

УДК 339.138

**НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ: ИЗМЕНЕНИЕ УСТОЯВШИХСЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ
ТЕНДЕНЦИЙ НА ПРИМЕРЕ АВТОРЫНКА**

О.В. Чередниченко

Чередниченко Олег Валерьевич,кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономической теории,
Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия.

РИНЦ SPIN-код: 6501-2200

E-mail: ocheredn@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются проблемы, с которыми российская экономика столкнулась на фоне кризиса эпидемиологического характера, анализируются основные макроэкономические показатели в ретроспективе 2019 – 2021 годов. Делаются выводы о дальнейших перспективах и возможностях российского экономического роста. При этом специфический акцент делается не столько на проблемах, с которыми столкнулась автомобильная отрасль, сколько на изменившихся подходах, принципах и тенденциях ее функционирования. Сложившаяся в период пандемии и вынужденного локдауна ситуация полностью переформировала принципы и «законы» функционирования авторынка, кардинально изменив «правила игры» на нем, поставив покупателя в зависимость от дилеров. Этот факт выступил в качестве катализатора в изменении потребительского поведения домохозяйств. При этом акцент на рассматриваемой отрасли делается в силу ее специфики: именно это направление представляет из себя «лакмусовую бумажку» функционирования российского рынка на современном этапе. Цель исследования – выявить текущие проблемы и изменившиеся форматы функционирования экономики авторынка и определить его ключевые тенденции. При этом определение ключевых тенденций необходимо сформировать как на период ближайших нескольких месяцев, так и в средне-долгосрочной перспективе в периметре ближайших одного – двух лет. Основные задачи исследования – определить ключевые направления трансформации отрасли, реализация которых будет соответствовать ее наиболее эффективному дальнейшему функционированию как с точки зрения потребителя, так и участников на стороне предложения. При определении направлений трансформации отрасли необходимо учесть тот факт, что сформировавшееся в течение 2021 года поведение дилеров толкает новых, причем непрофильных игроков на «вхождение» в рынок, а это – новые риски, связанные с низким уровнем квалификации новых участников. В «Заключении» работы автор сформулировал основные направления сегодняшнего функционирования отрасли, а также прогнозы и динамику ее функционирования в перспективе ближайших шести месяцев с учетом реалий сегодняшнего дня.

Ключевые слова: Римский клуб, авторынок, коронавирус, модель межфирменной кооперации, монетарная политика, располагаемые доходы населения.

UDC 339.138

**NEW REALITY: CHANGING ESTABLISHED ECONOMIC TRENDS
AT THE EXAMPLE OF THE CAR MARKET**

O.V. Cherednichenko

Oleg V. Cherednichenko,
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of economic
theory, Plekhanov Russian University of
Economics, Moscow, Russian Federation.
E-mail: ocheredn@mail.ru

Abstract. *The article discusses the problems that the Russian economy faced against the backdrop of an epidemiological crisis, analyzes the main macroeconomic indicators in the retrospective of 2019-2021. Conclusions are drawn about the future prospects and opportunities for Russian economic growth. At the same time, the specific emphasis is not so much on the problems faced by the automotive industry, but on the changed approaches, principles and trends of its functioning. The situation that developed during the pandemic and the forced lockdown completely reshaped the principles and “laws” of the car market, radically changing the “rules of the game” on it, making the buyer dependent on dealers. This fact acted as a catalyst in changing the consumer behavior of households. At the same time, the emphasis on the industry under consideration is made due to its specificity: it is this direction that is the “litmus test” of the functioning of the Russian market at the present stage. The purpose of the study is to identify current problems and changed formats for the functioning of the car market economy and to identify its key trends. At the same time, the definition of key trends must be formed both for the period of the next few months, and in the medium-long term within the perimeter of the next one or two years. The main objectives of the study are to identify key areas for the transformation of the industry, the implementation of which will correspond to its most effective further functioning, both from the point of view of the consumer and participants on the supply side. When determining the directions for the transformation of the industry, it is necessary to take into account the fact that the behavior of dealers that has formed during 2021 is pushing new, and non-core players to “enter” the market, and these are new risks associated with the low level of qualification of new participants. In the "Conclusion" of the work, the author formulated the main directions of the current functioning of the industry, as well as forecasts and dynamics of its functioning in the future for the next six months, taking into account the realities of today.*

Keywords: *Club of Rome, car market, coronavirus, model of inter-firm cooperation, monetary policy, disposable incomes of the population.*

Введение

Российский автомобильный рынок долгое время выступал в качестве стабильно функционирующей «лакмусовой бумажки» состояния российской экономики в целом. Так было в течение последних, как минимум, 10ти лет. Более того, рассмотрение и использование авторынка именно в таком качестве имеет весьма серьезную историческую основу, уходящую своими корнями в 60-е годы прошлого века. Речь идет о созданном в тот период Римском клубе, начало полноценного функционирования которого тесно переплетается с необходимостью развития автоотрасли: финансирующие в тот период деятельность Клуба итальянская фирма "Фиат" и западногерманский концерн "Фольксвагенверк", были заинтересованы в систематическом анализе перспектив энергетической и сырьевой проблем, с которыми связаны возможности расширения рынков сбыта автомобилей – создание соответствующего отчета было поставлено в качестве задачи для решения со стороны вышеуказанной Международной общественной организации [2,5]. Ученые – кибернетики, экономисты, социологи, а также другие профильные исследователи, привлеченные для разработки сформулированных прогнозов, в своих отчетах охватили более широкий круг вопросов, связанный с глобальными проблемами, что, в свою очередь, трансформировалось в основные задачи, разрешение которых было поставлено участниками Римского клуба в качестве приоритетных целей организации [4,15]:

- дать обществу методичку, с помощью которой можно было бы научно анализировать "затруднения человечества", связанные с физической ограниченностью ресурсов Земли, бурным ростом производства и потребления – этими "принципиальными пределами роста";
- донести до человечества тревогу представителей Клуба относительно критической ситуации, которая сложилась в мире по ряду аспектов;
- "подсказать" обществу, какие меры оно должно предпринять, чтобы "разумно вести дела" и достичь "глобального равновесия".

Таким образом, автомобильная отрасль, выступила в качестве триггера развития одной из важнейших международных общественных организаций, выступающей в качестве современного аналитического центра, которая объединяет представителей мировой политической, финансовой, культурной и научной элиты.

Методы и материалы

Произошедшие изменения двух последних лет, вызванные распространением коронавирусной эпидемии по всему миру, внесли существенные коррективы не только в бизнес-процессы конкретных отраслей, но и в модели функционирования как мировой, так и российской экономики [1]. Статистика мирового выпуска также претерпела существенные и негативные изменения. Динамика изменений в российской экономике, безусловно, отразила тот же тренд. И если рассмотреть начало 2020 года, на который пришелся первый и наиболее значимый «удар» пандемии, то сравнение с аналогичными показателями предшествующего периода (года) выглядит очень показательно [17] (табл.1).

Таблица 1

Основные макроэкономические показатели Iго квартала 2020/2019гг.

	<i>I квартал 2020 г.</i>	<i>В % к I кварталу 2019 г.</i>	<i>Справочно I квартал 2019 г. в % к I кварталу 2018 г.</i>
Валовый внутренний продукт, млрд. руб.	25317,7 ¹⁾	101,6	100,4
Инвестиции в основной капитал, млрд.руб.	2889,3	101,2	100,9
1) первая оценка			

	<i>I полугодие 2020 г.</i>	<i>В % к I полугодию 2019 г.</i>	<i>Справочно I полугодие 2019 г. в % к I полугодию 2018 г.</i>
Реальные располагаемые доходы		96,3 ²⁾	99,7 ³⁾
2) Оценка 3) Предварительные данные			

Такое положение вещей, на 90% было спровоцировано распространением коронавируса по планете. Российский авторынок также подвергся очень значительным изменениям, причем не только в части существенно опережающего темпы инфляции роста цен, но и в части изменения правил работы этого сегмента рынка [6,7]. При этом, если говорить обо всем временном интервале происходящих с марта прошлого года до сегодняшних дней изменений, сложно сказать, что какая-то из сторон (покупатели или автодилеры) оказалась в выигрышном положении. Сегодня и, скорее всего, до середины 2022 года будет существовать рынок продавца, иначе говоря – ограниченного круга дилеров. При этом их сегодняшнее поведение можно сравнить с моделью межфирменной кооперации, однако указанная форма сотрудничества является ответной или защитной мерой со стороны бизнеса обстоятельствам, предшествующим реализации вышеуказанной формы взаимодействия [3]. Стоит отметить, что динамика происходящих изменений настолько скоротечна, что предсказать, «чьим» окажется рынок ко второй половине 2022 года, будет достаточно сложно. Рассмотрим ситуацию во временной хронологии.

Обсуждение

2019 – доковидный год: экономика России показала прирост в 1,3%, при этом рынок продаж новых автомобилей продемонстрировал снижение в 2,3% после рекордного прироста в 12,8% в предшествующем – 2018 году. При этом политика Банка России в 2018 году отражала ее нейтрально-сдерживающую направленность – ключевая ставка находилась в интервале 7,25 – 7,75%, тогда как в 2019 году Центральный Банк начал активное монетарное стимулирование экономики, опустив тот же показатель в 2019 году до значения в 6,25% (Рис.1.)¹.

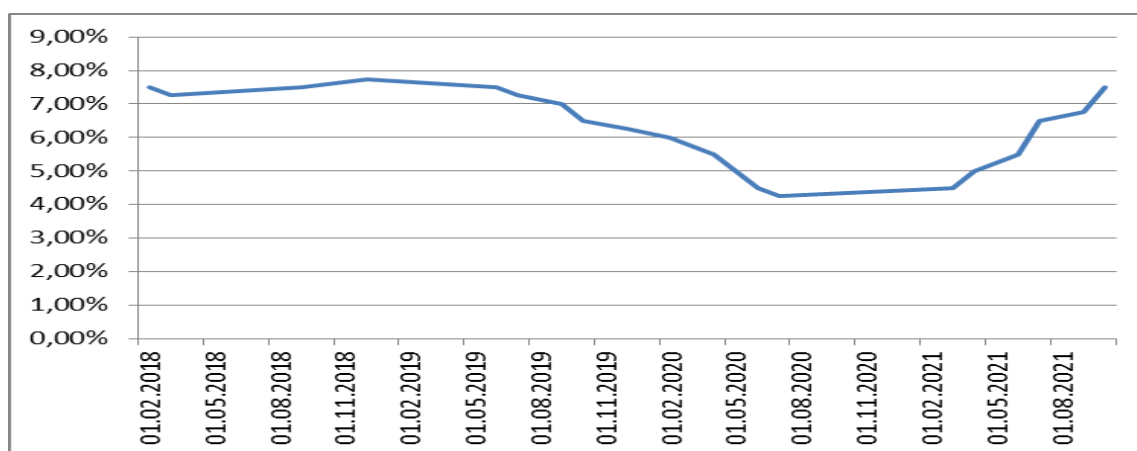


Рисунок - Динамика ключевой ставки в России²

¹ Центральный Банк Российской Федерации [электронный ресурс]. Режим доступа www.cbr.ru

² Составлено автором на основании данных официального сайта Банка России www.cbr.ru

Учитывая, что примерно 40% всех покупок осуществлялось и осуществляется через привлечение целевого автокредита, можно сделать вывод о том, что косвенные стимулирующие меры монетарного характера не помогли авторынку растущей, хоть и темпами, отстающими от целевых значений, российской экономики. Виной сложившейся ситуации стало «отставание» реальных располагаемых доходов населения от темпов планомерного увеличения цен производителями: так реальные располагаемые доходы за 9 месяцев 2019 года выросли всего лишь на 0,8%, в то время как динамика роста цен на продукцию автопроизводителей показала кратный рост относительно указанного показателя [13]³.

Начавшийся 2020 год не предвещал наблюдаемой сегодня смены подходов и бизнес процессов на рынке продаж автомобилей. Действительно – ведь в начале года уже были прогнозы о рисках падения объемов продаж относительно 2019 года, но о той динамике (сравнение с аналогичным периодом прошлого года), которую рынок увидел в пиковые месяцы локдауна никто не мог даже задуматься: апрель – минус 72,4%, апрель – минус 51,8%. Перелом «пикирующей динамики» рынка произошел в июле, когда экономика начала свой выход из режима «абсолютного локдауна». Результат года стало падение рынка на 9,1%, что можно было оценить в качестве позитивного сигнала. При этом укрепилась важная составляющая рынка, которая в ближайшее время, скорее всего, станет одним из его ключевых трендов: существенный прирост в объемах и, соответственно, доли продаж китайских автомобилей. Так, за 2020 бренд Changan вырос на 291%, FAW — на 254%, Chery — на 100%, а Geely — на 69%. Еще одна важная деталь: после выхода экономики из карантина население предъявило рынку отложенный за несколько месяцев предшествующего локдауна спрос при недостатке предложения со стороны производителей ввиду сбоя логистических цепочек, дефицита комплектующих (который сформировался по той же – логистической причине) и существенно выросшей себестоимости производства (причем в структуру себестоимости, среди прочих факторов, были заложены потери предшествующих месяцев, а также начавшийся бурный рост цен на природные ресурсы, к числу которых относятся металлы). Если проецировать ситуацию, сложившуюся на авторынке на экономику, в целом, то можно применить такую формулировку: в сегменте начался процесс stagflation - существенного падения объемов выпуска при одновременном галопирующем росте цен (анализируя ситуацию в динамике от 1го квартала 2020 года до сегодняшнего дня, можно заявить, что средний рост цен на авторынке с марта 2020 года составил около 100%, а по ряду брендов превзошел и этот показатель) [14]. Возникший дефицит при сохраняющемся повышенном спросе со стороны потребителей даже на фоне сложившейся ценовой конъюнктуры стал использоваться дилерами для покрытия убытков, сформированных в период локдауна. И пока это им удается сделать весьма эффективно. В особо комфортном положении оказались продавцы, одновременно являющиеся представителями нескольких брендов: от эконом класса до премиум – ведь в последних наценки за «дополнительные услуги» (и кавычки здесь не случайны – в ряде случаев навязываемые дополнительные услуги не представляют сколь-нибудь серьезного «наполнения») могут составлять до 25% базовой стоимости автомобиля. Безусловно, в краткосрочном периоде - это решение текущих финансовых проблем, возможно - формирование запаса финансовой прочности на будущий период (тем более, определенности на фоне разворачивания ограничений из-за существенного риска 4-ой волны не прослеживается). Но если посмотреть в периоде долгосрочного планирования, то дилеры развернули антикампанию против себя: те, кто особенно отличился в процессе активного увеличения показателя доходности на 1 Клиента, вряд ли увидят вторую или последующую

³ Федеральная служба статистики [электронный ресурс]. Режим доступа www.gks.ru

покупку или рекомендацию для новых покупателей от них. В описанной выше цепочке взаимодополняющих факторов стоит отметить и участие Банка России в качестве монетарного стимулятора рынка: ведь в конце июля 2020 года ключевая ставка достигла беспрецедентно низкого значения в 4,25%. Но этот факт, скорее, оказал поддержку тем, кто уже запланировал купить новый автомобиль, вне зависимости от цены привлеченных ресурсов. К сожалению, ЦБ никоим образом не мог повлиять своими действиями ни на рост предложения – главный стоп-фактор рынка, ни на увеличение располагаемых доходов населения.

К перечисленным выше особенностям добавилась еще одна новая тенденция: видя негативный тренд в восприятии населением поведения дилеров в части излишнего навязывания дополнительных услуг, производители все активнее выходят на «прямые» продажи своей продукции через «on-line» площадки, привлекая дилеров лишь в качестве «физических» точек выдачи автомобилей [8]. Это поведение диктуется не только желанием изъятия определенной доли рынка у розничных игроков, но и соответствует текущим тенденциям все более активного перехода экономики в «цифру». Приведенная выше форма завоевания рынка провоцирует конфликт между производителями и дилерами: ведь первые забирают у вторых часть доходности за счет снижения объемов продаж [12]. При этом дилеры (в отличие от производителей) несут весьма существенную нагрузку на создание и поддержание функционирования своей сети продаж. Столь активно продвигаемый крупнейшими автопроизводителями подход может внести дополнительный дисбаланс на рынок, изменить все ранее сформированные «правила игры», вплоть до банкротства ряда розничных игроков. А в текущей ситуации, когда экономика продолжает находиться под давлением кризиса эпидемиологического характера с сохранением неопределенности, дополнительные триггеры дисбаланса являются недопустимыми [16].

С неизменившимися базовыми условиями образца второй половины 2020 года авторынок вошел в 2021 год. И, хотя результаты продаж первых 3х кварталов 2021 года показали прирост в 15% к аналогичному периоду прошлого года, прорывом это назвать нельзя, т.к. сравнение идет с низкой базой периода, значительная часть которого пришлась на «абсолютный локдаун» в экономике. К тому же неизвестно, какой режим функционирования рынка ожидает нас в оставшуюся часть 2021 года.

Заключение

В заключение можно оценить перспективу ближайшего полугодия:

1. Цены на автомобили продолжают расти на фоне сохраняющейся стоимости ресурсов – ведь инфляционные процессы пока не поддаются эффективному управлению ни в мире, ни в России (хотя российский ЦБ уже перешел к нейтрально-сдерживающему монетарному курсу, установив ключевую ставку на отметке в 7,5%, эффект мы сможем увидеть не ранее начала следующего года).

2. Дефицит, усиливающий тенденцию роста цен, сохраняется и рынок вряд ли «нащупает» баланс ранее середины 2022 года.

3. Усиливаются конкурентные тенденции на рынке не только между производителями и дилерской сетью, но и формами взаимодействия между продавцами и покупателями: on-line vs. offline. И, если первая форма начнет активное превалирование, то группам функционирующих конкурентов могут добавиться и другие виртуальные ритейлеры, такие как Ozon, Wildberries и т.д.

4. С точки зрения количества игроков и, как следствие, понижающего давления на цену, потребитель может выиграть. Но с точки зрения квалификации новых участников со стороны предложения и возможности оказания полного перечня требуемых потребителю услуг сохраняются вопросы.

Выводы. Все перечисленное выше формирует следующую картину рынка:

1. Объем продаж может сохраниться на текущем уровне в случае, если рост цен снова не перейдет в ситуацию «шоковых скачков». Дилеры не располагают традиционным для «доковидного» периода стоком автомобилей на своих складах, а значит ожидать пред-Новогодних, Новогодних и пост-Новогодних распродаж потребителю уже не имеет смысла. При этом для него возникает небольшой «плюс» (в гуще уже сформированных «минусов»): дилеры не располагают возможностью манипулирования ценой через инструменты межфирменной кооперации и удерживания остатков на складах в силу их отсутствия.

2. Несмотря на переход Банка России к сдерживающей монетарной политике доля автомобилей, продающихся в кредит, вряд ли изменится – возрастет лишь нагрузка на потребителя через процентные/непроцентные расходы при обслуживании кредита, а значит инициатива ЦБ выступит в качестве дополнительного фактора снижения возможной динамики роста располагаемых доходов той части населения, которая примет решение о покупке автомобиля в кредит. Рынок будет находиться в ожидании стабилизации.

3. Тем не менее, возможность разворота к приростной динамике авторынка (и не только) сохраняется: на фоне массовой вакцинации, мир, вероятнее всего, в течение ближайшего полугодия выйдет из-под эпидемиологического давления, а значит, появится возможность нивелирования дефицитной составляющей рынка, в результате чего его режим вернется к стабильному и сбалансированному функционированию, что является залогом стабильного экономического роста.

Литература:

1. Li Y., Zhan C., de Jong M., Lukszo Z. Business innovation and government regulation for the promotion of electric vehicle use: lessons from Shenzhen, China // Journal of Cleaner Production. - 2016. - Vol. 134. - P. 371-383. DOI: <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2015.10.013>
2. Liao F., Molin E., Timmermans H., van Wee B. Consumer preferences for business models in electric vehicle adoption // Transport Policy. - 2019. - Vol. 73, - P. 12-24. DOI: <https://doi.org/10.1080/01441647.2016.1230794>
3. Massa L., Tucci C.L., Afuah A. A critical assessment of business model research // Academy of Management Annals. - 2017. - Vol. 11 (1). - P. 73-104. DOI: <https://doi.org/10.5465/annals.2014.0072>
4. Moons I., De Pelsmacker, P. Developing different types of anticipated experience positioning for electric cars // Journal of Brand Management. - 2014. - Vol. 21 (3). - P. 216-235. DOI: <https://doi.org/10.1057/bm.2014.2>
5. Nosi C., Pucci T., Silvestri C., Aquilani B. Does value co-creation really matter? An investigation of Italian millennials intention to buy electric cars// Sustainability. - 2017. - Vol. 9 (12), art. no. 2159. DOI: <https://doi.org/10.3390/su9122159>
6. Johnson E.A.J. Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers // Journal of Product Innovation Management. - 2012. - Vol. 29, Issue 6. - P. 1099-1100. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2012.00977.2.x>
7. Turner R.J. Diffusion of Innovations // Journal of Minimally Invasive Gynecology. - 2007. - Vol. 14, Issue 6, P776. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jmig.2007.07.001>
8. Бондаренко Н.Е. Межфирменная кооперация как фактор инновационного развития // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. - 2016. - №6(90). - С.31-40. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27467949>
9. Гвишиани Д.М. «Римский клуб: история создания, избранные доклады и выступления, официальные материалы». - М.: УРСС, 1997. - 384 с. ISBN 5-88417-100-5
10. Евсеев В.О. Компьютерное моделирование общественно-политических процессов: Монография. - М.: Центркаталог, 2020. - 256 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42993981>

11. Евсеев В.О. Структурно - семантическое моделирование развития социально-экономических и общественных отношений // ЦИТИСЭ. - 2020. - № 1 (23). - С. 269-279. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42771127>
12. Зельднер А.Г., Осипов В.С. Управление процессом структурной реорганизации экономики на индустриальной основе (опыт республики Корея) // Проблемы теории и практики управления. - 2021. - № 8. - С. 6-19. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46573666>
13. Зельднер А.Г., Осипов В.С., Сильвестров С.Н. Развитие двойных технологий и диффузия Инноваций военных отраслей экономики в гражданские: потенциал госкорпораций и условия его реализации // Российский экономический журнал. - 2021. - № 4. - С. 52-61. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46622204>
14. Скрыль Т.В. Промышленные кластеры: обеспечение инновационного роста на базе сетевых связей предприятий // Проблемы теории и практики управления. - 2020. - № 6. - С. 104-112. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43062540>
15. Скрыль Т.В. Приоритеты промышленной политики в условиях цифровизации экономики. В сборнике: Стратегия России: взгляд в завтрашний день. Сборник статей X Международной научной конференции "Абалкинские чтения". Под редакцией С.Д. Валентея. - М.: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2021. - С. 35-42. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47204510>
16. Скрыль Т.В., Чередниченко Л.Г. Экономическая оценка мер государственной поддержки промышленного производства в период пандемии. В сборнике: Актуальные вопросы экономики промышленности: поиск и выбор решений. Сборник Национальной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики промышленности: поиск и выбор решений». Под ред. А.В. Быстрова. - М.: КноРус, 2021. - С. 421-427. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44860876>

References:

1. Li Y., Zhan C., de Jong M. Business innovation and government regulation for the promotion of electric vehicle use: lessons from Shenzhen, China. *Journal of Cleaner Production*, 2016, vol. 134, pp. 371-383. DOI: <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2015.10.013>
2. Liao F., Molin E., Timmermans H., van Wee B. Consumer preferences for business models in electric vehicle adoption. *Transport Policy*, 2019, vol. 73, pp. 12-24. DOI: <https://doi.org/10.1080/01441647.2016.1230794>
3. Massa L., Tucci C.L., Afuah, A. A critical assessment of business model research. *Academy of Management Annals*, 2017, vol. 11 (1), pp. 73-104. DOI: <https://doi.org/10.5465/annals.2014.0072>
4. Moons I., De Pelsmacker P. Developing different types of anticipated experience positioning for electric cars. *Journal of Brand Management*, 2014, vol. 21 (3), pp. 216-235. DOI: <https://doi.org/10.1057/bm.2014.2>
5. Nosi C., Pucci T., Silvestri C. Does value co-creation really matter? An investigation of Italian millennials intention to buy electric cars. *Sustainability*, 2017, vol. 9 (12), art. no. 2159. DOI: <https://doi.org/10.3390/su9122159>
6. Johnson E.A.J. Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. *Journal of Product Innovation Management*, 2012, vol. 29, issue 6, pp. 1099-1100. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2012.00977_2.x
7. Turner R.J. Diffusion of Innovations. *Journal of Minimally Invasive Gynecology*, 2007, vol. 14, issue 6, P776. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jmig.2007.07.001>
8. Bondarenko N.E. Inter-firm cooperation as a factor of innovative development. *Bulletin of the Plekhanov Russian University of Economics*, 2016, no. 6(90), pp.31-40. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=27467949>

9. Gvishiani D.M. *"The Roman Club: the history of its creation, selected reports and speeches, official materials"*. Moscow, URSS Publ, 1997. 384 p. (In Russian). ISBN 5-88417-100-5
10. Evseev V.O. *Computer modeling of socio-political processes*. Monograph. Moscow, Tsentrkatalog Pub., 2020. 256 p. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42993981>
11. Evseev V.O. Structural and semantic modeling of the development of socio-economic and social relations. *CITISE*, 2020, no.1 (23), pp. 269-279. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42771127>
12. Zeldner A.G., Osipov V.S. Managing the process of structural reorganization of the economy on an industrial basis (experience of the Republic of Korea). *Problems of theory and practice of management*, 2021, no. 8, pp. 6-19. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46573666>
13. Zeldner A.G., Osipov V.S., Silvestrov S.N. Development of dual technologies and diffusion of innovations of military branches of the economy into civilian ones: the potential of state corporations and conditions for its implementation. *Russian Economic Journal*, 2021, no. 4. pp. 52-61. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46622204>
14. Skryl T.V. Industrial clusters: ensuring innovative growth on the basis of network connections of enterprises. *Problems of theory and practice of management*, 2020, no. 6, pp. 104-112. (In Russian). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=43062540>
15. Skryl T.V. *Priorities of industrial policy in the conditions of digitalization of the economy*. Moscow, Russian University of Economics named after G.V. Plekhanov Publ., 2021. pp. 35-42. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47204510>
16. Skryl T.V., Cherednichenko L.G. *Economic assessment of measures of state support of industrial production during the pandemic*. Moscow, KnoRus Publ., 2021. pp. 421-427. (In Russian). URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44860876>

Submitted: 20 December 2021

Accepted: 25 January 2021

Published: 26 January 2022

