труда, что увеличивает нагрузку на фонд оплаты труда. Еще одной сложностью является необходимость адаптации к новым формам занятости. Развитие цифровых технологий и удаленной работы требует пересмотра традиционных методов мотивации персонала. Многие банки столкнулись с необходимостью внедрения гибких рабочих графиков, систем дистанционного обучения, новых инструментов оценки производительности. Кроме того, одним из рисков остается эмоциональное выгорание сотрудников. Работа в банковском секторе часто связана с высоким уровнем стресса, жесткими дедлайнами, большой ответственностью. Если организация не уделяет внимания психологическому комфорту персонала, это может привести к снижению мотивации, ухудшению качества работы, росту текучести кадров. Таким образом, эффективное управление персоналом играет ключевую роль в обеспечении устойчивости кредитной организации. Оптимизация кадровых ресурсов снижает издержки, повышает конкурентоспособность банка, позволяя адаптироваться к рыночным изменениям.

Прежде чем внедрять какие-либо изменения, важно провести диагностику кадрового состава. Анализ компетенций сотрудников позволяет выявить сильные и слабые стороны персонала. Также это позволит определить потребности в обучении либо перераспределить ресурсы для повышения эффективности. Существует несколько инструментов оценки кадрового потенциала:

– аттестация, тестирование для выявления уровня знаний и навыков;

– оценка 360 градусов, когда сотрудники получают обратную связь от коллег, руководства, клиентов;

– KPI, метрики эффективности, позволяющие измерить продуктивность отдельных работников.

Современные технологии позволяют значительно ускорить процессы управления персоналом. Использование специализированного HR-программного обеспечения помогает сократить затраты времени на рутинные задачи, повысить прозрачность работы сотрудников, минимизировать человеческий фактор. В качестве примеров цифровых решений в кадровом управлении, можно привести следующие технологии:

– автоматизированные системы подбора персонала, которые анализируют резюме, рекомендуют лучших кандидатов;

– электронные системы учета рабочего времени, позволяющие контролировать занятость сотрудников;

– платформы для онлайн-обучения, обеспечивающие постоянное повышение квалификации без отрыва от работы.

Как было сказано выше, современные реалии требуют от кредитных организаций гибкости в управлении человеческими ресурсами. Гибкие модели занятости позволяют сократить издержки, привлечь высококвалифицированных специалистов. Некоторые процессы, например, консультирование клиентов или IT-разработка, могут выполняться дистанционно, что снижает затраты на офисные помещения, делая работу удобнее для сотрудников. Аутсорсинг как передача отдельных функций сторонним компаниям (например, бухгалтерского учета, IT-поддержки) позволяет сосредоточиться на ключевых бизнес-процессах [4]. Аутстаффинг – использование внешних сотрудников без их официального оформления в штат помогает гибко управлять кадровыми ресурсами, особенно в условиях сезонных пиковых нагрузок.

Применение подобных моделей оптимизации позволяет банкам оперативно адаптироваться к изменениям, более эффективно распределять кадровые ресурсы.

Рынок финансовых услуг постоянно меняется, для поддержания устойчивости банка важно нанимать новых сотрудников, при этом грамотно управляя уже имеющимся персоналом. Ротация кадров – механизм, позволяющий сотрудникам менять позиции внутри организации, осваивая новые компетенции, предотвращая профессиональное выгорание. Например, специалист по обслуживанию клиентов может перейти в отдел продаж, а аналитик – в риск-менеджмент.

Управление талантами также является одной из основных мер по оптимизации кадров. Это направление включает в себя выявление перспективных сотрудников, разработку индивидуальных программ их развития. Необходимо отметить важность формирования кадрового резерва. При необходимости это поможет оперативно заместить ключевых специалистов. Внедрение систем внутреннего карьерного роста также имеет высокое значение, поскольку обеспечивает

сотрудникам возможность продвижения по служебной лестнице без необходимости искать работу в другой компании. Подобные меры позволяют сохранять ценные кадры, при этом повышая устойчивость банка в условиях кадрового дефицита или изменений на рынке труда.

Одним из ключевых преимуществ оптимизации кадровых ресурсов является рост производительности без необходимости увеличения численности персонала. Когда процессы внутри организации становятся более структурированными, сотрудники могут выполнять свои обязанности эффективнее [2]. Это снижает издержки, увеличивает общий объем выполняемой работы. Автоматизация HR-процессов, внедрение систем управления производительностью (KPI), использование аналитики для распределения кадровых ресурсов позволяют избежать неэффективного расходования бюджета на оплату труда. Так, если часть административных функций можно автоматизировать, это освобождает внутренние ресурсы для более стратегически важных задач. Кроме того, сокращение затрат на обучение новых сотрудников за счет снижения текучести кадров также положительно сказывается на финансовых показателях. Когда банк вкладывает средства в развитие уже имеющихся специалистов, это обходится дешевле, чем регулярный поиск новых работников.

Банковская сфера во многом зависит от уровня клиентского сервиса. Довольные клиенты чаще совершают повторные сделки, рекомендуют услуги банка, остаются лояльными даже в условиях высокой конкуренции. Оптимизация кадровых ресурсов напрямую влияет на качество взаимодействия с клиентами, потому что мотивированные, компетентные сотрудники быстрее решают их запросы. Одним из ключевых инструментов повышения качества обслуживания является обучение персонала. Регулярное повышение квалификации, тренинги по работе с клиентами, развитие soft skills помогают сотрудникам грамотно консультировать, находить индивидуальный подход к каждому клиенту.

Высокая текучесть персонала – одна из наиболее серьезных проблем в банковском секторе. Регулярные увольнения, набор новых сотрудников создают нестабильность, увеличивают нагрузку на действующих работников. Это приводит к дополнительным затратам на адаптацию и обучение. Оптимизация кадровых

ресурсов помогает снизить этот риск за счет улучшения условий труда, внедрения программ карьерного роста, справедливой системы мотивации. Помимо этого, стабильность кадрового состава способствует лучшему взаимодействию между подразделениями. В командах, где сотрудники работают вместе длительное время, повышается уровень доверия, улучшается координация, ускоряются бизнес-процессы.

Таким образом, оптимизация кадровых ресурсов играет важнейшую роль в обеспечении устойчивости кредитной организации. Грамотно выстроенная система управления персоналом способствует повышению операционной эффективности, снижению издержек, улучшению качества клиентского обслуживания, минимизации рисков, связанных с текучестью кадров. Использование современных HR-технологий, гибких моделей занятости, стратегического подхода к развитию сотрудников позволяет банкам сохранять стабильность и успешно адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям.

Безусловно, инвестиции в человеческий капитал предполагают расходы, но одновременно выступают в качестве стратегического инструмента повышения конкурентоспособности. Компетентные, мотивированные, вовлеченные сотрудники становятся основой для эффективного функционирования банка. Продуманная кадровая политика позволяет снизить вероятность кризисных ситуаций, связанных с нехваткой специалистов, снижением производительности, ухудшением качества услуг.

С учетом динамики рынка, технологического прогресса, кредитным организациям рекомендуется внедрять комплексные программы кадровой оптимизации, включающие:

– развитие системы оценки квалификации сотрудников;

– внедрение цифровых HR-инструментов для автоматизации процессов [3];

– создание прозрачных механизмов мотивации и карьерного роста;

– адаптацию кадровой политики к новым формам занятости и изменениям в экономике.

В долгосрочной перспективе умение эффективно управлять персоналом будет определять конкурентоспособность банков. Организации, которые сумеют

построить устойчивую систему кадрового управления, смогут справляться с текущими вызовами, формируя основу для дальнейшего развития.

Литература

1. Ахмедов З.К. Оптимизация кадрового планирования организации в условиях стратегических изменений // Вестник экспертного совета. – 2021. – №4 (27). – С. 32-38.
2. Ахмедов З.К. Разработка механизма оптимизации управления кадровыми процессами // Вестник экспертного совета. - 2024. - №4 (39). - С. 27-34.
3. Кибанов, А.Я. Управление персоналом: учебное пособие / А.Я. Кибанов – 6-е изд., стер. – Москва: КНОРУС, 2018 – 202 с.
4. Лапченко, И.В. Теоретические аспекты применения технологий мотивации персонала // Инновационные научные исследования: теория, методология, практика. Пенза – Наука и просвещение. 2018. – С. 306–308.
5. Ованоглян, Р.С. Управленческие технологии сокращения текучести кадров: на примере банков // Финансовые рынки и банки. – 2023. – №1. – С. 103-106.
6. Creation of staff involvement as part of the strategic human resource management in a company / Tsareva N.A., Tyugaev A.R. // Laplage em revista. – 2020. Т.6. № Extra – В.С. 256–260.

References

1. Akhmedov Z.K. Optimization of personnel planning of the organization in the context of strategic changes // Bulletin of the Expert Council. – 2021. – №4 (27). – Pp. 32-38.
2. Akhmedov Z.K. Development of a mechanism for optimizing the management of personnel processes // Bulletin of the Expert Council. - 2024. - №4 (39). - Pp. 27-34.
3. Kibanov, A.Ya. Personnel management: a textbook / A.Ya. Kibanov – 6th ed., ster. – Moscow: KNORUS, 2018 – 202 p.
4. Lapchenko, I.V. Theoretical aspects of the use of staff motivation technologies // Innovative scientific research: theory, methodology, practice. Penza – Science and Education. 2018. – pp. 306-308.

5. Ovanoglyan, R.S. Managerial technologies for reducing staff turnover: on the example of banks // Financial markets and banks. – 2023. – No. 1. – pp. 103-106.
6. Creation of staff involvement as part of the strategic human resource management in a company / Tsareva N.A., Tyugaev A.R. // Laplage em revista. – 2020. T.6. № Extra – B.C. 256–260.

© Шичкин И.А., Проскурникова В.И., 2025 Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №2/2025

Для цитирования: Шичкин И.А., Проскурникова В.И. ОПТИМИЗАЦИЯ КАДРОВЫХ РЕСУРСОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ КРЕДИТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ // Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» *№2/2025*

Научная статья
Original article
УДК 332.334:332.28-047.44(571.3)

АНАЛИЗ АРЕНДЫ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ЛЮБИНСКОМ МУНИЦИПАЛЬНОМ РАЙОНЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

ANALYSIS OF LEASE OF LAND PLOTS OF MUNICIPAL PROPERTY IN THE LYUBINSKY MUNICIPAL DISTRICT OF THE OMSK REGION

Веселова Марина Николаевна, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, доцент кафедры землеустройства, Омский государственный аграрный университет, г. Омск

Хоречко Ирина Владимировна, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, доцент кафедры землеустройства, Омский государственный аграрный университет, г. Омск

Marina N. Veselova, Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Land Management, Omsk State Agrarian University, Omsk

Irina V. Khorechko, Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Land Management, Omsk State Agrarian University, Omsk

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы аренды земельных участков, находящиеся в муниципальной собственности, а также особенности оформления договоров аренды. В настоящее время большой удельный вес в структуре

земельного фонда занимают земли государственной и муниципальной собственности. Земельные участки муниципальной собственности являются недвижимым имуществом, товаром, объектом сделок. Самой распространенной сделкой является аренда – переход земельного участка во временное пользование на условиях договора. Основные вопросы, которые решаются и оформляются в договоре аренды земельного участка: процедура заключения договора, предмет договора, срок действия договора, права и обязанности сторон, размер и условия внесения арендной платы, ответственность сторон, порядок изменения, расторжения и прекращения договора. Аренда земельных участков муниципальной собственности имеет свои особенности, рассмотрению которых и посвящена статья. Объектом исследования являются земельные участки муниципальной собственности в Любинском муниципальном районе Омской области. Земельный фонд района представлен пятью категориями земель. Больше половины земель района представлены землями государственной и муниципальной собственности. Анализ аренды земельных участков из муниципальной собственности выполнен по плану исследования: динамика количества заключенных договоров аренды всего и в разрезе категорий земель; динамика площади арендуемых земель в разрезе категорий земель; особенности заключения договора аренды и расчета величины арендной платы. Арендные отношения земель муниципальной собственности в районе развиваются динамично. Аренда земель осуществляется из земель трех категорий, при этом наиболее распространена аренда земельных участков из категории земель сельскохозяйственного назначения. Рассмотрена процедура аренды земельных участков муниципальной собственности по результатам аукциона и без проведения торгов. Особенности договора аренды рассмотрены на примере двух договоров, заключаемых по результатам аукциона и без проведения торгов. Размер арендной платы при предоставлении земельного участка в аренду без проведения торгов, определился на основании кадастровой стоимости; а при заключении договора аренды земельного участка на аукционе, размер арендной платы определяется по результатам этого аукциона.

Abstract. Currently, a large share in the structure of the land fund is occupied by state and municipally owned lands. Land plots of municipal property are real estate,

goods, and the object of transactions. The most common transaction is a lease - the transfer of a land plot for temporary use under the terms of an agreement. The main issues that are resolved and reflected in the land lease agreement: the procedure for concluding the agreement, the lessor, the lease term, the rights and obligations of the parties, the amount of rent. The lease of municipally owned land plots has its own characteristics, the consideration of which is the subject of the article. The object of the study is municipally owned land plots in the Lyubinsky municipal district of the Omsk region. The district's land fund is represented by five categories of land. More than half of the district's lands are represented by state and municipal property. The analysis of the lease of land plots from municipal ownership was carried out according to the research plan: the dynamics of the number of concluded lease agreements in total and by land category; dynamics of the area of rented land by land category; Features of concluding a lease agreement and calculating the amount of rent. Lease relations of municipal land in the district are developing dynamically. Land lease is carried out from land of three categories, while the most common is the lease of land plots from the category of agricultural land. The procedure for leasing municipal land plots based on the results of an auction and without bidding is considered. The features of the lease agreement are presented using the example of two agreements concluded based on the results of an auction and without an auction. The amount of rent when a land plot is leased without holding a tender is determined on the basis of the cadastral value; and when concluding a lease agreement for a land plot at an auction, the amount of rent is determined based on the results of this auction.

Ключевые слова: *муниципальная собственность, аренда земельных участков, категория земель, процедура аренды, договор аренды, арендная плата*

Key words: *municipal property, lease of land, category of land, lease procedure, lease agreement, rent*

Введение. В Российской Федерации существуют различные формы собственности на землю. Значительную долю в структуре земельного фонда занимают земли государственной и муниципальной собственности [1].

Земельные участки муниципальной собственности являются недвижимым имуществом, товаром и объектом сделок. В настоящее время во всех странах мира самой распространенной сделкой с земельными участками является аренда – переход права временного управления (пользования) земельным участком на условиях договора. Право аренды, наряду с правом собственности, является одним из основных прав на землю. Универсальность аренды заключается в ее способности удовлетворить потребности участников гражданского оборота. Собственник земли за передаваемое в аренду участникам предпринимательской деятельности недвижимое имущество получает доход в виде арендной платы. Арендная плата, в свою очередь, является одним из источников пополнения бюджета и занимает весомое место в реализации принципа платности землепользования. Аренда земельных участков, находящихся в муниципальной собственности, имеет свои отличительные черты [2]. Проведенное исследование позволило выявить эти отличия.

При оформлении аренды земельного участка заключается договор аренды [3, 4, 5]. В договоре аренды указываются: арендатор и арендодатель, срок действия договора аренды, права и обязанности сторон. В договоре даётся характеристика арендуемого земельного участка и размер арендной платы. Договор аренды земельного участка муниципальной собственности заключается либо на торгах, либо без проведения торгов [6]. По окончанию срока аренды предусмотрен возврат земельного участка арендодателю [7].

Объект исследования. Объектом исследования являются земельные участки, находящиеся в муниципальной собственности в Любинском муниципальном районе Омской области.

Любинский район расположен в южной лесостепной зоне Омской области, в 48 километрах на северо-запад от областного центра по автомобильной дороге. Через Любинский муниципальный район и через рабочий посёлок Любино проходит Транссибирская железнодорожная магистраль. Районным центром является р.п. Любинский. На сегодняшний день в Любинском районе 75 населённых пунктов в составе двух городских и 17 сельских поселений. Площадь

Любинского района – 3281 квадратный километр. Численность населения – 38401 человек.

Земельный фонд района представлен пятью категориями земель [8, 9, 10]. Категории земель особо охраняемых территорий и объектов и водного фонда не выявлены. Доминируют земли сельскохозяйственного назначения; их удельный вес составляет 78,8% от площади района. Площадь сельскохозяйственных угодий составляет более 233,2 тыс. га, в том числе 146,8 тыс. га пашни. В таблице 1 представлено распределение земель района по формам собственности.

Таблица 1 – Распределение земель по формам собственности

Категория земель	Площадь, га		
	Собственность граждан	Собственность юридических лиц	Государственная и муниципальная собственность
Земли сельскохозяйственного назначения	152176	3335	103044
Земли населенных пунктов	3180	31	1911
Земли промышленности и иного специального назначения	7	34	2682
Земли лесного фонда	0	0	59915
Земли запаса	0	0	1764
Итого	155363	3400	169316

На территории Любинского района к землям государственной и муниципальной собственности относится около 52% земель от общей площади района. Они присутствуют в составе всех категорий земель. Их удельный вес колеблется от 37% на землях населенных пунктов до 100% на землях лесного фонда и землях запаса. На землях сельскохозяйственного назначения удельный вес таких земель достигает 40%.

Ход и результаты исследования. Анализ аренды земельных участков из муниципальной собственности выполнен по следующим направлениям:

- динамика количества заключенных договоров аренды;
- динамика количества договоров аренды в структуре категорий земель;
- динамика площади арендуемых земель в структуре категорий земель;

- особенности заключения договора аренды земельного участка, находящегося в муниципальной собственности;

- особенности и порядок расчета арендной платы [11, 12].

В Любинском районе Омской области за последние четыре года зарегистрировано 205 сделок аренды земельных участков, находящихся в муниципальной собственности (рис. 1) по категориям земель: земли сельскохозяйственного назначения; населенных пунктов; промышленности и иного специального назначения.

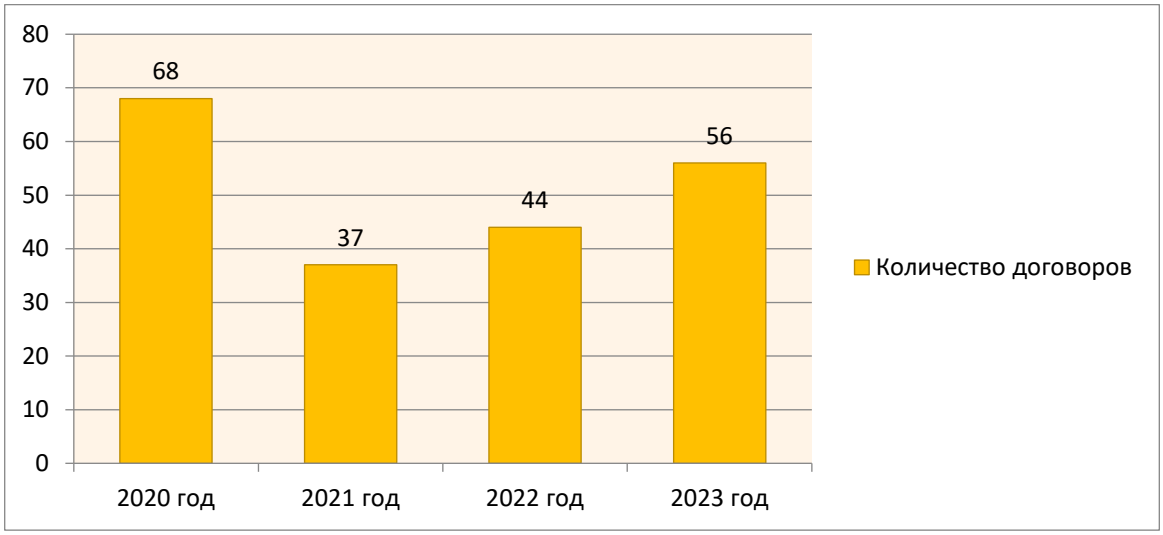

Рисунок 1 – Динамика заключенных договоров аренды земельных участков из муниципальной собственности

По годам за период 2020-2023 гг. количество заключенных договоров аренды изменяется неравномерно. Наибольшее количество договоров аренды было оформлено в 2020 году. В 2021 году происходит резкий спад, а затем идет постепенное ежегодное увеличение количества заключенных договоров аренды. За последние три года наблюдается положительная динамика заключения договоров аренды земельных участков из муниципальной собственности.

Таблица 2 – Динамика количества договоров аренды в разрезе категорий земель

Категория земель	Количество заключенных договоров аренды, шт.			
	2020	2021	2022	2023
Земли сельскохозяйственного назначения	34	22	27	40
Земли населенных пунктов	34	10	16	8

Земли промышленности и иного специального назначения	0	5	1	8

Самое большое количество договоров аренды заключалось на землях сельскохозяйственного назначения (табл. 2). Наблюдается варьирование в количестве заключенных договоров аренды по годам. По землям сельскохозяйственного назначения в 2021 году было снижение, а затем в последующие года произошло увеличение количества договоров. По другим категориям земель отмечены не стабильные колебания по годам.

Таблица 3 - Динамика площади арендуемых земель в разрезе категорий земель

Категория земель	Площадь арендуемых земель, га			
	2020	2021	2022	2023
Земли сельскохозяйственного назначения	1171,7	195,91	982,7	5442,6
Земли населенных пунктов	4,83	2,18	2,39	1,51
Земли промышленности и иного специального назначения	0	3,86	0,06	1,54

Наибольшая площадь арендуемых земельных участков приходится на земли сельскохозяйственного назначения (табл. 3). По остальным категориям земель площади сделок, связанных с арендой земель, незначительные.

Таким образом, аренда земельных участков муниципальной собственности на территории Любинского района Омской области реализуется на трёх категориях земель. Аренда земельных участков остается самой востребованной сделкой и интерес к ней не уменьшается. Аренда земли является инструментом дальнейшего развития муниципального района. Для этого необходимо дальнейшее формирование рынка земли, активизация и совершенствование регулирования земельных отношений на муниципальном уровне.

Процедура аренды земельных участков из земель муниципальной собственности без проведения торгов нормируется Административным регламентом предоставления муниципальной услуги от 05.09.2022 года № 261-п., в котором прописаны административные процедуры (рис. 2) [13].

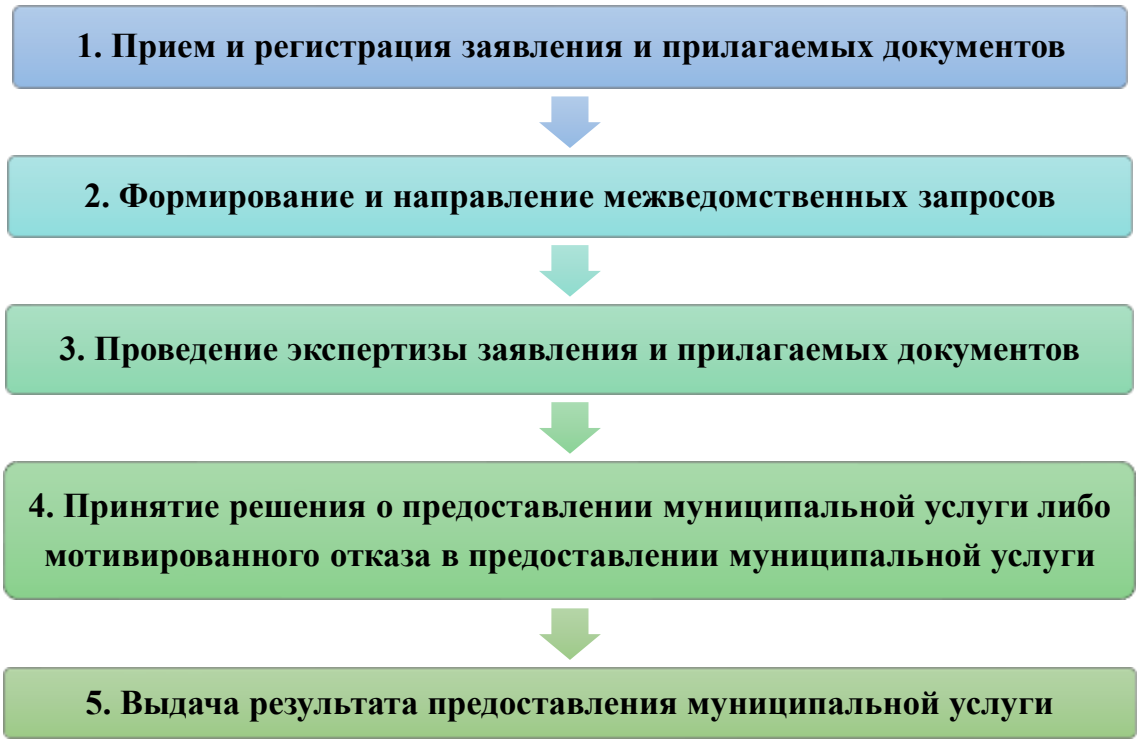

Рисунок 2 – Процедура аренды земельных участков без проведения торгов

Заявитель (гражданин или юридическое лицо) обращается за получением муниципальной услуги в Администрацию с заявлением о предварительном согласовании предоставления земельного участка в аренду без проведения торгов. Если решение о согласовании предоставления земельного участка во временное пользование принимается положительное, то заявитель должен оформить ещё одно заявление на получение земельного участка в аренду без проведения торгов. В этом случае специалист подготовит договор аренды и передаст потенциальному арендатору для ознакомления и подписания. После заключения договора происходит регистрация договора аренды земельного участка на сайте Управления Росреестра и заказывается выписка из ЕГРН о праве собственности.

Процедура аренды земельных участков из земель муниципальной собственности с проведением аукциона регулируется Постановлением Администрации поселения от 23.06.2024 № 85-п, в котором прописан порядок проведения аукциона. Участник аукциона должен зарегистрироваться на электронной площадке, подать заявку в электронной форме в пределах срока, указанного в извещении о проведении такого аукциона. Для участия в аукционе претендент предоставляет документы:

- копии документов, удостоверяющих личность заявителя (для граждан);

- свидетельства об уплате задатка;

- банковские реквизиты получателя для возврата задатка.

Победителем аукциона в электронной форме признается участник аукциона, предложивший наибольшую цену договора аренды. После проведения аукциона составляется протокол определения победителя в электронной форме. Информация о результатах аукциона размещается в открытой части электронной площадки. Победитель аукциона получает уведомление о признании его победителем. Через 10 дней со дня публикации итогов аукциона на официальном сайте победитель аукциона и арендодатель заключают договор аренды земельного участка.

В ходе исследования особенностей договора аренды земельного участка из муниципальной собственности рассмотрены примеры двух договоров, заключаемых, как в первом случае, без проведения торгов и по результатам аукциона, как во втором случае.

Первый договор аренды заключен без проведения торгов поскольку земельный участок с кадастровым номером 55:11:010118:196 находится в муниципальной собственности и арендодателем является Администрация Любинского городского поселения [14]. Срок действия договора аренды установлен два года. Согласно предмету договора, арендодатель предоставляет в аренду земельный участок с кадастровым номером 55:11:010118:196, относящийся к категории земель населенных пунктов. Участок имеет общую площадь 63,0 кв. м с разрешенным использованием: для посадки овощей. На фрагменте публичной кадастровой карты представлены сведения об арендуемом земельном участке (рис. 3).

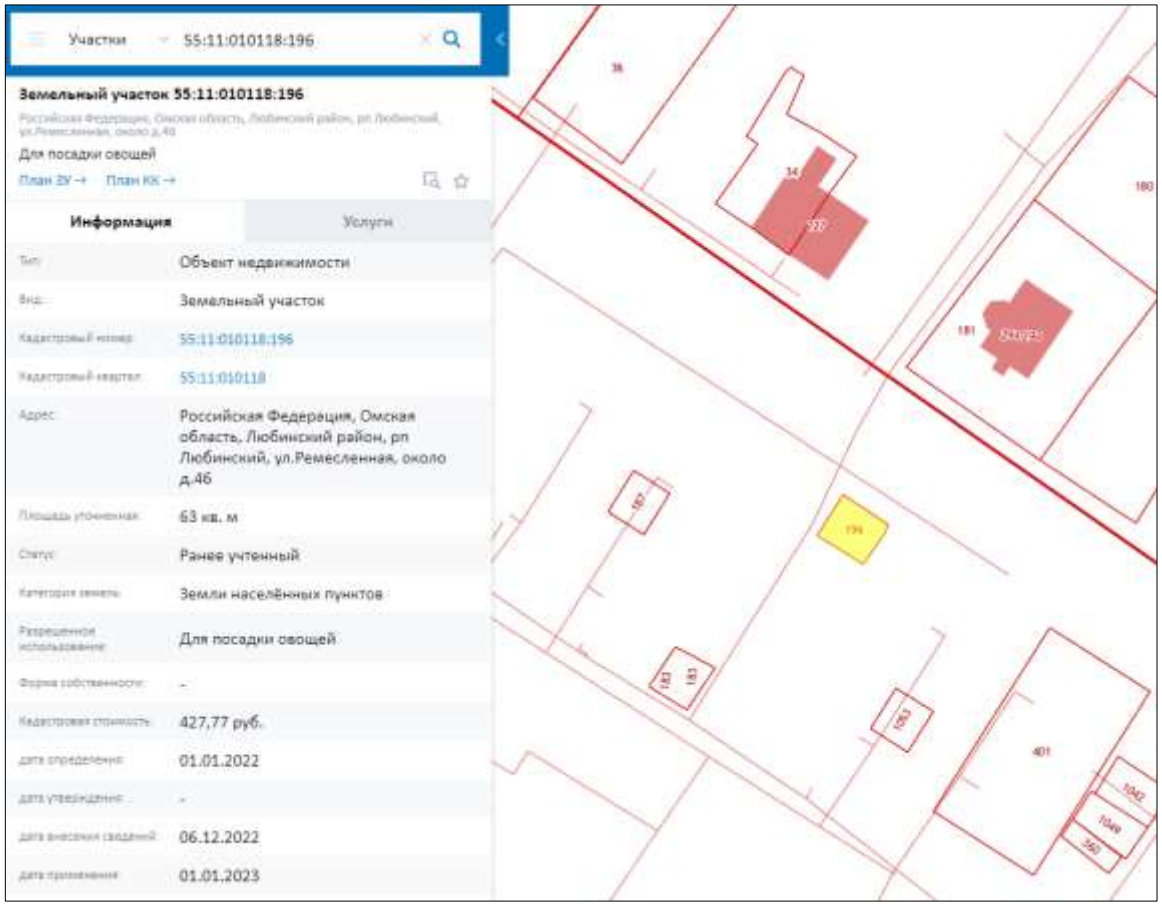

Рисунок 3 – Схема расположения земельного участка, предоставленного в аренду без проведения торгов

Второй договор аренды заключен с проведением аукциона. Арендодателем также является Администрация Любинского городского поселения. Договор аренды был заключен на 3 года. По данному договору, в аренду предоставляется земельный участок с кадастровым номером 55:11:010109:430, относящийся к землям населенных пунктов. Участок общей площадью 1051,0 кв. м с видом разрешенного использования: блокированная жилая застройка. На рисунке 4 представлены сведения об арендуемом земельном участке с публичной кадастровой карты.

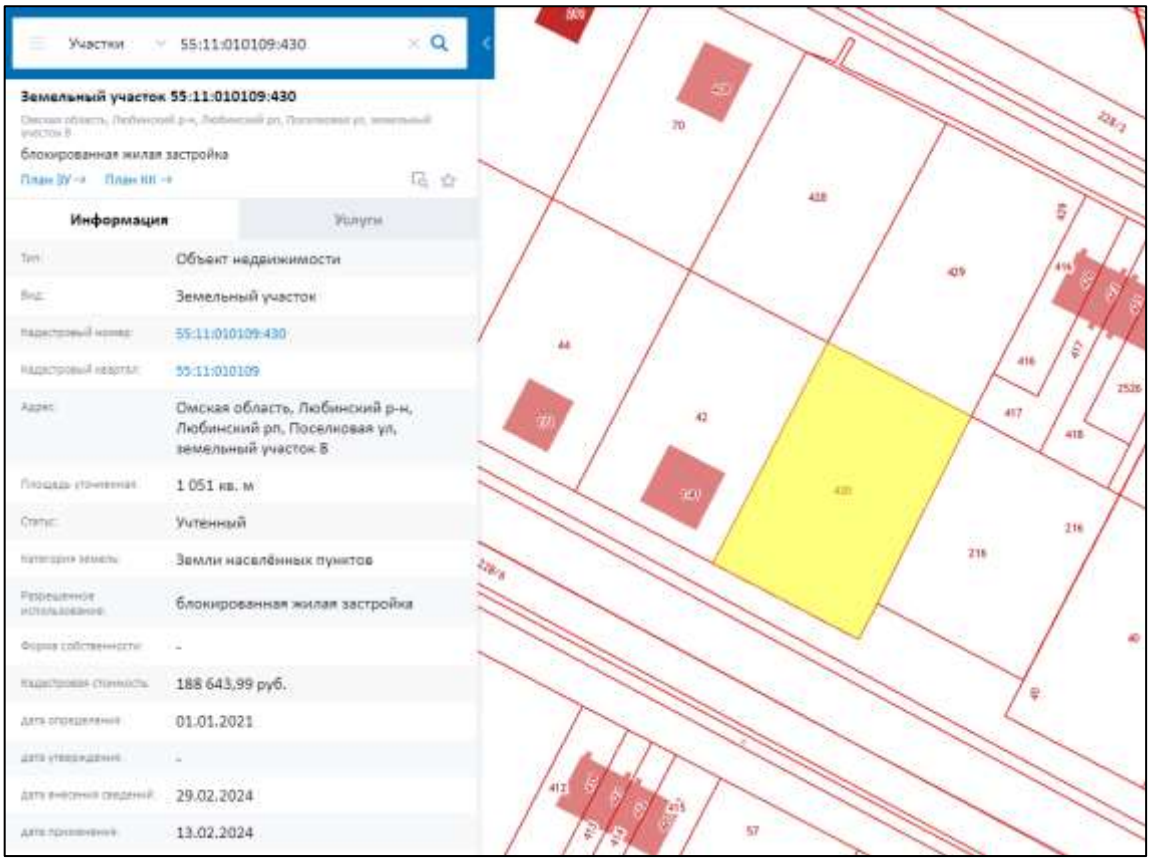

Рисунок 4 – Схема расположения земельного участка, предоставленного в аренду с проведением аукциона

Два этих договора имеют пункты, которые никак не отличаются, а именно: права и обязанности сторон; ответственность сторон; изменение, расторжение и прекращение договора; рассмотрение и урегулирование споров; особые условия договора; адреса, реквизиты и подписи сторон. Также, в обоих договорах прописывается арендодатель от имени муниципального образования в лице главы администрации поселения. Указывается, кто является арендатором, паспортные данные и адрес проживания.

Но отличием является то, что в договоре аренды с проведением аукциона, предоставляется свидетельство о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, где указывается номер и дата регистрации, а также кем и где выдан. В договоре аренды земельного участка без проведения торгов, в пункте «Предмет договора» указывается, что участок предоставляется в соответствии с п. 19 ст. 39.6 Земельного кодекса РФ, а в договоре аренды с проведением аукциона, участок предоставляется на основании протокола о результатах аукциона. Также, договор аренды с проведение аукциона арендатор

обязан зарегистрировать в течение месяца с момента подписания обеими сторонами.

В пункте «Размер и условия внесения арендной платы» в обоих договорах указывается размер арендной платы. В договоре аренды земельного участка с проведением аукциона, размер арендной платы устанавливается на весь период заключения договора и пересмотру не подлежит. А вот, согласно договору аренды без проведения торгов, размер арендной платы может быть изменен Арендодателем без согласия Арендатора не чаще одного раза в год. В данном договоре, также прописываются возможные условия, по которым арендная плата может быть изменена.

Кроме вышеперечисленного, договора аренды отличаются способом расчета величины арендной платы.

На основании постановления Правительства РФ от 16.07.2009 N 582 (ред. от 10.02.2023), размер арендной платы, при аренде земельных участков муниципальной собственности, определяется одним из следующих способов:

1) на основании кадастровой стоимости земельных участков;

2) по итогам аукциона;

3) в соответствии со ставками арендной платы, утвержденными Федеральной службой государственной регистрации, кадастра и картографии [15].

В случае предоставления земельного участка в аренду без проведения торгов, величина арендной платы определяется пропорционально кадастровой стоимости земельного участка. В нашем случае, за земельный участок площадью 63 кв. м, предназначенный для посадки овощей, годовой объём арендной платы определен в сумме 3,56 руб.

При заключении договора аренды земельного участка на аукционе, арендная плата определяется на основе результатов этого аукциона. Для земельного участка площадью 1051,0 кв.м, предназначенного для блокированной жилой застройки, арендные платежи равны величине начальной стоимости ставки (только один земельный участок принял участие в аукционе) и составил 22733,13 руб.

Арендная плата для обоих земельных участков возмещается один раз в год с марта по апрель.

Выводы. Таким образом, анализ аренды земельных участков, находящихся в муниципальной собственности позволил сделать вывод о том, что в Любинском районе Омской области аренда земель – это один из преобладающих видов сделок с земельными участками, находящимися в муниципальной собственности. Предмет исследования – аренда земельных участков муниципальной собственности остается актуальным и вызывает интерес к данному виду сделок со стороны участников рынка земли [16]. В исследовании раскрыты особенности процедуры заключения договора, его содержания и расчета величины арендной платы. Для потенциальных арендаторов выявленные особенности могут иметь существенное значение для совершения сделки аренды земельных участков из муниципальной собственности.

Литература

1. Кальянова, А. И. О правовых аспектах договора аренды земельного участка под застройку / А. И. Кальянова. // Молодой ученый. — 2020. — № 22 (312). — С. 259-262. — URL: https://moluch.ru/archive/312/71016/.
2. Балдаева, Р. А. О некоторых особенностях договора аренды земель сельскохозяйственного назначения / Р.А. Балдаева // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, 2020. - № 7. – С. 106-110. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-nekotoryh-osobennostyah-dogovora-arendy-zemel-selskohozyaystvennogo-naznacheniya.
3. Умаров, А. С. Договор аренды земельных участков: содержание и порядок заключения / А.С. Умаров // Экономика и социум. – 2020. - № 7 (74). – С. 449-453. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dogovor-arendy-zemelnyh-uchastkov-soderzhanie-i-poryadok-zaklyucheniya.
4. Гражданский кодекс РФ : Федеральный закон от 26.01.1996 N 14-ФЗ – Текст: электронный // КонсультантПлюс : информационно-правовой портал. – Москва. – Загл. с титул. экрана. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/8e256230160d28d197e580c7b426efaffbb4e140/.
5. Об утверждении Порядка определения размера арендной платы за земельные участки, находящиеся в собственности Омской области, и земельные участки,

государственная собственность на которые не разграничена, предоставленные в аренду без торгов, и внесении изменений в постановление Правительства Омской области от 05 октября 2015 года № 275-п : Постановление Правительства Омской области от 26.12.2018 года № 419-п. – Текст: Электронный // Официальное опубликование правовых актов – URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/5500201812270021?index=1

6. Условия договора аренды земельного участка: объект, срок и другие. – Текст : электронный // Европейская Юридическая Служба – дистанционный сервис юридических консультаций – Официальный сайт. – URL: https://els24.com/article/714-usloviya-dogovora-arendy-zemelnogo-uchastka-obekt-srok-i-drugie/.
7. Пронина, С.В. Гражданско-правовое регулирование договора аренды земельных участков / С. В. Пронина // Epomen.Global. — 2022. — № 25. — С. 208-213. — URL: https://reader.lanbook.com/journalArticle/708494#1.
8. Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 N 136-ФЗ (ред. от 16.02.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2022): [Принят Государственной Думой 28 сентября 2001 года: одобрен Советом Федерации 10 октября 2001 года]. – Текст: электронный // Гарант : информационно-правовой портал. – Москва, 2022. – Загл. с титул. экрана. – URL: http://base.garant.ru/12124624/
9. Доклад о состоянии и использовании земель в Омской области в 2022 году / Упр. федер. агентства кадастра объектов недвижимости по Ом. обл. – Омск : [б. и.], 2022. - 107 с.
10. Хоречко, И. В. Анализ организации использования земель в Колосовском муниципальном районе Омской области / И. В. Хоречко, М. Н. Веселова // International Agricultural Journal. – 2023. – Т. 66, № 5. – DOI 10.55186/25876740_2023_7_5_26. – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=54782816
11. Веселова, М. Н., Хоречко, И. В. Аренда земельных участков, находящихся в муниципальной собственности / М.Н. Веселова, И.В. Хоречко // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral», 2022. - №

5. – С. 1408-1424. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/arenda-zemelnyh-uchastkov-nahodyaschihsya-v-munitsipalnoy-sobstvennosti

12. Щерба, В. Н. Особенности аренды земельного участка из муниципальной собственности для сельскохозяйственного производства / В. Н. Щерба, Д. Доманская // Устойчивое развитие земельно-имущественного комплекса муниципального образования: землеустроительное, кадастровое и геодезическое сопровождение : Сборник материалов I Национальной научно-практической конференции, Омск, 15 октября 2020 года. – Омск: Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина, 2020. – С. 636-642. – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=44292921
13. Административный регламент предоставления муниципальной услуги «Предоставление земельного участка, находящегося в муниципальной собственности, земельного участка, государственная собственность на который не разграничена, без проведения торгов» от 05.09.2022 года № 261-п. – Текст: электронный // Официальный сайт Администрации Любинского городского поселения Омской области – URL: https://lyubinskoe-r52.gosweb.gosuslugi.ru/netcat_files/userfiles/Reglamenty/pos.2022-09-05-2611.pdf.
14. Воробьев Н.И., Воробьева Л.В., Майборода В.А., Томтосов А.А. Комментарий к главе V.1. "Предоставление земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности" Земельного кодекса Российской Федерации от 25 октября 2001 г. № 136-ФЗ. Москва, 2017. URL: https://www.consultant.ru/law/podborki/predostavlenie_zemelnyh_uchastkov_obschestvennym_organizaciyam/
15. Об основных принципах определения арендной платы при аренде земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, и о Правилах определения размера арендной платы, а также порядка, условий и сроков внесения арендной платы за земли, находящиеся в собственности Российской Федерации : Постановление Правительства РФ от 16 июля 2009г. № 582 (ред. от 10.02.2023). – Текст: электронный // КонсультантПлюс : информационно-правовой портал. – Москва. – Загл. с титул. экрана. – URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_89826/0a80bbb9b7708216e4db9c192ffce0a50da4222d/

16. Farmer, C. What is an Agreement to Lease Land? // LegalVision. – URL: https://legalvision.co.uk/commercial-lease-property/lease-for-land/

References

1. Kal'yanova, A. I. O pravovykh aspektakh dogovora arendy zemel'nogo uchastka pod zastroiku / A. I. Kal'yanova. // Molodoi uchenyi. — 2020. — № 22 (312). — S. 259-262. — URL: https://moluch.ru/archive/312/71016/.
2. Baldaeva, R. A. O nekotorykh osobennostyakh dogovora arendy zemel' sel'skokhozyaistvennogo naznacheniya / R.A. Baldaeva // Gumanitarnye, sotsial'no-ehkonomicheskie i obshchestvennye nauki, 2020. - № 7. – S. 106-110. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-nekotoryh-osobennostyah-dogovora-arendy-zemel-selskohozyaystvennogo-naznacheniya.
3. Umarov, A. S. Dogovor arendy zemel'nykh uchastkov: soderzhanie i poryadok zaklyucheniya / A.S. Umarov // Ehkonomika i sotsium. – 2020. - № 7 (74). – S. 449-453. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dogovor-arendy-zemelnyh-uchastkov-soderzhanie-i-poryadok-zaklyucheniya.
4. Grazhdanskii kodeks RF : Federal'nyi zakon ot 26.01.1996 N 14-FZ – Tekst: ehlektronnyi // Konsul'tanTPlyus : informatsionno-pravovoi portal. – Moskva. – Zagl. s titul. ehkrana. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/8e256230160d28d197e580c7b426efaffbb4e140/.
5. Ob utverzhdenii Poryadka opredeleniya razmera arendnoi platy za zemel'nye uchastki, nakhodyashchiesya v sobstvennosti Omskoi oblasti, i zemel'nye uchastki, gosudarstvennaya sobstvennost' na kotorye ne razgranichena, predostavlennye v arendu bez torgov, i vnesenii izmenenii v postanovlenie Pravitel'stva Omskoi oblasti ot 05 oktyabrya 2015 goda № 275-p : Postanovlenie Pravitel'stva Omskoi oblasti ot 26.12.2018 goda № 419-p. – Tekst: Ehlektronnyi // Ofitsial'noe opublikovanie pravovykh aktov. – URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/5500201812270021?index=1

6. Usloviya dogovora arendy zemel'nogo uchastka: ob''ekt, srok i drugie. – Tekst : ehlektronnyi // Evropeiskaya Yuridicheskaya Sluzhba – distantsionnyi servis yuridicheskikh konsul'tatsii – Ofitsial'nyi sait. – URL: https://els24.com/article/714-usloviya-dogovora-arendy-zemelnogo-uchastka-obekt-srok-i-drugie/.
7. Pronina, S.V. Grazhdansko-pravovoe regulirovanie dogovora arendy zemel'nykh uchastkov / S. V. Pronina // Epomen.Global. — 2022. — № 25. — S. 208-213. — URL: https://reader.lanbook.com/journalArticle/708494#1.
8. Zemel'nyi kodeks Rossiiskoi Federatsii ot 25.10.2001 N 136-FZ (red. ot 16.02.2022) (s izm. i dop., vstup. v silu s 01.03.2022): [Prinyat Gosudarstvennoi Dumoi 28 sentyabrya 2001 goda: odobren Sovetom Federatsii 10 oktyabrya 2001 goda]. – Tekst: ehlektronnyi // Garant : informatsionno-pravovoi portal. – Moskva, 2022. – Zagl. s titul. ehkrana. – URL: http://base.garant.ru/12124624/
9. Doklad o sostoyanii i ispol'zovanii zemel' v Omskoi oblasti v 2022 godu / Upr. feder. agentstva kadastra ob''ektov nedvizhimosti po Om. obl. – Omsk : [b. i.], 2022. - 107 s.
10. Khorechko, I. V. Analiz organizatsii ispol'zovaniya zemel' v Kolosovskom munitsipal'nom raione Omskoi oblasti / I. V. Khorechko, M. N. Veselova // International Agricultural Journal. – 2023. – T. 66, № 5. – DOI 10.55186/25876740_2023_7_5_26. – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=54782816
11. Veselova, M. N., Khorechko, I. V. Arenda zemel'nykh uchastkov, nakhodyashchikhsya v munitsipal'noi sobstvennosti / M.N. Veselova, I.V. Khorechko // Mezhdunarodnyi zhurnal prikladnykh nauk i tekhnologii «Integral», 2022. - № 5. – S. 1408-1424. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/arenda-zemelnyh-uchastkov-nahodyaschihsya-v-munitsipalnoy-sobstvennosti
12. Shcherba, V. N. Osobennosti arendy zemel'nogo uchastka iz munitsipal'noi sobstvennosti dlya sel'skokhozyaistvennogo proizvodstva / V. N. Shcherba, D. Domanskaya // Ustoichivoe razvitie zemel'no-imushchestvennogo kompleksa munitsipal'nogo obrazovaniya: zemleustroitel'noe, kadastrovoe i geodezicheskoe soprovozhdenie : Sbornik materialov I Natsional'noi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Omsk, 15 oktyabrya 2020 goda. – Omsk: Omskii gosudarstvennyi

agrarnyi universitet imeni P.A. Stolypina, 2020. – S. 636-642. – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=44292921

13. Administrativnyi reglament predostavleniya munitsipal'noi uslugi «Predostavlenie zemel'nogo uchastka, nakhodyashchegosya v munitsipal'noi sobstvennosti, zemel'nogo uchastka, gosudarstvennaya sobstvennost' na kotoryi ne razgranichena, bez provedeniya torgoV» ot 05.09.2022 goda № 261-p. – Tekst: ehlektronnyi // Ofitsial'nyi sait Administratsii Lyubinskogo gorodskogo poseleniya Omskoi oblasti – URL: https://lyubinskoe-r52.gosweb.gosuslugi.ru/netcat_files/userfiles/Reglamenty/pos.2022-09-05-2611.pdf.
14. Vorob'ev N.I., Vorob'eva L.V., Majboroda V.A., Tomtosov A.A. Kommentarij k glave V.1. "Predostavlenie zemel'nyh uchastkov, nahodyashchihsya v gosudarstvennoj ili municipal'noj sobstvennosti" Zemel'nogo kodeksa Rossijskoj Federacii ot 25 oktyabrya 2001 g. № 136-FZ. Moskva, 2017. URL: https://www.consultant.ru/law/podborki/predostavlenie_zemelnyh_uchastkov_obschestvennym_organizaciyam/
15. Ob osnovnykh printsipakh opredeleniya arendnoi platy pri arende zemel'nykh uchastkov, nakhodyashchikhsya v gosudarstvennoi ili munitsipal'noi sobstvennosti, i o Pravilakh opredeleniya razmera arendnoi platy, a takzhe poryadka, uslovii i srokov vneseniya arendnoi platy za zemli, nakhodyashchiesya v sobstvennosti Rossiiskoi Federatsii : Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 16 iyulya 2009g. № 582 (red. ot 10.02.2023). – Tekst: ehlektronnyi // Konsul'tantPlyus : informatsionno-pravovoi portal. – Moskva. – Zagl. s titul. ehkrana. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_89826/0a80bbb9b7708216e4db9c192ffce0a50da4222d/
16. Farmer, Clare What is an Agreement to Lease Land? // LegalVision. – URL: https://legalvision.co.uk/commercial-lease-property/lease-for-land/

© Веселова М.Н., Хоречко И.В. 2025 Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №2/2025.
Для цитирования: Веселова М.Н., Хоречко И.В. АНАЛИЗ АРЕНДЫ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ЛЮБИНСКОМ МУНИЦИПАЛЬНОМ РАЙОНЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ // Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №2/2025.

Столыпинский вестник

Научная статья
Original article
УДК 339.138

ОСОБЕННОСТИ БРЕНДИНГА ИНФОРМАЦИОННОГО СМИ В ПАРАДИГМЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

FEATURES OF BRANDING OF INFORMATION MEDIA IN THE PARADIGM OF DIGITAL MARKETING

Агафонова Ирина Васильевна, кандидат философских наук, доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента, ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» (620144 Россия, г. Екатеринбург, 8 Марта/Народной Воли, д. 62/45), ORCID: https://orcid.org/0009-0006-5275-4527, тел. 8(343) 283-12-96, iris.iva@yandex.ru

Мамин Александр Алексеевич, магистрант, руководитель отдела маркетинга журнала «Академия Бизнеса» (620000 Россия, г. Екатеринбург, ул. Луначарского, д. 80, тел. 8(343)288-25-05, alexander.ab-express@yandex.ru

Agafonova Irina Vasilievna, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Marketing and International Management, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural State University of Economics" (620144 Russia, Yekaterinburg, 8 Marta/Narodnoy Voli, 62/45), ORCID: https://orcid.org/0009-0006-5275-4527, tel. 8 (343) 283-12-96, iris.iva@yandex.ru

Mamin Alexander Alekseevich, Master's student, Head of the Marketing Department of the magazine "Academy of Business" (620000 Russia, Yekaterinburg, Lunacharsky St., 80, tel. 8 (343) 288-25-05, alexander.ab-express@yandex.ru

Аннотация. В статье исследуется феномен брендинга в контексте цифровой трансформации медиапространства. Основное внимание уделяется особенностям формирования и продвижения СМИ-бренда применительно к специализированным информационно-аналитическим изданиям. Исследование направлено на выявление ключевых факторов, определяющих результативность бренд-стратегий в условиях цифровизации и высокой конкуренции. В рамках исследования анализируются трансформация восприятия медиабрендов пользователями, влияние цифровых инноваций на их развитие, включая процессы конвергенции медиаплатформ. Особое внимание уделяется практическим аспектам усиления медийного бренда, среди которых выделяются эмоциональный дизайн, мультимедийность, персонализация контента и омниканальные стратегии взаимодействия с аудиторией. Представлен пример успешной практики российского издания «Тинькофф-Журнал», подтверждающий значимость качественного контента, интерактивности и аналитических инструментов для устойчивого развития медиабизнеса. Исследование подчеркивает необходимость соблюдения высоких стандартов достоверности и адаптивности контента, регулярной модернизации бренд-политики современных СМИ для укрепления лояльности аудитории и повышения доходности изданий.

Abstract. The article examines the phenomenon of branding within the context of digital transformation in media space. Primary focus is given to the specificities of forming and promoting media brands, particularly for specialized information-analytical publications. The study aims to identify key factors determining the effectiveness of brand strategies in conditions of digitalization and intense competition. Within the research framework, the analysis covers the transformation of media brand perception by users, the impact of digital innovations on brand development, including media platform convergence processes. Special attention is devoted to practical aspects of strengthening media brands, particularly emotional design, multimedia approaches, content personalization and omnichannel audience engagement strategies. The study presents a case example of the successful Russian publication "Tinkoff Journal," which demonstrates the importance of high-quality content, interactive features, analytical tools for sustainable media business development. The research emphasizes the necessity of maintaining high standards of

content reliability and adaptability, regularly modernizing brand strategies in contemporary media to strengthen audience loyalty and enhance publication profitability.

Ключевые слова: *брендинг, цифровой маркетинг, СМИ-бренд, конвергенция технологий, совместное создание ценности, деятельностная субъектность потребителя*

Keywords: *branding, digital marketing, media brand, technology convergence, collaborative value creation, activity-based subjectivity of the consumer.*

Введение

В условиях нарастающей цифровизации медиаиндустрии происходят фундаментальные изменения в способах создания, распространения и восприятия информационного контента. Современные интернет-ресурсы значительно сокращают время на поиск необходимой информации и предлагают широкий спектр инструментов для удовлетворения потребностей разных пользовательских групп.

Развитие цифровых технологий значительно расширяет возможности коммуникации с потребителем информации. Концепт «цифрового маркетинга» включает в себя более обширную область применения по сравнению с интернет-маркетингом. Цифровой маркетинг выходит за рамки интернет-пространства, применяя различные инструменты и технологии, которые не обязательно требуют подключения к глобальной сети, например, офлайн-инструменты на электронных носителях вне сети. Для каждого клиента подбираются средства коммуникации, наиболее эффективные с точки зрения оптимизации взаимодействия с аудиторией. Комплексный подход и разнообразие инструментов составляют основу цифрового маркетинга (Коньков, Парахина, 2022).

Актуализация темы брендинга на рынке СМИ обусловлена стремительным развитием цифровых технологий и массовой цифровизацией медийного пространства. Поскольку количество информации и ее источников растет экспоненциально, аудитория неизбежно сталкивается с проблемой выбора надежных и интересных каналов. Именно сильный бренд помогает СМИ выгодно выделиться на фоне конкурентов и добиться лояльности аудитории. Брендинг,

понимаемый в контексте данного исследования как процесс создания и продвижения уникального образа медиа-издания или канала, приобретает статус ключевого инструмента обеспечения конкурентоспособности информационных СМИ.

Цель настоящего исследования – выявить условия эффективного брендинга на рынке информационных СМИ в парадигме цифрового маркетинга.

Результаты и обсуждение

Роль брендинга для цифровых информационных СМИ

Бренды в медиапространстве начинают играть роль не только носителей информации, но и важнейших игроков в формировании общественного мнения и потребительских предпочтений. Брендирование информационных СМИ в парадигме цифрового маркетинга способствует созданию уникального образа, узнаваемости компании в целом и усилению ее конкурентных позиций. СМИ-бренд ассоциируется у аудитории с профессионализмом, солидарными ценностями, качеством контента и особенным стилем подачи информации (Шкудинова, 2015).

В условиях доступности множества информационных источников брендинг помогает изданию отстроиться от конкурентов, делая СМИ более заметным и запоминающимся за счет уникальности и фирменного стиля. Сильный бренд вызывает доверие аудитории, позволяет привлечь и удерживать ее внимание.

Возможности распространения контента через социальные сети и другие цифровые каналы значительно увеличивает охват аудитории, при этом социальные сети и платформы для комментирования предоставляют пользователям возможность не только потреблять контент, но и активно участвовать в его создании и распространении, что усиливает взаимодействие между СМИ-брендом и аудиторией. Активность пользователей в сети оказывается индикатором эффективности СМИ, поскольку отражает уровень вовлеченности, удовлетворенности и лояльности аудитории. Положительный отклик свидетельствует о высоком качестве контента, его актуальности и релевантности интересам целевой аудитории. Негативный отклик, в свою очередь, может

указывать на изъяны в деятельности СМИ, сигнализировать о необходимости пересмотра стратегии СМИ-бренда.

Кроме того, брендирование СМИ открывает дополнительные возможности для монетизации бизнеса через рекламные интеграции, спонсорские материалы и другие формы сотрудничества.

Таким образом, в цифровой среде брендинг позволяет СМИ гибко и быстро адаптироваться к изменяющимся предпочтениям аудитории, оперативно реагировать на тренды и события, использовать новые каналы и форматы для взаимодействия с подписчиками. Как результат, создание сильных брендов на рынке СМИ способствует увеличению доходности и узнаваемости бизнеса в целом. Их формирование происходит в сложной мультимедийной среде, в которой традиционные и новейшие медиа сосуществуют и активно взаимодействуют в конфигурациях различного типа.

Конвергенция технологий СМИ

Под конвергенцией технологий СМИ мы понимаем процесс слияния и объединения различных технологий и платформ в медиаиндустрии для повышения ее эффективности, в результате которого границы между разными видами медиа стираются, и они начинают взаимодействовать друг с другом, создавая новые форматы контента.

Традиционные СМИ – телевидение и радио – все чаще используют цифровые платформы для распространения своего контента. Новые медиа – социальные сети и блоги – часто становятся новостными источниками и поставщиками информации для традиционных СМИ. В результате появляются мультимедийные форматы, более насыщенные и интересные для аудитории. Интеграция может проявляться также в виде совместных проектов.

Традиционные СМИ, учитывая изменения в поведении пользователей, внедряют интерактивные элементы типа опросов и комментариев. Развитие технологий искусственного интеллекта и Big Data позволяют персонализировать контент, который может быть использован как в традиционных, так и в цифровых медиа.

Перечисленные взаимодействия делают медиаландшафт более разнообразным, предоставляя аудитории больше возможностей для получения информации.

Формирование СМИ-бренда

С начала 2000-х гг. возрастает исследовательский интерес к концепции совместного создания ценности (англ.: co-creation), предложенной Ч. Прахалад и В. Рамасвами, которая рефлексирует существенный сдвиг в отношениях между клиентами и компаниями (Prahalad, Ramaswamy, 2004). Традиционно в маркетинге считалось, что ценность создается производителем и передается потребителю через рыночную сделку. Однако со временем клиент становится активным участником процесса создания ценности продукта или услуги, формируя собственное восприятие бренда и его позиционирование. Осведомленность о бренде, лояльность бренду и ассоциации с брендом играют ключевую роль в построении идентичности и обеспечении его сильного присутствия (Сыропятов, Аренков, 2024). При упоминании бренда у потребителя запускается бессознательный механизм «стимул-реакция»: ассоциируемые с брендом образы и впечатления активизируются в памяти потребителя, влияя на его выбор и дальнейшее поведение.

В логике данной концепции ценность продукта не принадлежит исключительно производителю, а создается усилиями обеих сторон – компании и клиента, повышая вовлеченность и лояльность аудитории, а значит, и уровень удовлетворенности (Миголь, 2018). Идея деятельностной субъектности потребителя получила широкое распространение в современной науке и практиках маркетинга, управления и экономики, отражая перераспределение весов влияния всех участников цепочки создания ценности продукта в сторону потребителя.

Более того, в эпоху цифровизации потребители самостоятельно создают собственный контент вокруг бренда, генерируя дополнительную ценность. Явление приобретает особую выраженность в СМИ и социальных платформах, где пользователи активно распространяют информацию о продуктах и услугах (так называемый эффект «сарафанного радио»), способствуя дополнительному усилению экспоненциальной динамики брендинга.

Формирование и развитие бренда в пространстве информационных СМИ требует особого подхода, включающего интеграцию множества художественных, эстетических и эмоциональных элементов. СМИ работают непосредственно с когнитивным восприятием аудитории. Когнитивный процесс восприятия и усвоения информации неразрывно связан с эмоциональным воздействием, поскольку именно эмоциональные реакции определяют, какие факты запоминаются и как они оцениваются. СМИ влияют на когнитивную карту аудитории, формируя установки, стереотипы и мировоззрение. Через повторение определенных сюжетов, образов и тем создается эффект привычности, который закрепляет в сознании определенную картину мира. СМИ также участвуют в формировании повестки дня, выделяя одни темы и игнорируя другие, что влияет на то, какие вопросы будут занимать сознание общества (Нигматуллина, Павлушкина, 2022). Такая селекция информации может приводить к смещению акцентов в общественном внимании и тем самым влиять на политические, экономические и культурные процессы. В условиях информационной перегрузки современные медиа вынуждены бороться за внимание аудитории, используя разнообразные техники привлечения внимания, в том числе сенсации, скандалы или упрощенные нарративы.

Данный факт накладывает на СМИ сверхответственность за достоверность и объективность предоставляемой информации. Без строгого соблюдения принципов достоверности невозможно формирование сильного и устойчивого СМИ-бренда, создание его положительной репутации.

К ключевым особенностям брендинга в контексте информационных СМИ можно отнести:

– эмоциональный дизайн цифрового продукта (стиль, композиция, цвет, все элементы визуальной идентичности бренда, которые отражают его характер). Например, яркие цвета чаще всего ассоциируются с жизненной силой и динамикой, пастельные – со спокойствием и гармонией.

– консистентность стиля, согласованность всех его элементов, как в физическом, так и цифровом пространстве – сайта, приложения, печатных

материалов, рекламных продуктов, мерча, оформления страниц соцсетей, что в конечном итоге способствует созданию единого узнаваемого образа бренда;

– мультимедийность, понимаемая как соединение вербального, аудио-, видео-, анимационного компонентов, инфографики, что разнообразит наглядные формы представления информации;

– адаптивность к различным платформам и гаджетам для обеспечения доступности контента широкой аудитории;

– персонализация опыта клиентов через уникальные формы подачи информации;

– использование возможностей социальных сетей для продвижения бренда и расширения аудитории;

– интерактивность во взаимодействии с аудиторией через различные формы обратной связи (комментарии, опросы, конкурсы и т.п.).

Таким образом, формирование и развитие СМИ-бренда имеет ряд особенностей и требует соблюдения высоких стандартов достоверности информации для укрепления доверия и уважения аудитории.

Факторы влияния на брендирование СМИ

Брендирование информационных СМИ выполняет ключевую функцию в их позиционировании. Анализ факторов, влияющих на результативность брендинговых стратегий в цифровом пространстве, требует учета целого ряда экономических, социокультурных и социально-психологических аспектов.

К экономическим факторам влияния на эффективность бренда необходимо отнести прежде всего высокий уровень конкуренции в отрасли, что вынуждает компании активно инвестировать в разработку и продвижение уникальных медиапроектов. Важную роль играет ценовый сегмент, в котором работает компания, поскольку он определяет потребительские ожидания от бренда относительно качества и уровня информационного продукта. Кроме того, от размера инвестиций в маркетинговые кампании и стратегии напрямую зависит их масштабность и степень вовлеченности аудитории (Koch, Viererbl, Schulz-Knappe, 2021).

Среди социокультурных факторов отметим систему ценностей, через призму которых происходит восприятие бренда. По сути, это объясняет существующую разницу в отношении потребителей к продуктам или услугам. Например, японская культура традиционно уделяет большое внимание качеству и долговечности продукции (бренд Toyota). Американские компании, такие как Apple и Tesla, строят свою репутацию на инновациях и революционных продуктах. Следование актуальным трендам в дизайне и технологиях делает многие бренды привлекательными для молодого поколения.

В медиапространстве также существует множество примеров, иллюстрирующих влияние социокультурных факторов на восприятие бренда.

Американское издание The New York Times известно качественным контентом и строгими редакционными стандартами. В США этот бренд ассоциируется с надежностью и авторитетным мнением. Однако в других странах его восприятие во многом зависит от отношения к американской политике и медиакультуре.

Катарский телеканал Al Jazeera популярен в арабском мире как важный источник информации, отражающий региональные реалии. Однако в западных странах его часто критикуют за предвзятость в освещении определенных вопросов.

Медиа всегда учитывают региональную специфику, адаптируются к социокультурным условиям, чтобы соответствовать ожиданиям своей аудитории.

Не менее важно учитывать установление эмоциональной связи бренда с потребителями, которые склонны ориентироваться на мнение своего окружения. В частности, в настоящее время особую роль в продвижении брендов играют микроинфлюенсеры. Сотрудничество с блогерами и известными личностями позволяет компаниям выстраивать эффективную коммуникацию с целевой аудиторией. Этот формат маркетинга особенно ценится за нативность, когда реклама воспринимается как органичная часть контента, что способствует формированию доверительных отношений с подписчиками и повышению лояльности к бренду.

В последнее время медийные компании активно используют омниканальную стратегию продвижения и повышения вовлеченности аудитории. Омниканальная стратегия предполагает интеграцию различных каналов коммуникации

пользователей с брендом, включая онлайн (социальные сети, веб-сайты, мобильные приложения) и офлайн платформы (традиционные СМИ, подкасты, выставки, конференции), для обеспечения бесшовного опыта взаимодействия. Для эффективного функционирования омниканальной системы необходимо использовать технологии искусственного интеллекта.

Успешные практики брендинга СМИ

Для формирования идентичности собственного специализированного издания[1], посвященного вопросам налогообложения, представляется целесообразным изучение успешных практик иных медиаресурсов. «Отдельный интерес для… лиц, заинтересованных в продвижении издания, составляет тематический анализ публикуемых в журнале статей, особенно в той части, которая ориентирована на выявление наиболее привлекательных для читателей исследовательских фронтов» (Благинин, Соколова, 2024: 10). Результаты исследований содержательной стороны публикаций демонстрируют преобладание материалов, касающихся цифровизации и информационных технологий (40%), а также экономики и финансов (26%) (Благинин, Соколова, 2024).

Учитывая высокий уровень востребованности материалов по экономической тематике среди читательской аудитории, специализированный журнал по вопросам налогообложения играет важную роль в поддержании актуального информационного поля для профессионалов и широкого круга пользователей. Данный ресурс обеспечивает одновременно прикладную значимость и образовательный эффект, способствуя повышению уровня финансовой грамотности населения.

В ходе исследования стратегий формирования СМИ-брендов и выбора релевантной модели для позиционирования собственного издания был осуществлен анализ деятельности российского онлайн-СМИ «Тинькофф-Журнал» (https://t-j.ru/). «Т-Ж» представляет собой яркий пример успешного брендинга в

[1] Журнал «АБ-Экспресс», являясь крупнейшим региональным аналитическим изданием, специализируется на вопросах налогообложения, бухгалтерского учета, трудового и хозяйственного права. Миссия данного издания направлена на предоставление клиентам максимальной пользы посредством своевременной и корректной уплаты законных налогов.

цифровом маркетинге информационных СМИ. Особое внимание было уделено результатам внедрения цифровых инструментов для создания и поддержания бренда информационных СМИ.

«Т-Ж» – это российское корпоративное онлайн-издание, запущенное в 2014 году. Основное направление журнала – финансовая тематика, однако его содержание охватывает гораздо более широкий спектр актуальных тем от вопросов бизнеса и кредитов до путешествий, здорового образа жизни и развлечений. Такой разнообразный контент позволяет привлечь не только клиентов банка, но и широкую аудиторию молодых, активных и финансово грамотных людей.

Проект активно внедряет разнообразные интерактивные механизмы, такие как тесты, квизы и калькуляторы (например, для расчета ипотечных платежей или составления планов по здоровому образу жизни). Специализированные рубрики, где эксперты отвечают на вопросы читателей, формируют атмосферу доверия и укрепляют репутацию бренда.

«Т-Ж» функционирует как полноценное бренд-медиа с развитым сообществом, где пользователи участвуют в обсуждениях, опросах, делятся своими историями. Лучшие материалы от аудитории публикуются в специальных подборках, что усиливает эмоциональную связь с брендом и способствует повышению лояльности.

Ежедневное обновление контента осуществляется командой профессиональных редакторов, при этом к процессу создания материалов привлекаются внешние авторы и отраслевые эксперты. Это обеспечивает плюрализм мнений, высокую актуальность и качество контента, что соответствует общей концепции бренда.

Эффективность проекта достигается благодаря внедрению передовых цифровых технологий, а именно:

1. оптимизация контента для поисковых систем (SEO) и активная работа в социальных сетях (SMM) обеспечивают рост органического трафика (Donna, Novak, 1997);

2. мультимедийное присутствие включает адаптацию контента под мобильные устройства и активную работу в Telegram и других социальных медиа;

3. единообразие визуальной идентичности (логотип, цветовая палитра, тон сообщений) способствует узнаваемости бренда;

4. интеграция веб-сайта, мобильных приложений, социальных сетей и мессенджеров позволяет охватить максимальную аудиторию (Anjum, More, Ghouri, 2012);

5. использование контекстной рекламы для продвижения статей и новостей через платформы Яндекс.Директ и Google Ads.

Как свидетельствует кейс «Тинькофф-Журнала», высококачественный контент, интерактивные форматы и аналитические данные являются ключевыми факторами успеха медиа-изданий.

Заключение

Повышение конкурентоспособности информационных СМИ в условиях цифровой экономики связано с оптимизацией процессов брендинга и активным внедрением цифровых инструментов. Ключевая стратегия успешного СМИ-бренда включает создание уникального контента, ориентированного на интересы и предпочтения аудитории. Интеграция информационно-коммуникационных технологий и применение digital-инструментария позволяют осуществлять точную сегментацию рынка и персонализировать таким образом контент, повышая вовлеченность пользователей в медиапространстве.

Эффективный брендинг помогает современным СМИ не только успешно конкурировать на рынке, но и формировать устойчивые эмоциональные связи с аудиторией, обеспечивая долгосрочную лояльность и рост доверия целевых групп. Многофакторность реализации стратегии брендинга требует комплексного подхода, учитывающего экономические и социокультурные аспекты, технологический потенциал и способность СМИ оперативно реагировать на изменения медиаландшафта.

Таким образом, устойчивое развитие медиабрендов в современной цифровой среде достигается посредством органичного сочетания классических принципов отрасли, ценностей, созданных совместно с потребителями, и инновационных цифровых решений.

Литература

1. Коньков А.С., Парахина В.Н. Цифровой брендинг и его инструменты // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 12-1(94). С. 176–178. DOI: 10.24412/2411-0450-2022-12-1-176-179. – EDN YILEZQ.

2. Шкудунова Ю.В. Экспликация понятий «солидарность» и «солидаризация» // Фундаментальные исследования. 2015. № 2 (ч. 18). С. 4118–4122. – EDN TWTSPV.

3. Prahalad C., Ramaswamy V. Co-creation experiences: The next practice in value creation // Journal of Interactive Marketing. 2004. Vol. 18. No. 3. Pp. 5–14. DOI: 10.1002/dir.20015.

4. Сыропятов В.В., Аренков И.А. Влияние сервиса поддержки клиентов на ценность бренда и эффективность маркетинговой воронки компании // Управленец. 2024. Т. 15. № 2. С. 96–107. DOI: 10.29141/2218-5003-2024-15-2-7. – EDN QMULBN.

5. Миголь Е.В. Концепция совместного создания ценности и трансформация бизнес-модели: особенности компаний, отличных по типу производства и экономического взаимодействия // Финансы: теория и практика. 2018. № 2. С. 160–170. DOI: 10.26794/2587-5671-2018-22-2-160-170. – EDN XMRJIL.

6. Нигматуллина К.Р., Павлушкина Н.А. Рынок бренд-медиа в России: определения, классификация, характеристики // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2022. № 6. С. 3–27. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2022.327. – EDN QNNNNO.

7. Koch T., Viererbl B., Schulz-Knappe C. How much journalism is in brand journalism? How brand journalists perceive their roles and blur the boundaries between journalism and strategic communication // Journalism. 2021. Pp. 1–18. DOI: 10.1177/14648849211029802. – EDN CAVMEC.

8. Благинин В.А., Соколова Е.В. Наукометрический инструментарий в стратегировании развития научного периодического издания: кейс журнала «Цифровые модели и решения» // Цифровые модели и решения. 2024. Т. 3. № 4. С. 5–26. DOI: 10.29141/2949-477X-2024-3-4-1. – EDN UHQFDU.

9. Donna L., Novak H.T.P. A new marketing paradigm for electronic commerce // The Information Society. 1997. Vol. 13. No. 1. Pp. 43–54. DOI: 10.1080/019722497129278.

10. Anjum A., More V., Ghouri A.M. Social media marketing: a paradigm shift in business // International Journal of Economics Business and Management Studies. 2012. Vol. 1. No. 3. Pp. 96–103.

References

1. Konkov A.S., Parakhina V.N. Digital branding and its tools // Economy and business: theory and practice. 2022. No. 12-1(94). P. 176–178. DOI: 10.24412/2411-0450-2022-12-1-176-179. – EDN YILEZQ.

2. Shkudunova Yu.V. Explication of the concepts of “solidarity” and “solidarization” // Fundamental research. 2015. No. 2 (part 18). P. 4118–4122. – EDN TWTSPV.

3. Prahalad C., Ramaswamy V. Co-creation experiences: The next practice in value creation // Journal of Interactive Marketing. 2004. Vol. 18. No. 3. Pp. 5–14. DOI: 10.1002/dir.20015.

4. Syropyatov V.V., Arenkov I.A. The Impact of Customer Support Service on Brand Value and the Efficiency of the Company's Marketing Funnel // Manager. 2024. Vol. 15. No. 2. Pp. 96–107. DOI: 10.29141/2218-5003-2024-15-2-7. – EDN QMULBN.

5. Migol E.V. The Concept of Joint Value Creation and Business Model Transformation: Features of Companies with Different Types of Production and Economic Interaction // Finance: Theory and Practice. 2018. No. 2. Pp. 160–170. DOI: 10.26794/2587-5671-2018-22-2-160-170. – EDN XMRJIL.

6. Nigmatullina K.R., Pavlushkina N.A. Brand media market in Russia: definitions, classification, characteristics // Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism. 2022. No. 6. Pp. 3–27. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2022.327. – EDN QNNNNO.

7. Koch T., Viererbl B., Schulz-Knappe C. How much journalism is in brand journalism? How brand journalists perceive their roles and blur the boundaries between journalism and strategic communication // Journalism. 2021. Pp. 1–18. DOI: 10.1177/14648849211029802. – EDN CAVMEC.

8. Blaginin V.A., Sokolova E.V. Scientometric tools in strategizing the development of a scientific periodical: the case of the journal "Digital Models and Solutions" // Digital Models and Solutions. 2024. Vol. 3. No. 4. Pp. 5–26. DOI: 10.29141/2949-477X-2024-3-4-1. – EDN UHQFDU.

9. Donna L., Novak H.T.P. A new marketing paradigm for electronic commerce // The Information Society. 1997. Vol. 13. No. 1. Pp. 43–54. DOI: 10.1080/019722497129278.

10. Anjum A., More V., Ghouri A.M. Social media marketing: a paradigm shift in business // International Journal of Economics Business and Management Studies. 2012. Vol. 1.No. 3.Pp. 96–103.

© Агафонова И.В., Мамин А.А., 2025 Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №2/2025.

Для цитирования: Агафонова И.В., Мамин А.А ОСОБЕННОСТИ БРЕНДИНГА ИНФОРМАЦИОННОГО СМИ В ПАРАДИГМЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА // Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №2/2025.

Научная статья
Original article
УДК 338.43

ОБОСНОВАНИЕ ОЦЕНКИ ЗЕМЕЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ОСНОВЕ КАДАСТРОВОЙ СТОИМОСТИ ЗЕМЕЛЬ

JUSTIFICATION OF THE ASSESSMENT OF THE LAND POTENTIAL OF AGRICULTURAL ORGANIZATIONS BASED ON THE CADASTRAL VALUE OF LANDS

Барсукова Галина Николаевна, кандидат экономических наук, профессор кафедры землеустройства и земельного кадастра, ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина» (350044, г. Краснодар, ул. Калинина, 13), тел. 8 (918)389-80-53, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-2730-5475, *galinakgau@yandex.ru*

Пузанова Дарья Сергеевна, магистрант, ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина» (350044, г. Краснодар, ул. Калинина, 13), тел. 8 (988) 348-28-81, daria127@inbox.ru

Barsukova Galina Nikolaevna, Candidate of Economic Sciences, Professor of the Department of Land Management and Land Cadastre, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Kuban State Agrarian University named after I. T. Trubilin” (350044, Krasnodar, Kalinina St., 13), tel. 8 (918) 389-80-53, galinakgau@yandex.ru

Puzanova Daria Sergeevna, master's student, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Kuban State Agrarian University named after I. T.

Trubilin" (350044, Krasnodar, Kalinina St., 13), tel. 8 (988) 348-28-81, daria127@inbox.ru

Аннотация. В научной литературе проявляется интерес к обоснованию методики оценки земельного потенциала сельскохозяйственных организаций с учетом особенностей земельных ресурсов регионов, что обусловило проблематику и актуальность выполненного исследования. Была сформулирована цель – обосновать применение в качестве показателя оценки земельного потенциала сельскохозяйственных организаций коэффициента доходности, определяемого как отношение основного результативного показателя – стоимости валовой продукции – к кадастровой стоимости пашни. Показаны этапы определения кадастровой стоимости земельных участков, приведена последовательность действий по определению их кадастровой стоимости по оценочной группе «Растениеводство». Установлено, что выражение стоимости пашни через ее кадастровую стоимость в современных условиях является наиболее объективным и обоснованным методическим подходом. Уточнено, что процесс кадастровой оценки земель сельскохозяйственного назначения не совершенен, характеризуется рядом проблем, которые в настоящее время решаются. Показана необходимость наряду с показателями экономической эффективности использования пашни в аграрном производстве, учитывать и эффективность эколого-экономическую, отражающую процесс изменения качества земельных угодий, сохранения почвенного плодородия, обеспечения экологической безопасности, для чего необходимы дополнительные исследования. Для реализации земельного потенциала сельскохозяйственных организаций предложены мероприятия по переходу растениеводства Краснодарского края на эколого-ландшафтную организацию территории, проектирование и реализация противоэрозионных мероприятий, разработка адаптивно-ландшафтных систем земледелия с учетом природно-экономических особенностей региона.

Annotation. In the scientific literature, there is interest in substantiating the methodology for assessing the land potential of agricultural organizations taking into

account the characteristics of the land resources of the regions, which determined the problems and relevance of the study. The goal was formulated - to substantiate the use of the profitability coefficient as an indicator for assessing the land potential of agricultural organizations, defined as the ratio of the main performance indicator - the cost of gross output - to the cadastral value of arable land. The stages of determining the cadastral value of land plots are shown, the sequence of actions for determining their cadastral value for the appraisal group "Crop production" is given. It is established that expressing the value of arable land through its cadastral value in modern conditions is the most objective and justified methodological approach. It is clarified that the process of cadastral valuation of agricultural land is not perfect, characterized by a number of problems that are currently being solved. The necessity is shown to take into account ecological and economic efficiency, reflecting the process of changing the quality of land, maintaining soil fertility, ensuring environmental safety, along with the indicators of economic efficiency of using arable land in agricultural production, for which additional research is needed. To realize the land potential of agricultural organizations, measures are proposed to transition crop production in the Krasnodar Territory to ecological and landscape organization of the territory, design and implementation of anti-erosion measures, development of adaptive landscape farming systems taking into account the natural and economic characteristics of the region.

Ключевые слова: оценка земельного потенциала, сельскохозяйственные организации, экономическая эффективность, стоимость валовой продукции, чистый доход, кадастровая стоимость.

Keywords: land potential assessment, agricultural organizations, economic efficiency, value of gross output, net income, cadastral value.

В настоящее время активно проявляется научный интерес к обоснованию методики оценки земельного потенциала сельскохозяйственных организаций с учетом особенностей земельных ресурсов регионов. Уровень использования земельного потенциала может быть определен путем сопоставления результативных показателей аграрного производства в растениеводстве и

стоимости сельскохозяйственных угодий, оцененной по показателям государственной кадастровой оценки, учитывающей их качественную характеристику.

Коэффициент доходности, который будет отражать уровень реализации земельного потенциала, может быть определен как отношение основного результативного показателя – стоимости валовой продукции к кадастровой стоимости пашни:

$$К_{зп} = С_{вп} / П * КС, \quad (1)$$

где $К_{зп}$ – коэффициент доходности земельного потенциала;

$С_{вп}$ – стоимость валовой продукции в ценах фактической реализации, тыс. руб.;

П – площадь пашни, га;

КС – кадастровая стоимость 1 га пашни (сельскохозяйственных угодий), тыс. руб. / га [1].

Выражение стоимости сельскохозяйственных угодий по их кадастровой стоимости считаем объективным и безальтернативным методическим подходом по следующим причинам: государственная кадастровая оценка представляет собой важный инструмент государственного регулирования земельных отношений, позволяющий объективно отражать экономический потенциал земельных ресурсов как ключевого фактора сельскохозяйственного производства, формирует информационную основу для эффективного управления земельным фондом, включая вопросы контроля, рационального использования и охраны земель, кадастровая стоимость сельскохозяйственных угодий дает представление о ценности земель как средстве производства, базируется на концептуальном положении трудовой теории стоимости и теории ренты [1,4,5].

В современной России земельно-оценочная деятельность подвергается жесткому нормативному регулированию, что обусловлено ее сложной правовой природой, находящейся на пересечении гражданско-правовых и социально-экономических отношений (рис.1).



Рисунок 1 – Государственный характер мероприятий по государственной кадастровой оценке сельскохозяйственных земель

Федеральный закон «О государственной кадастровой оценке» от 03.07.2016 № 237–ФЗ (ред. от 19.12.2022) является нормативно-правовым актом, закрепляющим основные положения проведения кадастровой оценки земель. В 2010 г. министерством экономического развития и торговли РФ, был изменен порядок и методика оценки земель сельскохозяйственного назначения, основой расчета стало наиболее эффективное использование (НЭИ) земельного участка, исходя из оптимального зонального севооборота на основе возможного по агроклиматическим параметрам перечня выращиваемых сельскохозяйственных культур [8].

Определение кадастровой стоимости объектов недвижимости включает этапы, приведенные на рисунке 2 [7].

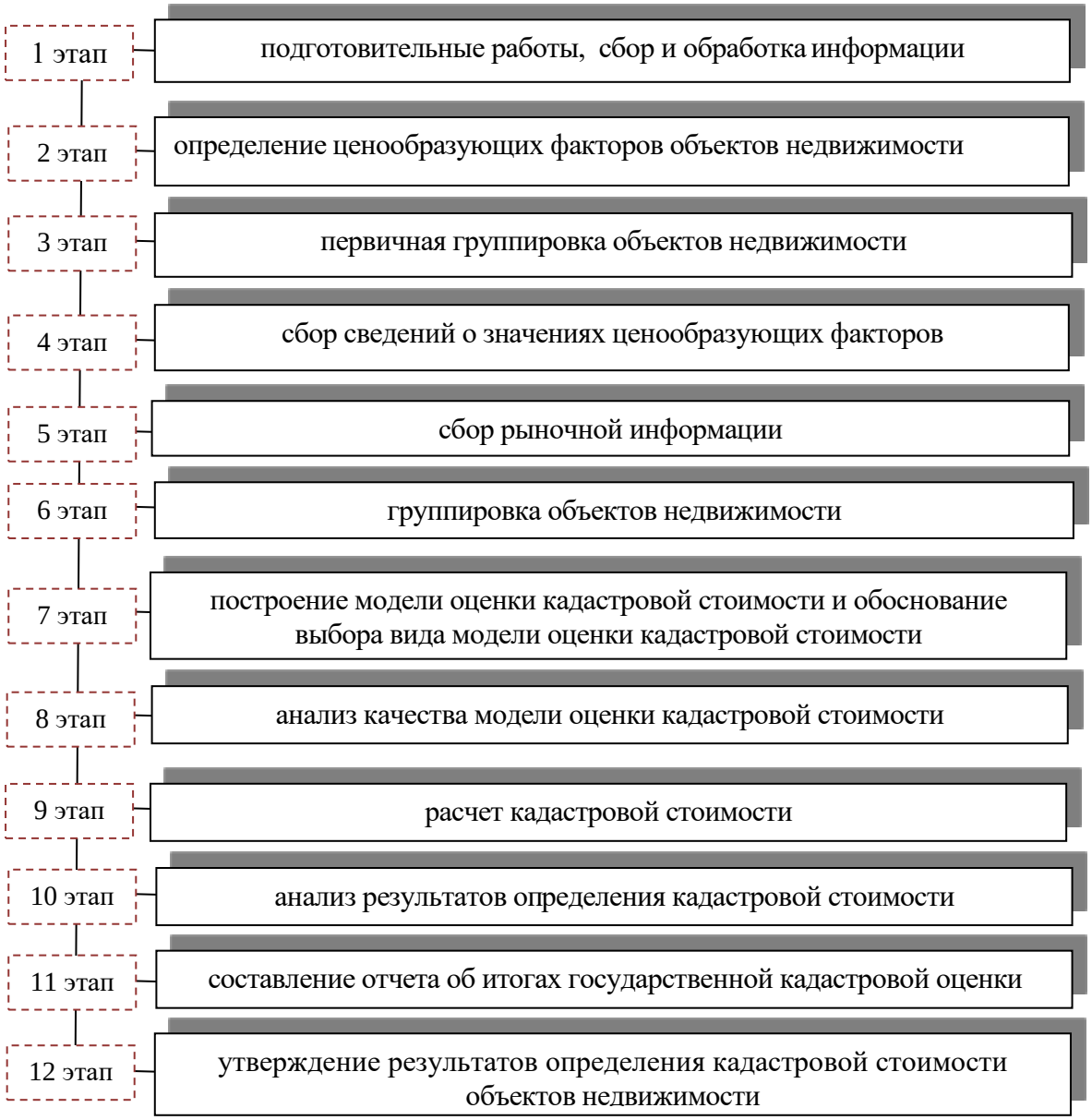

Рисунок 2 – Этапы определения кадастровой стоимости объектов недвижимости

Последовательность действий при определении кадастровой стоимости земельных участков оценочной группы «Растениеводство» приведена на рисунке 3 [7].

Считаем, что методика государственной кадастровой оценки земельных участков для растениеводства, несмотря на имеющиеся сложности и недоработки, дает возможность ее применения для оценки земельного потенциала сельскохозяйственных организаций и крестьянских (фермерских) хозяйств.

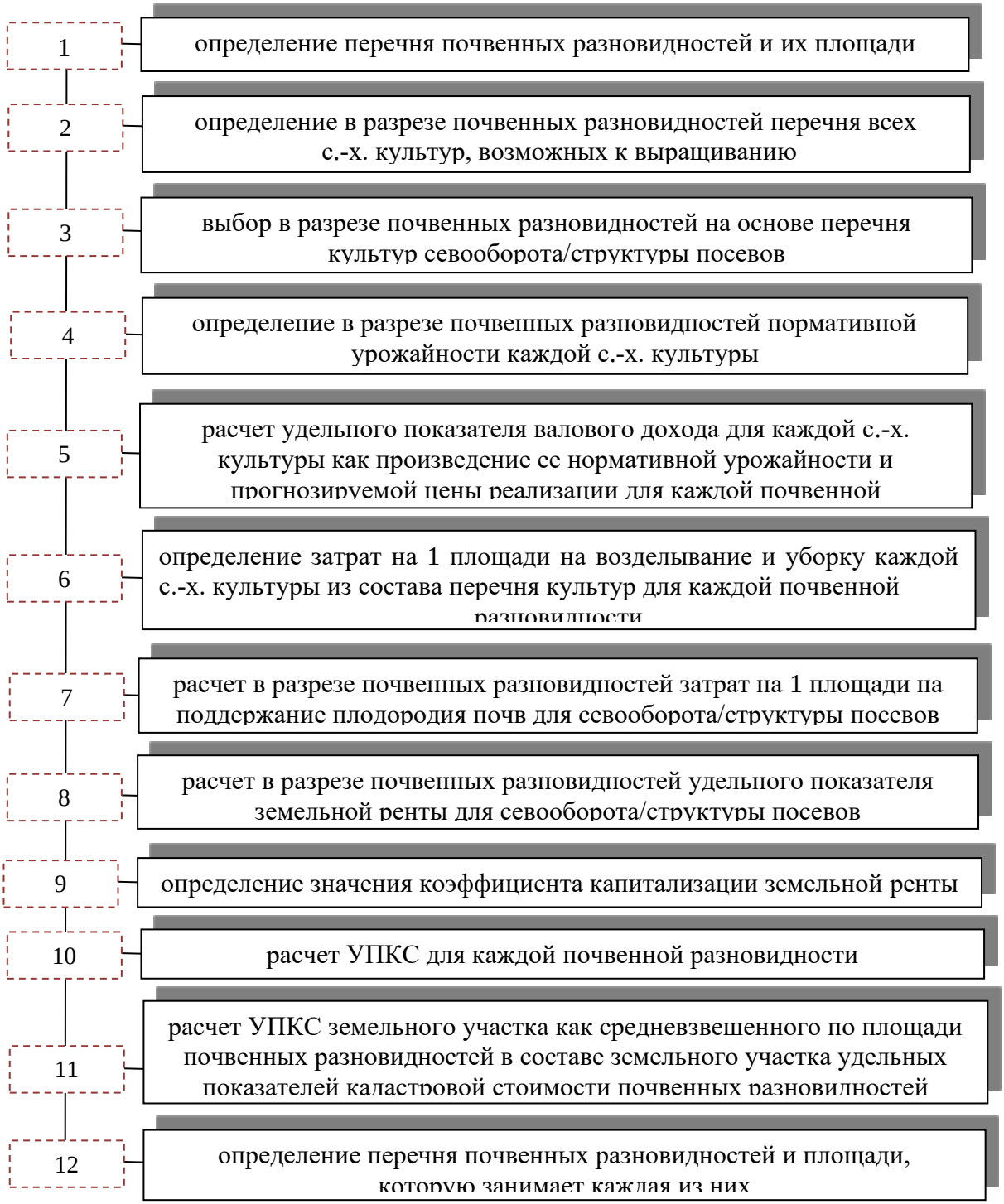

Рисунок 3–Последовательность действий по определению кадастровой стоимости земельных участков оценочной группы «Растениеводство»

При этом следует отметить, что современная система информационного обеспечения государственной кадастровой оценки земель сельскохозяйственного назначения сталкивается с проблемами, снижающими точность и объективность оценочных мероприятий. Это недостаточная актуальность и полнота данных, содержащихся в государственных

информационных ресурсах. Многие сведения, включая качественные характеристики почв, параметры землепользования и данные о правообладателях, обновляются с запозданием, что приводит к использованию устаревшей информации при расчете кадастровой стоимости. Отдельного внимания заслуживает проблема идентификации и учета негативных процессов, влияющих на качество земель. К ним относятся деградация почв, загрязнение, переувлажнение, опустынивание и другие факторы, снижающие продуктивность угодий. Следует указать, что государственная кадастровая оценка лишь косвенно учитывает почвенное плодородие через рекомендуемые нормативные показатели урожайности основных сельскохозяйственных культур. Несовершенство методов мониторинга и отсутствие единой системы учета таких процессов приводят к недооценке их влияния на кадастровую стоимость.

В настоящее время проблемой является разрозненность данных, хранящихся в различных ведомственных системах. Отсутствие эффективного механизма межведомственного обмена информацией между Росреестром, Минсельхозом, региональными органами власти и другими участниками процесса приводит к дублированию сведений, их противоречивости и необходимости ручной обработки. Особенно остро это проявляется при оценке земель сельскохозяйственного назначения, требующей комплексного учета агроэкологических, экономических и правовых параметров. Эта проблема будет решена на основе создания национальной системы пространственных данных (НСПД) [3].

Следует уточнить, что результативным показателем эффективности использования земельных ресурсов в аграрном производстве является и чистый доход с 1 га. Но при этом на его уровень влияет показатель себестоимости продукции, который зависит от внутренних и внешних факторов, не всегда имеющих объективный характер формирования. Нестабильность производства сельскохозяйственных культур может быть преодолена опережением темпов роста урожайности по сравнению с ростом темпов себестоимости продукции за счет внедрения инновационных технологий в результате научно обоснованной

программы повышения эффективности использования и воспроизводства пашни [5].

Следует учитывать, что в современных условиях ограничением для этого процесса должны стать экологические и природоохранные требования. В Краснодарском крае имеет место насыщение севооборотов сахарной свеклой, кукурузой, подсолнечником с нарушением зональных схем чередования культур, что обусловлено стремлением сельскохозяйственных товаропроизводителей к получению максимально возможной прибыли от использования пашни [10]. Поэтому, наряду с экономической эффективностью при оценке земельного потенциала, следует определять эффективность эколого-экономическую, отражающую изменение состояния почвенного плодородия, влияние антропогенной нагрузки на сельскохозяйственные угодья в процессе аграрного производства. В последние десятилетия в результате повышения уровня интенсивности использования сельскохозяйственных угодий ограничиваются возможности восстановления плодородия почв под действием природных и антропогенных факторов. Физическое и химическое истощение почвенного покрова пашни является причиной ежегодного недобора продукции в объеме 120 млн т зерновых на сумму около 350 млрд р. в год [6]. Все более актуальной становится проблема восстановления способности почвы адекватно реагировать на воздействие этих факторов, что может быть осуществлено путем применения современных органических технологий, установления оптимального сочетания земельных, трудовых, материальных ресурсов, определения экономически и экологически оправданного уровня интенсивности и эффективности использования земельно-ресурсного потенциала в процессе аграрного производства [9].

Заключение.

–На современном этапе применение кадастровой стоимости пашни (сельскохозяйственных угодий) для расчета коэффициента доходности, отражающего уровень реализации земельного потенциала, является методически обоснованным и безальтернативным.

–В качестве результативного показателя эффективности использования пашни в аграрном производстве для расчета коэффициента доходности, отражающего уровень реализации земельного потенциала, возможно использование показателей стоимости валовой продукции и чистого дохода.

–Наряду с экономической эффективностью при оценке земельного потенциала, следует определять эффективность эколого-экономическую.

–В целях обеспечения рационального и эффективного использования сельскохозяйственных угодий, как основного элемента земельного потенциала в аграрном производстве, необходимо осуществлять противоэрозионные мероприятия, дифференцированные по природным ландшафтам и агроландшафтам, с учетом видов и степени проявления эрозионных процессов, разрабатывать и внедрять адаптивно-ландшафтные системы земледелия, учитывающие природно-экономические особенности региона на основе государственных и региональных программ по повышению плодородия почв и охране земель [1, 2].

Литература

1. Барсукова, Г. Н. Оценка земельно-ресурсного потенциала сельских территорий / Г. Н. Барсукова, Е. И. Артемова, К. А. Юрченко // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2022. – № 100. – С. 29-36. – DOI 10.21515/1999-1703-100-29-36. – EDN XMROJU.
2. Барсукова, Г. Н. Эколого-ландшафтный подход к организации территории сельскохозяйственных предприятий в условиях трансформации земельных отношений / Г. Н. Барсукова, В. Д. Жуков, Н. М. Радчевский // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2015. – № 52. – С. 19-27. – EDN TWPJGX
3. Бугаевская, В. В., Вершинин, В. В., Мартынова, Д. Ю. Цифровизация землеустройства на основе многофункциональной земельно-информационной системы и геоинформационных технологий: результаты инноваций и проблемы // Международный сельскохозяйственный журнал. — 2023. — Т. 66, № 1 (391). — С. 4-7. — DOI: 10.55186/25876740_2023_66_1_4. URL: https://mshj.ru/wp-

content/uploads/2023/04/MSHJ_2023-1__p_4-7.pdf (дата обращения: 30.11.2024)

4. Галиева Г. М. Теоретико-методологические аспекты оценки потенциала сельского хозяйства региона / Г. М. Галиева // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2019. – № 9. – С. 188-195.
5. Земельные ресурсы сельского хозяйства: управление воспроизводством и экономическая оценка потенциала : монография / А. В. Улезько, В. Э. Юшкова, А. А. Тютюников. – Воронеж : Издательско-полиграфический центр «Научная книга», 2014. – 176 с.
6. Иванов А.Л., Волков С.Н., Савин И.Ю. Почвенно-экономические и инфраструктурные аспекты реализации стратегии развития агропроизводства в России // Бюллетень Почвенного института им. В.В. Докучаева. – 2017. – Вып. 89. – С. 104–120
7. Методические указания о государственной кадастровой оценке утв. приказом Минэкономразвития России от 12 мая 2017 года № 226. // Информационно-правовой портал ГАРАНТ. – Режим доступа: http://base.garant.ru.
8. Сапожников П. М. Проблемы государственной кадастровой оценки земель сельскохозяйственного назначения и пути их решения / П. М. Сапожников, С. И. Носов // Информационный портал саморегулируемой организации оценщиков НП «Кадастр-оценка». – Режим доступа: http://www.kadastrocenkanp.ru/aktualnie%20publikacii/statya-1.php.
9. Яцухно В. М. Агроресурсный потенциал административных районов Беларуси: оценка состояния и современное использование / В. М. Яцухно // Вестник БГУ. Серия 2: Химия. Биология. География. – 2016. – № 3. – С. 144-148.
10. Barsukova, G. N. Ecological factors of increasing the efficiency of the use and protection of protective forest strips / G. N. Barsukova, D. K. Derevenets, E. N. Litra // Improving Energy Efficiency, Environmental Safety and Sustainable Development in Agriculture : International Scientific and Practical Conference,

Saratov, 20–24 октября 2021 года. – London: IOP Publishing Ltd, 2022. – P. 012182. – DOI 10.1088/1755-1315/979/1/012182.

References

1. Barsukova, G. N. Assessment of the land and resource potential of rural areas / G. N. Barsukova, E. I. Artemova, K. A. Yurchenko // Proceedings of the Kuban State Agrarian University. - 2022. - No. 100. - P. 29-36. - DOI 10.21515/1999-1703-100-29-36. - EDN XMROJU.

2. Barsukova, G. N. Ecological and landscape approach to the organization of the territory of agricultural enterprises in the context of the transformation of land relations / G. N. Barsukova, V. D. Zhukov, N. M. Radchevsky // Proceedings of the Kuban State Agrarian University. - 2015. - No. 52. - P. 19-27. – EDN TWPJGX

3. Bugaevskaya, V. V., Vershinin, V. V., Martynova, D. Yu. Digitalization of land management based on a multifunctional land information system and geoinformation technologies: results of innovations and problems // International Agricultural Journal. - 2023. - Vol. 66, No. 1 (391). - P. 4-7. - DOI: 10.55186/25876740_2023_66_1_4. URL: https://mshj.ru/wp-content/uploads/2023/04/MSHJ_2023-1__p_4-7.pdf (date accessed: 30.11.2024)

4. Galieva G. M. Theoretical and methodological aspects of assessing the potential of regional agriculture / G. M. Galieva // Bulletin of the Kursk State Agricultural Academy. – 2019. – No. 9. – P. 188-195.

5. Land resources of agriculture: reproduction management and economic assessment of potential: monograph / A. V. Ulezko, V. E. Yushkova, A. A. Tyutyunikov. – Voronezh: Publishing and printing center "Scientific book", 2014. – 176 p.

6. Ivanov A. L., Volkov S. N., Savin I. Yu. Soil-economic and infrastructural aspects of the implementation of the strategy for the development of agricultural production in Russia // Bulletin of the Soil Institute named after V. V. Dokuchaev. – 2017. – Issue. 89. – P. 104–120

7. Methodological guidelines for the state cadastral valuation approved. by order of the Ministry of Economic Development of Russia dated May 12, 2017 No.

226. // Information and legal portal GARANTEE. - Access mode: http://base.garant.ru.

8. Sapozhnikov P. M. Problems of state cadastral valuation of agricultural lands and ways to solve them / P. M. Sapozhnikov, S. I. Nosov // Information portal of the self-regulatory organization of appraisers NP "Cadastre-assessment". - Access mode: http://www.kadastrocenkanp.ru/aktualnie%20publikacii/statya-1.php.

9. Yatsukhno V. M. Agro-resource potential of administrative districts of Belarus: assessment of the state and modern use / V. M. Yatsukhno // Bulletin of BSU. Series 2: Chemistry. Biology. Geography. - 2016. - No. 3. - P. 144-148.

10.Barsukova, G. N. Ecological factors of increasing the efficiency of the use and protection of protective forest strips / G. N. Barsukova, D. K. Derevenets, E. N. Litra // Improving Energy Efficiency, Environmental Safety and Sustainable Development in Agriculture: International Scientific and Practical Conference, Saratov, October 20–24, 2021. – London: IOP Publishing Ltd, 2022. – P. 012182. – DOI 10.1088/1755-1315/979/1/012182.

©Барсукова Г.Н., Пузанова Д.С., 2025 Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №2/2025.

Для цитирования: Барсукова Г.Н., Пузанова Д.С. **О**боснование оценки земельного потенциала сельскохозяйственных организаций на основе кадастровой стоимости земель//Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» №2/2025.