

Редакционная коллегия

Агапов В.С. – д-р психол. наук, проф.
Азоев Г.Л. – д-р экон. наук, проф.
Антоненко И.В. – д-р психол. наук, проф.
Базылевич Т.Ф. – д-р психол. наук, проф.
Башмаков В.И. – д-р социол. наук, проф.
Воронин В.Н. – д-р психол. наук, проф.
Галазова С.С. – д-р экон. наук, проф.
Грошев И.В. – д-р экон. наук,
д-р психол. наук, проф.
Ефимова М.Р. – д-р экон. наук, проф.
Ионцева М.В. – д-р психол. наук, проф.
Кибакин М.В. – д-р социол. наук, проф.
Клейнер Г.Б. – д-р экон. наук, проф.,
чл.-корр. РАН
Князев В.Н. – д-р психол. наук, проф.
Красовский Ю.Д. – д-р социол. наук, проф.
Крупнов А.И. – д-р психол. наук, проф.
Крыштановская О.В. – д-р социол. наук, проф.
Кузнецов Н.В. – д-р экон. наук, проф.
Лаптев Л.Г. – д-р психол. наук, проф.
Милёхин А.В. – д-р социол. наук, проф.
Митрофанова Е.А. – д-р экон. наук, проф.
Новиков В.Г. – д-р социол. наук, проф.
Пацула А.В. – д-р социол. наук, проф.
Разов П.В. – д-р социол. наук, проф.
Райченко А.В. – д-р экон. наук, проф.
Смирнова Т.В. – д-р социол. наук, проф.
Соболевская О.В. – д-р мед. наук, проф.
Тихонова Е.В. – д-р социол. наук, проф.
Филиппов А.В. – д-р психол. наук, проф.
Фомин П.А. – д-р экон. наук, проф.
Черепов В.М. – д-р мед. наук, проф.
Чудновский А.Д. – д-р экон. наук, проф.
Эриашвили Н.Д. – д-р экон. наук, канд. юр. наук,
канд ист. наук, проф.

Журнал входит в Перечень ВАК рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по направлениям: 08.00.01 – Экономическая теория (экономические науки), 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности) (экономические науки), 08.00.10 – Финансы, денежное обращение и кредит (экономические науки), 08.00.12 – Бухгалтерский учет, статистика (экономические науки), 08.00.13 – Математические и инструментальные методы экономики (экономические науки), 08.00.14 – Мировая экономика (экономические науки), 19.00.01 – Общая психология, психология личности, история психологии (психологические науки), 19.00.05 – Социальная психология (психологические науки), 22.00.01 – Теория, методология и история социологии (социологические науки), 22.00.03 – Экономическая социология и демография (социологические науки), 22.00.04 – Социальная структура, социальные институты и процессы (социологические науки), 22.00.05 – Политическая социология (социологические науки), 22.00.06 – Социология культуры (социологические науки), 22.00.08 – Социология управления (социологические науки).

Editorial board

Agapov V.S. – Doctor of Psychological Sciences, prof.
Azoev G.L. – Doctor of Economic Sciences, prof.
Antonenko I.V. – Doctor of Psychological Sciences, prof.
Bazylevich T.F. – Doctor of Psychological Sciences, prof.
Bashmakov V.I. – Doctor of Sociological Sciences, prof.
Voronin V.N. – Doctor of Psychological Sciences, prof.
Galazova S.S. – Doctor of Economic Sciences, prof.
Groshev I.V. – Doctor of Economic Sciences,
Doctor of Psychological Sciences, prof.
Efimova M.R. – Doctor of Economic Sciences, prof.
Iontseva M.V. – Doctor of Psychological Sciences, prof.
Kibakin M.V. – Doctor of Sociological Sciences, prof.
Kleiner G.B. – Doctor of Economic Sciences, prof.,
corresponding member of RAS
Knyazev V.N. – Doctor of Psychological Sciences, prof.
Krasovskii Yu.D. – Doctor of Sociological Sciences, prof.
Krupnov A.I. – Doctor of Psychological Sciences, prof.
Kryshstanovskaya O.V. – Doctor of Sociological Sciences, prof.
Kuznetsov N.V. – Doctor of Economic Sciences, prof.
Laptev L.G. – Doctor of Psychological Sciences, prof.
Milyohin A.V. – Doctor of Sociological Sciences, prof.
Mitrofanova E.A. – Doctor of Economic Sciences, prof.
Novikov V.G. – Doctor of Sociological Sciences, prof.
Patsula A.V. – Doctor of Sociological Sciences, prof.
Razov P.V. – Doctor of Sociological Sciences, prof.
Raichenko A.V. – Doctor of Economic Sciences, prof.
Smirnova T.V. – Doctor of Sociological Sciences, prof.
Sobolevskaya O.V. – Doctor of Medical Sciences, prof.
Tikhonova E.V. – Doctor of Sociological Sciences, prof.
Filippov A.V. – Doctor of Psychological Sciences, prof.
Fomin P.A. – Doctor of Economic Sciences, prof.
Cherepov V.M. – Doctor of Medical Sciences, prof.
Chudnovskii A.D. – Doctor of Economic Sciences, prof.
Eriashvili N.D. – Doctor of Economic Sciences,
Candidate of Juridical Sciences, Candidate
of Historical Sciences, prof.

The journal is included in the list of Higher Attestation Commission of peer-reviewed scientific publications, in which should be published basic scientific results of dissertations on competition of a scientific degree of candidate of sciences and on competition of a scientific degree of doctor of sciences in the field: 08.00.01 – Economic theory (economic sciences), 08.00.05 – Economics and management of the national economy (by branches and fields of activity) (economic sciences), 08.00.10 – Finance, money circulation and credit (economic sciences), 08.00.12 – Accounting, statistics (economic sciences), 08.00.13 – Mathematical and instrumental methods of economics (economic sciences), 08.00.14 – World Economy (Economics), 19.00.01 – General psychology, personality psychology, history of psychology (psychological sciences), 19.00.05 – Social psychology (psychological sciences), 22.00.01 – Theory, methodology and history of sociology (sociological sciences), 22.00.03 – Economic sociology and demography (sociological sciences), 22.00.04 – Social structure, social institutions and processes (sociological sciences), 22.00.05 – Political sociology (sociological sciences), 22.00.06 – Sociology of culture (sociological sciences), 22.00.08 – Sociology of management (sociological sciences).

Статьи доступны по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная, согласно которой возможно неограниченное распространение и воспроизведение этих статей на любых носителях при условии указания автора и ссылки на исходную публикацию статьи в данном журнале в соответствии с правилами научного цитирования



Главный редактор

И.В. Грошев

Ответственный за выпуск

Л.Н. Алексеева

Редакторы

Е.В. Таланцева

Ю.С. Никитина

Редактор перевода

А.В. Меньшиков

**Выпускающий редактор
и компьютерная верстка**

Е.А. Малыгина

Технический редактор

О.А. Дегтярёва

Дизайн обложки

Л.Н. Алексеева

Зарегистрирован в Роскомнадзоре,
свидетельство ПИ № ФС77-1361 от 10.12.1999 г.
В запись о регистрации внесены изменения,
регистрационный номер ПИ № ФС 77-76215 от 12.07.2019 г.

Подписной индекс в электронном каталоге
ОАО Агентство «Роспечать» – 42517
<http://press.rosp.ru/publications/view/42517/>

ЛР № 020715 от 02.02.1998 г.
Подп. в печ. 03.02.2021 г.
Формат 60×90/8
Объем 22,5 печ. л.
Бумага офисная
Печать цифровая
Тираж 1000 экз.
(первый завод 100 экз.)
Заказ № 48

Издательство: Издательский дом ГУУ
(Государственный университет управления)

Издается в авторской редакции

Ответственность за сведения,
представленные в издании, несут авторы

Все публикуемые статьи прошли
обязательную процедуру рецензирования

Адрес редакции:
109542, г. Москва, Рязанский проспект, д. 99,
главный учебный корпус, кабинеты 346 и 345А.
Тел.: +7 (495) 377-90-05
E-mail: ic@guu.ru
Сайт: <http://www.vestnik.guu.ru>

Articles are available under a Creative Commons «Attribution» International 4.0 public license, according to which, unlimited distribution and reproduction of these articles is possible in any medium, specified the author's name and references to the original article publication in this journal in accordance with the rules of scientific citation



Editor-in-Chief

I.V. Groshev

Responsible for issue

L.N. Alekseeva

Editors

E.V. Talantseva

Yu.S. Nikitina

Translation editor

A.V. Menshikov

**Executive editor
and desktop publishing**

E.A. Malygina

Technical editor

O.A. Degtyareva

Cover design

L.N. Alekseeva

Registered in the Roskomnadzor
Certificate PI № FS77-1361 from 10.12.1999
Changes have been made to the registration record
Registration number PI № FS 77-76215 from 12.07.2019

Subscription index in the electronic catalog
of JSC Agency «Rospechat» – 42517
<http://press.rosp.ru/publications/view/42517/>

LR № 020715 from 02.02.1998
Signed to print 03.02.2021
Format 60×90/8
Size 22,5 printed sheets
Offset paper
Digital printing
Circulation 1000 copies
(the first factory 100 copies)
Print order № 48

Publishing: Publishing house
of the State University of Management

Published in author's edition

The authors are responsible for the information
presented in the publication

All published articles have undergone
a mandatory review procedure

Editor's office:
109542, Russia, Moscow, Ryazanskii Prospect, 99, State University
of Management, the main academic building, office 346 and 345A.
Tel.: +7 (495) 377-90-05
E-mail: ic@guu.ru
<http://www.vestnik.guu.ru>

СОДЕРЖАНИЕ

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ

<i>Дегтярёва В.В., Гуреев П.М., Трубкин Д.А.</i> Основные предпосылки внедрения системы Workforce Management для оптимизации рабочего времени персонала.....	5
<i>Романова И.А., Лаас Н.И., Гурова Е.В.</i> Источники конфликтов и стрессогенные факторы в современных организациях.....	13

СТРАТЕГИИ И ИННОВАЦИИ

<i>Алешина И.В.</i> Маркетинг университета эпохи цифровой глобализации.....	20
<i>Баркова Н.Ю.</i> Радиочастотная идентификация данных в ритейле: новые возможности для бизнеса.....	28

РАЗВИТИЕ ОТРАСЛЕВОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

<i>Быдтаева Э.Е.</i> Новый подход к формированию перечня системообразующих организаций.....	36
<i>Гавва Р.В., Ложекмоева Е.Н.</i> Стратегическое планирование и прогнозирование в туристической индустрии.....	42
<i>Офицерова Н.А.</i> Волонтерская деятельность в туризме: достоинства и проблемы.....	49
<i>Пишеничных Ю.А.</i> Анализ динамики и тенденций развития современного международного туристского рынка.....	53
<i>Троян И.А.</i> Антикризисные факторы конкурентоспособности предприятий сферы услуг.....	62

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

<i>Адамова Г.А., Жафярова Л.Ш.</i> Совершенствование учета и распределения накладных расходов на основе использования функционального учета затрат и системы ABC.....	70
<i>Андрющенко К.Д., Буйвол И.А.</i> Основные направления корреляции миграционных процессов и экономических кризисов.....	77
<i>Давлетшина Л.А., Безруков А.В.</i> Статистический анализ капитального ремонта многоквартирных домов повышающего энергоэффективность зданий.....	83
<i>Ломовцева О.А., Соболева С.Ю., Соболев А.В.</i> Сравнительная характеристика моделей государственной поддержки национальных экономик стран мира в условиях пандемии COVID-19.....	91
<i>Назаренко М.Б.</i> Взгляд зарубежных аналитиков на реформу советской системы планирования 80-х гг. XX в.	99
<i>Рубаева Л.М., Датищева А.А.</i> Анализ экономического положения стран Западной Европы.....	106
<i>Тетцоева О.А.</i> Перспективы развития российского рынка ТО и ремонта в условиях пандемии.....	111
<i>Черников Я.Ю.</i> Фудтех – современный вектор развития пищевой промышленности.....	120

ФИНАНСЫ И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

<i>Ващечкина И.В., Ващечкин А.Н.</i> Международные меры противодействия отмыванию нелегальных доходов пятого поколения – правовые условия укрепления безопасности финансового рынка.....	126
---	-----

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПРОЦЕССЫ

<i>Акопян А.Р., Аракелян А.М., Воронцова Ю.В., Крысов В.В.</i> Исследование влияния факторов на контент российских федеральных каналов в условиях цифровизации.....	134
<i>Захаров М.Ю.</i> Социокультурные основы китайской модели управления будущим.....	142

CONTENTS

CURRENT ISSUES OF MANAGEMENT

<i>V.V. Degtyareva, P.M. Gureev, D.A. Trubkin</i> The main prerequisites for the implementation of the Workforce Management system to optimize staff working hours.....	5
<i>I.A. Romanova, N.I. Laas, E.V. Gurova</i> Conflicts' sources and stressful factors in modern organizations.....	13

STRATEGIES AND INNOVATIONS

<i>I.V. Alyoshina</i> University marketing in an age of digital globalization.....	20
<i>N.Yu. Barkova</i> Radio frequency identification of data in retail: new business opportunities.....	28

DEVELOPMENT OF INDUSTRY AND REGIONAL MANAGEMENT

<i>E.E. Bydtaeva</i> A new approach to the formation of the list of system-forming organizations.....	36
<i>R.V. Gavva, E.N. Lozhkomoeva</i> Strategic planning and forecasting in the tourism industry.....	42
<i>N.A. Ofitserova</i> Volunteer activity in tourism: advantages and problems.....	49
<i>J.A. Pshenichnyh</i> Analysis of the dynamics and trends in the development of modern international tourist market.....	53
<i>I.A. Troyan</i> Anti-crisis factors of competitiveness of service sector enterprises.....	62

ECONOMICS: PROBLEMS, SOLUTIONS AND PROSPECTS

<i>G.A. Adamova, L.Sh. Zhafyarova</i> Improving the accounting and distribution of overhead costs based on the use of functional cost accounting and ABC system.....	70
<i>K.D. Andryushchenko, I.A. Buivol</i> The main directions of migration processes and economic crises correlation.....	77
<i>L.A. Davletshina, A.V. Bezrukov</i> Statistical analysis of overhaul of apartment buildings that increase the energy efficiency of buildings.....	83
<i>O.A. Lomovtseva, S.Yu. Soboleva, A.V. Sobolev</i> Comparative characteristics of models of state support for national economies of the world in the context of the COVID-19 pandemic.....	91
<i>M.B. Nazarenko</i> The view of foreign analysts on the reform of the Soviet planning system of the 80s of the XX century.....	99
<i>L.M. Rubaeva, A.A. Datieva</i> Analysis of the economic situation in Western Europe.....	106
<i>O.A. Tetsoeva</i> Development prospects of the Russian market of technical servicing and repair in the context of a pandemic.....	111
<i>Ya.Yu. Chernikov</i> Foodtech – a modern vector in the development of the food industry.....	120

FINANCES AND BANKING

<i>I.V. Vashchekina, A.N. Vashchekin</i> International measures to counteract the laundering of illegal income of the fifth generation – legal conditions for strengthening the security of the financial market.....	126
--	-----

SOCIAL TECHNOLOGIES AND PROCESSES

<i>A.R. Akopyan, A.M. Arakelyan, Yu.V. Vorontsova, V.V. Krysov</i> Study of the influence of factors on the content of Russian federal channels in the context of digitalization.....	134
<i>M.Yu. Zakharov</i> Socio-cultural foundations of the Chinese model of future management.....	142

СОДЕРЖАНИЕ

Круглова Е.Л. Оценка профессиональной компетентности специалистов, прошедших подготовку для организаций народного хозяйства Российской Федерации	148
Милехин А.В., Сидорина А.В. Поколенческий классификатор современного российского общества	156
Попадюк Н.К., Велиханов М.Т. Теоретические основы социальной работы с молодежью в контексте государственной политики Российской Федерации	164
Юрасов И.А., Танина М.А., Юдина В.А., Кузнецова Е.В. Анализ трудовых и досуговых практик теневого самозанятого на рынке физического труда в России.....	172

CONTENTS

E.L. Kruglova Assessment of professional competence of specialists trained for the national economy of the Russian Federation	148
A.V. Milekhin, A.V. Sidorina Generational classifier of modern Russian society	156
N.K. Popadyuk, M.T. Velikhanov Theoretical foundations of social work with young people in the context of the state policy of the Russian Federation	164
I.A. Yurasov, M.A. Tanina, V.A. Yudina, E.V. Kuznetsova Analysis of labor and leisure practices of shadow self-employed in the physical labor market in Russia	172

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 331.31

JEL J23

DOI 10.26425/1816-4277-2021-1-5-12

Дегтярёва Виктория Владимировна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-1165-1373

e-mail: iump@mail.ru

Гуреев Павел Михайлович

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-9350-7964

e-mail: pmg-dom@mail.ru

Трубкин Дмитрий Алексеевич

консультант, ООО «Инвент Консалтинг», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-9452-1194

e-mail: d.demoncs@mail.ru

ОСНОВНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ WORKFORCE MANAGEMENT ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ ПЕРСОНАЛА

Аннотация. Цель статьи – изучить принципы управления рабочим временем персонала для понижения затрат и повышения эффективности, оптимизации трудовых процессов, управления и прогнозирования рабочей нагрузки персонала, внедрения методов и инструментов повышения эффективности. Описаны основные предпосылки внедрения системы Workforce Management (далее – WFM), представляющей собой методологию планирования рабочего времени сотрудников, являющуюся составляющей концепции управления персоналом. В качестве метрики оценки эффекта от применения WFM-систем авторы используют плановое или фактическое количество часов сотрудников за месяц – сравнение плановых графиков выполняют до и после применения системы. Эффект от внедрения WFM следующий: повышение эффективности персонала, улучшение уровня сервиса, пророст выручки в результате снижения затрат и более грамотного покрытия трафика, рост вовлеченности персонала и экономия рабочего времени менеджмента.

Ключевые слова: бизнес-драйвер, ключевой показатель эффективности, нормирование, прогнозирование, текучесть кадров, численность, эффективность, Workforce Management

Для цитирования: Дегтярёва В.В., Гуреев П.М., Трубкин Д.А. Основные предпосылки внедрения системы Workforce Management для оптимизации рабочего времени персонала // Вестник университета. 2021. № 1. С. 5–12.

Viktoria V. Degtyareva

Cand. Sci. (Econ.), State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-1165-1373

e-mail: iump@mail.ru

Pavel M. Gureev

Cand. Sci. (Econ.), State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-9350-7964

e-mail: pmg-dom@mail.ru

Dmitry A. Trubkin

Consultant, LLC “Invent Consulting”, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-9452-1194

e-mail: d.demoncs@mail.ru

THE MAIN PREREQUISITES FOR THE IMPLEMENTATION OF THE WORKFORCE MANAGEMENT SYSTEM TO OPTIMIZE STAFF WORKING HOURS

Abstract. The purpose of the article is to study the principles of managing staff working time to reduce costs and increase efficiency, optimize labor processes, manage and predict the workload of staff, and implement methods and tools to improve efficiency. The article describes the main prerequisites for the implementation of the Workforce Management system (WFM), which is a methodology for planning employees' working hours, which is a component of the personnel management concept. As a metric for evaluating the effect of using WFM systems, the planned or actual number of employees' hours per month is used – a comparison of the planned schedules before and after using the system is made. The effect of implementing WFM is as follows: increased staff efficiency, improved service level, revenue growth as a result of lower costs and more competent traffic coverage, increased staff involvement and saving management time.

Keywords: business driver, efficiency, forecasting, key performance indicator, number, rationing, staff turnover, Workforce Management

For citation: Degtyareva V.V., Gureev P.M., Trubkin D.A. (2021) The main prerequisites for the implementation of the Workforce Management System to optimize staff working hours. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 5–12. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-5-12

© Дегтярёва В.В., Гуреев П.М., Трубкин Д.А., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Degtyareva V.V., Gureev P.M., Trubkin D.A., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Введение

В текущую цифровую эпоху бизнес все больше и больше сталкивается с серьезными проблемами, которые влияют на качество управления рабочими ресурсами. «Большими шансами выживания обладают те структуры, которые в настоящее время имеют достаточный кадровый и интеллектуальный задел» [4, с. 13]. Цифровизация активно влияет на физические аспекты учета и отслеживания эффективного использования рабочего времени, в том числе и приводящие к трансформационным процессам в организации [2; 3]. Мотивация сотрудников организации выстраивается на основе взаимодействия с субъектами корпоративной системы [6]. Поэтому наиболее актуальные проблемы для работодателей в области эффективного управления рабочим временем персонала, особенно в сфере ритейла, зависят, в первую очередь, от числовых показателей. К ним относят:

1) высокую текучесть кадров – расходы компании на поиск и переобучение вновь принятого сотрудника возрастают с увеличением процента текучести кадров. Очень остро эта проблема беспокоит в первую очередь сферу ритейла. Со слов заместителя директора по персоналу по проектам развития компании «Лента» Т. Антоновой: «данный процент в отрасли на 2018 г. достиг 75 %» [13];

2) большой штат сотрудников дорого обходится фонду оплаты труда. Поэтому при грамотном планировании уменьшается количество простоев у сотрудников и, соответственно, повышается их эффективность;

3) невыгодность потерь клиентов и продаж – сотрудники не успевают обслуживать клиентов из-за нехватки персонала;

4) необходимость соблюдения трудового законодательства;

5) низкую эффективность рабочего персонала.

Обзор системы управления персоналом

Все эти трудности помогло бы решить грамотное планирование графиков сотрудников с помощью систем Workforce Management (далее – WFM).

База процесса управления персоналом строится на следующих определениях: 1) людские ресурсы являются главным источником дохода; 2) создание условий для деятельности и развития сотрудников с целью его участия в общем деле; 3) использование в стратегии предприятия кадровую и социальную политики.

Современный подход к построению системы управления персоналом получил название «стратегический подход к управлению человеческими ресурсами» [7, с. 10]. В рамках этой стратегии руководство предприятия стремится увеличить количество и качество персонала, а также создает условия для увеличения эффективности трудовых ресурсов.

Стратегию управления персоналом формируют на основании стратегии управления организацией и ее целей. После формирования стратегии управления персоналом формулируют кадровую политику предприятия, определяют фундаментальные блоки кадровой деятельности: планирование потребности в трудовых ресурсах; обеспечение потребности в персонале (наем и движение персонала внутри предприятия); адаптация персонала; организация труда персонала; оценка персонала; стимулирование труда работников; социально-бытовое обеспечение; обучение и повышение квалификации персонала; комплекс мероприятий, связанных с увольнением работников.

В каждом из этих блоков есть потенциал для повышения эффективности труда. Но стоит иметь в виду что в рамках данного сегмента – в ритейле имеются существенные отличия в управлении магазинами даже в рамках сетевой и несетевой торговли [5]. Поэтому стоит выделить важнейшие факторы, оказывающие непосредственное влияние на эффективность труда в современной торговле – изменение покупательского спроса и распространение передовых технологий [1].

На основании изученной информации были сделаны выводы, что главными факторами эффективности трудовых ресурсов в ритейле являются: высокий уровень затрат живого труда, необходимость широкой специализации работников, неравномерность рабочей нагрузки в течение смены.

Исследование компании Retail4Retail показало, что основной причиной низкой эффективности труда в российском ритейле является высокая текучесть персонала, которая до 2015 г. выросла до 100 % в год, что намного больше, чем в других секторах экономики [14]. Высокая текучесть кадров не способствует формированию профессиональной и качественной команды сотрудников, из чего следует, что инвестиции в обучение становятся некупаемыми.

Установление особенностей труда персонала в ритейле способствует выделению главных зон повышения эффективности персонала (рис. 1).



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Основные зоны повышения эффективности персонала в ритейле

Анализ приведенных на рисунке 1 областей показал, что главным инструментом для повышения эффективности труда является грамотное планирование рабочей нагрузки. Для этого, в первую очередь, необходимо качественное прогнозирование численности персонала. Если повысить качество прогнозирования, то возрастет и эффективность человеческих ресурсов на предприятии, так как это позволит использовать инструменты гибкого регулирования объемов и затрат человеческих ресурсов с учетом трудовой нагрузки (в течение дня, недели, месяца, года), что, в свою очередь, устранил потери рабочего времени и обеспечит высокую производительность труда.

Эффективное планирование человеческих ресурсов базируется на следующих принципах:

- любые операции измеряют в единицах времени;
- при расчете численности персонала используют нормы времени на операции;
- во время рабочего дня могут случаться простои;
- численность персонала определяют отношением «объем работы / норма на одного сотрудника»;
- численность персонала рассчитывают на определенный объем работы;
- нормальной можно считать нагрузку, не превышающую 15 % от нормы;
- сотрудники не «живут» на рабочем месте [9].

Следовательно, менеджмент при планировании графиков должен учитывать количественный и качественный состав персонала. Для достижения этой цели необходимо использовать инструмент прогнозирования рабочей нагрузки, так как такое планирование использует «разрезы времени» для выполнения установленного перечня операций в соответствии должностями. Это позволит эффективно управлять организацией, например, применяя инструмент «калькулятор HR-практика» [8].

В учет потерь рабочего времени при расчете необходимого количества персонала важно включить «коэффициент невыходов». Обычно он равен 1,12. В него входит один месяц в году на сотрудника – 1/12 (0,08) от годового фонда рабочего времени и потери из-за временной нетрудоспособности – 2 недели в год или 1/24 (0,04) от общего фонда времени сотрудника в год.

Стоит отметить, что для различных задач используют разные способы расчета численности. Если цель – обосновать численность компании, в подразделении которой всего несколько человек, то достаточно выполнить

расчет с использованием статистических норм или норм, определенных экспертным путем. Для этого подойдет обычная таблица Microsoft Excel.

Если в компании трудоустроено более сотни работников, то необходимо рассчитывать нормы на различные задачи персонала, используя хронометраж и фотографию рабочего дня. В этом случае целесообразно внедрение WFM-систем, которые позволяют составить максимально эффективный график с наименьшими усилиями.

Повышение эффективности труда персонала пойдет бизнесу на пользу, потому что человеческие ресурсы не повторяют транзакционных задач, что освобождает их рабочее время для других не менее важных операций. Этого можно добиться с помощью WFM-системы.

Система управления персоналом повышает производительность труда сотрудников, а также уменьшает затраты фонда оплаты труда [11]. Для этого в WFM могут входить следующие инструменты: управление полевыми сотрудниками; управление отделом кадров; управление и контроль производительности; подготовка управленческих кадров; сбор данных; рекрутинг; планирование потребности в персонале; прогнозирование и планирование графиков; аналитика.

Программа собирает и анализирует множество данных: динамику и структуру продаж, параметры магазинов, нормы сотрудников, рабочие графики т. д. Система выполняет расчет графика для каждого сотрудника с учетом следующих параметров: покупательский поток, спрос, расположение магазина, время суток, законодательная база, пожелания персонала, особенности времени работы магазина. Это способствует повышению прибыли и снижению затрат благодаря тому, что сотрудники выходят только тогда, когда этого требует покупательский поток в магазине, а вместе с этим, как бонус, еще повышается и уровень сервиса [12].

Один из фундаментальных и базовых инструментов WFM является составление графика сотрудников. Он учитывает следующие показатели: уровень обслуживания, количество трудовых ресурсов, обеденные перерывы, выходные дни, законодательство и т. д.

Преимущества WFM-системы

На основании изученного материала были выделены следующие преимущества применения WFM:

- автоматическое нормирование персонала. Планирование расписания сотрудников, исходя из различных задаваемых параметров;
- учет трудового законодательства;
- оптимизация численности персонала;
- постановка задач каждому сотруднику в единой системе;
- контроль выполнения задач;
- повышение прозрачности процессов управления персоналом;
- тактическая аналитика по эффективности использования персонала для директора магазина / руководителей секций и стратегическая аналитика;
- обмен данными с информационными системами (SAP HR, SAP BW, 1C).

В результате оптимизации графиков, минимизации сверхурочных часов и сокращения внешних сотрудников решение сокращает и фонд оплаты труда. В модели ритейла с выкладкой товаров (например, в продовольственных магазинах) можно снизить расходы на фонд оплаты труда на 7–15 % и повысить доступность товаров на полке на 2–5 % [10]. Параллельно с этим происходит рост выручки до 6 %, а эффективность сотрудников повышается до 15 %.

Внедрение системы по управлению рабочим временем повышает точность прогнозирования и составления графиков.

Перед внедрением WFM-системы компания-поставщик должна провести оценку эффективности деятельности организации клиента. Для этого поставщику предоставляют актуальные графики сотрудников и историю как минимум одного бизнес-драйвера, например, количество чеков или сканов. Далее выполняется моделирование планирования графика до внедрения гибкого планирования и после, где наглядно будет продемонстрировано, сколько трудовых часов спланировал управляющий магазина и сколько бы спланировала автоматически система с помощью алгоритмов.

Выполняется сравнение и анализ обоих графиков и ключевых показателей эффективности внедрения: 1) покрытие демонстрирует качество покрытия покупательского потока; 2) утилизация показывает эффективность применения трудовых ресурсов.

Если демонстрация WFM системы пройдет успешно, то можно будет выделить следующие преимущества от внедрения: снижение количества рабочих часов и более качественное покрытие покупательского потока.

Методика применения WFM-системы

Опишем более подробно методику проведения исследования для оценки эффекта внедрения данной системы на примере одной компании поставщика (в целях сохранения конфиденциальности данных названия компании и клиента заменены: компания поставщика системы WFM – AutoPlan, а предприятие клиента – FoodShop1). В качестве критериев оценки выступают следующие показатели: процент покрытия, процент утилизации, количество спланированных часов; количество недопокрытых и перепокрытых часов.

Для проведения исследования оценки эффекта внедрения WFM в компании FoodShop запрашивают фактические данные (бизнес-драйвер), участвующие в планировании сотрудников: количество чеков и сканов на каждые 15 мин. и фактические данные сотрудников. Данные предоставляются минимум от одного магазина и минимум за один месяц.

После получения всех необходимых данных необходимо провести нормирование операций для каждой должности, участвующей в гибком планировании. Это необходимо для расчета средних норм. Применяют фотографию рабочего дня, замер непосредственно каждой операции или нормы устанавливаются экспертным путем.

В исследовании принял участие один магазин FoodShop1 только для должности “кассир”. Необходимые данные использованы за март 2020 г., а нормы для кассиров рассчитаны с применением фотографий рабочего дня: обработка одного чека занимает 38 с, проведение одного сканирования товара за кассой занимает 3,58 с.

Далее, в систему AutoPlan вносятся фактические графики сотрудников, рассчитанные нормы на операции, а также количество чеков и проведенных сканирований в течение каждого 15 мин. работы магазина. После этого рассчитывают потребность по следующей формуле – количество каждого типа бизнес-драйвера умножается на соответствующую ему норму, и после этого все суммируется.

После расчета потребности на март, внесения фактических графиков сотрудников в систему и запуска автоматического планирования со всеми необходимыми параметрами (например, предпочтения заказчика, законодательство Российской Федерации и т. д.), проводят сравнение полученных результатов (табл. 1).

Таблица 1

Сравнение критериев для оценки эффекта от внедрения WFM-системы

Магазин	Месяц	Покрытие, %	Утилизация, %	Потребность, чч.	Спланировано, чч.	Перепокрытие, чч.	Недопокрытие, чч.
До внедрения	Март	87	83	2 044,75	2139	369	274,75
После внедрения	Март	92	94		2009	118,25	154

Составлено авторами по материалам исследования

Как следует из таблицы, показатели в магазине после внедрения WFM повысились – очевиден положительный эффект.

К этим вычислениям можно добавить расчет экономии фонда оплаты труда. Например, в приведенном исследовании берется средняя ставка кассира – 250 руб. Далее вычисляется сколько денежных средств мог бы сэкономить на персонале магазин FoodShop1 при использовании автоматических графиков. Вычисления представлены в таблице 2.

Потенциальная экономия Фонда оплаты труда в марте 2020 г.

Магазин	До внедрения	После внедрения
Спланировано, ч/ч.	2 139	2 009
Ставка сотрудника, руб.	250	250
Затраты на оклад сотрудников, руб.	534 750	502 250
Разница в затратах, руб.	32 500	
Экономия, %	6	

Составлено авторами по материалам исследования

Из расчетов следует, что магазин мог бы сэкономить 32 500 рублей или 6 % от фактической суммы затрат за март только на кассирах.

Отметим, что в кассовом отделе экономия на фонде оплаты труда наименьшая, так как кассиры работают в основном за одним рабочим местом, и им не нужно куда передвигаться. Наибольшие цифры достигаются при использовании WFM-систем в расчете графиков сотрудников в торговом зале, так как они могут выполнять множество различных операций в разных частях магазина. Если качественно рассчитать нормы для сотрудника торгового зала, то можно достигнуть экономии фонда оплаты труда до 15 %.

Выводы

На основании проведенного исследования методологии планирования рабочего времени сотрудников и выполненного расчета ключевых показателей эффективности внедрения WFM-системы получены следующие результаты.

1. Повышение эффективности персонала в результате автоматизации гибких графиков.
2. Улучшение уровня сервиса вследствие качественного покрытия трафика.
3. Прирост выручки вследствие качественного покрытия трафика.
4. Рост вовлеченности персонала на при выборе удобного графика работниками.
5. Экономия рабочего времени менеджера.

Результатом внедрения системы WFM, которая построена на методологии планирования рабочего времени сотрудников, являющуюся составляющей концепции управления персоналом, станет повышение эффективности работы персонала вследствие регулирования объемов часов с учетом колебаний трудовой нагрузки. Внедрение системы управления рабочим временем сотрудников повышает точность прогнозирования и планирования в результате повышения эффективности бизнес-процессов в предприятии.

Библиографический список

1. Барановская, С. О. Особенности управления персоналом в розничной торговле или как сделать покупателя счастливым на примере сети магазинов Эльдorado / Иркутский государственный университет. – 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-upravleniya-personalom-v-rozничnoy-torgovle-ili-kak-sdelat-pokupatelya-schastlivym-na-primere-seti-magazinov-eldorado/viewer> (дата обращения: 14.12.2020).
2. Валиев, Р. М., Камчатова, Е. Ю. Влияние глобальной информационной среды на трансформацию деятельности предприятия // Управление экономическими системами: электрон. науч. журнал. – 2014. – № 11. – С. 23.
3. Гибадуллин, А. А., Карагодин, А. В. Вызовы цифровой экономики в сфере подготовки кадров // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2019. – № 2 (22). – С. 33-42.
4. Дегтярева, В. В. Формирование организационного механизма управления воспроизводством инноваций для обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур: дис... канд. экон. наук: 08.00.05 / Государственный университет управления. – М., 2009. – С. 141.
5. Нагибина, Н. И. Основные направления управления эффективностью труда в розничной торговле продуктами питания / Пермский национальный исследовательский политехнический университет. – 2015 [Электронный ресурс]. – Режим

- доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-upravleniya-effektivnostyu-truda-v-rozничnoy-torgovle-produktami-pitaniya/viewer> (дата обращения: 14.12.2020).
6. Овчинникова, Т. И., Тинякова, В. И. Мотивационные характеристики трудовых ресурсов // *Нормирование и оплата труда в промышленности*. – 2014. – № 12. – С. 27-31.
 7. Яхонтова, Е. С. *Стратегическое управление персоналом: учебное пособие*. – М.: КноРус, 2013. – 232 с.
 8. Карандашев, Д. Расчет численности калькулятором от HR-практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hr-praktika.ru/blog/instr/kalkulyator-dlya-rascheta-chislennosti/> (дата обращения: 14.12.2020).
 9. Карандашев, Д. Расчет численности персонала – 8 основных принципов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hr-praktika.ru/blog/raschet-chislennosti-personala-7-bazovyh-printsipov/> (дата обращения: 14.12.2020).
 10. «Однажды продавца увезли на скорой — переутомление»: что бывшие кибернетики предложили М.Видео и другим сетям // *Онлайн-журнал “Про бизнес”* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://probusiness.io/personal/4500-odnazhdy-prodavca-uvezli-naskoroy-pereutomlenie-chto-byvshie-kibernetiki-predlozhili-m-video-i-drugim-setyam.html> / (дата обращения: 14.12.2020).
 11. Продукты и сервисы для электронной коммерции // *WFM* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.shopolog.ru/services/section/wfm/> (дата обращения: 14.12.2020).
 12. *WFM – гибкое планирование персонала* // Сайт компании “Verme” / *WFM – гибкое планирование персонала* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://verme.ru/wfm> (дата обращения: 14.12.2020).
 13. Текущая численность персонала в рознице: как решить проблему? Мнения экспертов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/tekuchest-personala-v-roznitse-kak-reshat-problemu-mneniya-ekspertov/> (дата обращения: 04.12.2020).
 14. Шустер, Е. Производительность труда в ритейле // *Журнал РОСТ*. – 2012. – № 4 (8) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.retail4retail.ru/pressa-o-nas/proizvoditelnost-truda.pdf> (дата обращения: 14.12.2020).

References

1. Baranovskaya S. O. *Features of personnel management in retail or how to make a customer happy on the example of the Eldorado store chain*, Irkutsk State University, 2016. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-upravleniya-personalom-v-rozничnoy-torgovle-ili-kak-sdelat-pokupatelya-schastlivym-na-primere-seti-magazinov-eldorado/viewer> (accessed 14.12.2020). (In Russian).
2. Valiev R. M., Kamchatova E. Yu. Influence of the global information environment on the transformation of the enterprise's activities, *Management of Economic Systems: Scientific Electronic Journal*, 2014, no. 11, pp. 23. (In Russian).
3. Gibadullin A. A., Karagodin A. V. Challenges of the digital economy in the field of personnel training, *Aktual'nye problemy ekonomiki i menedzhmenta*, 2019, no. 2 (22), pp. 33-42. (In Russian).
4. Degtyareva V. V. Formation of an organizational mechanism for managing the reproduction of innovations to ensure the competitiveness of business structures: Dis. ... Cand. Econ. Sciences: 08.00.05, State University of Management, Moscow, 2009, 141 p. (In Russian).
5. Nagibina N. I. *The main directions for the management of productivity in retail food trade*, Perm National Research Polytechnic University, 2015. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-upravleniya-effektivnostyu-truda-v-rozничnoy-torgovle-produktami-pitaniya/viewer> (accessed 14.12.2020). (In Russian).
6. Ovchinnikova T. I., Tinyakova V. I. Motivational characteristics of the workforce, *Labor Norming and Remuneration in Industrial Sector*, 2014, no. 12, pp. 27-31. (In Russian).
7. Yakhontova E. S. *Strategic personnel management: training manual*, Moscow, KnoRus, 2013, 232 p. (In Russian).
8. Karandashev D. *Calculating the number of employees using the HR-practice calculator*. Available at: <http://hr-praktika.ru/blog/instr/kalkulyator-dlya-rascheta-chislennosti/> (accessed 14.12.2020). (In Russian).
9. Karandashev D. *Calculating the number of employees – 8 basic principles*. Available at: <http://hr-praktika.ru/blog/raschet-chislennosti-personala-7-bazovyh-printsipov/> (accessed 14.12.2020). (In Russian).
10. “Once the seller was taken away by ambulance – overwork”: what former cyberneticists offered to M. Video and other networks, *Online magazine “Pro business”*. Available at: <https://probusiness.io/personal/4500-odnazhdy-prodavca-uvezli-naskoroy-pereutomlenie-chto-byvshie-kibernetiki-predlozhili-m-video-i-drugim-setyam.html/> (accessed 14.12.2020). (In Russian).
11. Products and services for e-Commerce, *WFM*. Available at: <https://www.shopolog.ru/services/section/wfm/> (accessed 14.12.2020). (In Russian).

12. WFM – flexible scheduling of staff, *Website of the company “Verme”*. Available at: <http://verme.ru/wfm> (accessed 14.12.2020). (In Russian).
13. *Staff turnover in retail: how to solve the problem? Opinion of experts*. Available at: <https://www.retail.ru/articles/tekuchest-personala-v-roznitse-kak-reshat-problemu-mneniya-ekspertov/> (accessed 04.12.2020). (In Russian).
14. Shuster E. Labor productivity in retail, *ROST Magazine*, 2012, no. 4 (8). Available at: <http://www.retail4retail.ru/prensa-o-nas/proizvoditelnost-truda.pdf> (accessed 14.12.2020). (In Russian).

Романова Ирина Анатольевна
канд. пед. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет управле-
ния», г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0003-2963-2231
e-mail: romanova_ia@bk.ru

Лаас Наталья Ивановна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет управле-
ния», г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0003-3599-196X
e-mail: laasni@yandex.ru

Гурова Екатерина Викторовна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет управле-
ния», г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-5748-1875
e-mail: nadkate2001@mail.ru

ИСТОЧНИКИ КОНФЛИКТОВ И СТРЕССОГЕННЫЕ ФАКТОРЫ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Аннотация. Приведены результаты исследования руководителей и рядовых сотрудников российских организаций по проблеме выявления источников конфликтов и стрессогенных факторов, влияющих на функционирование компаний. Детально проанализированы и представлены ответы респондентов на вопросы анкеты о периодичности возникновения противостояния; влиянии столкновений на производительность труда персонала и развитие неблагоприятных психических состояний работников; роли менеджмента и рядовых сотрудников в возникновении конфликтов; основных причинах конфликтного противостояния; системе управления конфликтами и стрессами, включающей мероприятия по их предупреждению и урегулированию. Результаты опроса показали, что в конфликты вовлечены как менеджмент компании, так и рядовой персонал, а ведущим источником конфронтаций, по мнению большинства респондентов, являются индивидуально-психологические особенности сотрудников. При этом сами конфликты выступают стрессогенными факторами, оказывая прямое неблагоприятное воздействие на эффективность деятельности и вызывая специфические нежелательные эмоциональные реакции. Помимо прочего, результаты анкетирования показали, что в организациях, где трудятся респонденты, нет отлаженной системы управления конфликтами. Результаты исследования носят практико-ориентированный характер.

Ключевые слова: источники, конфликтологическая компетентность, конфликты, напряжение, руководители, рядовой персонал, стрессогенные факторы, управление конфликтами

Для цитирования: Романова И.А., Лаас Н.И., Гурова Е.В. Источники конфликтов и стрессогенные факторы в современных организациях//Вестник университета. 2021. № 1. С. 13–19.

Irina A. Romanova
Cand. Sci. (Ped.), State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0003-2963-2231
e-mail: romanova_ia@bk.ru

Natalya I. Laas
Cand. Sci. (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0003-3599-196X
e-mail: laasni@yandex.ru

Ekaterina V. Gurova
Cand. Sci. (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-5748-1875
e-mail: nadkate2001@mail.ru

CONFLICTS' SOURCES AND STRESSFUL FACTORS IN MODERN ORGANIZATIONS

Abstract. The article gives the results of a study of managers and ordinary employees of Russian organizations on the problem of identifying sources of conflicts and stress factors affecting the functioning of companies. The paper analyses in detail and presents the answers of respondents to the questionnaire about the frequency of the confrontation; on the impact of collisions on staff productivity and on the development of unfavorable mental states of workers; on the role of management and ordinary employees in the emergence of conflicts; about the main reasons for the conflict confrontation; on the system of conflict and stress management, including measures to prevent and resolve them. The results of the survey showed that both the company's management and ordinary personnel are involved in conflicts, and the leading source of confrontation, according to the majority of respondents, is the individual psychological characteristics of employees. At the same time, the conflicts themselves act as stress factors, having a direct adverse effect on the efficiency of activities and causing specific unwanted emotional reactions. Among other things, the results of the survey showed that the organizations where the respondents work do not have a well-functioning system of conflict management. The research results are practice-oriented.

Keywords: conflict management, conflictological competence, conflicts, leaders, rank-and-file personnel, sources, stressors, tension

For citation: Romanova I.A., Laas N.I., Gurova E.V. (2021) Conflicts' sources and stressful factors in modern organizations. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 13–19. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-13-19



Введение

Конфликты в современных организациях представляют собой естественное явление, показывая живой характер существования компаний, отражая всю сложность их функционирования и многообразие существующих в них отношений. В частности, это могут быть: противоречия между интересами владельцев компаний и менеджментом, проявляющиеся в принимаемых решениях и напрямую неблагоприятным образом сказывающиеся на финансовых показателях; производственные конфронтации, также связанные с принятием и реализацией решений в сфере охраны труда и вызванные несоответствием задач эффективности и безопасности производства; конфликты между разнообразными подгруппами (возрастными, профессиональными) в организации, порождаемые организационной культурой [6; 9; 10]. Вместе с тем рассматриваются причины возникновения и особенности протекания конфликтов в компаниях, функционирующих в разных отраслях экономики, в частности в российском агропромышленном комплексе [3].

При всем многообразии аспектов изучения конфликтов самым важным, на наш взгляд, представляется вопрос об их природе, о субъективных и объективных источниках. От ответа на вопрос о мотивах и причинах, порождающих противостояние в современных организациях, зависит эффективность системы управления конфликтами, включающей меры по прогнозированию и предупреждению, а также разработку действенных способов их урегулирования.

Метод исследования

В связи с указанным выше были поставлены исследовательские вопросы, которые впоследствии обрели форму следующих более узких вопросов анкеты.

1. Каковы источники конфликтов в организации по мнению руководителей и подчиненных?
2. Выступают ли сами конфликты стрессогенным фактором, и каково их влияние на производительность труда и эмоциональные переживания работников разных статусов?
3. Какие управленческие инструменты, по мнению рядового персонала и менеджмента организаций, особенно предпочтительны для предупреждения/разрешения противостояния в организациях?

В научно-практических целях изучения источников и стрессогенных факторов в современных организациях в марте 2020 г. был организован письменный опрос. Устроители исследования и авторы анкеты (они же авторы статьи) – преподаватели кафедры управления персоналом ФГБОУ ВО «Государственный университет управления» (г. Москва). По замыслу инициаторов опроса его результаты лягут в основу подготовки отдельных тем лекционных и практических занятий со студентами, обучающимися по направлению подготовки «управление персоналом» и изучающих учебную дисциплину «Конфликтология». На основе полученных данных будут разработаны кейсы и другие задания в рамках активных методов обучения. Вместе с тем итоги опроса можно использовать в управленческом консультировании, осуществляемой кафедрой управления персоналом, а также в процессе преподавания курса «Конфликтология» на программах повышения квалификации.

Обсуждение результатов анкетирования

Респондентами опроса выступили работники государственных и частных предприятий. Посредством Google-форм им предлагалось заполнить анкету, состоящую из 21 вопроса. Численность участников опроса составила 113 человек. Респонденты распределились по полу следующим образом: 80 % отнесли себя к женскому полу и 20 % к мужскому; 17,7 % – менеджеры разного уровня и 82,3 % участники опроса из числа рядового персонала; 60,2 % работники частных компаний, 39,8 % трудятся в государственных организациях.

В первую очередь респондентам предлагалось рассказать о частоте возникновения конфликтов в их организациях и ответить на вопрос: «Как часто в Вашем трудовом коллективе случаются конфликты?». В результате опроса 35,4 % респондентов затруднились назвать количество раздоров, развивающихся в их организациях. Это самый популярный ответ. Еще 33,7 % участников опроса утверждают, что конфликты в компаниях, где они трудятся, случаются один раз в течение рабочей недели. Следующие 12,4 % опрошенных ответили, что противоречия на рабочем месте случаются несколько раз в течение рабочей недели. Затем 9,7 % участников исследования выбрали суждение «один раз за рабочую смену». Наконец, 8,8 % респондентов сообщили, что конфронтация бывает несколько раз за рабочую смену.

На вопрос «Скажите, пожалуйста, в конфликты, которые случаются в Вашей организации, вовлечены рядовые сотрудники или руководители различного уровня?» были получены следующие ответы: 36,3 % убеждены, что субъектами конфликтного взаимодействия выступают «скорее рядовые сотрудники»; 10,6 % говорят, что «скорее руководители разного уровня»; 37,2 % увидели в числе участников конфликта «как рядовых сотрудников, так и руководителей разного уровня»; 15,9 % участников опроса затруднились выбрать какое-либо утверждение из предложенных. Ответы управленцев распределились по приведенным выше вариантам следующим образом: 45 %, 15 %, 25 %, 15 % соответственно, а подчиненных – 34,4 %, 9,7 %, 39,8 %, 16,1 % соответственно.

Далее, авторы исследовали проблему влияния столкновений на эффективность деятельности работников организации и сформулировали соответствующий вопрос: «Как Вы думаете, каким образом конфликты сказываются на производительности труда членов коллектива, в котором Вы трудитесь?». При ответе на него больше половины (62,8 %) опрошенных высказали мнение «отвлекают от работы и снижают производительность труда»; 22,2 % уверены, что «отвлекают от работы, но не снижают производительности труда»; «не отвлекают от работы и не сказываются на производительности труда» – 11,5 %; 3,5 % затруднились выбрать ответ.

Таким образом, ответы большинства участников опроса подтверждают, что напряженность, вызванная конфронтацией, имеет деструктивное непосредственное (прямое) действие на эффективность труда работников. При этом, оказывая влияние на внимание субъекта труда, конфликты создают предпосылки для производственных ошибок, сказываются на развитии преждевременного утомления и формировании стрессовых реакций персонала.

Напряженность, спровоцированная конфликтами и другими стрессогенными факторами, проявляется в специфических эмоциональных проявлениях. По этой причине участникам исследования предложили ответить на вопрос: «Скажите, пожалуйста, каким образом конфликты в организации, в которой Вы трудитесь, сказываются на Вашем эмоциональном состоянии и деятельности, если Вы являетесь участником конфликтного взаимодействия?». Самой популярной реакцией (45,1 %) оказалось «я раздражен(-а)». По 38,9 % респондентов выбрали утверждения «я тревожусь» и «я не могу сосредоточиться на работе»; «я злюсь» – так говорят 37,2 % опрошенных, если они участвуют в конфронтации; 31,9 % высказались о том, что они «постоянно думаю о конфликте»; «я подавлен(-а)» – такое утверждение предпочли 13,3 % респондентов; «я спокоен(-йна)» – так утверждают 12,4 % участников исследования в случае, если они вовлечены в конфликт; «я плачу» – такой ответ выбрали 4,4 % респондентов; «я испуган(-а)» – 1,8 %; затруднились с ответом 6,2 % участников опроса.

Ответы на вопрос «Скажите, пожалуйста, каким образом конфликты в организации, в которой Вы трудитесь, сказываются на Вашем эмоциональном состоянии и деятельности, если Вы не являетесь участником конфликтного взаимодействия?» оказались следующими: «я спокоен(-йна)» – 46,9 %; «я раздражен (-а)» – 24,8 %; «я тревожусь» – 18,6 %; «я постоянно думаю о конфликте» – 12,4 %; «я злюсь» – 11,5 %; «я подавлен(-а)» – 6,2 %; «я испуган(-а)» – 3,5 %; «я плачу» – 2,7 %. Никто из участников опроса не выбрал ответ «я не могу сосредоточиться на работе», а 4,4 % затруднились выбрать какое-либо утверждение.

Для выстраивания эффективной системы управления конфликтами, включающей элемент их прогнозирования, менеджменту компании, в первую очередь, необходимо предпринимать усилия для выявления источников конфликтов и стрессов [8]. В связи с этим участникам опроса было предложено ответить на вопрос: «Скажите, пожалуйста, что является основной причиной конфликтов и стрессов в Вашей организации?». Половина (50,4 %) респондентов в качестве ведущей причины конфликтного противостояния и возникновения стрессов усмотрела индивидуальные черты членов трудового коллектива; около четверти опрошенных (24,8 %) в ряду источников конфронтации в компании выделили организацию трудового процесса; 14,2 % участников опроса указали на методы управления коллективом; 10,6 % не выбрали подходящего суждения.

Были также рассмотрены причины раздоров и стрессов в организации, связанных с индивидуально-психологическими признаками сотрудников. Здесь мы задали вопрос: «Как вы считаете, какие из нижеперечисленных особенностей сотрудников – ваших коллег являются причиной конфликтов?». Ответ «отсутствие умений общаться» выбрали 40 % опрошенных менеджеров и 30,1 % участников опроса из числа рядовых сотрудников. Признание исключительно собственной правоты и отказ принимать чужую точку зрения (эгоцентризм) в качестве черты, провоцирующей конфликт, рассматривают четверть менеджеров и 32,3 % подчиненных. На карьеризм в негативном смысле этого понятия указали 20 % управленцев

и 15,1 % рядовых сотрудников; на агрессивность – 30 % руководителей и 17,2 % и подчиненных; на равнодушие к другим людям – 15 % управленцев разного уровня и 22,6 % сотрудников организации более низкого статуса. Раздоры способны вызывать и личностные характеристики сотрудников, которые они проявляют непосредственно при решении производственных задач. Почти равное количество опрошенных разного статуса (25 % руководителей и 26,9 % рядовых сотрудников) убеждены, что «низкая профессиональная компетентность» выступает основой для возникновения напряженности (конфликтов и стрессов). Четверть руководителей и 21,5 % опрошенных из числа рядового персонала качеством, порождающим конфронтацию, назвали «низкую стрессоустойчивость сотрудников»; 30 % управленцев и 45,2 % подчиненных – «нежелание брать на себя ответственность»; 25 % менеджеров и 18,3 % опрошенных рядовых сотрудников – «использование рабочего времени в личных интересах».

В целом, некоторые авторы относят указанные в нашей анкете личностные особенности к признакам «токсичного персонала», при этом подчеркивая, что «токсичные» сотрудники в разных своих поведенческих проявлениях являются стрессором, осложняя организационное взаимодействие и неблагоприятным образом сказываясь на эффективности деятельности. Кроме того, они требуют дополнительных усилий менеджмента компаний с целью нейтрализации их деструктивного (в частности, конфликтного) потенциала [11].

Не только специфические черты отдельных работников и их поведение могут породить конфронтации. Индивидуальные проявления управленческой деятельности, обусловленные личностными характеристиками руководителя, также способны выступить источником напряжения, только уже для подчиненных. Ввиду этого респондентам был задан вопрос: «Какие особенности стиля управления менеджеров провоцируют, на Ваш взгляд, конфликты в Вашей организации?».

Представим ответы участников опроса на предмет выявления раздражающих сотрудников особенностей стиля управления: 20 % руководителей и 24,7 % подчиненных указали на такое нежелательное качество, как «навязывание своей воли подчиненным»; 20 % менеджеров и 26,9 % опрошенных из числа рядовых сотрудников в перечне отрицательных характеристик стиля управления назвали «равнодушное отношение к подчиненным»; 40 % опрошенных управленцев и почти столько же подчиненных (37,6 %) выбрали ответ «высокомерное отношение к подчиненным»; 30 % менеджеров и 29 % респондентов из числа рядового персонала предпочли утверждение «отсутствие навыков эффективного общения». «Низкая профессиональная компетентность руководителя» – такую негативную характеристику, провоцирующую конфликты и стрессы, выбрали четверть управленцев и 33 % подчиненных; на «стремление любой ценой завоевать авторитет у подчиненных» указали 25 % руководителей и почти в два раза меньше сотрудников организации более низкого статуса (12 %). Как следует из ответов респондентов, причиной раздоров, источниками тревожности персонала и напряженной обстановки в организации в большей степени выступают аспекты стиля управления, связанные с взаимодействием с подчиненными.

Обратимся к ответам участников исследования на вопрос: «Скажите, пожалуйста, какие из перечисленных ниже особенностей организации трудового процесса провоцируют стрессовые реакции и конфликты в коллективе?». Относительно этой проблемы мнения менеджеров разного уровня следующие (в порядке убывания): «отсутствие эффективной системы стимулирования» – 45,5 %; «отсутствие высокой трудовой дисциплины» – 45,5 %; «неэффективный подбор и расстановка кадров» – 40 %; «отсутствие четкого распределения производственных поручений» – 35 %; «несоразмерность прав и обязанностей сотрудников» – 35,5%; «несвоевременное обеспечение ресурсами работников» – 20 %; «проблемы с условиями труда и отдыха сотрудников» – 10 %. А вот каким образом ответили опрошенные нами из числа рядового персонала: «проблемы с условиями труда и отдыха сотрудников» – 44,1%; «неэффективный подбор и расстановка кадров» – 35,5 %; «отсутствие высокой трудовой дисциплины» – 29 %; «отсутствие эффективной системы стимулирования» – 28 %; «несвоевременное обеспечение ресурсами работников» – 24,7 %; «отсутствие четкого распределения производственных поручений» – 18,3 %; «несоразмерность прав и обязанностей сотрудников» – 11,8 %.

Интересным и важным для налаживания системы управления конфликтами видятся авторам реакции работников организации на вопрос: «Как Вы считаете, кто ответственен за возникновение конфликтов и стрессов в Вашей организации: рядовые сотрудники или руководители?». Здесь были получены следующие результаты. «Скорее рядовые сотрудники» – так ответили 11,5 %; «скорее руководство» – 21,2 %; «в равной

степени и рядовые сотрудники, и руководство» – 61,1%; «затрудняюсь ответить» – 6,2 %. При этом никто из опрошенных из числа управленцев не возложил вину за возникновение конфронтации на подчиненных; четверть менеджеров указали, что руководители организации ответственны за раздоры; 75 % возложили вину как на менеджмент компании, так и на рядовой персонал; 14 % респондентов из числа рядовых сотрудников считают, что за конфликты ответственны руководители их организаций; 20,4 % возложили ответственность на подчиненных; 58,1 % согласились с утверждением «в равной степени и рядовые сотрудники, и руководство»; 7,5 % затруднились с ответом.

Урегулирование и профилактика конфликтов

Система управления конфликтами в организации предполагает наличие у менеджмента арсенала действенных способов их урегулирования. В последнее время среди таких инструментов используется третья сторона. Она может быть привлечена для разрешения конфликта в случае, если участники противостояния не способны самостоятельно выйти из конфронтации, когда есть угроза развития полномасштабного конфликта, если необходимо тщательно отслеживать выполнение принятого соглашения об урегулировании. Опираясь на опыт участия третьей стороны в разрешении конфликтов, исследователи описывают разнообразные его формы (посредник, наблюдатель и пр.) и оценивают их действенность; представляют критерии выделения моделей вовлечения третьей стороны в процесс урегулирования; изучают изменение оценок сотрудников по поводу эффективности участия третьей стороны в разрешении конфликтов [1; 4]. Помимо этого, представлены данные исследований о восприятии руководителями с разным стажем управленческой деятельности своей активности в ситуации урегулирования конфликта в качестве посредника или арбитра [2].

Вопрос об участии третьей стороны также оказался нам важным для понимания ситуации с конфликтами в современных организациях. На вопрос «Привлекалась ли третья сторона (арбитр, медиатор, третейский судья, помощник, наблюдатель, организационный психолог и т. п.) для разрешения конфликтов в Вашей организации или не привлекалась?» 76,1 % выбрали суждение «нет, я ничего не знаю о таких ситуациях», из которых 70 % руководителей и 77,4 % опрошенных рядовых сотрудников; только 17,7 % респондентов ответили – «да, я знаю такие случаи», четверть из которых управленцы и 16,1 % опрошенных подчиненных; 6,2 % опрошенных затруднились выбрать ответ.

На вопрос «Каким образом урегулируются конфликты в Вашей организации?» 30,9 % (25 % менеджеров и 32,3 % из числа рядового персонала) ответили, что «разрешаются сами собой»; 32,8% (35 % руководителей и 32,3 % подчиненных) отреагировали «постоянно тлеют (повторяются), так как нет четких мер по их предупреждению и урегулированию»; 31,8 % (40 % управленцев и 30,1 % рядовых сотрудников организации) убеждены, что «в нашей организации есть отлаженная система мер по предупреждению и урегулированию конфликтов»; 4,5 % «затрудняюсь ответить».

Рассмотрим выводы респондентов о возможных путях разрешения конфликтов в организациях. В связи с этим мы сформулировали вопрос анкеты следующим образом: «Как вы считаете, каким образом необходимо предупреждать/урегулировать конфликты в организации?» Как стало ясно из полученных ответов, большинство респондентов склоняются к применению социально-психологических инструментов предупреждения конфликтов: «проводить тренинги конфликтологической компетенции сотрудников» – 33,6 %; «проводить индивидуальные беседы с конфликтными сотрудниками» – 61,9 %; «способствовать формированию благоприятного социально-психологического климата в коллективе» – 69,1 %; 27,4 % убеждены в том, что для предупреждения конфронтации в организации и нейтрализации стрессогенных факторов необходимо прибегнуть к совершенствованию организации труда. Утверждение «тщательнее проводить подбор персонала» предпочли 39,8 % опрошенных. Радикальный способ урегулирования конфликта («увольнение конфликтных сотрудников») выбрали только 6,2 % респондентов, а 7,9 % участников опроса согласились с утверждением «привлечь третью сторону» для урегулирования конфликта.

Теперь обратимся к ответам респондентов, выделенных по двум статусным категориям. В качестве одного из эффективных методов профилактики раздоров 36,6 % рядовых сотрудников и 20 % руководителей назвали организацию тренингов с целью формирования навыков конструктивного поведения в конфликте. Для руководителя, в частности, эти навыки, как часть конфликтологической компетентности, выступают

в качестве важнейшего признака управленческого мастерства, благодаря которому он становится способным прогнозировать конфронтацию в организации, действенно ее урегулировать (выступая, например, в качестве посредника), а в целом минимизировать разрушительное влияние конфликтов как на компанию в целом, так и на отдельных ее работников [5; 7]. Для рядовых сотрудников обучение поведению в конфликте поможет обеспечить их адекватное реагирование на напряженную ситуацию, гарантировать минимальные эмоциональные потери, сохранить отношения с коллегами и начальством, предупредить развитие неблагоприятных эмоциональных состояний и снижение работоспособности.

Выводы

В результате исследования обнаружено следующее.

1. В конфликты вовлечены как менеджмент компании, так и рядовой персонал, а ведущим источником конфронтаций выступают индивидуально-психологические особенности сотрудников.

2. Главным источником напряжения в организации, связанным со стилем управления является высокомерное отношение управленцев разного уровня к подчиненным, а ведущей причиной столкновений, порождаемых особенностями организации трудового процесса – отсутствие четкого распределения производственных заданий.

3. Конфликты выступают стрессогенными факторами, оказывая по мнению большинства опрошенных вне зависимости от их статусного положения, прямое неблагоприятное воздействие на производительность труда. Вместе с тем, конфликты в разной степени вызывают множество нежелательных эмоциональных реакций (прежде всего раздраженность и тревогу) как собственно у субъектов конфронтации, так и у тех работников, которые в них непосредственно не вовлечены, независимо от статуса.

4. Большинство участников анкетирования не видят в своих организациях четкой системы управления конфликтами (предупреждение и урегулирование), а противоречия в организациях, где респонденты трудятся, либо тлеют и постоянно повторяются, либо разрешаются сами собой без осознанного влияния на их развитие.

5. Среди мер предупреждения/профилактики конфликтов, а также их урегулирования, по мнению участников опроса, наиболее предпочтительны социально-психологические инструменты.

Библиографический список

1. Бурмистрова, Н. Н. Выделение критерия и построение классификации моделей вмешательства третьей стороны в разрешении конфликта // Вестник университета. – 2012. – № 14. – С. 229-232.
2. Бычков, А. В. Конфликтологическая компетентность руководителей таможенных органов и подразделений таможенной службы (социологический ракурс) // Вестник науки и образования. – 2018. – Т. 1, № 5 (41). – С. 112-119.
3. Данилов, В. А. Управление конфликтами на предприятиях АПК на примере ООО «Ростовский комбинат шампанских вин» // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2020. – № 2 (374). – С. 31-35.
4. Журавлев, А. Л., Бурмистрова, Н. Н. Изменение оценок эффективности разрешения конфликта в условиях изменения представлений участников конфликта о третьей стороне // Вестник университета. – 2012. – № 8. – С. 236-243.
5. Купфер, Л. В. Речевые способы прогнозирования и предупреждения конфликтов в организации // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 37 (328). – С. 41-43.
6. Лисовский, В. В., Кравчук, И. Л., Денисов, С. Е. Производственный конфликт как основа управления производственным риском // Горный информационно-аналитический бюллетень. – 2019. – № 9. – С. 211-218.
7. Никулина, И. В., Соловова, Н. В. Формирование конфликтологической компетентности преподавателя вуза // Высшее образование в России. – 2018. – № 2. – С. 95-102.
8. Прокудина, О. О. Роль руководителя в предупреждении конфликтов в коммерческой организации // Лидерство и менеджмент. – 2016. – Т. 3, № 3. – С. 189-198.
9. Томилин, О. Б., Клюев, А. К., Другова, Е. А., Фадеева, И. М., Томилин, О. О. Организационные конфликты в трансформации университетов: *destruam et aedificabo* // Интеграция образования. – 2019. – Т. 23, № 2. – С. 265-283.
10. Шевченко, И. В., Пучкина, Е. С., Толстов, Н. С. Акционеры и менеджеры: конфликт интересов в российских корпорациях // Экономический журнал ВШЭ. – 2019. – Т. 23, № 1. – С. 118-142.
11. Эсаулова, И. А., Нагибина, Н. И. «Токсичный» персонал: проблемы и методы управления // Управленец. – 2017. – № 5 (69). – С. 58-71.

References

1. Burmistrova N. N. Allocation of the criteria and construction of classification of models of the third party in resolution of the conflict, *Vestnik universiteta*, 2012, no. 14, pp. 229-232. (In Russian).
2. Bychkov A. V. Conflict competence of the heads of customs authorities and divisions of the customs service (sociological perspective), *Bulletin of Science and Education*, 2018, vol. 1, no. 5 (41), pp. 112-119. (In Russian).
3. Danilov V. A. Conflict management at agribusiness enterprises on the example of Rostov Champagne Wines Plant LLC, *International Agricultural Journal*, 2020, no. 2 (374), pp. 31-35. (In Russian).
4. Zhuravlev A. L., Burmistrova N. N. Change in assessments of the effectiveness of conflict resolution in the face of changing perceptions of parties to the conflict about a third party, *Vestnik universiteta*, 2012, no. 8, pp. 236-243. (In Russian).
5. Kupfer L. V. Speech methods for predicting and preventing conflicts in the organization, *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2013, no. 37 (328), pp. 41-43. (In Russian).
6. Lisovskii V.V., Kravchuk I. L., Denisov S. E. Production conflict as a basis for managing production risk, *Mining Informational and Analytical Bulletin*, 2019, no. 9, pp. 211-218. (In Russian).
7. Nikulina I. V., Solovova N. V. The formation of the conflictological competence of a University teacher, *Higher education in Russia*, 2018, no. 2, pp. 95-102. (In Russian).
8. Prokudina O. O. The role of the leader in conflict prevention in a commercial organization, *Leadership and Management*, 2016, vol. 3, no. 3, p. 189-198. (In Russian).
9. Tomilin O. B., Klyuev A. K., Drugova E. A., Fadeeva I. M., Tomilin O. O. Organizational conflicts during Universities transformation: destruam et aedificabo, *Integration of Education*, 2019, vol. 23, no. 2, pp. 265-283. (In Russian).
10. Shevchenko I. V., Puchkina E. S., Tolstov N. S. Shareholders and managers interests: conflict of interests in Russian corporations, *Higher School of Economics Economic Journal*, 2019, vol. 23, no. 1, pp. 118-142. (In Russian).
11. Esaulova I. A., Nagibina N. I. "Toxic" personnel: problems and management methods, *The Manager*, 2017, no. 5 (69), pp. 58-71. (In Russian).

СТРАТЕГИИ И ИННОВАЦИИ

УДК 339.13 JEL M31

DOI 10.26425/1816-4277-2021-1-20-27

Алешина Ирина Викторовна
канд. экон. наук, ФБГОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва, Российская
Федерация
ORCID: 0000-0001-7868-0665
e-mail: ialyoshina@gmail.com

МАРКЕТИНГ УНИВЕРСИТЕТА ЭПОХИ ЦИФРОВОЙ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация. Цифровая глобализация рассматривается как среда функционирования университета XXI в. Проблемы цифровизации отраслей, глобализации рынков, растущей нестабильности и неопределенности среды, усиления социального неравенства, сетевизации, платформизации бизнес-моделей определяют значимость университетского маркетинга как менеджмента, ориентированного на глобальные рынки ресурсов. В статье представлены тренды развития холистического маркетинга эпохи цифровой глобализации: цифровизация и глобализация операций; индивидуализация и демократизация решений; искусственная интеллектуализация; сетевизация; платформизация активности; совместное создание ценности с потребителями и стейкхолдерами; рост значения потребительского опыта. Предложены ориентиры развития университетского маркетинга в русле цифровой трансформации на внутреннем и внешнем уровнях управления университетами: переход от рейтингов университетов к рейтингу людей (сотрудников и студентов университетов) как ответ на тренды индивидуализации, персонализации и сетевизации, акцент на внутриуниверситетском маркетинге в сравнении с внешним, усиление интеллектуально-содержательных инструментов продвижения в сравнении с рекламой. Определены новые ориентиры трансформации менеджмента и маркетинга университета.

Ключевые слова: цифровая глобализация, университет, холистический маркетинг, цифровая трансформация, сетевизация, платформизация, индивидуализация, искусственный интеллект

Для цитирования: Алешина И.В. Маркетинг университета эпохи цифровой глобализации // Вестник университета. 2021. № 1. С. 20–27.

Irina V. Alyoshina
Cand. Sci. (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0001-7868-0665
e-mail: ialyoshina@gmail.com

UNIVERSITY MARKETING IN AN AGE OF DIGITAL GLOBALIZATION

Abstract. Digital globalization is regarded as the environment for the functioning of the 21st century's university. Problems of digitalization of industries, globalization of markets, growing instability and uncertainty of the environment, increased social inequality, networking, platformization of business models predetermine the importance of university marketing as management focused on global resource markets. The trends in the development of holistic marketing in the era of digital globalization are presented – digitalization and globalization of operations, individualization and democratization of solutions, artificial intellectualization, networking, platformization of activity, co-creation of value with consumers and stakeholders, the growing importance of consumer experience. The guidelines for the development of university marketing in line with digital transformation at the internal and external levels of university management have been proposed: the transition from university rankings to the ranking of people (employees and university students) as a response to the trends of individualization, personalization and networking, the emphasis on intra-university marketing in comparison with external one, the strengthening of intellectual knowledge-valuable promotional tools in comparison with advertising. New guidelines for transformation of management and marketing of the university were defined.

Keywords: digital globalization, university, holistic marketing, digital transformation, networking, platformization, individualization, artificial intelligence

For citation: Alyoshina I.V. (2021) University marketing in an age of digital globalization. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 20–27. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-20-27

© Алешина И.В., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Alyoshina I.V., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Введение

Среда функционирования сегодняшнего университета (У) глобальна в силу растущей интеграции глобальной интернет-среды в сферы генерации, распространения и использования научных и профессиональных знаний. Университет становится узлом высококонкурентной глобальной сети рынков данных, информации, знаний, идей, инноваций.

Цифровая глобализация – среда функционирования университета 21-го века

Цифровая глобализация – современный этап глобализации, обнаруженный исследователями McKinsey Global Institute в 2014 г., характеризующийся экспоненциальным ростом трансграничных потоков информации, данных и инноваций, замещающих трансграничные потоки товаров и финансовых услуг [12]. Конкурентоспособность университета как субъекта и участника информационных, технологических, экономических процессов определяется его позиционированием в глобальных цифровизирующихся рыночных сетях.

Задача построения группы университетов – глобальных лидеров в стране догоняющей, а не лидирующей экономики мира, достаточно дискуссионна. Догоняющая экономика, а потому и ее университеты, в сравнении с лидирующими экономиками мира, имеет ограничения сразу по всем видам ресурсов – инфраструктуре, финансам, технологиям, человеческому капиталу, – преодолеть которые одновременно невозможно [3]. Многие аспекты цифровизации, в том числе сетевой культуры горизонтальных связей, традиционные для американских университетов, объективно сложнее для реализации в российских реалиях. В числе проблемных – попытка решать задачи конкурентоспособности верхнего уровня сложности в отсутствие решений базового уровня, усложнившихся вследствие оптимизационных реформ ключевых сфер человеческого капитала, – здравоохранения и образования, к моменту вынужденного «броска» университетов в «дистант» весной 2020 г. (рис. 1) [4].



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Пирамида глобальной конкурентоспособности университета (У) эпохи цифровой глобализации

В последнее десятилетие российские вузы оказались в ножницах проблемы роста мировой конкурентоспособности, с одной стороны, и недостатка ресурсов, адекватных этой амбициозной цели, с другой. Гонка за формальными количественными показателями в отсутствие контекстуального управления качеством через поэтапное формирование международных академических компетенций не дает ожидаемых результатов. Например, затребованный Министерством образования и науки России от вузов и научных организаций рост количества статей в научных и технических журналах, индексируемых в международных наукометрических

базах, не сопровождался адекватным ростом числа заявок на патенты резидентов в Российской Федерации, в сравнении с США и Китаем (табл. 1). Зато, по данным комиссии РАН 2020 г. по числу мусорных статей Россия заняла второе место в мире после Индии [2].

Таблица 1

Научные, технические статьи и заявки на патенты, 2018 г.

Страна	Патентные заявки, резиденты	Статьи научно-технического журнала	Патентные заявки на одну статью
Китай	1 393 815	528 263	2,64
США	285 095	422 808	0,68
Россия	24 926	81 579	0,31

Составлено автором по материалам источников: [13; 15]

Ограниченность ресурсов университетов – объективное явление во всем мире. С развитием цифровой среды вузы перестали быть единственным или доминирующим источником знаний и профессионального становления/развития, и потому их роль в обществе и способность притягивать ресурсы общества меняется. По американской классификации (где за образование платят в основном частные лица), университеты – розничные поставщики услуг. Как и большинство игроков глобализующихся рынков университеты испытывают на себе воздействие ряда трендов:

- цифровизация, рост скорости и объемов информационных потоков и потому – цифровая трансформация;
- глобализация, усиливающаяся информационными технологиями;
- растущая нестабильность и неопределенность среды функционирования, рост рисков принятия решений;
- растущее социально-экономическое неравенство;
- сетевизация, отход от вертикальных структур к горизонтальным;
- платформизация бизнес-моделей.

Сочетание этих факторов определяет специфику функционирования современного университета. Ни один университет не может собрать в своем штате самых квалифицированных сотрудников и студентов страны, сам для себя писать и издавать лучшие учебники по всем своим дисциплинам. Меньшинство способны вывести на мировой рынок англоязычные программы только собственными силами.

Тренд платформизации работает в американских университетах более четверти века – как внутри университета (выбор студентами и преподавателям курсов), так и вне его. Это и индивидуальный учебный план и консорциумы университетов с цифровыми сервисами регистрации на курсы и конференции, заказа литературы, управленческих бизнес-процессов. Сокращение разрыва между российскими и американскими университетами лишь публикациями в журналах Scopus и WoS без сокращения разрыва в ресурсном обеспечении проблематично.

Снижение издержек вузов в последние 5–10 лет шло по пути роста нормативов учебной нагрузки преподавателей, слияния аудиторных потоков, подразделений и вузов, сокращения административного персонала. Министерство образования и науки России, не имея возможности поддерживать мировую конкурентоспособность всех государственных вузов страны, избрало тактику ресурсной поддержки небольшого числа вузов с наибольшими результатами конкурентоспособности. Между тем, госбюджетная поддержка должна была бы оказываться общенациональным межвузовским проектам, а не двадцатке избранных вузов из тысячи вузов страны.

Цифровая глобализация делает с традиционными университетами то же, что и с отдельными офлайн-магазинами, торговавшими некогда мебелью, книгами, продуктами питания, одеждой-обувью, галантереей и сантехникой, обращая их в партнерства с маркетплейсами (Ozon, Wildberries, «Беру», Lamoda, «Утконос», др.) и заменяя их сетевыми, в том числе онлайн-структурами, работающими как национальные, интернационализирующиеся и глобальные платформы. Крупнейший онлайн-ритейлер США Amazon – это половина объема э-коммерции в США. Тренд платформизации бизнес-модели все более актуален для университетов. Однако отличие Coursera и национальной платформы «Открытое образование» от глобальных цифровых платформ в том, что на Amazon, E-bay, Uber, Airbnb, Facebook, Youtube свой продукт/услугу может продавать/представить не только формальная организация, а любой игрок рынка, – частное лицо, то есть это и P2P-рынки.

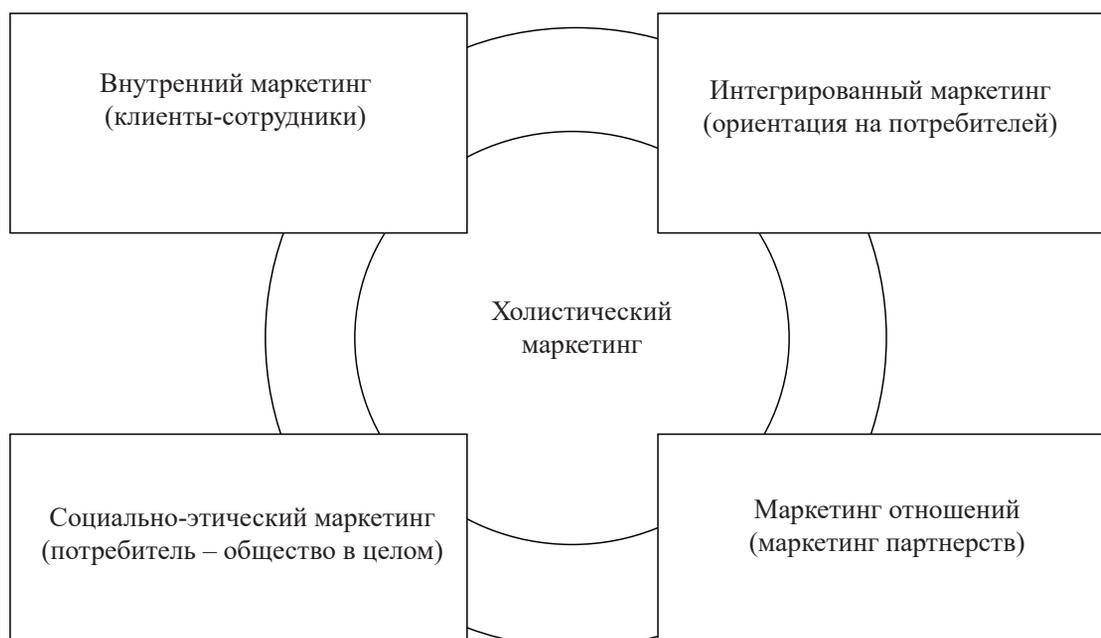
Открытость платформы для индивидуумов снижает барьер для выхода на рынок и увеличивает масштаб ресурсной базы участников платформы. Традиционное образование с моделью *G2G/G2C* ограничивает сетевой эффект – рост ценности платформы для каждого участника с ростом количества участников. Фактически, индивидуальная карьерная траектория сегодня недостаточно поддерживается индивидуальной образовательной траекторией. Офлайн-вуз, как и всякая иерархическая и бумажно-управляемая офлайн-структура, недостаточно гибок и адаптивен для радикальных инноваций в глобальной цифровизирующейся реальности. И поэтому проигрывает глобальным цифровым платформам в конкуренции за ресурсы стейкхолдеров.

Цифровизация и интернетизация университета превращает его в субъект глобальной онлайн-конкуренции, в которой локальные вертикальные структуры проигрывают глобальным сетевым. Со времен М. Портера бизнес управлялся как цепочка создания ценности, но в сегодняшней сетевой экономике ценность создают уже сети участников, партнеров и стейкхолдеров, а не отдельно взятая компания. Процесс образования – далеко не только и не столько механическая передача данных и информации (это работа, в которой преуспевают машины), сколько формирование знаний, – размещение информации в осмысленный контекст. Для этого, собственно, нужны и контекст (сам университет в том числе), люди (человеческий капитал) и сообщества, объединяющие стейкхолдеров учебного процесса [14]. Конкурентоспособность университета сегодня определяется способностью вовлечения ресурсов всех стейкхолдеров, то есть формирования комьюнити, экосистемы.

Управление университетскими сообществами, горизонтальными связями и сетями в условиях цифровой глобализации – задача интеграции, объединения ряда рынков или интересов-потребностей, мотиваций и ценностей ряда групп стейкхолдеров и потому – задача современного маркетинга.

Маркетинг эпохи цифровой глобализации

Маркетинг эпохи цифровой глобализации – холистический маркетинг, использующий цифровые технологии глобального масштаба. Холистическая концепция маркетинга объединяет традиционный интегрированный маркетинг (ориентированный на внешних потребителей), внутренний (для сотрудников), социально-этический (ориентация на общество в целом) и партнерский (ориентация на партнеров, помогающих создавать потребительскую ценность) (рис. 2) [10].



Составлено автором по материалам источника [10]

Рис. 2. Компоненты холистического (целостного) маркетинга

Цифровые технологии сбора и анализа больших данных, искусственного интеллекта интегрируют четыре элемента комплекса холистического маркетинга (marketing mix, 4 «P») в режиме реального времени и глобальных масштабах.

1. *People* (люди, человеческий фактор – потребители, сотрудники, партнеры, социум). Цифровизация маркетинга увеличивает значение цифрового профиля участников маркетинг-активности.

2. *Processes* (бизнес-процессы маркетинга). Цифровые технологии сокращают время разработки и реализации решений, увеличивают их масштабность, одновременно растет нестабильность и неопределенность среды ведения маркетинга.

3. *Programs* (программы) как компонент холистического маркетинга включают 4 элемента традиционного, операционного маркетинга: продукт, цена, распространение, продвижение. В условиях цифровой глобализации возрастает доля цифровых продуктов (программное обеспечение, цифровой контент (книги, фильмы, музыка), цифровые госуслуги, интернет-реклама) и продуктов, содержащих цифровые компоненты, например традиционных образовательных программ с модулями дистанционного обучения. Ряд продуктов может распространяться в цифровой форме и по цифровым каналам, например, новостной, научный (статьи) и образовательный, развлекательный контент, э-дизайнерские решения.

4. *Performance* (результаты). Результаты маркетинговых решений – рост продаж, доли рынка и прибыли, выход на новые рынки и инновации, улучшение имиджа и укрепление репутации компании, усиление позиции на рынке (в том числе в рейтингах), которые в цифровой среде можно отслеживать в режиме реального времени.

Основные характеристики и тренды развития маркетинга эпохи цифровой глобализации:

- цифровизация бизнес-процессов маркетинга;
- глобализация операций маркетинга;
- индивидуализация на основе использования информации об индивидуальности потребителя и его персональных запросах;
- искусственная интеллектуализация;
- демократизация (сам себе маркетолог, маркетинг соцсетей);
- платформизация бизнес-моделей (уберизация);
- со-создание ценности широким кругом стейкхолдеров;
- рост значения собственного потребительского опыта использования продукта (*customer journey*) в сравнении с внешним продвижением (рекламой, активными продажами) в процессе решения потребителя о покупке;
- трансформирующий реальность маркетинг (*transformative marketing*) [1; 11].

Цифровизация среды функционирования университета предопределяет цифровую трансформацию университета, в том числе его менеджмента и маркетинга.

Цифровая трансформация менеджмента и маркетинга университета XXI века

Эпоха цифровой глобализации – новый вызов национальной и мировой конкурентоспособности вузов, их миссии, общественной и индивидуальной ценности. Экономисты, менеджерологи и маркетологи используют термины *value*, *value chain*, *value network*. В маркетинге это, соответственно, – «ценность» – полезность, часто «воспринимаемая потребителем ценность», цепочка/сеть создания ценности. Глобализация выносит звенья сети создания ценности образования за пределы национальных границ и культур, поднимая вопросы его конкурентоспособности.

В интересах цифровой трансформации систему высшего образования, функционирование университетов стоит рассматривать с позиций создания ценности (полезности), в ценностном (полезностном) измерении: какую ценность для кого, что и кто в высшем образовании создает. Такой ценностной анализ позволяет выявить избыточные и недостающие в условиях цифровизации, звенья сети. Цифровизация бизнес-процессов позволяет повысить качество, в частности, в моделях смешанного (гибридного) формата обучения (онлайн + офлайн), а также сократить как минимум админиздержки (учет-контроль) как транзакционные. Цифровая глобализация расширяет учебный процесс за границы традиционной системы образования, за пределы кампуса и страны, в частности с виртуализацией университетских сообществ, сетевизацией активности всех стейкхолдеров высшего образования.

Ограниченность всех видов ресурсов в ситуации предсказывавшегося экономистами социо-экономического глобального кризиса, очевидно, предопределяет актуальность цифровой трансформации вузов [6; 5]. Студентов будут больше учить машины, алгоритмы (выполняя рутинные задачи представления общего контента и оценки результатов тестирования), и меньше – люди-преподаватели, время которых освободится

для более творческой и нерутинной работы, исследований, адаптации контента к контексту обучения и индивидуальных консультаций. Цифровизация операций университета, в том числе управленческих, – фактор роста возможностей удаленного управления университетами, однако стоит помнить о рисках «цифровой диктатуры», в том числе перехвата удаленного управления, взлома сетей и утечки информации – персональных данных, интеллектуальной собственности [9].

По следам вузовского пандемийного дистанта 2020 г. уже прозвучала гипотеза В. Мау о постпандемийной оптимизации системы высшего образования, – о разделении вузов на: 1) дающих прикладное массовое образование «здесь и сейчас» и 2) фундаментальные, дающие образование, которое «не устаревает» – очное в значительной мере и более дорогостоящее [5].

Однако деление вузов на элитные и отстающие с приоритетом госфинансирования элитных, усиливает мировой тренд роста социально-экономического неравенства в РФ, по сути оно – кастовое и являет собой социальную сегрегацию. Кроме того, неравенство в госфинансировании госвузов (ведущие (элита) и отстающие) в Российской Федерации диссонирует со статус-определением университетов. Ведущие университеты мира (Стэнфорд, Оксфорд, Кэмбридж, Гарвард) – действительно, элитные, но они частные (а не государственные) и финансируются самой же деловой элитой, средствами физлиц и частных фондов, а не госбюджетом. Элитные вузы по определению – те, где учится элита и финансируются они самой элитой. В то время как все российские «ведущие» вузы являются государственными, а не частными, но при этом они претендуют одновременно и на элитный статус, и на приоритетное, эксклюзивное госбюджетное финансирование как основной источник своего существования. Национальным приоритетом должно быть повышение конкурентоспособности высшего образования страны в целом как социального института, а не отдельных элитных вузов. Поэтому приоритетное госфинансирование должны получать не избранные вузы, а межрегиональные проекты федерального масштаба, ценные для всего университетского сообщества страны и наиболее эффективные в условиях цифровизации и экстерриториальности коммуникаций.

Представляется, что цифровая глобализация – среда для другой сегментации (ранжирования) университетского сообщества, обеспечиваемой цифровыми технологиями, системами искусственного интеллекта, практически, в режиме реального времени, – не университетов, а людей/групп/проектов, в том числе ситуационного лидерства (рис. 3).

Вузы	Люди/группы/проекты		
	ведущие	средние	ведомые
Экс-ведущие, экс-средние, экс-ведомые	X	Y	Z

Составлено автором по материалам исследования

Рис. 3. Матрица сегментации/конкурентоспособности людей/проектов

В условиях быстрого роста новых знаний и технологий, когда новые профессии появляются каждые 10 лет, а обучение становится пожизненным, университет должен бы стать заведением, которое никогда «не кончается», то есть не ограничен временем и пространством [8]. Стирание границ между внутренней и внешней средой университета деформализует и виртуализирует работу университетского сообщества (в том числе в соцсетях), определяя ее экстерриториальность.

В числе трендов маркетинга университета – усиление роли студентов-потребителей в создании образовательного продукта, студенты выступают в роли со-создателей (co-creators) потребительской ценности (value co-creation). Это предполагает растущую активность студентов в формировании своих знаний и компетенций, выборе собственной образовательной траектории и ответственности за этот выбор.

Значимой особенностью современного маркетинга является акцент на опыте клиента (студента, партнера, общества – всех стейкхолдеров), формируемом в процессе взаимодействия с поставщиком образовательного продукта в петле customer journey – «путешествие» клиента» по этапам принятия решения о покупке и потреблении продукта. Непосредственный повседневный опыт студентов (сотрудников, партнеров и общества в целом) в университетской среде сегодня масштабно и в реальном режиме времени транслируется средствами гражданской журналистики в соцсети, группы и форумы. И эта трансляция влияет на восприятие и позиционирование университета по каналам реер-2-реер (равный-равному) из первых рук как заслуживающая особого доверия. Потому не стоит переоценивать внешний административно-направляемый маркетинг (интернет-рекламу, дизайн интернет-сайта, поисковую оптимизацию, официозные страницы и группы в соцсетях, каналы в мессенджерах, виртуальные дни открытых дверей) в сравнении с внутренним маркетингом, ориентированным на обучающихся в вузе студентов, а также преподавателей и сотрудников.

В условиях пандемии COVID-19 2020 г. в период развертывания приемной кампании вузов и активной фазы конкуренции за абитуриентов проявилась универсальность паблик-рилейшнз как средства маркетинговых коммуникаций. Весной 2020 г. в условиях пандемийного «локдауна» и неуместности рекламы, появились действительно интересные интернет-лекции и интервью декана экономического факультета Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова А. Аузана, интервью и публикации ректора Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации В. Мау о причинах текущей ситуации экономики с анализом и прогнозами ее развития для целевых аудиторий университетов [5; 6].

Заключение

Холистический, трансформирующий маркетинг университета предполагает управление сетью стейкхолдеров, глобальную цифровую платформизацию его бизнес-модели с использованием систем искусственного интеллекта [7]. Все это означает уход от «вертикального» управления университетом к горизонтальным, сетевым структурам, часто не формализованным, интернациональным и глобальным.

Цифровая глобализация, по мнению автора, не отменяет офлайн-университетов, трансформируя их в целях адаптации к цифровым реалиям генерации и трансляции знаний, снижения транзакционных издержек. Пока студенты и их родители, работодатели и общество в целом не могут быть полностью заменены даже в цифровой экономике на свои цифровые двойники. И поэтому университет как глобализующееся научно-образовательное сообщество, сохраняет свою миссию формирования картины мира и культурной матрицы будущего общества для все более широких групп стейкхолдеров.

Библиографический список

1. Алешина, И. В. Искусственный интеллект: цифровая глобализация и маркетинг. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – № 1. – С. 74-80.
2. Иностранные хищные журналы в Scopus и WoS: переводной плагиат и российские недобросовестные авторы. Комиссия РАН по противодействию фальсификации научных исследований. При участии А.А. Абалкиной, А.С. Касьяна, Л.Г. Мелиховой. – Москва, 2020. – 64 с.
3. Любимов, И. Л. От универсализма к индивидуализму: новые подходы к решению проблем экономического роста // Вопросы экономики. – 2019. – № 11. – С. 108-126; <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2019-11-108-126>.
4. Мау, В. А. Экономика и политика 2019–2020 гг.: глобальные вызовы и национальные ответы. // Вопросы экономики. – 2020. – № 3. – С. 5-27.
5. «На государство возлагаются главные надежды». Владимир Мау о возможных и невозможных последствиях пандемии для экономики // Коммерсант. – 05.04.2020. – С. 2.
6. «Экономика во время пандемии и после нее». Лекция декана ЭФ МГУ, профессора А. А. Аузана. 9 апреля 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.econ.msu.ru/COVID-19/Auzan/> (дата обращения 21.11.2020).
7. Alyoshina, I. V. Artificial intelligence in an age of digital globalization // Technologies and Entrepreneurship in Digital Society. Proceedings of International Conference TEDS-19, November 13, 2019. – St. Petersburg: Real Economy Publishing House, 2019. – Pp. 26-30; <https://doi.org/10.17747/TEDS-2019-26-30>.
8. Emerson H. The four-year university model needs a lifelong learning overhaul, February, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wired.co.uk/article/university-lifelong-learning> (дата обращения 21.11.2020).

9. Harari, Y. N. 21 lessons for the 21st century // Spiegel & Grau, 2018. – 400 p.
10. Kotler, P., Keller, K. Marketing management. 14-th edition. – Prentice Hall, 2012. – 816 p.
11. Kumar, V. Transformative marketing: the next 20 years // Journal of Marketing. – 2018. – Vol. 82 (July). – Pp. 1-12. DOI: 10.1509/jm.82.41.
12. Manyika, J., Lund, S., Bughin, J., Woetzel, J., Stamenov, K., Dhingra, D. Digital globalization: the new era of global flows. – McKinsey Global Institute, February 24, 2016. – Executive Summary, 28 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mck.co/2YJBmZl> (дата обращения 21.11.2020).
13. Patent applications, residents [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/IP.PAT.RESD> (дата обращения 21.11.2020).
14. Rankin, W. Education is over. – April, 24, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/regenerative-global/education-is-over-8b9d57502b2c> (дата обращения 21.11.2020).
15. Scientific and technical journal articles [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/IP.JRN.ARTC.SC> (дата обращения 21.11.2020).

References

1. Alyoshina I. V. Artificial intelligence: digital globalization and marketing, *Journal of Marketing in Russia and Abroad*, 2019, no. 1, pp. 74-80. (In Russian).
2. *Foreign predatory journals in Scopus and WoS: translated plagiarism and Russian unscrupulous authors. RAS Commission to counteract falsification of scientific research.* With the participation of Abalkina A.A., Kasyan A.S., Melikhova L.G., Moscow, 2020, 64 p.
3. Lyubimov I. L. From universalism to individualism: new approaches to economic growth analysis, *Voprosy Ekonomiki*, 2019, no. 11, pp. 108-126; <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2019-11-108-126>. (In Russian).
4. Mau V. A. Economics and politics in 2019–2020: Global challenges and national answers, *Voprosy Ekonomiki*, 2020, no. 3, pp. 5-27. (In Russian).
5. “The main hopes are pinned on the state”. Vladimir Mau on the possible and impossible consequences of the pandemic for the economy, *Kommersant*, April 5, 2020, pp. 2.
6. “The economy during and after the pandemic”, *Lecture of the Dean of the Faculty of Economics of Moscow State University, Professor Auzan A.A.*, April 9, 2020. Available at <https://www.econ.msu.ru/COVID-19/Auzan/> (accessed 21.11.2020). (In Russian).
7. Alyoshina I. V. Artificial intelligence in an age of digital globalization, *Technologies and Entrepreneurship in Digital Society. Proceedings of International Conference TEDS-19, November 13, 2019*, St. Petersburg, Real Economy Publishing House, 2019, pp. 26-30; <https://doi.org/10.17747/TEDS-2019-26-30>.
8. Emerson H. *The four-year University model needs a lifelong learning overhaul*, February, 2020. Available at: <https://www.wired.co.uk/article/university-lifelong-learning> (accessed 21.11.2020).
9. Harari Y. N. 21 lessons for the 21st century, *Spiegel & Grau*, 2018, 400 p.
10. Kotler P., Keller K. *Marketing management*, 14-th edition, Prentice Hall, 2012, 816 p.
11. Kumar V. Transformative marketing: the next 20 years, *Journal of Marketing*, 2018, vol. 82 (July 2018), pp. 1-12. DOI: 10.1509/jm.82.41
12. Manyika J., Lund S., Bughin J., Woetzel J., Stamenov K., Dhingra D. *Digital globalization: the new era of global flows*, McKinsey Global Institute, February 24, 2016, Executive Summary, 28 p. Available at: <https://mck.co/2YJBmZl> (accessed 21.11.2020).
13. *Patent applications, residents.* Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/IP.PAT.RESD> (accessed 21.11.2020).
14. Rankin W. *Education is over*, April 24, 2020. Available at: <https://medium.com/regenerative-global/education-is-over-8b9d57502b2c> (accessed 21.11.2020).
15. *Scientific and technical journal articles.* Available at: <https://data.worldbank.org/indicator/IP.JRN.ARTC.SC> (accessed 21.11.2020).

Баркова Наталья Юрьевна

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финуниверситет), ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-6583-8950

e-mail: natalya_barkova_1975@mail.ru

РАДИОЧАСТОТНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ ДАННЫХ В РИТЕЙЛЕ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА

Аннотация. Рассмотрены пути применения технологии радиочастотной идентификации данных в компаниях розничного звена. Исследованы традиционные направления использования RFID-технологии: идентификация данных о товаре, проводимая при его приемке; отслеживание перемещения товара по цепи поставок; учет товарных единиц при погрузке в транспортное средство и комплектации заказа; инвентаризация товара. Также рассмотрены перспективные, но на сегодняшний момент мало распространенные технологии в ритейле: персональные цифровые ассистенты для управления размещением товара на полках магазина; «умные примерочные»; системы автоматической оплаты товара и некоторые другие. Сегодня RFID-технологию также можно применять для проведения маркетинговых исследований, предотвращения краж в магазинах, организации улучшенного клиентского сервиса, создания систем управления запасами. Выделены преимущества, получаемые ритейлерами при применении RFID-технологии, и барьеры, препятствующие ее активному внедрению.

Ключевые слова: логистика, магазин, радиочастотная идентификация данных, ритейл, технология, управление цепями поставок, цифровизация, RFID

Для цитирования: Баркова Н.Ю. Радиочастотная идентификация данных в ритейле: новые возможности для бизнеса // Вестник университета. 2021. № 1. С. 28–35.

Natalya Yu. Barkova

Cand. Sci. (Econ.), Financial University under the Government of the Russian Federation, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-6583-8950

e-mail: natalya_barkova_1975@mail.ru

RADIO FREQUENCY IDENTIFICATION OF DATA IN RETAIL: NEW BUSINESS OPPORTUNITIES

Abstract. The article considers ways to use the technology of radio frequency identification of data in retail companies. The author studies the traditional directions of using RFID technology, such as identification of data on the goods carried out at its acceptance, tracking the movement of goods along the supply chain, accounting of commodity units when loading into the vehicle and when picking the order, inventory of the goods. The paper also considers promising, but at the moment little common areas of application of technology in retail: personal digital assistants for managing the placement of goods on the shelves of the store, “smart fitting,” systems for automatic payment of goods and some others. Today, RFID technology can also be used for marketing research, to prevent theft in stores, to organize an improved customer service, to create inventory management systems. The author highlights the advantages received by retailers when applying RFID technology, and the barriers that prevent its active implementation.

Keywords: digitalization, logistics, retail, RF data identification, RFID, store, supply chain management, technology

For citation: Barkova N.Yu. (2021) Radio frequency identification of data in retail: new business opportunities. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 28–35. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-28-35

Введение

В быстроменяющемся высококонкурентном мире, в котором потребности покупателей изменчивы и спрос на рынках нестабилен, ритейлеры находятся в постоянном поиске новых способов, методов, приемов, позволяющих им эффективно отвечать на новые вызовы, решать проблемы, возникающие в сфере розничной торговли. Сегодня помочь им может технология радиочастотной идентификации данных (англ. Radio Frequency Identification, далее – RFID), использование которой становится многофункциональным.

© Баркова Н.Ю., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Barkova N.Yu., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Радиочастотную идентификацию данных используют компании различных отраслей достаточно давно, но сферы применения этой технологии постоянно расширяются. Сегодня прослеживается тенденция совместного использования RFID с некоторыми другими цифровыми технологиями, и поэтому ритейлеры начинают отмечать, что она может быть применена новым неожиданным образом. Однако специфика розничной торговли создает немало сложностей и препятствий для внедрения RFID-технологии, которые обусловлены, в том числе, высокой стоимостью RFID-меток, широким спектром подлежащих контролю изделий с резко отличающимися физическими свойствами, что оказывает влияние на активное использование RFID.

Многие авторы рассматривали вопросы, связанные с использованием радиочастотной идентификации, но вопросы, связанные с особенностями использования технологии в ритейле рассматривались, по мнению автора, в недостаточной мере [3; 4; 5].

Материалы и методы исследования

Автором были использованы данные статистики, данные аналитических отчетов, данные, собранные самим исследователем. При работе над статьей были использованы эмпирические методы исследования.

Описание RFID-технологии

Радиочастотную идентификацию данных начали применять в ритейле с 2000-х гг. Тем не менее, многие запланированные крупные проекты, связанные с использованием этой технологии, так и не были реализованы по различным причинам. Сегодня крупнейшие торговые сети перешли на электронный документооборот, компании-ритейлеры стали использовать новые цифровые возможности, например, боты и большие данные, онлайн-кассы, искусственный интеллект, и теперь у RFID-технологии появляются новые предпосылки для более активного использования.

RFID-технология – форма технологии автоматической идентификации и сбора данных, которая использует электрические или магнитные поля на радиочастотах для идентификации, аутентификации, определения местоположения или автоматического сбора и передачи данных и поддерживает широкий спектр приложений – все от управления активами и отслеживания перемещения товара до осуществления автоматизированной оплаты.

Ядром RFID-технологии является RFID-метка (tag) – маленький компьютерный чип с антенной. Поставщики различных потребительских товаров крепят эти метки к отгрузочным единицам (паллетам, коробкам) и в некоторых случаях к отдельным товарам [2]. Отгрузочные единицы и отдельные изделия идентифицируются электронным кодом продукта, который нанесен на RFID-метку. Антенна позволяет микросхеме передавать информацию об объекте считывателю, который преобразует ее в формат, понятный установленному в компании программному обеспечению [2].

Наделенная способностью однозначно и автоматически идентифицировать точную информацию о положении и статусе продукта, RFID-технология предоставляет компаниям большие возможности и дает широкий спектр применений этой технологии. Каждая RFID-система может содержать различные компоненты и настройки, таким образом, она может поддерживать определенный бизнес-процесс для предприятия. В зависимости от отрасли, в которой применяется технология, или особенностей функционирования конкретной компании спектры применения технологии могут в значительной степени отличаться. Концептуально система RFID состоит из трех подсистем:

- подсистема, которая выполняет идентификацию и осуществляет транзакции с использованием беспроводной связи;
- подсистема RF (радиочастотного обеспечения) предприятия, содержащая компьютеры и специализированное программное обеспечение, которые позволяют хранить, обрабатывать и анализировать данные, полученные в результате транзакций с целью обеспечения поддерживаемого бизнес-процесса;
- межорганизационная подсистема, которая соединяет корпоративные подсистемы, в том случае когда информация должна быть совместно использована различными компаниями цепи поставок.

Каждая система RFID содержит подсистему RF, которая состоит из тегов (меток) и считывателей. Подсистема RF поддерживается подсистемой предприятия, которая состоит из программного обеспечения, аналитических систем. Однако с точки зрения цепочки поставок маркированный продукт отслеживается на протяжении всего его жизненного цикла, от производства до окончательной покупки товара, а иногда даже после этого, и поэтому компании должны обмениваться информацией через организационные границы.

Сегодня технология RFID проникла во многие сферы человеческой деятельности, среди которых можно выделить тяжелую промышленность, автомобилестроение, системы обслуживания клиентов, фармацевтику, индустрию моды и многие другие [5]. Технология RFID может помочь широкому кругу организаций и частных лиц, таких как больницы и пациенты, розничные торговцы и клиенты, производители и дистрибьюторы по всей цепочке поставок.

Применение RFID-технологии в ритейле

Наиболее часто RFID-технологии используют при выполнении следующих операций [1].

1. Получение информации о запасах и учет данных о товаре.

Традиционно процесс приемки товаров является очень трудоемким. В отличие от него, приемка товаров при использовании RFID-технологии занимает гораздо меньше времени, что в первую очередь связано с возможностью сканировать сразу множество меток, расположенных в одной коробке (или паллете) [2]. RFID-технология позволяет розничному звену получать информацию о запасах в режиме реального времени при помощи автоматизированного сканирования элементов на складе и регистрации тех грузовых единиц, которые проходят через систему идентификации [2]. RFID-технология позволяет увеличить точность учета запасов в магазине до 98 % [8]. Данные статистики показывают, что при 3 % улучшении точности учета запасов можно ожидать 1 % увеличения продаж в магазинах [7].

С помощью RFID-технологии инвентаризацию товаров можно проводить в рабочие часы магазина, в то время, когда сотрудники магазина присутствуют на рабочих местах и работа осуществляется в обычном режиме. При этом скорость проведения инвентаризации при использовании RFID-технологии в 20 выше по сравнению с использованием штрихкодирования.

2. Хранение товаров.

В обычных системах складирования различные изделия должны быть размещены в определенных местах хранения (система адресного хранения), тогда как при использовании RFID-технологии сотрудники компании могут увидеть положение продукта, отсканировав RFID-метки с расстояния без открытия отгрузочной единицы (коробки, паллеты) [2]. В результате этого определенные изделия необязательно должны храниться в определенных местах как при адресном хранении груза, для того чтобы сотрудники имели возможность быстро их найти. Таким образом, для быстрого пополнения и комплектации заказа можно использовать множество различных вариантов расположения изделий на складе, что позволяет в некоторых случаях более экономно использовать пространство небольших складских помещений.

3. Учет товара при погрузке груза в транспортное средство.

При использовании RFID-технологии система управления заказами может подтвердить, например, погрузку в транспортное средство определенной паллеты или коробки и таким образом улучшить точность процесса погрузки груза. RFID-технология позволяет осуществлять автоматическую проверку изделий, загруженных в автомобиль на предмет соответствия заказу клиента.

4. Комплектация заказа.

RFID-система интегрируется с системой управления заказами компании, заказ проверяется WMS (система автоматизированного управления складом), чтобы подтвердить, что выбранный элемент принадлежит заказу или получает информацию о том, что изделие попало в скомпонованный заказ ошибочно.

5. Отслеживание перемещения продукции.

RFID-технология может отслеживать запасы продукции более точно и предоставлять информацию пользователям в режиме реального времени. В таком случае обеспечивается полная «прозрачность» перемещения груза по всей цепочке поставок от цеха производителя до складов и розничных торговцев [2].

Технология RFID имеет возможность предоставлять актуальную информацию о продажах изделий, таким образом, может дать точную информацию об уровнях запасов. С помощью точной информации менеджеры могут держать объемы запасов на минимальном уровне, и это может привести к снижению стоимости содержания запасов не только у самой компании, но и у партнеров по цепи поставок.

В розничном магазине информация о RFID-метке генерируется на основе следующих событий: продукт покидает полку магазина или проверяется клиентом в определенном месте проверки. Бирки, считываемые при продаже, генерируют сообщения для основной системы. После обработки этих сообщений

хост-система информирует другого партнера в цепочке поставок о продаже товара. Кроме того, хост-система может отправлять некоторые данные о RFID-транзакциях в корпоративную систему розничного продавца, что позволяет более эффективно управлять запасами во всей цепочке.

RFID-технология также позволяет отследить перемещение покупателей по торговому залу и проводить анализ маршрутов их движения, что в дальнейшем может служить базой для анализа покупательских предпочтений. Также RFID-система позволяет осуществлять контроль за перемещением сотрудников и отслеживать, насколько сотрудники магазина эффективно работают в течение рабочего дня, а сколько времени затрачивают на личные потребности.

Новые области использования RFID-систем

Несмотря на активное использование традиционных направлений технологии, существуют новые перспективные области использования RFID-систем. Рассмотрим некоторые из них.

1. Персональные цифровые ассистенты для управления размещением товара на полках магазина (smartshelf).

Обладая способностью однозначно идентифицировать и автоматически предоставлять непрерывную, точную и оперативную информацию о положении и статусе продукта, RFID предлагает большие возможности для улучшения процесса пополнения полки магазина. Розничные торговцы имеют ограниченное пространство на полках. Выбор товаров, которые необходимо поставить на склад, а также распределение дефицитного места на полке между товарами являются актуальными вопросами для ритейлеров. Для отдельных товаров решения, связанные с эффективным размещением товаров на полках, являются важными детерминантами эффективности продаж и маркетинга. Распределение пространства на полках магазина является важным фактором, влияющим на затраты и конечную прибыль, получаемую в результате реализации той или иной категории продукции. Помимо объема пространства, выделяемого для товара, существует проблема расположения предмета на полке. Например, предметы на нижней полке обычно привлекают меньше внимания потребителей, чем на верхних. Таким образом, товары на нижних полках могут иметь более низкие продажи и могут также получать меньшую выгоду от проведения рекламных мероприятий.

Найти максимизирующее прибыль компании «устройство» полки, в то же время удовлетворяя требования производителей, далеко не так просто. Необходимым условием для реальной оптимизации наполнения полок является правильное измерение влияния компоновки стеллажей на эффективность продаж и маркетинга.

RFID-технология позволяет осуществлять контроль за размещением товара на полках магазина для розничного мерчандайзинга. Такие компании, как Replsly и Eversight, используют камеры в магазине и RFID-технологии, чтобы помочь брендам контролировать размещение товаров на полках и отслеживать результаты рекламных акций в магазине [6]. Используя искусственный интеллект и программное обеспечение компании, они оптимизируют свои стратегии продвижения товара. «Умная полка», функционирующая при использовании RFID-технологии, контролирует свой расход товаров и обеспечивает сигнал тревоги, когда уровень запаса падает, и в дальнейшем автоматизирует переупорядочивание товаров.

Компания Gillette тестирует «умные полки» в попытке минимизировать риски краж. Персонал магазина использует информационно-технологическую систему, аккумулирующую данные о продажах в магазине. Такая система обнаруживает поведение покупателя вне нормы и может предупредить персонал магазина, передавая информацию персональному цифровому помощнику. Благодаря выявлению характера расходов запасов, картографированию, устранению уязвимых точек потери от краж в некоторых магазинах могут быть сокращены на 70–80 % [8].

RFID-технология также обеспечивает высокую прозрачность в торговом зале. Каждому предмету одежды присваивается определенное положение на вешалках или полках. Эти данные сохраняются в базе данных торговых точек. В дальнейшем неправильно расположенные товары можно легко найти, и в магазине покупатель всегда может проверить наличие товара.

2. Проверка оплаты.

Сегодня сотрудники магазинов на кассе сканируют штрихкоды на предметах, чтобы рассчитать общую сумму покупки.

Преимущество для компании при использовании системы RFID достигается также за счет того, что во время процесса оплаты данные о проданном товаре удаляются из системы RFID, которая работает параллельно с системой управления запасами, и что возможно сканирование сразу нескольких RFID-меток

одновременно (содержимое корзины покупателя). Важный плюс при использовании технологии – сокращение времени ожидания оформления покупки (уменьшение очереди).

Некоторые эксперты предсказывают, что в магазинах будущего вообще не будет кассового обслуживания. Например, некоторые магазины Amazon Go, позволяют клиентам просто брать товары с полок и уходить из магазина. Магазин автоматически списывает товары на счет каждого покупателя и отправляет ему цифровой чек. Данная система работает при использовании RFID-технологии, систем датчиков и видеокамер.

3. «Умная» примерочная.

«Умная» примерочная – примерочная, в которой вместо зеркал используются «умные» мониторы с сенсорным экраном. Посредством геолокации конкретных RFID-меток «умная примерочная» отслеживает элемент одежды, который примеряется покупателем, показывает покупателю другие доступные цвета выбранного изделия и то, как такие изделия могут выглядеть на конкретном покупателе, показывает доступные дополнительные предметы одежды. Такая «умная примерочная» также может предоставить покупателю необходимую информацию о выбранном продукте, например, состав ткани и страну производства.

Если покупателю необходимо мнение со стороны, зеркало записывает восьмисекундное, защищенное паролем видео, чтобы поделиться им с друзьями или семьей.

Например, модный бренд предметов роскоши, Prada использует смарт-зеркала в своих магазинах в Нью-Йорке Epicenter Store [8]. Зеркала в примерочных оснащены комбинацией сенсорного дисплея и камер, поэтому клиенты могут видеть изделия, которые они примеряют с разных углов. Все изделия в этом магазине помечены RFID-метками, что позволяет эффективно использовать эту технологию.

4. Ручной считыватель для продавцов.

Карманный считыватель, используемый компаниями ритейлерами с внедренной RFID-системой, сообщает сотрудникам, какие товары находятся на складе. Это также является огромным преимуществом для обслуживания клиентов и отслеживания доступности товаров.

5. Бесконтактная идентификация постоянных клиентов.

На основании использования RFID-технологии могут быть построены программы лояльности, позволяющие идентифицировать постоянных клиентов компании и повысить качество их обслуживания. Клиент, имеющий при себе карту лояльности, при пересечении порога магазина будет идентифицирован при помощи RFID-считывателя, установленного на входе. В дальнейшем продавец-консультант или администратор магазина получают сведения о покупателе, которые позволяют выделить лояльных покупателей и оказать им повышенный уровень сервиса, тем самым способствуя повышению уровня продаж магазина. Для клиента приобретение карты лояльности, работающей на базе RFID-технологии, имеет собственные бонусы, например, клиент может получить разовые скидки и подарки, что будет стимулировать потенциальных покупателей возвращаться в магазин.

6. Высокоэффективная противокражная система.

При использовании технологии, риски кражи в магазинах снижаются до минимальных значений. Это связано с тем, что охрана магазина может «заметить» грабителя до того момента, когда он дойдет до ворот магазина. RFID-система заранее подает сигнал о подозрительных действиях покупателя. При этом многие RFID-метки невозможно отделить от изделия, так как они встроены в него.

Рассмотрим некоторые примеры использования RFID-технологии в розничном звене компаний различных отраслей.

Компания Burberry использует RFID-метки, чтобы сделать для клиентов покупки предметов одежды и обуви в магазинах более привлекательными. Продукты в 500 мировых розничных магазинах Burberry оснащены RFID-метками, которые могут взаимодействовать с приложением Burberry, предлагающим пользователям рекомендации по ношению или использованию предметов одежды и обуви [6].

Некоторые компании – собственники брендов используют RFID-технологии для борьбы с подделкой изделий и анализа того, где осуществляется покупка одежда. Например, итальянско-французская компания Moncler оснащает свои продукты RFID-метками, которые клиенты компании могут найти на сайте [6]. Данная операция позволяет им отличить изделия компании Moncler от подделок. Некоторые крупные компании, такие как Benetton и Salvatore Ferragamo, также создают аналогичные возможности для клиентов [6].

Использование RFID-технологии в компаниях, работающих в индустрии моды (компания Zara), позволяет кодировать RFID-меткой каждое изделие еще на фабрике, что дает возможность целенаправленно отслеживать продажи товаров и их доступность в магазинах [2]. Каждый раз, когда изделие продается в магазине, система Zara предлагает складу отправить еще одно такое же изделие в магазин. Высокий уровень детализации также позволяет онлайн-покупателям проверять, есть ли товар на складе или в определенном магазине, прежде чем совершать покупку. RFID-метки также позволяют предотвратить кражи в магазинах Zara.

Ярким примером активного использования технологии является опыт розничной сети Walmart. Компания перешла самостоятельно и перевела свои поставщиков на работу с RFID-технологией, что способствовало активизации спроса на RFID-метки (только Walmart использует около миллиарда RFID-меток ежегодно). Использование данной технологии позволило компании экономить на зарплате персоналу в связи с сокращением ручного труда, снизить уровень ошибок, минимизировать потери, связанные с отсутствием необходимого товара на полках магазинов. Сегодня для считывания RFID-меток используют беспилотные дроны, позволяющие идентифицировать метки на расстоянии 50 метров с высоким уровнем точности учета товарных единиц.

Сеть магазинов Eurocash Group применяет RFID-технологии для управления температурой в холодильных камерах магазинов и складов. При помощи технологии в розничных магазинах поддерживается необходимый температурный режим для различных видов продуктов, что позволяет компании минимизировать потери, связанные с порчей продуктов [6].

Преимущества и недостатки RFID-технологии

Можно выделить следующие преимущества для компаний-ритейлеров, полученные в результате внедрения RFID-технологии:

- уменьшение запаса продукции;
- увеличение скорости приемки груза;
- получение данных о статусе груза в режиме реального времени;
- управление возвратом товара;
- отслеживание торгового поведения и удовлетворение новых требований покупателей;
- защита от кражи и мошенничества;
- изучение потребительского опыта клиентов.

Несмотря на многочисленные плюсы RFID-технологии, существуют некоторые барьеры, связанные с ее использованием в ритейле.

Вопросы конфиденциальности являются одной из главных проблем RFID-технологии. Многие покупатели выступают против того, что RFID-метка после факта покупки остается на изделии и может передавать конфиденциальную информацию о покупателе. Поэтому компаниям необходимо соблюдать баланс между преимуществами, которые потребители могут получить с точки зрения лучшего обслуживания, экономии времени и защиты частной жизни покупателей.

В некоторых случаях при использовании технологии возникают технические проблемы. Например, при автоматической оплате на кассе из-за проблемы с чтением метки клиенты иногда могут платить за продукты, которые они не купили. Это происходит в результате того, что считыватель RFID-метки может считывать нанесенный код несколько раз. Процент такого сбоя может составлять от 5 % до 6 % от всех совершенных покупок [6].

Для различных видов продукции будут использоваться различные виды меток (для ремней, для пальто, для обуви и т. д.). Некоторые из таких меток размещаются на упаковке, а другие должны быть встроены в само изделие, что требует изменений в технологических процессах на производстве. Например, некоторые метки могут вшиваться в готовые изделия индустрии моды. Таким образом, сдерживающим фактором для использования технологии может стать широкий спектр подлежащих контролю изделий с резко отличающимися физическими свойствами.

Важная проблема для крупных торговых компаний заключается в том, что производители и поставщики могут не согласиться маркировать свою продукцию RFID-метками, а пометить метки на всех изделиях перед прибытием товара в магазин не всегда эффективно и физически возможно. Часто встает вопрос, кто – поставщики или ритейлеры – должны нести расходы, связанные с размещением RFID-меток на изделиях. Производитель видит выгоду в размещении таких меток, если все покупатели требуют размещать метки на изделиях.

У ритейлеров складывается похожая ситуация – им становится выгодно использовать технологию только в том случае, если все производители будут оснащать свои изделия RFID-метками. Только в таком случае внедрения RFID-системы становится для них целесообразным.

Это означает, что чем чаще будет использоваться эта технология, чем более распространенной она станет, чем чаще ритейлеры будут обращаться с просьбой к производителям о размещении на изделия RFID-метки, тем активнее производители будут соглашаться выполнять такие просьбы.

Выводы

Следует отметить, что совокупные затраты на организацию системы, обеспечивающую эффективную работу с RFID-метками, высоки. Для новых технологических систем, таких как RFID-технология, ожидаемый, срок окупаемости инвестиций составляет менее, чем один год [6]. Если срок окупаемости инвестиций превышает один год, то ритейлеры предпочитают не внедрять эти технологии, а использовать более дешевые [6]. Поэтому сегодня многие компании воздерживаются от инвестиций в технологию, но готовы инвестировать денежные средства, как только стоимость RFID-меток и расходы, связанные с внедрением технологии, снизятся.

По мнению автора, из-за достаточно высокой стоимости метки, рассматриваемая технология подходит только для компаний, которые получают более 100 наименований изделий ежедневно, продают дорогие товары и имеют относительно низкий трафик в магазине. Такая тенденция также прослеживается сейчас – наиболее активно эту технологию используют вертикально интегрированные крупные компании с большим ассортиментом продукции, у которых цена изделия достаточно высока. Среди активных пользователей технологии можно выделить вертикально интегрированные компании индустрии моды с высоким ассортиментом продукции, например, Adidas, Indesit, Mango.

При внедрении RFID-технологии компаниям необходимо четко проанализировать затраты, связанные с ее внедрением. Эти затраты включают:

- стоимость считывателей меток, инфраструктурные затраты (аппаратные и программные затраты, включая коммуникационную сеть, необходимую для реализации RFID-технологии);
- ежегодные эксплуатационные расходы;
- обучение торгового персонала новым технологиям.

Заключение

Новым драйвером, который позволит активизировать использование RFID-технологии, по мнению автора, являются новые законодательные требования маркировать продукцию контрольными идентификационными знаками, вводимые в Российской Федерации. Маркировка контрольными идентификационными знаками различных видов продукции, например, шуб, алкогольных изделий, является яркой иллюстрацией таких изменений. К 2024 г. в России может появиться система маркировки всей продукции, произведенной или ввозимой на территорию страны. Одним из элементов маркировки контрольными идентификационными знаками являются RFID-метки, которые в дальнейшем ритейлеры могут использовать для достижения различных целей компаний. Указанные изменения, по мнению автора, будут способствовать более активному использованию RFID-технологии в России.

Библиографический список

1. Баркова, Н. Ю. Применение робототехники в индустрии моды // Вестник университета. – 2020. – № 3. – С. 22-40.
2. Баркова, Н. Ю. Технология радиочастотной идентификации данных: потенциал использования в индустрии моды // Вестник университета. – 2020. – № 8. – С. 65-72.
3. Бобцов, А. А. Камнев, Д. А., Кремлев, А. С., Топилин, С. А. Технология радиочастотной идентификации. Перспективы использования и возникающие проблемы // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. – 2017. – № 3. – С. 242-247.
4. Рувинова, Э. Радиочастотная идентификация. Бесконтактная технология // Электроника: Наука, технология, бизнес. – 2014. – № 6. – С. 33-38.
5. Смирнов, А. С. Применение технологии радиочастотной идентификации в системах контроля безопасности транспортировки радиоактивных материалов // Спецтехника и связь. – 2016. – № 13. – С. 35-36.

6. Bayraktar, A., Yılmaz, E., Erdem, S. Using RFID technology for simplification of retail processes. 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.intechopen.com/books/designing-and-deploying-rfid-applications/using-rfid-technology-for-simplification-of-retail-processes> (дата обращения: 11.12.2020).
7. Roberty, M. Why the “experts” don’t recommend RFID [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rfidjournal.com/why-the-experts-dont-recommend-rfid> (дата обращения: 10.12.2020).
8. Wood, J. 7 powerful examples of how RFID technology can be used in retail [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/qash/7-powerful-examples-of-how-rfid-technology-can-be-used-in-retail-e3f5a711eb85> (дата обращения: 10.12.2020).

References

1. Barkova N. Yu. The use of robotics in fashion industry, *Vestnik universiteta*, 2020, no. 3, pp. 22-40. (In Russian).
2. Barkova N. Yu. Radio frequency data identification technology: potential for use in the fashion industry, *Vestnik universiteta*, 2020, no. 8, pp. 65-72. (In Russian).
3. Bobtsov A. A. Kamnev D. A., Kremlev A. S., Topilin S. A. Radio frequency identification technology, *Scientific and Technical Journal of Information Technologies, Mechanics and Optics*, 2017, no. 3, pp. 242-247. (In Russian).
4. Ruvina E. Radio frequency identification. Contactless technology, *Elektronics: Science, Technology, Business*, 2014, no. 6, pp. 33-38. (In Russian).
5. Smirnov A. S. Application of radio frequency identification technology in safety control systems for transportation of radioactive materials, *Spektelnika i svyaz*, 2016, no. 13, pp. 35-36. (In Russian).
6. Bayraktar A., Yılmaz E., Erdem S. *Using RFID technology for simplification of retail processes*, 2011. Available at: <https://www.intechopen.com/books/designing-and-deploying-rfid-applications/using-rfid-technology-for-simplification-of-retail-processes> (accessed 11.12.2020).
7. Roberty M. *Why the “experts” don’t recommend RFID*. Available at: <https://www.rfidjournal.com/why-the-experts-dont-recommend-rfid> (accessed 10.12.2020).
8. Wood J. *7 powerful examples of how RFID technology can be used in retail*. Available at: <https://medium.com/qash/7-powerful-examples-of-how-rfid-technology-can-be-used-in-retail-e3f5a711eb85> (accessed 10.12.2020).

РАЗВИТИЕ ОТРАСЛЕВОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

УДК 338.242.4 JEL O21

DOI 10.26425/1816-4277-2021-1-36-41

**Быдтаева Эвелина
Евгеньевна**

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Северо-Осетинский
государственный университет
им. К. Л. Хетагурова»,
г. Владикавказ, Российская
Федерация

ORCID: 0000-0001-9563-9525

e-mail: ava-ava-ava@mail.ru

НОВЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ ПЕРЕЧНЯ СИСТЕМООБРАЗУЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация. При возникновении кризисных условий оказание господдержки организациям, продукция или услуги которых важны для функционирования экономики страны или отдельно взятого региона в текущем периоде и с точки зрения стратегического развития, предполагает формирование перечня системообразующих организаций. На уровне как государства в целом, так и отдельных регионов используют разные методики формирования таких перечней, расплывчатые и чрезвычайно упрощенные критерии и оценочные показатели, игнорирующие отраслевую специфику, в результате чего формируемые перечни не соответствуют заявленной цели – выявлению значимых для экономической системы организаций. В настоящее время проблема остается нерешенной в теоретическом и прикладном аспектах. Для ее решения предлагается новый подход к формированию перечня системообразующих организаций – исходя из обусловленности включения организации в перечень системообразующих значимостью конкретной организации для определенной системы, измеряемой вкладом организации в многокритериальную оценку состояния системы. Основу предлагаемого подхода составляет рассмотрение экономической системы в качестве структуры, развитие которой нацелено на улучшение присущих ей системных параметров.

Ключевые слова: господдержка экономики, государственное управление экономикой, методика формирования, отраслевая система, отраслеобразующая организация, перечень системообразующих организаций, системные свойства, системообразующая организация, экономическая система

Для цитирования: Быдтаева Э.Е. Новый подход к формированию перечня системообразующих организаций // Вестник университета. 2021. № 1. С. 36–41.

A NEW APPROACH TO THE FORMATION OF THE LIST OF SYSTEM-FORMING ORGANIZATIONS

Abstract. At emergence of crisis conditions rendering state support to the organizations, which products or services are important for functioning of national economy or a single region in the current period and in terms of strategic development, assumes formation of the list of the systemically important organizations. Different techniques of formation of such lists, the indistinct and extremely simplified criteria and estimated indicators ignoring branch specifics are used at the level of both country, and certain regions, therefore the formed lists do not answer the stated purpose – identification of the organizations, significant for the economic system. At present, the problem remains unresolved in theoretical and applied aspects. For its decision the author offers a new approach to the formation of the list of the systemically important organizations – proceeding from conditionality of inclusion of the organization in the list by the importance of this organization for this system measured by a contribution of the organization to multicriteria assessment of the system's condition. The basis of the offered approach is the consideration of the economic system as a structure, the development of which is aimed at improving its inherent system parameters.

Keywords: branch system, economic system, industry-forming organization, list of system-forming organizations, method of formation, state management of the economy, state support of the economy, system-forming organization, system properties

For citation: Bydtaeva E.E. (2021) A new approach to the formation of the list of system-forming organizations. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 36–41. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-36-41

Evelina E. Bydtaeva

Cand. Sci. (Econ.), North Ossetian
State University named after
K. L. Khetagurov, Vladikavkaz,
Russia

ORCID: 0000-0001-9563-9525

e-mail: ava-ava-ava@mail.ru

© Быдтаева Э.Е., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Bydtaeva E.E., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Введение

Впервые в отечественной практике список системообразующих организаций появился во время финансово-экономического кризиса 2008 г., когда государству пришлось задуматься о спасении многих крупных компаний, оказавшихся на грани банкротства. Тогда список включал чуть более 300 позиций – в среднем по 10 позиций от каждой отрасли.

В 2014–2015 гг., когда многие компании из-за санкций на фоне ослабления рубля и подешевевшей нефти лишились возможностей кредитования, столкнулись с сокращением рынка, Правительственная комиссия по экономическому развитию и интеграции вернулась к списку системообразующих организаций. На этом этапе список сократился до примерно 200 позиций. Господдержка этих организаций выразилась в предоставлении им дотаций и субсидий, субсидировании процентных ставок, госзаказах, реструктуризации их налоговой задолженности, целевом ограничении зарубежного предложения.

На фоне экономического кризиса в связи с пандемией коронавируса Правительство Российской Федерации (далее – РФ) обновило список 10 марта 2020 г., включив в него 646 организаций. За несколько месяцев список удвоился. По состоянию на 15 августа 2020 г. список включает 1 335 позиций [9].

Постановка проблемы

Перечень системообразующих организаций (далее – Перечень) формирует Правительственная комиссия по повышению устойчивости развития российской экономики по представлению Министерства экономического развития России, которое, в свою очередь, формируется по предложениям:

- федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих выработку государственной политики в соответствующих отраслях;
- государственных корпораций;
- высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов РФ – при наличии положительного заключения федерального органа исполнительной власти, осуществляющего выработку государственной политики в соответствующей отрасли экономики [10].

Критерии для включения организации в Перечень можно условно поделить на:

- 1) количественные – превышение минимальных значений показателей, определенных для каждой отрасли;
- 2) качественные – особый экономический и/или социальный статус организации, а именно:
 - «градообразующее предприятие, оказывающее существенное влияние на развитие региона;
 - головной исполнитель или исполнитель первого уровня кооперации по гособоронзаказу;
 - осуществление деятельности по эксплуатации критической инфраструктуры и (или) обеспечению безопасности на территории Республики Крым, г. Севастополя, Калининградской области и Дальневосточного федерального округа;
 - осуществление разработки и внедрения критических технологий, разработки критически важного программного обеспечения;
 - обеспечение информационной безопасности, предоставление услуг по разработке и эксплуатации государственных информационных систем, общественно значимых сервисов в сети «Интернет»;
 - обеспечение транспортной доступности удаленных территорий;
 - признано доминирующее положение организации на рынке определенного товара в соответствии со статьей 5 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» [10].

Наибольший удельный вес в Перечне занимает промышленность и торговля (почти 600 позиций), транспорт (почти 200 позиций), энергетика (около 100 позиций), связь и массовые коммуникации (около 100 позиций).

Присутствие в Перечне дает возможность его фигурантам претендовать на:

- господдержку (льготные кредиты на пополнение оборотных средств и сохранение занятости; особые условия получения отсрочки/рассрочки по некоторым налоговым платежам со сроками на срок до пяти лет);
- мораторий на банкротство сроком на полгода;
- субсидии для возмещения затрат на производство, выполнение работ и предоставление услуг и госгарантии, необходимые для реструктуризации существующих или выдачи новых кредитов и облигационных займов – для системообразующих предприятий, находящихся в зоне особого риска.

Фигуранты Перечня подвергаются финансовому мониторингу в целях повышения обоснованности оказываемой господдержки.

Очевидно, что при возникновении кризисных условий государство не может допустить остановки или существенного сокращения деятельности предприятий, продукция или услуги которых важны для обеспечения жизни определенной отрасли, региона или страны в целом в текущем периоде или с точки зрения стратегического развития. Формирование Перечня – это попытка подвести некоторую системность под процесс господдержки. Стремление к повышению обоснованности и предсказуемости государственных решений, конечно, заслуживает всяческого одобрения.

Что касается содержания Перечня, логично включение в него организаций, обеспечивающих экономическую, военную, экологическую и информационную безопасность государства, участвующих в жизнеобеспечении населения, обеспечивающих функционирование инфраструктуры, осуществляющих разработку и внедрение передовых технологий, выпускающих социально значимую продукцию, предоставляющих общественно значимые услуги.

Вместе с тем, вызывает вопросы, прежде всего, структура Перечня в отраслевом и региональном разрезе. На сельское хозяйство, важнейший элемент обеспечения продовольственной безопасности, приходится всего 6,5 % (87 позиций); на Москву и Санкт-Петербург – 44,4 % (592 позиции), тогда как в целом ряде регионов (Республика Алтай, Республика Калмыкия, Республика Хакасия, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Хакасия и др.) системообразующие предприятия отсутствуют.

Кроме того, весьма сомнителен системообразующий статус крупных иностранных холдингов, а также ряда организаций, прежде всего, из сферы услуг, торговли и общепита: АО «Крокус интернэшнл» (коммерческая недвижимость), ГК «Май» (свадебное агентство), Adidas, Auchan, ИКЕА, Leroi Merlen, METRO, H&M, Spar, ООО «Бургер рус» (Burger King), ООО «Амрест» (Pizza Hut), «Макдоналдс» и др. Даже при поверхностном анализе Перечня становится очевидным несоответствие многих его пунктов заявленному названию.

Эта ситуация – прямое следствие несовершенства критериев отбора организаций в Перечень. Прежде всего, основные критерии чрезвычайно упрощены и формализованы. Качественные критерии расплывчаты; ключевые количественные критерии по большинству отраслей (выручка, численность персонала) априори размывают заявленную целеобусловленность Перечня и открывают путь в него многим организациям. Размытость критериев ставит Перечень в зависимость от лоббистских возможностей отдельных компаний российской экономики.

Еще менее формализованы критерии составляемых на уровне регионов перечней системообразующих организаций регионального значения [1; 2]. При этом региональные перечни никак не соотношены с федеральным Перечнем, составляемым Министерством экономического развития России. Региональные власти, по представлению которых формируются такие перечни, совершенно очевидно, заинтересованы в увеличении количества предприятий, претендующих на получение федеральной финансовой поддержки. В результате региональные перечни имеют больше участников, чем федеральный. Например, в Московской области 607 системообразующих организаций, в Республике Северная Осетия-Алания 58.

Цель статьи

На фоне вполне понятной критики со стороны бизнеса единого Перечня системообразующих предприятий возник альтернативный вариант необходимости формирования профильными министерствами динамичных отраслевых списков для оказания адресной поддержки нуждающимся субъектам. По нашему мнению, такое решение не снимает вопросы о критериях отбора объектов поддержки, оно оставляет нерешенной важнейшую проблему обеспечения стабильного функционирования и развития системообразующих предприятий. Решение последней требует, прежде всего, ясной, однозначной трактовки содержания понятия «системообразующая организация» и ею обусловленных критериев отнесения субъектов экономики к данной категории.

Описание методологии

Понятие «системообразующая организация» в РФ законодательно не определено. В научной литературе также не сформировалось единого понимания его содержания.

О. Бирюков системообразующими называет «крупные частные корпорации и холдинги, которые вносят существенный вклад в развитие экономики страны и являются градообразующими в некоторых регионах».

Они представляют собой вертикально интегрированные производственные цепочки, создающие многочисленные рабочие места» [8].

В. В. Коготов под системообразующим понимает «крупное предприятие, которое оказывает свое формирующее влияние на вид экономической деятельности, на город или на бюджет» [7, с. 72].

Н. А. Анисенко к качественным характеристикам системообразующего предприятия относит:

- «наличие технологий, обеспечивающих возможности инновационного развития, то есть высокий уровень технологического потенциала;
- обеспечение инфраструктуры производства;
- обеспечение занятости населения региона;
- в совокупных продажах высокий удельный вес экспортных поставок» [3, с. 535].

Авторы, рассматривая данное понятие, практически никак не соотносят его с основным корнем рассматриваемого слова – понятием «система», что, на наш взгляд, является принципиальной ошибкой.

Толкуя слово «системообразующий» буквально, получаем: «образующий систему». В экономическую систему входят все ее элементы, все субъекты экономики в силу их взаимной связи и взаимозависимости. При этом все множество связанных между собой элементов в составе системы объединено определенными свойствами, собственно, они и являются носителями, выразителями этих свойств: целостности, сбалансированности, гибкости, устойчивости, экономичности (эффективности), динамичности, устойчивости развития, управляемости [4; 6].

Одни субъекты усиливают определенные системные свойства в большей степени, другие – в меньшей. При этом очевидно, что значимость отдельных элементов экономической системы для ее существования, для сохранения, поддержания ее системных свойств существенно различается. Для отдельных элементов – субъектов экономики – она критична, для других выражена слабо. Таким образом, системообразующим является такой элемент некоей совокупности, функционирующей в качестве системы, который отличается критической значимостью для ее способности обрести, сохранять и проявлять системность.

Соответственно, для формирования перечня системообразующих организаций в качестве объектов господдержки необходимо оценить системные свойства экономической системы РФ и значимость для их поддержания отдельных субъектов экономики. Сегодня это практически неразрешимая задача.

Однако на уровне отрасли такая оценка может проводиться. Методика оценки заключается в:

- оценке степени выраженности отдельных системных свойств отрасли (на основании системы критериев);
- свертки полученных оценок в комплексную оценку системности [5].

По вкладу отдельных субъектов экономики в формирование этих оценок можно выявлять предприятия, критически важные для поддержания (усиления) системных свойств отрасли. Они и составят перечень системообразующих организаций на уровне отрасли, или отраслеобразующих организаций. При этом, в зависимости от величины того же вклада в формирование оценок, такой перечень можно будет ранжировать по степени критичности для системности отрасли и, соответственно, по срочности, масштабам и характеру господдержки формирующих его организаций в условиях возникновения различных видов кризисов.

Вместе с тем следует учитывать, что значимость отдельных субъектов экономики для системности отрасли непостоянна: она может меняться со временем. Соответственно, мониторинг по субъектам экономики ключевых параметров, влияющих на системные свойства отрасли, должен осуществляться на постоянной основе федеральными органами исполнительной власти, осуществляющими выработку государственной политики в соответствующей отрасли экономики. Очевидно, что перечень системообразующих организаций в этом случае примет вид динамичных отраслевых списков. Результаты мониторинга могут сформировать своего рода базу данных по ключевым субъектам отрасли.

Результаты исследования

Основанием для включения в перечень отраслеобразующих организаций субъекта экономики должна являться его значимость в обеспечении того или иного системного свойства отрасли. Использование единой системы критериев при оценке этой значимости, а также применение совокупности специфических критериев для оценивания каждого отдельно взятого свойства повысит соответственно объективность и обоснованность формируемого перечня организаций.

Включение предприятия в перечень отраслеобразующих, как уже было отмечено, даст ему возможность претендовать на господдержку в кризисных условиях. Причем эта поддержка может быть адаптирована к потребностям организации отрасли с учетом особенностей влияния того или иного кризиса на эту отрасль (различия в характере влияния на различные отрасли мирового финансового кризиса 2008 г., санкционного кризиса 2014–2015 гг. и кризиса вследствие пандемии COVID-19 2020 г. очевидны).

Кроме того, сама процедура разработки этого перечня с формированием базы данных по ключевым субъектам каждой отрасли экономики и одновременным отслеживанием степени выраженности отдельных системных свойств отрасли может стать важным элементом в механизме государственного управления экономикой. Отслеживая состояние отрасли по критериям системности, органы исполнительной власти, осуществляющие выработку государственной политики в соответствующей отрасли экономики, могут оперативно реагировать на проблемные параметры, улучшая системные показатели отрасли. Таким образом, динамика комплексной оценки системности отрасли может отражать, в числе прочего, и эффективность предпринятых в отношении ее мер госрегулирования, а следовательно, использоваться при оценке работы соответствующих министерств и ведомств.

Методика оценки системных свойств, которая была рассмотрена выше в отношении отраслевой системы, применима и к региональной экономической системе (подход к оценке – на основании оценки степени выраженности отдельных системных свойств регионального хозяйства и последующей свертки полученных оценок в комплексную оценку системности – остается неизменным, меняется же система критериев). Соответственно, возможность оценки значимости отдельных субъектов экономики для системности отдельно взятого регионального хозяйства делает практически реализуемой и решение задачи разработки обоснованного перечня регионообразующих организаций, характер господдержки которых в кризисных условиях, очевидно, имеет свою специфику, отличный от господдержки отраслеобразующих организаций.

Заключение

Формирование перечня системообразующих организаций должно осуществляться, исходя из обусловленности включения организации в перечень системообразующих значимостью данной организации для данной системы, измеряемой вкладом организации в многокритериальную оценку состояния системы, и проводится на уровне отраслей и регионов.

Библиографический список

1. Постановление губернатора Московской области от 14.04.2020 № 189-ПГ «Об утверждении Перечня системообразующих организаций Московской области» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mosreg.ru/dokumenty/normotvorchestvo/prinyato-gubernatorom/postanovleniya/24-04-2020-15-51-11-postanovlenie-gubernatora-moskovskoy-oblasti> (дата обращения: 31.11.2020).
2. Распоряжение Правительства Республики Северная Осетия – Алания от 14.04.2020 № 148-р «Об утверждении перечня системообразующих организаций, имеющих региональное значение и оказывающих в том числе существенное влияние на занятость населения и социальную стабильность в Республике Северная Осетия-Алания» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.glavbukh.ru/npd/edoc/81_11073005_tit4 (дата обращения: 31.11.2020).
3. Анисенко, Н. А. Классификация и критерии отбора системообразующих предприятий Российской Федерации // Вестник РУДН. Серия: Экономика. – 2017. – Т. 25, № 4. – С. 534-542.
4. Большой энциклопедический словарь: В 2-х т. / Гл. ред. А.М. Прохоров. – М.: Советская энциклопедия, 1991. – Т. 2. – С. 355.
5. Быдтаева, Э. Е. Анализ и оценка системности региональной промышленности // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2016. – № 8-1 (20). – С. 71-75.
6. Быдтаева, Э. Е. Свойства региональной промышленной системы и их использование в практике государственного регулирования индустриального развития // Региональная экономика: теория и практика. – 2009. – № 16. – С. 10-15.
7. Коготов, В. В. Классификация системообразующих предприятий // Финансы и кредит. – 2012. – № 9 (489). – С. 72-78.
8. Бирюков, О. Системообразующие предприятия: спасти или нет? // Деловой Петербург [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.dp.ru/post/9101/> (дата обращения: 29.11.2020).
9. Системообразующие предприятия // Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.economy.gov.ru> (дата обращения: 29.11.2020).

10. Системообразующие предприятия. Критерии и порядок включения в перечень // Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data.economy.gov.ru/analytics/facilities/enlist/criteria> (дата обращения: 29.11.2020).

References

1. *Resolution of the Governor of the Moscow region "On the Approval of the List of the Systemically Important Organizations of the Moscow region" № 189-PG, dated on April 14, 2020.* Available at: <https://mosreg.ru/dokumenty/normotvorchestvo/prinyato-gubernatorom/postanovleniya/24-04-2020-15-51-11-postanovlenie-gubernatora-moskovskoy-oblasti> (accessed 31.11.2020). (In Russian).
2. *Order of the Government of the Republic of North Ossetia-Alania "On the Approval of the List of the Systemically Important Organizations Having Regional Value and Having Including Significant Effect on Employment of the Population and Social Stability in the Republic Northern Ossetia-Alania" No. 148-r, dated on April 14, 2020.* Available at: https://www.glavbukh.ru/npd/edoc/81_11073005_tit4 (accessed 31.11.2020). (In Russian).
3. Anisenko N. A. Classification and selection criteria of the system-forming enterprises of the Russian Federation, *RUDN Journal of Economics*, 2017, vol. 25, no. 4, pp. 534-542. (In Russian).
4. *Big encyclopedic dictionary: In 2 volumes*, Chief editor Prokhorov A.M., Moscow, Soviet encyclopedia, 1991, vol. 2, pp. 355. (In Russian).
5. Bydtaeva E. E. The analysis and assessment of systemacity of the regional industry, *Competitiveness in the Global World: Economics, Science, Technology*, 2016, no. 8-1 (20), pp. 71-75. (In Russian).
6. Bydtaeva E. E. Properties of a regional industrial system and their use in practice of state regulation of industrial development, *Regional Economics: Theory and Practice*, 2009, no. 16, pp. 10-15. (In Russian).
7. Kogotov V. V. Classification of the system-forming enterprises, *Finance and Credit*, 2012, no. 9 (489), pp. 72-78. (In Russian).
8. Biryukov O. System-forming enterprises: to save or not? *Delovoi Peterburg*. Available at: <http://blog.dp.ru/post/9101/> (accessed 29.11.2020). (In Russian).
9. System-forming enterprises, *Ministry of Economic Development of the Russian Federation*. Available at: <https://data.economy.gov.ru> (accessed 29.11.2020). (In Russian).
10. System-forming enterprises. Criteria and order of inclusion in the list, *Ministry of Economic Development of the Russian Federation*. Available at: <https://data.economy.gov.ru/analytics/facilities/enlist/criteria> (accessed 29.11.2020). (In Russian).

Гавва Руслан Витальевич

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-4781-8550

e-mail: gavva@rambler.ru

Ложкомоева Евгения Николаевна

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет», ЧОУВО «Московский университет имени С.Ю. Витте», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0003-0191-1407

e-mail: Logkomoeva_en@mail.ru

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация. Рассмотрены сущность и роль стратегического планирования в деятельности организаций туристической индустрии. Показано, что концепция жизненного цикла туристических услуг может служить в качестве обоснования стратегических управленческих решений. Сформулированы основные подходы к изучению жизненного цикла туристических услуг. Определены направления использования информации на различных стадиях жизненного цикла услуг в сфере туризма. Предложены подходы к оперативному определению типа услуги и стадии ее жизненного цикла, что способствует принятию обоснованных стратегических управленческих решений, обеспечивающих эффективную, стабильную работу туристических организаций. Определено, что современное развитие рынка туризма должно опираться на сочетание региональной, федеральной, национальной, международной туристской политики, сочетающей стратегическое планирование с задачами и потребностями краткосрочной перспективы.

Ключевые слова: жизненный цикл услуги, информация, развитие рынка, стратегическое планирование, сфера туризма, туристические организации, туристические услуги, туристская политика, управленческие решения, эффективность

Для цитирования: Гавва Р.В., Ложкомоева Е.Н. Стратегическое планирование и прогнозирование в туристической индустрии // Вестник университета. 2021. № 1. С. 42–48.

Ruslan V. Gavva

Cand. Sci. (Econ.), Moscow Pedagogical State University, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-4781-8550

e-mail: gavva@rambler.ru

Evgeniya N. Lozhkomoeva

Cand. Sci. (Econ.), Moscow Pedagogical State University, Moscow S.U. Witte University, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0003-0191-1407

e-mail: Logkomoeva_en@mail.ru

STRATEGIC PLANNING AND FORECASTING IN THE TOURISM INDUSTRY

Abstract. The article considers the essence and role of strategic planning in the activities of organizations of the tourism industry. The paper shows that the concept of the life cycle of tourist services can serve as a justification for strategic management decisions. The authors formulate the main approaches to the study of the life cycle of tourist services. The study determines the directions of using information at different stages of the life cycle of services in the field of tourism. The article proposes approaches to the operational definition of the type of service and the stage of its life cycle, which contributes to the adoption of sound strategic management decisions that ensure the effective, stable operation of tourist organizations. The paper determines that the modern development of the tourism market should be based on a combination of regional, Federal, national, and international tourism policies that combine strategic planning with the tasks and needs of the short-term perspective.

Keywords: efficiency, information, management decisions, market development, service life cycle, strategic planning, tourism organizations, tourism policy, tourism sector, tourism services

For citation: Gavva R.V., Lozhkomoeva E.N. (2021) Strategic planning and forecasting in the tourism industry. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 42–48. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-42-48

Введение

Эффективное функционирование организаций туристической отрасли в условиях жесткой внутренней и внешней конкуренции должно осуществляться на основе стратегического планирования, что в конечном итоге способствует достижению намеченных стратегических целей как отдельных организаций, так и отрасли в целом.

© Гавва Р.В., Ложкомоева Е.Н., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Gavva R.V., Lozhkomoeva E.N., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Правильное трактование новых возможностей и отслеживание тенденций с продлением их на будущее, а также применение наиболее эффективных инструментов и адаптированных (или разработанных) механизмов управления для повышения конкурентоспособности организаций туристической отрасли обусловило актуальность статьи.

Цель исследования заключается в определении того, может ли использование стратегического планирования и прогнозирования усилить конкурентоспособные позиции на рынке организаций туристической отрасли, а также помочь им выстоять в сложившихся условиях.

Исследование и выбор основных инструментов

Понятие «стратегия» заимствовано экономистами, менеджерами, маркетологами из теории военного искусства. В теории военных действий стратегия понимается как расстановка сил, средств, ресурсов во имя достижения военного успеха в значительных масштабах и на длительные сроки.

Один из основоположников концепции стратегического менеджмента И. Ансофф определяет стратегию как набор правил для принятия управленческих решений на самых разных уровнях. Аналогично можно определить и маркетинговую стратегию (как одну из разновидностей общих стратегий управления фирмой).

Реализация любого вида бизнеса требует разработки плана достижения самых разных целей. Единой и оптимальной стратегии для всех организаций и видов, форм предпринимательской деятельности не существует, но общие принципы, правила соблюдать необходимо.

Виды стратегий разнообразны, включают организационную, предпринимательскую, хозяйственную, финансовую, инвестиционную, инновационную, рыночную и ряд других.

По признакам сущности и целенаправленности стратегии можно объединить в три крупные совокупности, свойственные туризму, как и другим отраслям экономики:

- наступательная стратегия (стратегия роста);
- оборонительная, защитная, охранительная стратегия (стратегия стабилизации);
- деинвестирование (стратегия сокращения).

Соглашаясь с Н. Хубулавой, отметим, что в условиях конкурентной среды организациям туристической индустрии должна быть заведомо присуща конкурентная стратегия [7]. Такая стратегия реализуется организацией при помощи постоянной сравнительной оценки, мониторинга и контроля ее конкурентоспособности по определенным параметрам.

Например, возможно применение единичного и интегрального показателей, локальных показателей, индекса конкурентоспособности.

Разрабатывая такую стратегию, туристическая фирма должна учитывать влияние факторов, таких как: прочность позиций организации на рынке; сопоставление позиций продавцов и покупателей туристических услуг; стремление покупателей к покупке услуг-аналогов, услуг-заменителей; позиции фирм-соперников и др.

Выработка стратегии начинается с определения границ рациональной зоны хозяйствования, обусловленной целями и ресурсными возможностями. У организации сферы туризма основными инструментами формирования стратегии являются: систематическое стратегическое прогнозирование и стратегическое планирование, сопровождаемые оперативным регулированием. Когда ресурсы ограничены эти инструменты позволяют соизмерять потребности рынка с возможностями предоставления услуг.

Довольно часто у руководителей организаций, экономистов, менеджеров возникают вопросы: какие именно виды услуг целесообразно представить потенциальным потребителям; в каком количестве, то есть в каком направлении изменять, расширять ассортимент туристических услуг, чтобы обеспечить стабильное получение прибыли и экономическую устойчивость организации. Многими авторами предлагается решать эти вопросы путем исследования жизненного цикла услуг сферы туризма.

Жизненный цикл товара (услуги) – это концепция, позволяющая описать изменения объемов производства и продаж продукции (услуг), прибыли, состава потребителей, конкурентов, организацию маркетинга с момента поступления услуги (товара) на рынок и до ее ухода с рынка [5].

Обнаружив, на какой стадии жизненного цикла находится туристическая услуга, можно более обоснованно принять решение о типе маркетинговой стратегии, которую целесообразно в складывающихся условиях использовать.

Маркетинговая стратегия – это набор правил для принятия маркетинговых решений, решений по конкретным элементам «комплекса маркетинга».

Маркетинговая стратегия обычно включает следующие составные части, элементы:

- выбор целевого рынка;
- товарную стратегию;
- ценовую стратегию;
- сбытовую стратегию или стратегию товародвижения (распределения) товаров;
- коммуникационную стратегию или стратегию продвижения товаров на рынки сбыта.

Для разработки маркетинговой стратегии и обоснования других маркетинговых решений туристическая организация нуждается в систематическом регулярно налаженном сборе, обработке и анализе информации о состоянии среды, производства, распределения, продажи, обмена, потребления товаров и услуг, рыночных цен. Эта деятельность в современных работах по маркетингу отражается в понятии «маркетинговая информационная система» (или информационная система маркетинга).

Использование информации о жизненном цикле товара в деятельности и управлении организации сферы туризма

Концепция жизненного цикла товара была предложена и разработана Т. Левиттом еще в 1965 г. [4]. Жизненный цикл услуги сферы туризма (туристического продукта) (далее – ЖЦТ), как и его фазы во многом предопределены спецификой отрасли.

Зарубежный специалист по контроллингу Х. Фолльмут считает, что с помощью отслеживания кривой жизненного цикла продукта «можно не только планировать улучшение структуры, но и заранее осознать необходимость инноваций, реализация которых обеспечит долгосрочное существование предприятия» [7, с. 62].

Жизненный цикл услуги аналогично другим видам товаров, продукции можно представить такими стадиями:

- 1) выведение товара (услуги) на рынок;
- 2) рост;
- 3) зрелость;
- 4) спад [6].

Специалисты по инновационному менеджменту, распространяющие понятие жизненного цикла на организационно-правовые структуры, предлагают выделять следующие стадии жизненного цикла организации.

1. Этап инновационного предпринимательства, характеризуемый высокими творческими возможностями, выраженным динамизмом, вариативностью, поиском.

2. Активизация инновационной деятельности. На этой стадии формируются нематериальные активы, неформальное общение в коллективе организации.

3. Выход на крупные серии новшеств. Организационная структура стабильна, упор на экономическую эффективность.

4. Усложнение, совершенствование, преобразование структур. На этой стадии происходит поиск новых вариантов развития (возможны: децентрализация, структурирование, расширение, освоение новых рынков диверсификация и др.).

5. Анализ упущенных возможностей. На данной стадии происходит старение товаров (услуг), необходимо слияние или поглощение для продолжения деятельности организации [1; 5].

С переходом от одной стадии жизненного цикла к другой туристические организации в своем развитии могут проходить через определенные переломные моменты. В таком случае руководителям организаций необходимо определять на каждом этапе жизненного цикла потребность в капитальных вложениях и одновременно выполнять расчеты по оценке ожидаемых результатов продаж [2].

Если менеджеры организации понимают, что снижение объемов реализации устаревшего продукта (туристической услуги) может повлечь за собой убытки, то есть дальнейшие инвестиции в старый туристический продукт будут неэффективными и нерентабельными, становится неизбежной разработка нового (или альтернативного) туристического продукта, к чему целесообразно приложить все усилия [6].

Концепция жизненного цикла обеспечивает, таким образом, наглядность динамики, учет временного фактора, наглядность и прозрачность материальных, информационных и финансовых потоков.

По мнению авторов данной статьи, кривые ЖЦТ следует использовать как основу стратегического планирования и прогнозирования и сопровождающего оперативного управления.

При разработке продукта туристической сферы следует планировать его реальный жизненный цикл, фокусируя внимание на действии случайных факторов, риска, возможных, ожидаемых, предвидимых отклонений от плановой траектории. Такой подход позволит определить, на какой стадии ЖЦТ находится данная туристическая услуга, каково реальное состояние ее осуществления, скорректировать прогнозы и планы по результатам внедрения новшеств или модификаций, чтобы обеспечить их реальность.

Полезно применение оперативного определения состояния отдельных типов туристических услуг при помощи сравнения данных о продажах исследуемой услуги с функцией-эталонном, описывающей динамику спроса для каждой стадии ЖЦТ данного туристического продукта.

Для разных стадий жизненного цикла функциями-эталонами могут являться следующие:

- 1) комбинированная экспоненциально-степенная функция: $y = e^{at} * S t^b$;
- 2) кривая ускоренного роста: $y = a * S e^t$;
- 3) кривая замедления роста: $y = k (t+a)/(t+B)$;
- 4) параболическая кривая: $y = a + Bt - ct^2$;
- 5) линейная функция (убывание): $y = a - Bt$ [3].

Применяя функции-эталонны для аналитического сглаживания рядов динамики (исходных данных) возможно получить оперативную прогнозную информацию о притоке денежных средств в будущем.

При умелом использовании полученной информации руководство организации сферы туризма способно усилить, увеличить третью стадию жизни выгодной услуги и тем самым повысить экономическую и социальную эффективность деятельности и управления организацией.

Виды планирования, их сущность и возможности применения

Принято выделять оперативное, перспективное и стратегическое планирование. И все перечисленные виды планирования должны применяться в менеджменте организаций сферы туризма.

Особенно стоит выделить стратегическое планирование. Этот вид планирования в туристической сфере позволяет «заглянуть» в среднесрочную и долгосрочную перспективу, ориентироваться на достижение целей, позволяющих организациям туристской сферы не только выживать, но и обеспечить необходимый социально-экономический прогресс.

Стратегическое планирование – это управленческий процесс достижения и поддержания, сочетания целей, возможностей и ресурсов организаций и новых возможностей рыночной деятельности.

Общая цель стратегического планирования организаций сферы туризма должна быть ориентирована на создание (реформирование) деятельности или услуги организации для успешного развития, решения поставленных задач, получения требуемого (желаемого) результата.

Организациям в условиях быстроменяющейся рыночной среды необходим адаптивный характер, то есть целесообразно иметь возможности предвидеть изменения условий внешней и внутренней среды и приспособиться к ним в процессе деятельности.

Стратегия в сфере туризма включает три основных компонента:

- потребности клиентов, их природа, структура, масштабы;
- способность организации удовлетворить запросы потребителей с учетом изменения величины и качества;
- долгосрочная прибыль организации как основной источник инвестиций, перспектив роста, развития.

Стратегическим управлением туристской организацией следует считать организацию и технологию управления в складывающихся условиях нестабильной и часто неопределенной внешней среды, глобальной зависимости экономики и социальной среды от инновационных процессов и преобразований.

Поскольку многочисленные внешние и внутренние факторы воздействуют как позитивно, так и негативно на планируемые виды деятельности организации, то необходимо разрабатывать мероприятия (или механизм), которые позволят в максимальной степени ослабить негативное влияние этих факторов или вовремя нейтрализовать их воздействие.

Интенсивно развивающийся научно-технический и технико-технологический прогресс в мире, внедрение новых информационных технологий, коммуникации, цифровизация экономики являются стимулом для развития туризма и основой для совершенствования технологий и качества предоставления туристских услуг.

В формулировании и разработке стратегии должны участвовать практически все уровни управления организации сферы туризма.

Стратегическое управление туристической фирмой включает следующие этапы:

- 1) определение бизнеса (сферы деятельности) и миссии организации;
- 2) целеполагание в виде установления, обоснования долгосрочных и краткосрочных целей;
- 3) разработка и научное подкрепление проекта, основных положений;
- 4) реализация стратегии;
- 5) оценка эффективности реализации стратегии, внесение коррективов по ходу реализации, повышающих эффективность.

Руководители организации должны определить приоритеты, на которых будет строиться деятельность, ее направления (традиции, общественное мнение, инновационность, инициативность, предприимчивость) с ориентиром на цели общества (охрана здоровья, обеспечение безопасности). Целесообразно учесть специфику и особенности региона, на территории которого организация сферы туризма осуществляет свою деятельность (планирует ее осуществлять).

Важно иметь в виду, что стратегическая сфера бизнеса включает услуги, объединенные по одному общему признаку:

- характеру удовлетворяемых потребностей;
- технологии;
- типам потребителей;
- географическим районам сбыта [7].

Стратегическое управление туристической организацией характеризуется уровнями, указанными в таблице 1.

Таблица 1

Характеристики стратегических управленческих воздействий на разных уровнях управления в организациях сферы туризма

Уровень	Характеристика, сущность
Корпоративный	Расчет стратегического соответствия между отдельными сферами бизнеса; разработка планов диверсификации; глобальное управление финансовыми ресурсами; закупки, продажи, ликвидация, перепрофилирование и др.
Высшего внешнего руководства	Разрабатывается и реализуется стратегия, базирующаяся на корпоративном стратегическом плане, основной целью которой является повышение конкурентоспособности организации и ее конкурентного потенциала
Функциональный	Разработка новых услуг, управления персоналом, финансами, маркетингом и т. д. Уровень характерен для руководителей функциональных сфер
Линейный	Формирование планов для представительств или филиалов организации. Уровень характерен для руководителей подразделений организации или ее географически удаленных частей
Отраслевой	Разрабатывается и реализуется общая стратегия с учетом отраслевых особенностей, целей и интересов

Источники: [3; 7]

Для обеспечения гибкости стратегии необходимо предъявлять особые требования к организационной структуре организации. В частности, гибкость и адаптивность управления туристической фирмы может обеспечить маневренность организационной структуры управления. Изменения в управлении могут быть связаны с колебаниями уровня спроса, действиями конкурентов, изменением доли участия организации на рынке, цен, непосредственным успехом нового вида услуги (туристского продукта) и т. д.

Руководители туристических организаций должны отслеживать влияние изменений структуры управления на поведение и деятельность сотрудников, а также влияние на них методов организации работы туристической фирмы.

Организационная структура неразрывно связывает процесс менеджмента и поведение сотрудников на рабочих местах. Известны основные виды организационных структур: линейная, функциональная, линейно-функциональная, региональная, инновационная, программно-целевая.

Организационная структура является основой, «скелетом» фирмы. Работники, службы и другие звенья управленческого аппарата образуют ее части, элементы, отношения между ними поддерживаются благодаря связям, имеющим горизонтальную либо вертикальную направленность [3].

С помощью организационно-экономического механизма осуществляется деятельность организации, поступление, распределение и перераспределение финансовых ресурсов.

Условием успешного осуществления перечисленных направлений деятельности служит стратегическое планирование развития туризма и туристических организаций.

Поскольку стратегия развития организации туристической сферы предусматривает разработку обоснованных мер и планов для достижения намеченных целей как на ближайшую, так и на отдаленную перспективу, суть стратегического планирования проявляется в ответах на следующие вопросы.

1. Какие туристические услуги, в каком объеме и какого качества надо представлять потенциальным потребителям?

2. Как увязать стратегию организаций с рыночной конъюнктурой?

3. Какие действия необходимо осуществить в первую очередь, чтобы достичь намеченных целей?

Стратегическое планирование в туристической организации сводится к ряду последовательно проводимых, взаимосвязанных этапов (рис. 1) [6].



Источники: [2; 3]

Рис. 1. Процесс стратегического планирования в туристической организации

Заключение

Для успешного противостояния неблагоприятным, резко изменяющимся факторам внешней среды, оперативность принимаемых управленческих решений в организациях туристической сферы должна соответствовать сложности и скорости всех происходящих изменений.

Рост нестабильности среды требует от организаций разработки все более сложных и детализированных методов управления по преодолению рисков и угроз, а также грамотного стратегического планирования на основе комплексного анализа деятельности и достоверной и своевременной информации о внешней среде.

В настоящее время успешное функционирование в России рынка туризма возможно при условии формирования новых туристских дестинаций и выведения существующих на более высокий уровень.

Современное развитие рынка туризма должно опираться на сочетание региональной, федеральной, национальной, международной туристской политики, сочетающей стратегическое планирование с задачами и потребностями краткосрочной перспективы.

Развитие туризма возможно за счет укрепления конкурентных позиций организаций на национальном и мировом туристских рынках с ориентиром на стратегическую перспективу.

Достижение стратегических целей на основе реализации стратегических планов обеспечивает повышение экономического и социального эффекта развития туризма.

Библиографический список

1. Инновационный менеджмент: учебник / под ред. В.А. Швандара, В.Я. Горфинкеля. – М.: Вузовский учебник, 2006. – 382 с.
2. Инновационный менеджмент: учебное пособие / под ред. Л.Н. Оголевой. – М.: Инфра-М, 2008. – 238 с.
3. Ложкомоева, Е.Н. Стратегическое планирование предприятий и организаций // Актуальные проблемы развития пищевой промышленности и инновационные технологии пищевых производств: сборник научных трудов участников II Международной научно-практической конференции. Углич, 22–23 ноября 2012 г. – Углич: Филиал ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского» в г. Угличе, 2012. – С. 144–148.
4. Ляско, В.И. Стратегическое планирование развития предприятия: учебное пособие для вузов. – М.: Экзамен, 2005. – 133 с.
5. Самочкин, В.Н. Гибкое развитие предприятия: Анализ и планирование. – 2-е изд., исправленное и дополненное. – М.: Дело, 2002. – 215 с.
6. Фолльмут, Х.Й. Инструменты контроллинга / пер. с нем. Н.Н. Максимовой. – М.: Омега-Л, 2007. – 127 с.
7. Хубулава, Н.М. Практикум по курсу «Стратегическое планирование и прогнозирование». – М.: МГУТУ, 2007. – 153 с.

References

1. *Innovation management: textbook*, ed. by V.A. Shvandar, V.Ya. Gorfinkel, Moscow, Vuzovskii учебник, 2006, 382 p. (In Russian).
2. *Innovation management: textbook*, ed. by L.N. Ogoleva, Moscow, Infra-M, 2008, 238 p.
3. Lozhkomoeva E.N. Strategic planning of enterprises and organizations, *Current Issues of the Development of the Food Industry and Innovative Technologies of Food Production Collection of Proceedings of the Participants of the II International Scientific and Practical Conference, Uglich, November 22–23, 2012*, Uglich, Branch of the K.G. Razumovsky Moscow State University of Technology and Management in Uglich, 2012, pp. 144–148. (In Russian).
4. Lyasko V.I. *Strategic planning of enterprise development: textbook for universities*, Moscow, Ekzamen, 2005, 133 p. (In Russian).
5. Samochkin V.N. *Flexible enterprise development: Analysis and planning*, edition 2, corrected and updated, Moscow, Delo, 2002, 215 p. (In Russian).
6. Foll'mut Kh.Y. *Controlling tools*, transl. from German by N.N. Maximova, Moscow, Omega-L, 2007, 127 p. (In Russian).
7. Khubulava N.M. *Workshop on the course: Strategic planning and forecasting*, Moscow, Izdatel'skiy kompleks, Moscow, MSUTM, 2007, 153 p. (In Russian).

**Офицерова Наталья
Андреевна**

ассистент, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0003-2342-1337

e-mail: ofitserova.n@bk.ru

ВОЛОНТЕРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ: ДОСТОИНСТВА И ПРОБЛЕМЫ

Аннотация. Раскрыта суть волонтерского туризма, а также соотношение понятий «туристическое волонтерство» и «волонтерский туризм», их принципиальное различие. Изучены проблемы современного состояния волонтерского туризма, его преимущества, а также даны рекомендации по совершенствованию, предложены мероприятия для поддержки направлений деятельности в рамках волонтерского туризма в России. Приведены примеры волонтерских программ и направлений как в России, так и в мире. Сделан вывод, что не всегда может быть реализована исключительно благая цель. Ввиду этого следует внимательно относиться к выбору волонтерской программы. Волонтерские программы разнообразны, поэтому важно, чтобы навыки были использованы эффективно и рационально.

Ключевые слова: волонтерские организации, волонтерские туристические программы, волонтерские туристические проекты, волонтерский туризм, волонтерство, добровольчество, перспективы волонтерского туризма, туризм, туристическое волонтерство

Для цитирования: Офицерова Н.А. Волонтерская деятельность в туризме: достоинства и проблемы // Вестник университета. 2021. № 1. С. 49–52.

Natalia A. Ofitserova
Assistant, State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0003-2342-1337
e-mail: ofitserova.n@bk.ru

VOLUNTEER ACTIVITY IN TOURISM: ADVANTAGES AND PROBLEMS

Abstract. The paper reveals the essence of volunteer tourism, as well as the relationship between the concepts of tourist volunteering and volunteer tourism, their fundamental difference. The article studies problems of the current state of volunteer tourism, its advantages, as well as gives recommendations for improvement, proposes measures to support activities within the framework of volunteer tourism in Russia. The author gives examples of volunteer programs and directions both in Russia and in the world. The study concludes that only a good goal can not always be realized. In view of this, you should carefully consider the choice of a volunteer program. Volunteer programs are diverse, therefore it is important that the skills are used effectively and efficiently.

Keywords: prospects of volunteer tourism development, tourism, tourist volunteering, volunteer organizations, volunteer tourism, volunteer tourism programs, volunteer tourism projects, volunteering, volunteering

For citation: Ofitserova N.A. (2021) Volunteer activity in tourism: advantages and problems. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 49–52. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-49-52

Введение

Волонтерство получает все более широкое распространение. Оно создает возможности активным и неравнодушным людям помочь другим, реализовать свой потенциал, получить новый опыт, знания, навыки и т. д. Л. Штефан все направления деятельности волонтерского движения разделяет на два типа: классическое волонтерское движение; туры в рамках волонтерского движения [4]. Первый тип предполагает безвозмездный труд за счет принимающей страны. Во втором случае туроператоры организуют туры, строя их таким образом, что значительная часть времени остается на отдых, экскурсионную и развлекательную программы.

Характеристика волонтерского туризма

В последнее время популярным трендом становится волонтерский туризм. Волонтерский туризм – это такой вид туризма, когда туристы платят деньги, чтобы отправиться в развивающиеся страны, неблагополучные

© Офицерова Н.А., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Ofitserova N.A., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



регионы и участвовать в различных программах: помогать учить детей-сирот английскому языку, строить школы и заниматься иной полезной деятельностью [4]. Волонтерство в подобном формате – это возможность почувствовать себя местным жителем и познакомиться с традициями страны. В рамках проекта могут работать и взаимодействовать друг с другом волонтеры из разных стран. Это позволит как обрести новые знакомства, так и получить языковую практику. Более того, зачастую это экономный вид туризма, так как в большинстве случаев базовые потребности покрываются организаторами, а некоторые программы предусматривают компенсацию стоимости билета за поездку. Волонтерская деятельность помогает вырабатывать такие качества, как ответственность и высокий уровень социальной активности, что впоследствии благоприятно скажется и на обществе в целом [3]. Более того, расширяет круг небезразличных людей и субъектов бизнеса [1; 5].

При этом следует отличать волонтерский туризм от волонтерской туристической деятельности. В первом случае волонтеры самостоятельно оплачивают все расходы, а иногда осуществляют дополнительные взносы, чтобы получить право выполнять ту или иную работу. Во втором случае волонтерам бесплатно предоставляется жилье и питание; они платят только за проезд до места пребывания.

Итак, если идет разговор о волонтерском туризме, то следует сначала накопить определенную сумму, которая может варьироваться в зависимости от желаемого места работы, сроков и других факторов. В расходы будут включаться и проезд, и проживание, и питание – все так, как и в обычном отпуске. Только в случае волонтерской деятельности будет оказана помощь обществу, окружающей среде, животным, в сохранении культурного и исторического наследия. Добиться цели и отправиться в путь помогают такие сайты, как GoFundMe и FundMyTravel, занимающиеся сбором средств.

Отметим важные аспекты, которые необходимо учесть.

1. Нужно уделить внимание поиску организаций с этическими и устойчивыми программами и изучить подробно информацию о них. Следует убедиться, чтобы деятельность не отнимала рабочие места у местных жителей. На сайте волонтерской программы нужно найти информацию о том, есть ли у организации связь с местной общиной, поддерживает ли проект ее, предоставляет ли возможности ее членам, или уточнить это непосредственно у представителей, в том числе следует убедиться, что предыдущие волонтеры действительно помогли сообществу.

2. Далее необходимо убедиться в устойчивости проекта и получить ответ на вопрос, смогут ли его продолжить местные жители, если волонтеры не будут выбирать проект. Важно, чтобы не сформировалась зависимость от волонтеров, а был баланс между независимостью и волонтерством.

3. Необходимо посмотреть и на прозрачность цен. Некоторые организации публикуют свои счета в сети «Интернет», другие готовы предоставить эту информацию по запросу. При отсутствии этих данных, следует задуматься и, возможно, выбрать другую программу.

Волонтерские программы распространены как в России, так и во всем мире. Они достаточно разнообразны. При выборе волонтерской программы важно, чтобы навыки были использованы эффективно и рационально. Следует думать о том, где они действительно могут быть полезны, а не о том, где хочется побывать. Можно выделить такие направления:

– волонтерское преподавание (преподавание английского языка местным детям на пляжах Самуи; обучение английскому детей и других членов общины на песчаной тропической Коста-Рике; обучение английскому языку молодых монахов в Лаосе и др.);

– волонтерская работа с детьми (личная и образовательная поддержка детям Непала; личная поддержка детям Малави; волонтерская работа с детьми в глобальном летнем лагере CISV и др.);

– волонтерская работа по сохранению наследия (исследование китовых акул, черепах и мант в Южной Африке; сохранение дикой природы в заповеднике крупных животных в Малави; сбор данных о млекопитающих, амфибиях и птицах пляжей Белиза и др.);

– волонтерство с животными (спасение морских черепах на Коста-Рике; сбор данных о больших белых акулах в Южной Африке; участие в возвращении на волю гепардов в Южной Африке; спасение кошек и собак в Таиланде).

– волонтерство в общинах (помощь местным общинам Танзании в качестве педагога или помощника пожилым людям; участие в возведении и реконструкции системы сбора воды или в развитии сельскохозяйственной деятельности на островах Фиджи и др.) [6].

Перечисленные выше программы курируются следующими этическими волонтерскими организациями: GVI, CISV, STA, Grassroots Volunteering, The National Trust, Pod Volunteer, ChildSafe,

Если говорить о России, то крупные волонтерские проекты и программы в сфере туризма предлагаются центрами по подготовке волонтеров или региональными центрами развития туризма. Наиболее распространенными являются событийные (особенно спортивные) мероприятия, экологические, археологические программы [2]. Все это туристическое добровольчество. Волонтерский туризм практически не развит. Только некоторые компании предлагают волонтерские туры. Например, волонтерский экологический тур на озеро Байкал, музейные программы в Государственную Третьяковскую галерею и Эрмитаж. Для развития и поддержки обоих направлений деятельности можно предложить следующие мероприятия: разработка нормативных документов в области туристического волонтерства; привлечение внимания средств массовой информации к волонтерским программам в области туризма; развитие инфраструктуры волонтерского туризма; проведение круглых столов, конференций и акций по теме волонтерского туризма.

Есть еще ряд сайтов, позволяющих искать волонтерские возможности. Например, Workaway, где представлено более 1 000 проектов из 180 стран мира. Бюджетным аналогом данного ресурса выступает Help Exchange, который предлагает поездки преимущественно в латиноамериканские, африканские и азиатские страны. WWOOF (от англ. World Wide Opportunities on Organic Farms – «Всемирные Возможности на Органических Фермах» или Willing Workers on Organic Farms – «Добровольные Работники на Органических Фермах») предлагает волонтерство на органических фермах по всему миру. Европейский корпус солидарности (англ. European Solidarity Corps; ESC) представляет собой проект, где можно поучаствовать в решении насущных проблем Европейского союза.

Следует отметить и российские организации. Организации «СФЕРА», «AIESEC» отправляют как на долгосрочные, так и краткосрочные волонтерские стажировки. Есть ряд сообществ в социальных сетях, позволяющих находить волонтерские возможности (Гудсерфинг, ByeByeBadBoss, Tripsecrets).

Проблемы волонтерского туризма

Несмотря на то, что рассматриваемый вид туризма стал популярным трендом, он имеет ряд проблем и сталкивается с критикой.

1. Многие волонтеры приезжают без конкретной цели и подготовки, а просто с желанием помочь. Конечно, их намерение не может не вызывать положительных отзывов. Однако этого недостаточно. Ведь это та же самая неквалифицированная рабочая сила, которой в развивающихся странах достаточно. Более того, местные жители, которые могут быть привлечены к постройке зданий или иной деятельности, лишаются работы, имея при этом соответствующие навыки в отличие от волонтеров.

2. Некоторые волонтеры едут не столько помогать, сколько получить опыт, найти себя, почувствовать свою значимость, при этом ничего не зная о культуре и ценностях той страны, в которую они приехали. Любой вид волонтерства предполагает получение ряда преимуществ (бесплатная еда, транспорт, грамоты, благодарности, тематические блокноты, ручки и др.), но это все должно быть вторично. Не следует забывать о главной цели. По окончании путешествия волонтеры будут активно рассказывать в социальных сетях о путешествии и получать восторженные отзывы своих друзей. Об этом есть даже пародийная статья, очень ярко описывающая существующую действительность: активное развитие социальных сетей делает людей (особенно миллениалов) зависимыми и вызывает потребность поделиться тем, как хорошо они проводят время, забывая при этом, что приезжают помогать.

3. Волонтерский туризм предполагает относительно недолгий срок пребывания. Если волонтеры помогают в детских домах, то дети могут впоследствии столкнуться с разочарованием, так как очень привязываются к ним, а волонтеры постоянно сменяют друг друга. Это вызывает не только тоску и грусть, но и проблемы с построением взаимоотношений с людьми. Такая помощь все же вызывает сомнения, так как в долгосрочной перспективе уже оказывает противоположное влияние. Также следует сказать о том, что волонтерская работа с детьми является одной из самых коррумпированных сфер волонтерства. Существуют организации, создающие поддельные детские дома, извлекая тем самым выгоду из спроса на приютскую работу. Животные также стали жертвами подобных организаций. С ними специально плохо обращаются в нелегальных заповедниках, чтобы обеспечить работу для добровольцев.

Заключение

Таким образом, волонтерский туризм трудно назвать однозначно благим делом, так как он в перспективе может даже навредить. Однако люди, которые все-таки обладают нужной квалификацией, могут оказаться полезными. Проекты могут быть самые разные: работа с детьми, инвалидами, пожилыми людьми, мигрантами; преподавание языков; строительство экологических троп; экологическое просвещение людей; работа на фермах; проведение различных тематических мастер-классов, семинаров, фестивалей и т. д. Важно уделить особое внимание выбору волонтерской программы, чтобы действительно осуществить благое дело, а не столкнуться с мошенниками. В частности, обратить внимание на время ответа и стиль общения организаторов; изучить условия проекта и необходимые документы.

Библиографический список

1. Аникеева, О.А. и др. Основы организации и управления добровольческой деятельностью: учебник для студентов вузов / под общ. ред. О.А. Аникеевой, А.П. Рудницкой, О.В. Решетникова. – М.: Издательство РГСУ, 2019. – 245 с.
2. Баширова, Ю.В. Волонтерская деятельность в туризме: методологический аспект // Социально-культурная деятельность: векторы исследовательских и практических перспектив: материалы Международной электронной научно-практической конференции. Казань, 18 мая 2018 г. / под ред. П.П. Терехова. – Казань: Бриг, 2018. – С. 312–316.
3. Бурченко, Т.В. Экологическое волонтерство на благо общества и развития личности обучающегося // Современные подходы к организации образовательного процесса в условиях стандартизации образования: сборник научных статей и материалов IV Международной научно-практической конференции. Архангельск, 17 марта 2017 г. В 2-х ч. / редколл.: С.А. Герасимов [и др.]. – Ч. 2. – Архангельск: КИРА, 2017. – С. 181–184.
4. Кобзова, С.Н. «Туристическое волонтерство» и «волонтерский туризм»: современное состояние и перспективы туризма // Сервис в России и за рубежом. – 2015. – № 3 (59). – С. 4–21.
5. Щепакин, М.Б., Михайлова, М.Б., Поветкина, А.А. Волонтерство в обеспечении роста социальной ответственности бизнеса // Sciences of Europe. – 2017. – № 13-4 (13). – С. 82–87.
6. Волонтерские программы: сделайте мир лучше, путешествуя // Momondo [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.momondo.ru/discover/volonterskie-programmy> (дата обращения: 14.11.2020).

References

1. Anikeeva O.A. [et al.] *Fundamentals of organization and management of volunteer activity: textbook for university students*, ed. by O.A. Anikeeva, A.P. Rudnitskaya, O.V. Reshetnikova, Moscow, Publ. House RGSU, 2019, 245 p. (In Russian).
2. Bashirova Yu.V. Volunteering in tourism: methodological aspect, *Social and cultural activities: vectors of research and practical prospects: proceedings of the International electronic scientific and practical conference, Kazan, May 18, 2018*, ed. by P.P. Terekhov, Kazan, Brig, 2018, pp. 312–316. (In Russian).
3. Burchenko T.V. Environmental volunteering for the benefit of society and the development of the student's personality, *Modern approaches to the organization of the educational process in the context of education standardization: collection of scientific articles and materials of the IV International scientific and practical conference, Archangelsk, March 17, 2017*, In 2 parts, editorial: S.A. Gerasimov [et al.], Part 2, Archangel'sk, KIRA, 2017, pp. 181–184. (In Russian).
4. Kobzova S.N. "Tourist volunteering" and "volunteer tourism": current state and tourism prospects, *Services in Russia and abroad*, 2015, no. 3 (59), pp. 4–21. (In Russian).
5. Shchepakina M.B., Mikhailova M.B., Povetkina A.A. Volunteering in the security of social responsibility growth of business, *Sciences of Europe*, 2017, no. 13-4 (13), pp. 82–87. (In Russian).
6. Volunteer Programs: make the world a better place by traveling, *Momondo*. Available at: <https://www.momondo.ru/discover/volonterskie-programmy> (accessed 14.11.2020). (In Russian).

**Пшеничных Юлия
Алексеевна**

канд. экон. наук, ФГАОУ ВО
«Южный федеральный
университет», г. Ростов-на-Дону,
Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-3198-8782

e-mail: pshenichnih.julia@gmail.com

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА

Аннотация. До недавнего времени туристский сектор составлял значительную долю мирового валового внутреннего продукта и обеспечивал около 10 % мировой занятости. В 2020 г. мировая туристская индустрия столкнулась с серьезным вызовом – кризисом, обусловленным распространением нового вида коронавируса (пандемией COVID-19). Международный туризм стал одной из наиболее пострадавших от пандемии отраслей. Спрос на услуги туристского и гостиничного бизнеса, которые выступали одним из крупнейших в мире источников валютных поступлений и занятости населения в эпоху pre-COVID-19, значительно сократился. Хотя будущее туризма в эпоху пандемии COVID-19 весьма неопределенно, исследования тенденций развития международного туристского рынка в условиях кризиса могут быть использованы для оценки того, как отрасль может восстановиться и выжить в пандемии. На основе статистических данных международных организаций были изучены показатели международных туристских потоков, выявлены основные тенденции развития международного туризма на современном этапе, проведена оценка влияния на туристский сектор пандемии COVID-19 и определены возможности его развития в условиях экономического кризиса, показаны перспективы развития отрасли.

Ключевые слова: международный туризм, пандемия COVID-19, статистика международного туризма, тренды развития туризма, туризм, туристский рынок, туристские потоки, экономика туризма

Для цитирования: Пшеничных Ю.А. Анализ динамики и тенденций развития современного международного туристского рынка//Вестник университета. 2021. № 1. С. 53–61.

Julia A. Pshenichnyh

Cand. Sci. (Econ.), Southern
Federal University, Rostov-on-Don,
Russia

ORCID: 0000-0002-3198-8782

e-mail: pshenichnih.julia@gmail.com

ANALYSIS OF THE DYNAMICS AND TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF MODERN INTERNATIONAL TOURIST MARKET

Abstract. Until recently, the tourism sector accounted for a significant share of the world's gross domestic product and provided about 10 % of world employment. In 2020, the global tourism industry faced a serious challenge – a crisis caused by the spread of a new type of virus (COVID-19 pandemic). International tourism has become one of the most affected by COVID-19 pandemic industries. The demand for tourism and hospitality services, which were one of the world's largest sources of foreign exchange earnings and employment in the era of pre-COVID-19, has significantly decreased. Although the future of tourism in an era of COVID-19 pandemic is very uncertain, a study of trends in the international tourism market in a crisis can be used to assess how the industry can recover and survive in the era of COVID-19 pandemic. Based on the statistical data of international organizations, the author studied indicators of international tourist flows, identified the main trends in the development of international tourism at the current stage, assessed the impact on the tourism sector of the COVID-19 pandemic and determined possibilities for its development in the context of the economic crisis, showed prospects for the development of the industry.

Keywords: COVID-19 pandemic, international tourism, international tourism statistics, tourism, tourism economy, tourism flows, tourism market, tourism trends

For citation: Pshenichnyh J.A. (2021) Analysis of the dynamics and trends in the development of modern international tourist market. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 53–61. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-53-61



Введение

Согласно данным ежегодного анализа количественной оценки глобальных экономических и трудовых последствий поездок, публикуемого Всемирным советом по туризму и путешествиям (WTCC) на туристский сектор в 2019 г. пришлось 10,3 % мирового валового внутреннего продукта (далее – ВВП) или чуть более 8,9 трлн долл. США, 29 % мирового экспорта услуг, 10,4 % от общего объема занятости или 330 млн рабочих мест [17]. Стремительное развитие отрасли влечет за собой возникновение проблем, которые негативно сказываются на развитии этого сектора. Негативное воздействие на международный туризм оказала эпидемиологическая обстановка, сложившаяся в 2020 г. Туристская индустрия стала одной из наиболее пострадавших от пандемии COVID-19 отраслей. В связи с этим актуален вопрос изучения проблем и перспектив развития международного туризма на современном этапе.

Цель исследования заключается в выявлении тенденций и закономерностей развития современного международного туристского рынка, анализе проблем и перспектив развития международного туризма.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнение следующих задач:

- проанализировать динамику развития международного туристского рынка на современном этапе развития;
- оценить влияние пандемии COVID-19 на развитие международного туризма;
- обобщить оценки ущерба, нанесенного экономике туризма в 2020 г. и в последующий период.

Материалы и методы исследования

Проведенное исследование основано на официальной информации, публикуемой международными организациями: Всемирной туристской организации (UNWTO), Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), Организации объединенных наций (ООН), Всемирной организации здравоохранения (WHO), Международной организации труда (ILO), Федерального агентства по туризму (Ростуризм), Российского союза туриндустрии (РСТ), Ассоциации туроператоров (АТОР), Единой межведомственной информационно-статистической системы (ЕМИСС). В работе использованы общенаучные методы и приемы исследования: анализ, синтез, сравнение, анализ статистических данных. Проведенный анализ точек зрения зарубежных и отечественных авторов по вопросам исследования международного туристского рынка позволил обосновать актуальные направления развития туризма в результате влияния негативных факторов, связанных с распространением новой коронавирусной инфекции COVID-19.

Обсуждение результатов

Современный туризм называют феноменом двадцатого столетия, а нынешний век имеет все шансы стать веком туризма. Из 195 государств мира в туризм вовлечены более 150 стран. Последние десятилетия мировой туризм демонстрирует уверенный рост [1]. Занимая довольно большую долю мирового ВВП, туризм имеет важное значение в развитии мировой экономики. Подтверждается это данными по общему вкладу туризма в ВВП за последние 19 лет (рис. 1). Опираясь на данные рисунка 1, можно сделать вывод об устойчивом росте общего вклада туризма в ВВП. Сектор путешествий и туризма продемонстрировал в 2019 г. рост в 3,5 %, в то время как рост мировой экономики составил лишь 2,5 %. Наиболее быстрорастущим стал Азиатско-Тихоокеанский регион с ростом в 5,5 %, следом идет Ближний Восток с ростом в 5,3 % [19].

Однако обострение эпидемиологической обстановки в 2020 г. стало существенным фактором, оказывающим влияние на международный туризм в настоящее время. Беспрецедентные глобальные ограничения на поездки вызывают самые серьезные сбои в мировой экономике со времен Второй мировой войны [11]. Согласно данным ВОЗ, на 1 января 2020 г. количество заболевших COVID-19 в мире составило около 86,4 млн человек, а число умерших – 1,8 млн человек [7]. В течение нескольких месяцев структура глобальной туристской системы перешла от «сверхтуризма» к его практически полному отсутствию, что ярко демонстрируется публикациями в средствах массовой информации, изображающими популярные туристические места до и во время пандемии [13]. Международные, региональные и местные ограничения на поездки немедленно повлияли на национальную экономику, включая сферу туризма, то есть международные поездки, внутренний туризм, однодневные поездки, а также различные сегменты туриндустрии,

такие как воздушный транспорт, круизы, общественный транспорт, средства размещения, кафе и рестораны, фестивали и др. Из-за проблем в туристском секторе ООН прогнозирует снижение мирового ВВП на 2,8 % (2,22 трлн долл. США) [9].

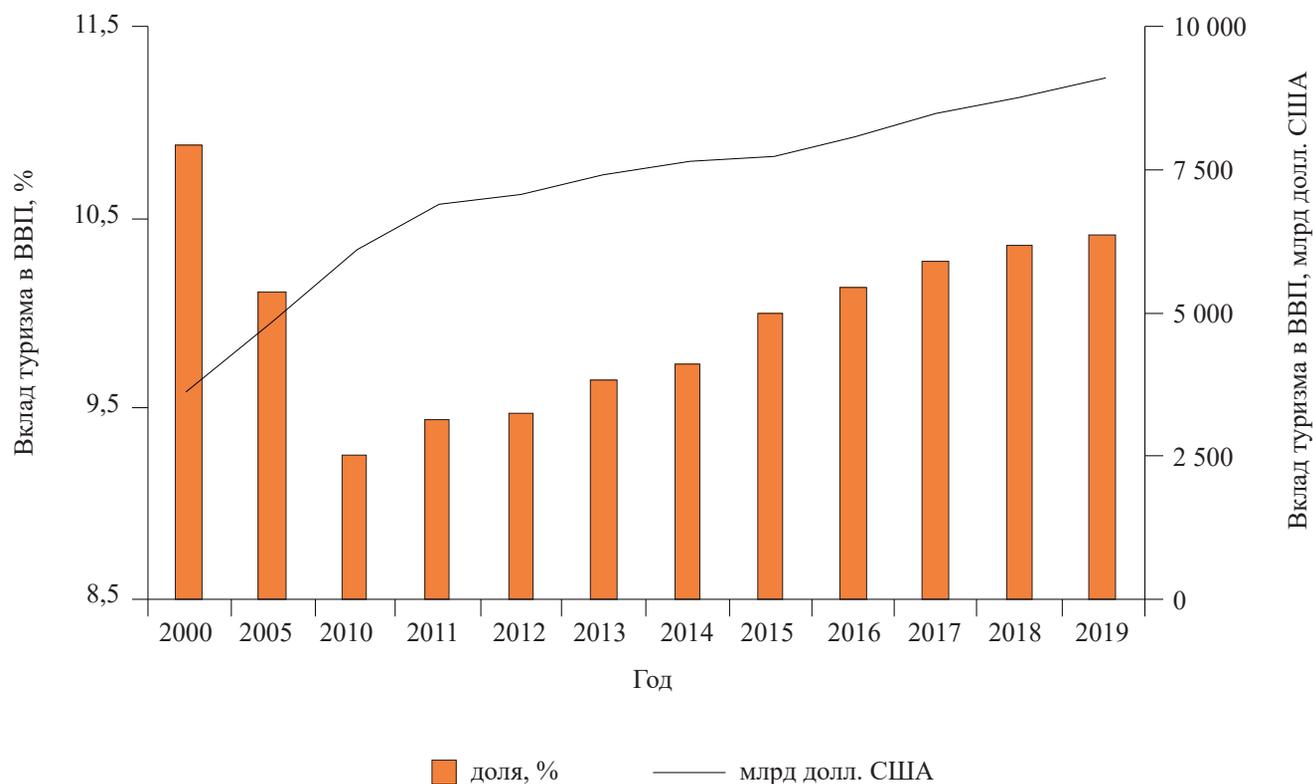


Рис. 1. Общий вклад туризма в валовой внутренний продукт в 2015–2019 гг.

Источник: [3]

Говоря об отдельно взятых странах, стоит отметить, что влияние кризиса туристской отрасли на экономику каждой из них может быть более губительным. Для небольших государств, в особенности островных, чья экономика напрямую зависит от туризма, общий вклад туристского сектора в ВВП достигает 50 % и более. По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), в 2019 г. общий вклад в ВВП Макао составляет 91,3 %, Мальдив – 56,6 %, Багамских островов – 43,3 % [15]. При этом за период с января по апрель 2020 г. количество международных туристов в малых островных развивающихся государствах сократилось на 47 %. По оценкам Департамента по экономическим и социальным вопросам ООН, в 2020 г. экономика малых островных развивающихся государств может сократиться на 4,7 % по сравнению с 3 % в мировой экономике [16].

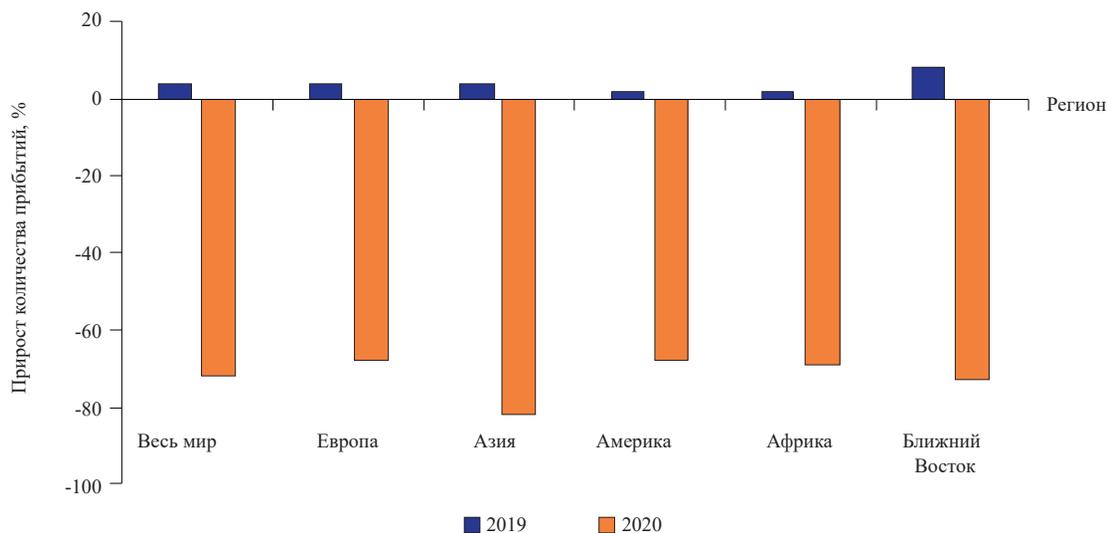
Важно отметить, что в прошлом мировой туризм подвергался воздействию целого ряда кризисов. В период с 2000 г. по 2015 г. к числу серьезных разрушительных событий относят террористические атаки 11 сентября (2001 г.), вспышку тяжелого острого респираторного синдрома (SARS) (2003 г.), глобальный экономический кризис, развернувшийся в 2008–2009 гг., и ближневосточный респираторный синдром 2015 г. (MERS). Ни один из них не привел к долгосрочному снижению глобального развития туризма, а некоторые из них даже не заметны, и только атипичная пневмония (–0,4 %) и глобальный экономический кризис (–4,0 %) привели к снижению числа международных прибытий (табл. 1). Это говорит о том, что туризм как система устойчив к внешним потрясениям [11]. Мировой туристский поток до 2020 г. показывал непрерывный рост, хотя уже в 2019–2018 гг. в сравнении с 2017–2018 гг. прирост снизился и составил 3,8 %, что объяснялось торговой напряженностью между США и КНДР, снижением экономического роста по всему миру.

Международные туристские прибытия, млн чел.

Год	Регион					Всего по миру
	Европа	Азиатско-Тихоокеанский	Америка	Африка	Ближний Восток	
2000	393	110	122	26	23	674
2001	393	116	114	27	22	673
2002	405	124	109	28	26	692
2003	412	113	106	29	27	688
2004	426	143	118	32	33	753
2005	454	154	133	35	34	810
2008	504	186	148	44	52	934
2009	478	184	141	46	49	898
2010	487,7	208,2	150,4	50,4	55,4	952
2015	605,1	284,1	193,8	53,6	58,1	1195
2016	619,5	306	200,7	57,7	55,6	1239
2017	676,6	324,1	210,7	63	57,7	1332
2018	716,1	347,7	215,7	68,4	59,4	1407
2019	742,3	363,6	220,1	71,2	63,9	1461
2020	204	54	60	18	13	351

Источник: [10]

Однако есть много свидетельств того, что последствия пандемии COVID-19 и восстановление после нее будут беспрецедентными. По данным Всемирной туристской организации, количество международных туристских поездок за девять месяцев 2020 г. снизилось на 72 % в сравнении с тем же периодом 2019 г. Максимальное снижение туристских потоков в целом по миру достигало 97 % в апреле 2020 г. [10]. В октябре 2020 г. по миру путешествовало на 98 млн человек (–83 %) меньше относительного аналогичного периода прошлого года. Первым пострадал от пандемии Азиатско-Тихоокеанский регион, туристский поток в Азию снизился на 82 % или 309,6 млн человек, второе место занимает Европа и Америка (–68% или 538,3 и 160,1 млн человек, соответственно), африканские страны и Ближний Восток потеряли 69 % и 73 % прибытий (53,2 и 50,9 млн человек, соответственно) (рис. 2).



Источник: [18]

Рис. 2. Динамика прироста количества международных прибытий в январе–октябре 2019–2020 гг. по регионам мира

Сокращение количества международных прибытий в январе–октябре 2020 г. привело к потере 900 млн международных прибытий, по сравнению с тем же периодом 2019 г., и экспортных поступлений от международного туризма на 935 млрд долл. США, что более чем в 10 раз превышает потери в 2009 г. под воздействием глобального экономического кризиса [18].

Такое существенное снижение туристских потоков приводит к массовой потере рабочих мест, резкому сокращению поступлений иностранной валюты и налогов, что ограничивает способность государства поддерживать туристскую отрасль. Правительства многих стран только начинают понимать, что, в отличие от других секторов бизнеса, доходы от туризма теряются безвозвратно, потому что непроданные мощности, например в сфере размещения, не могут быть проданы в последующие годы, что имеет соответствующие последствия для занятости в этом секторе. До 2020 г. отмечалась тенденция к увеличению занятости в сфере туризма и сопутствующих отраслей и в процентном, и в количественном отношении. В 2019 г. на туристский сектор приходится (прямо или косвенно) около 330 млн рабочих мест во всем мире, что эквивалентно 10,3 % общей занятости в мире и составляет одно из 10 рабочих мест во всем мире. За последние пять лет в этом секторе было создано одно из четырех новых рабочих мест. В 2019 г. туристский сектор обеспечил создание более 9 млн новых рабочих мест, что является наибольшим показателем за все годы.

Вместе с тем одним из следствий снижения туристского потока в 2020 г. стал существенный рост безработицы. По данным WTTC порядка 100–120 млн специалистов могут потерять работу, в зависимости от того, когда будут открыты границы [15]. Наибольшему риску подвержены страны, в которых туризм является основным источником дохода, по прогнозам ООН уровень безработицы в них может увеличиться на 20 %. Под ударом находятся преимущественно предприятия сферы малого и среднего бизнеса, на которых главным образом трудятся женщины и молодежь, к тому же работающие чаще всего неофициально [16]. Пандемия оказывает огромное воздействие на туристические предприятия и средства к существованию их работников. По оценкам Международной организации труда, эта пандемия может привести к потере 305 млн рабочих мест, многие из которых относятся к сектору туризма [8].

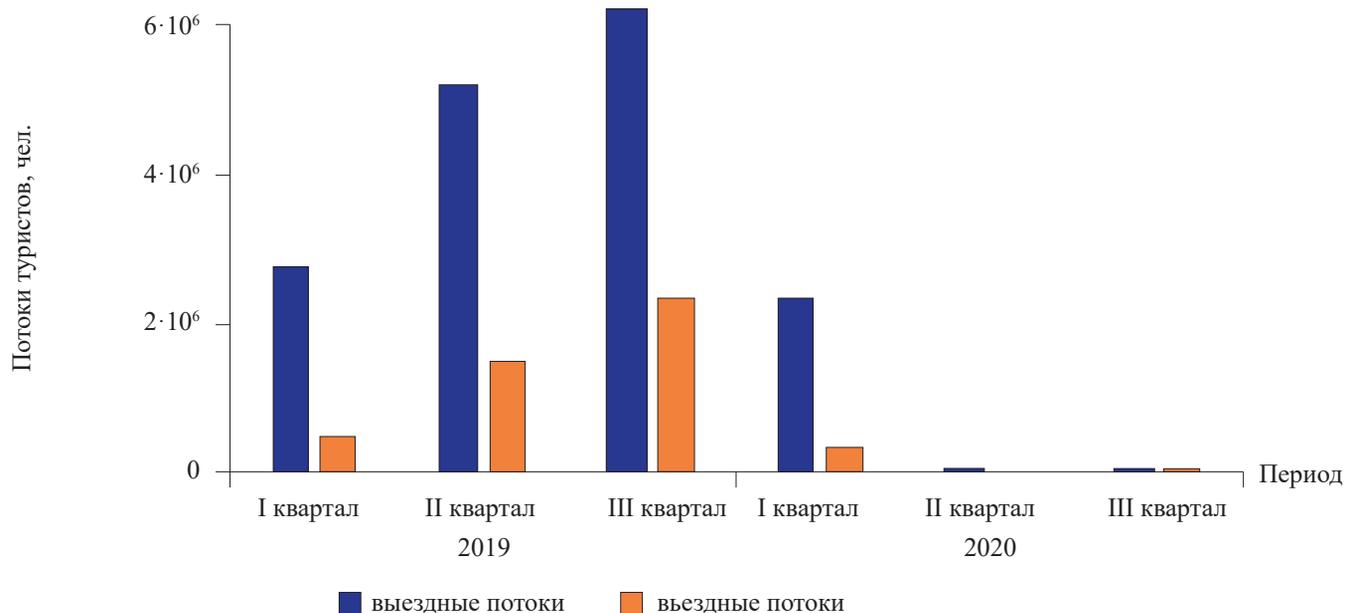
В то время как восстановление международного туризма остается медленным, в общей сложности только 115 стран (53 % всех направлений по всему миру) на 1 сентября 2020 г. сняли ограничения на поездки, спрос на внутренний туризм растет на многих крупных рынках, например в Китае, где объем авиаперевозок в июле вырос примерно до 90 % от уровня 2019 г. [19].

Рассматривая туристский рынок Российской Федерации, следует отметить, что вклад туристской отрасли в экономику России крайне мал по сравнению с мировыми туристскими дестинациями, так, общий вклад в 2019 г. составлял порядка 5 % [12]. При этом, по оценке Ростуризма, падение объемов продаж в туристской отрасли весной 2020 г. достигло почти 100 %. За 1-й квартал 2020 г. в сравнении с аналогичным периодом годом ранее въездные туристские потоки в России сократились на 31 %, наряду с этим выездные потоки снизились на 16 % (рис. 3). При этом стоит отметить, что основные ограничительные меры были предприняты только в конце рассматриваемого периода.

Ситуация с COVID-19 по-прежнему остается актуальной, и нет однозначного ответа на вопрос, как будет развиваться туризм в дальнейшем. Однако Всемирная туристская организация спрогнозировала три возможных сценария выхода туристской индустрии из кризиса, которые отражают наиболее вероятные изменения ежемесячных туристских потоков с апреля по декабрь 2020 г. В соответствии с первым сценарием при открытии границ в июле 2020 г. объем спроса на международные поездки снизится на 58 %, если спрос будет отложен до сентября, то это приведет к его падению на 70 %, при открытии границ в декабре 2020 г. количество международных прибытий сократится на 78 % [20].

Основываясь на трех сценариях Всемирной туристской организации, опубликованных в мае 2020 г., указывающих на снижение числа международных туристских прибытий в 2020 г. с 58 % до 78 %, текущие тенденции указывают на сокращение числа международных прибытий между результатами второго и третьего сценариев [2].

Большинство стран ожидало увидеть признаки восстановления спроса на зарубежные поездки в последнем квартале 2020 г., но в связи с тем, что случаи заболевания коронавирусом вновь стали возрастать, а во многих странах стали ужесточаться ограничения на поездки, основные надежды возлагаются на вторую половину 2021 г. Многие прогнозы аналитиков уже оказались неверными, на сегодняшний момент очевидно, что восстановление туризма не будет таким же, как после предыдущих кризисов.



Источник: [4]

Рис. 3. Выездные и въездные потоки в Российской Федерации

Расширенные сценарии на 2021–2024 г. указывают на сильное оживление в 2021 г., основанное на предположении об обратном развитии пандемии, значительном повышении уверенности путешественников и снятии ограничений на поездки к середине года. Тем не менее, для возврата к уровням 2019 г. по количеству прибытий из-за рубежа потребуется от 2,5 до 4 лет.

Вместе с тем, несмотря на ряд проблем, которые пандемия создала для туристской отрасли, она может привести к позитивным изменениям в поведении путешественников [6]. Трендом 2020 г. года несомненно стал внутренний туризм. В эту новую эпоху туристы более осторожны и изначально тяготеют к местам, близким к дому. Эта тенденция прослеживалась, например, в Китае, одной из первых стран, открывшихся после вспышки вируса, причем 77 % китайских путешественников отдавали предпочтение внутренним путешествиям в течение трех месяцев после пика кризиса [21].

Групповые туры сменяют индивидуальные маршруты в менее оживленные туристские места. При выборе средств размещения большее предпочтение будет отдаваться экономичным вариантам – например, квартирам или апарта-отелям, небольшим отелям, наберет свою популярность глэмпинг и караванинг. Ожидается, что туристские поездки станут менее интенсивными, более редкими, но в то же время более длительными. Станет больше поездок в межсезонье и по необычным туристическим маршрутам. В качестве основного средства транспорта чаще будет использоваться автомобиль, количество авиарейсов при этом сократится, а стоимость такой перевозки в долгосрочной перспективе вырастет. Это обстоятельство отразится и на цене туров, предполагается их рост, что связано как с убытками, которые понесли предприятия туристской отрасли, так и с ростом курса валют к рублю, дополнительных расходов, которые несут предприятия в связи с обеспечением санитарно-эпидемиологических требований.

Проведенные компанией McKinsey and Company исследования потребителей в Китае, Италии, Испании, Великобритании и США предполагают, что оптимизм потребителей будет выше в начале и конце пандемии и будет варьироваться в зависимости от страны [5]. Хотя неопределенность, связанная с COVID-19, сохраняется во всем мире, его влияние по-разному ощущается в разных странах. В результате существуют значительные различия в том, как потребители реагируют на кризис и адаптируются к следующей норме. Например, в случае с Китаем, который первый прошел через все этапы пандемии, было обнаружено, что потребители большое внимание уделяют экологически чистым продуктам. Таким образом, в будущем индустрия туризма будет больше ориентирована на альтернативные формы, такие как экотуризм, агротуризм, сельский туризм и т. д. Эти формы туризма будут в большей степени сосредотачивать свое внимание на природе и обществе.

В целом туризм станет более экологичным [14]. Например, в результате значительного снижения спроса авиакомпании начали отказываться от старых и неэффективных самолетов. Из-за снижения авиаперевозок сократятся выбросы CO₂. Несомненно, одним из трендов в развитии туризма станет интеграция в индустрию сервиса новых технологий: виртуальной и дополненной реальности, экономики впечатлений, электронной коммерции, бесконтактных технологий и других инноваций [15].

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что пандемия COVID-19 наносит существенный урон туристской отрасли как во всем мире, так и в Российской Федерации. Однако, с учетом ее масштабов, существует острая необходимость не возвращаться к обычному бизнесу после окончания кризиса, а провести глобальную трансформацию туристической системы. Пандемию COVID-19 следует рассматривать как возможность критически пересмотреть траекторию развития туристского рынка.

Заключение

Проведенный анализ динамики развития международного туристского рынка продемонстрировал его связь с современными тенденциями, так как туристская отрасль является неотъемлемой частью мировой экономики. Отдельное внимание было уделено оценке влияния пандемии COVID-19 на развитие международного туризма. Коронавирусная инфекция затронула весь мир, пострадали экономики всех стран, в том числе туристская отрасль. Были выявлены тенденции, связанные с уменьшением количества туристских потоков, негативным воздействием пандемии на уровень занятости и доходов от туристской деятельности. Ограничения на поездки по-прежнему действуют во многих странах, доверие потребителей находится на рекордно низком уровне несмотря на то, что все большее число территорий принимают различные меры, включая введенные протоколы безопасности и гигиены, целевые маркетинговые и пропагандистские кампании, планы восстановления туризма, методы по стимулированию внутреннего туризма и др. Хотя предсказать точно, каким будет туризм после завершения пандемии нельзя, существует ряд прогнозов, отражающих возможные сценарии развития и восстановления туристской отрасли, но все прогнозы сходятся в одном, международному туризму потребуется от двух до четырех лет, чтобы вернуться к уровню 2019 г.

Библиографический список

1. Мошняга, Е. В. Основные тенденции развития туризма в современном мире // Вестник РМАТ. – 2013. – № 3. – С. 20–34.
2. Черкашина, И. В., Адамюк, А. П., Пшеничных, Ю. А. Основы антикризисного управления: влияние и пути дальнейшего развития международного туризма в условиях пандемии // Вестник молодежной науки. – 2020. – № 2 (24). – С. 5.
3. Атлас мировых данных «Кнопма» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://knoema.ru> (дата обращения: 20.11.2020).
4. Единая межведомственная информационно-статистическая система [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fedstat.ru/indicator/38480> (дата обращения: 20.11.2020).
5. Cautiously optimistic: Chinese consumer behavior post-COVID-19 // McKinsey and Company. – 2020. – April. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/cautiously-optimistic-chinese-consumer-behavior-post-covid-19> (дата обращения: 29.11.2020).
6. Chang, C. L., McAleer, M., Ramos, V. The future of tourism in the COVID-19 era // *Advances in Decision Sciences*. – 2020. – V. 24, No. 3. – Pp. 218-230.
7. Coronavirus Disease (COVID-19) // WHO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bit.ly/3tZXFsa> (дата обращения: 25.11.2020).
8. COVID-19 and the Tourism Sector // ILO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ilo.org/sector/Resources/publications/WCMS_741468/lang-en/index.htm (дата обращения: 28.11.2020).
9. COVID-19 and Tourism: Assessing the Economic Consequences // UN. – 2020. – July. – Pp. 1-27. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.southsouth-galaxy.org/wp-content/uploads/2020/09/ditcinf2020d3_en.pdf (дата обращения: 28.11.2020).
10. Global and Regional Tourism Performance // UNWTO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> (дата обращения: 28.11.2020).
11. Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2021. – V. 29, No. 1. – Pp. 1-20.
12. Pshenichnykh, Yu., Yakimenko, M., Zhertovskaya, E., Checking convergence hypothesis of the Russia tourist market // *European Journal of Tourism Research*. – 2020. – V. 26 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/1939> (дата обращения: 21.11.2020).

13. Seraphin, H., Sheeran, P., Pilato, M. Over-tourism and the fall of Venice as a destination // *Journal of Destination Marketing & Management*. – 2018. – V. 9. – Pp. 374-376.
14. Spalding, M., Burke, L., Fyall, A. COVID-19: implications for nature and tourism // *Anatolia*. – 2020. – Pp. 1-2.
15. Travel & Tourism. Global Economic Impact & Trends // WTTC. – 2020. – June [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact/moduleId/1445/itemId/91/controller/DownloadRequest/action/QuickDownload> (дата обращения: 21.11.2020).
16. World Economic Situation And Prospects // UN. – 2020. – № 137 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-may-2020-briefing-no-137/> (дата обращения: 28.11.2020).
17. World Tourism Barometer // UNWTO. – 2020. – V. 18, No. 1. – Pp. 1-48. Available at: <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020> (accessed 21.11.2020).
18. World Tourism Barometer // UNWTO. – 2020. – V. 18, No. 7. – Pp. 1-36. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.7> (accessed 28.11.2020).
19. World Tourism Barometer and Statistical Annex // UNWTO. – 2020. – V. 18, No. 2. – Pp. 1-48. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometerus.2020.18.1.2> (дата обращения: 21.11.2020).
20. World tourism barometer: special focus on the impact of COVID-19 // UNWTO. – 2020. – May [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421817> (дата обращения: 28.11.2020).
21. Wyman, O. COVID-19 impact on Chinese traveler survey [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/v2/publications/2020/apr/chinese-travelers-favor-domestic-destinations.pdf> (дата обращения: 28.11.2020).

References

1. Moshnyaga E. V. Main trends in the development of tourism in the modern world, *Vestnik of the Russian International Academy for Tourism*, 2013, no. 3, pp. 20-34. (In Russian).
2. Cherkashina I. V., Adamyuk A. P., Pshenichnykh Yu. A. Fundamentals of crisis management: influence and ways of further development of international tourism in pandemic conditions, *Vestnik molodezhnoi nauki*, 2020, no. 2 (24), pp. 5. (In Russian).
3. “Knoema” world data atlas. Available at: <https://knoema.ru> (accessed 20.11.2020). (In Russian).
4. Unified interdepartmental information and statistical system. Available at: <https://fedstat.ru/indicator/38480> (accessed 20.11.2020). (In Russian).
5. Cautiously optimistic: Chinese consumer behavior post-COVID-19, *McKinsey and Company*, 2020, April. Available at: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/cautiously-optimistic-chinese-consumer-behavior-post-covid-19> (accessed 29.11.2020).
6. Chang C. L., McAleer M., Ramos V. The future of tourism in the COVID-19 era, *Advances in Decision Sciences*, 2020, vol. 24, no. 3, pp. 218-230.
7. Coronavirus Disease (COVID-19), *WHO*. Available at: <https://bit.ly/3tZXFsa> (accessed 25.11.2020).
8. COVID-19 and the Tourism Sector, *ILO*. Available at: https://www.ilo.org/sector/Resources/publications/WCMS_741468/lang-en/index.htm (accessed 28.11.2020).
9. COVID-19 and tourism: assessing the economic consequences, *UN*, 2020, July, pp. 1-27. Available at: https://www.southsouth-galaxy.org/wp-content/uploads/2020/09/ditcinf2020d3_en.pdf (accessed 28.11.2020).
10. Global and Regional Tourism Performance, *UNWTO*. Available at: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> (accessed 28.11.2020).
11. Gössling S., Scott D., Hall C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19, *Journal of Sustainable Tourism*, 2021, vol. 29, no. 1, pp. 1-20.
12. Pshenichnykh Yu., Yakimenko M., Zhertovskaya E., Checking convergence hypothesis of the Russia tourist market, *European Journal of Tourism Research*, 2020, vol. 26. Available at: <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/1939> (accessed 21.11.2020).
13. Seraphin H., Sheeran P., Pilato M. Over-tourism and the fall of Venice as a destination, *Journal of Destination Marketing & Management*, 2018, vol. 9, pp. 374-376.
14. Spalding M., Burke L., Fyall A. COVID-19: implications for nature and tourism, *Anatolia*, 2020, pp. 1-2.
15. Travel & Tourism. Global economic impact & trends, *WTTC*, 2020, June. Available at: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact/moduleId/1445/itemId/91/controller/DownloadRequest/action/QuickDownload> (accessed 21.11.2020).

16. World Economic Situation And Prospects, *UN*, 2020, no. 137. Available at: <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/world-economic-situation-and-prospects-may-2020-briefing-no-137/> (accessed 28.11.2020).
17. World Tourism Barometer, *UNWTO*, 2020, vol. 18, no. 1, pp. 1-48. Available at: <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020> (accessed 21.11.2020).
18. World Tourism Barometer, *UNWTO*, 2020, vol. 18, no. 7, pp. 1-36. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.7> (accessed 28.11.2020).
19. World Tourism Barometer and Statistical Annex, *UNWTO*, 2020, vol. 18, no. 2, pp. 1-48. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometerrus.2020.18.1.2> (accessed 21.11.2020).
20. World tourism barometer: special focus on the impact of COVID-19, *UNWTO*, 2020, May. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421817> (accessed 28.11.2020).
21. Wyman O. *Covid-19 impact on Chinese traveler survey*. Available at: <https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/v2/publications/2020/apr/chinese-travelers-favor-domestic-destinations.pdf> (accessed 28.11.2020).

Троян Ирина Анатольевна

канд. экон. наук, ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», г. Симферополь, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-5694-9843

e-mail: troyan.irin@mail.ru

АНТИКРИЗИСНЫЕ ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Аннотация. Трансформация социально-экономических условий функционирования предприятий сферы услуг, вызванная распространением пандемии COVID-19, и обусловленный этим экономический кризис актуализируют исследование возможностей обеспечения их конкурентоспособности. В статье приведен анализ генезиса и развития содержания категории конкурентоспособности предприятия в основных концепциях экономической теории. Предложено определение конкурентоспособности предприятия сферы услуг. Проанализированы традиционные базовые факторы конкурентоспособности предприятия, а также обоснованы антикризисные факторы конкурентного поддержания предприятия сферы услуг в условиях текущего экономического кризиса, связанного с пандемией COVID-19, а именно: цифровизация бизнеса и процесса предоставления услуги, клиентоориентированность, виртуализация рабочей силы, кибербезопасность, использование возможностей государственной антикризисной политики.

Ключевые слова: антикризисные факторы, виртуализация, конкурентоспособность, сфера услуг, предприятие, факторы конкурентоспособности, цифровизация, COVID-19

Для цитирования: Троян И.А. Антикризисные факторы конкурентоспособности предприятий сферы услуг // Вестник университета. 2021. № 1. С. 62–69.

ANTI-CRISIS FACTORS OF COMPETITIVENESS OF SERVICE SECTOR ENTERPRISES

Abstract. The transformation of the socio-economic conditions of the functioning of service enterprises caused by the spread of the COVID-19 pandemic and the resulting economic crisis, actualize the study of the possibilities of ensuring their competitiveness. The article gives the analysis of the genesis and development of the content of the category of enterprise competitiveness in the basic concepts of economic theory. The author proposes a definition of the competitiveness of a service enterprise. The paper analyses traditional basic factors of enterprise competitiveness as well as substantiates the anti-crisis factors of maintaining the competitive maintenance of a service sector enterprise in the context of the current economic crisis related to the COVID-19 pandemic, such as: digitalization of business and the process of providing services, customer focus, virtualization of the workforce, cybersecurity, and the use of opportunities of the state anti-crisis policy.

Keywords: anti-crisis factors, competitiveness, competitiveness factors, COVID-19, digitalization, enterprise, service sector, virtualization

For citation: Troyan I.A. (2021) Anti-crisis factors of competitiveness of service sector enterprises. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 62–69. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-62-69

Irina A. Troyan

Cand. Sci. (Econ.), V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

ORCID: 0000-0002-5694-9843

e-mail: troyan.irin@mail.ru

Введение

Современные рыночные условия вынуждают предприятия еще в большей степени акцентировать свое внимание на вопросах обеспечения своей конкурентоспособности для повышения эффективности бизнеса и достижения устойчивого конкурентного преимущества. Целью данной статьи стало выявление ключевых факторов конкурентоспособности предприятия сферы услуг в условиях распространения экономического кризиса COVID-19. В процессе исследования применялись следующие методы: метод анализа и синтеза, аналогии, графический метод. Методологической основой исследования послужили фундаментальные положения теорий конкуренции.

© Троян И.А., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Troyan I.A., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Ход исследования

Проблематику управления конкурентоспособностью предприятий сферы услуг освещали в своих трудах многие отечественные и зарубежные ученые, в частности Ли Чжуён, Е. Карпова, Л. Нюренбергер, И. Севруйков, О. Севостьянова, Х. Вэйсян, Ч. Вэньхуэй, Д.В. Завьялов, Н.Б. Завьялова, Е.В. Киселева, И.В. Таранова, Ю.М. Склярова, А.А. Татуев и др. Ввиду динамичности изменяющихся рыночных условий вопросы обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг сегодня являются достаточно актуальными с научной и практической точек зрения. Формирование конкурентной среды в большинстве развитых стран обусловлено серьезными социально-экономическими трансформациями, связанными с антикризисной политикой и ограничительными мероприятиями государств, вызванными распространением коронавирусной инфекции.

Конкурентоспособность описывалась различными авторами как теоретически многомерное и относительное понятие, связанное с рыночным механизмом. Анализируя категорию конкурентоспособности, следует отметить, что она может относиться к разным уровням агрегирования: наднациональному, национальному, региональному, местному, отраслевому, а также к уровню отдельных предприятий и организаций. Традиционно конкурентоспособность рассматривают относительно лучших организаций, способных успешно противостоять рыночной конкуренции. Однако на рынке одновременно существуют высокий, средний и низкий уровни конкурентоспособности экономических агентов, поэтому видится, что понятие конкурентоспособности должно скорее определяться как набор характеристик одного объекта по отношению к сопоставимым объектам на рынке. Обзор литературы позволил провести общий анализ генезиса и развития категории конкурентоспособности предприятия в основополагающих теоретических воззрениях (табл. 1).

Таблица 1

Трансформация экономических теорий относительно исследования конкурентоспособности предприятия

Теории	Представители	Содержание
Теория меркантилизма	Т. Ман, А. Монкретьен и др.	Протекционистские действия государства увеличивают конкурентоспособность национального субъекта хозяйствования на внешнем рынке, обеспечивая активный торговый баланс
Теория стоимости	А. Смит, Д. Рикардо, Дж. Милль	Конкурентоспособность предприятия определяется меновой стоимостью товара (А. Смит), редкостью товара (Д. Рикардо), равновесие спроса и предложения (Дж. Милль)
Теория равновесия	А. Маршалл	Критерием конкурентоспособности предприятия является наличие у хозяйствующего субъекта ресурсов, используемых с высокой производительностью
Эволюционная теория	И. Шумпетер	Конкурентоспособность предприятия определяется умением эффективно внедрять инновационные технологии. Индикатором конкуренции нового типа является предприниматель-новатор
Теория конкурентных преимуществ	М. Портер	Конкурентоспособность предприятия является проявлением системы конкурентных преимуществ в зависимости от эффективности их использования и от изменения конкурентной среды
Теория интеллектуального лидерства	Г. Хамел, К. Прахалад	Конкурентоспособность предприятия определяется применением новых форм бизнеса, инновационных технологий в глобальном масштабе, принятием нестандартных решений по удовлетворению потребностей потребителей

Составлено автором по материалам источников [2; 4; 6; 12].

Один из крупнейших и ведущих специалистов по конкурентоспособности М. Портер наиболее системно проанализировал конкурентоспособность в предложенной им модели ромба [8]. Данная модель охватывает пять сил, влияющих на конкурентоспособность государства и предприятия: существующими прямыми

конкурентами; потенциалом конкуренции (новые участники); рыночной силой поставщиков; рыночной силой покупателей; угрозами замещения товаров и услуг [9].

Конкурентоспособность компаний определяется как их способность функционировать в конкурентной среде, в которой работают другие организации [11]. Это способность разрабатывать, производить и продавать продукты и услуги на рынке, где аналогичные продукты и услуги предлагаются другими субъектами хозяйствования. Европейский форум по проблемам управления конкурентоспособностью организации определяет ее как способность и возможность организации проектировать, производить, а также сбывать (в сложившихся условиях) товары и услуги по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательно, чем у конкурента, обеспечивая при этом максимальную прибыль. Таким образом, категории «конкурентоспособность предприятия» присущи такие важные признаки:

- относительность (исследование в сравнении с другими конкурентами);
- рамочность (означает, что конкурентоспособность предприятия определяется в пределах определенного конкретного рынка);
- предметность (определение набора параметров, формирующих конкурентоспособность предприятия);
- атрибутивность (выявление уникальных характеристик, формирующих конкурентное преимущество предприятия);
- динамичность (изменяющийся характер в рыночных условиях).

Хотя фундаментальные аспекты формирования конкурентоспособности предприятия одинаково эффективны как в сфере услуг, так и в других отраслях народного хозяйства, имеются важные специфические черты создания конкурентных позиций фирмы, работающих в нематериальной сфере. Сегодня, с точки зрения занятости, доходов, международной торговли и даже производственных затрат, услуги стали еще более важными. За последние несколько лет сфера услуг стала доминирующим вектором развития национальной экономики, а производительность сектора услуг во многом определяет способность страны конкурировать в современной глобальной экономике.

При этом важно понимать, что сфера услуг очень разнородна и охватывает широкий спектр видов экономической деятельности. Теоретически это разнообразие маскирует фундаментальную функцию, которую многие услуги выполняют в отношении процесса экономического роста и развития, а именно то, что услуги облегчают транзакции с точки зрения пространства (транспорт, телекоммуникации) или времени (финансовые услуги). Еще один ключевой аспект – то, что услуги часто являются прямым вкладом в экономическую деятельность и, таким образом, детерминантами производительности фундаментальных факторов производства – труда и капитала, которые генерируют знания, товары и услуги (образование, здравоохранение, науку и исследования). По мере расширения процессов аутсорсинга, как бизнес-модели, применяемой на практике большим количеством компаний как внутри страны, так и за рубежом (особенно производственными фирмами), спрос на услуги в качестве промежуточных ресурсов для производства значительно вырос.

Параллельно с ростом роли посреднических услуг и с упором на процесс международного «перемещения» сочетание процессов распада производственных функций и быстрого прогресса в области информационно-коммуникационных технологий позволило значительно увеличить долю посреднических услуг в общем объеме торговли услугами. Широкомасштабное применение новых информационно-коммуникационных технологий и снижение барьеров для доступа к рынкам услуг после либерализации автономного, регионального и международного уровней торговли и инвестиционных режимов в сфере услуг повлияли не только на производство и потребление услуг, но способствовали росту производительности во многих сегментах услуг и изменили характер конкуренции в сфере услуг.

Исходя из обозначенных теоретических аспектов, под конкурентоспособностью предприятия сферы услуг целесообразно понимать способность предприятия предоставлять услуги в том объеме, качестве и условиях, которые в наибольшей по сравнению с конкурентами степени будут соответствовать текущим и будущим потребностям покупателей. Способность сервисного предприятия одержать победу в конкурентной борьбе зависит от наличия у него значительных преимуществ по сравнению с конкурентами. Ряд ученых отмечает, что при разработке организационно-экономического механизма обеспечения стратегической конкурентоспособности предприятий необходимо выявить ключевые факторы конкурентоспособности за счет формирования конкурентных преимуществ [7]. Ввиду многообразия детерминантов конкурентоспособности предприятия, в том

числе сферы услуг, как правило, рассматривают различные классификации. Чаще всего выделяют внутренние и внешние факторы конкурентоспособности относительно самого предприятия; по сфере возникновения (организационно-технические, маркетинговые, инновационные и др.) и пр. Актуальным является разделение факторов на общие (для всех предприятий), специфические (для предприятий отдельных отраслей, например, сферы услуг) и индивидуальные (для конкретного предприятия). К тому же конкурентоспособность предприятия сферы услуг будет включать факторы конкурентоспособности самой услуги. Главным условием формирования конкурентных преимуществ на рынке сервисного обслуживания является ценность услуги. Ценность услуги является результатом отношения к ней потребителей и определяется через их специфический опыт, статус, потребительские требования. Конкуренция, основанная на ценности, более интенсивна [5]. Важным моментом для формирования конкурентного преимущества услуги является не просто наличие определенных особенностей услуги, а ее соответствие потребностям конкретного сегмента рынка. Более того, зачастую конкурентное преимущество услуги в пределах одного потребительского сегмента делает эту услугу неприемлемым для другого.

Ключевые базовые группы факторов обеспечения конкурентоспособности предприятия сферы услуг традиционно охватывают: технические факторы (технические характеристики), финансовые (цена/ставка, условия оплаты), поддерживающие (вспомогательные услуги, связанные с продуктом/услугой) с целью увеличения их добавленной стоимости (например, посредством технического обслуживания, обучения, консультаций, поставки запасных частей и т. д.), факторы торговой точки / продажи (сроки доставки, условия доставки, способы распространения/продажи и т. д.). Все эти факторы должны быть ориентированы на максимальное удовлетворение потребностей, требований и ожиданий клиентов.

Однако, сегодня целесообразно выявить те факторы, которые станут стимулирующими производными от изменившихся рыночных условий. По сути, условия, связанные с ограничительными действиями национальных правительств из-за распространения новой коронавирусной инфекции, и в которых вынуждены сейчас работать большинство предприятий, стали для них критично внезапными и уникальными. Исследование конкурентоспособности предприятия сферы услуг в современных условиях экономического кризиса COVID-19 вызывает необходимость выявления антикризисных факторов, то есть тех, которые должны стать приоритетными в условиях преодоления кризисной ситуации (рис. 1).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Антикризисные факторы обеспечения конкурентоспособности предприятия сферы услуг в условиях экономического кризиса COVID-19

В условиях экономического кризиса COVID-19 потребности в услугах трансформировались в сторону минимизации социальных контактов, а значит цифровизация процесса предоставления услуги стала важным и необходимым элементом обеспечения конкурентоспособности предприятия сегодня. Главную роль в конкурентоспособности торговли услугами играют качество и дифференциация услуг. В отличие от производственных компаний, конкурентные преимущества поставщиков услуг в меньшей степени являются результатом преимуществ, связанных с производством, а, скорее, способностью поставщиков качественно реагировать на конкретные потребности покупателя, поддерживать тесный контакт с клиентом, чтобы снизить транзакционные издержки для клиента.

Конкурентоспособность характеризует экономические, научно-технические, производственные, организационно-управленческие и другие возможности предприятия и его умение приспосабливаться к их изменениям, принимая во внимание также динамику его успешности в прошлом. Конкурентные преимущества компаний, предоставляющих услуги, кажутся не столько результатом сравнительных преимуществ с точки зрения затрат на производство, сколько способностью поставщиков помочь удовлетворить конкретные потребности клиентов, уменьшить неопределенность в отношении качества услуг и транзакционных издержек своих клиентов.

В сфере услуг конкуренция более жесткая из-за того, что услуги связаны с нематериальными активами. Стремясь выйти и закрепиться на рынке, предприятия сферы услуг, будь то гостиничный бизнес, авиакомпании или банки, вкладывают значительные средства в технологии, цифровизацию и стандартизацию процессов обслуживания и операций по доставке. Важно понимать, что в сфере услуг учитывается множество других факторов, таких как индивидуальный подход, качество индивидуального обслуживания, отношение обслуживающего персонала, а также эффективность и качество обслуживания. Система обеспечения механизма управления качеством включает в себя правовую, метрологическую, информационную, материально-техническую, организационную, кадровую, технологическую и финансовую подсистемы управления качеством [3].

В условиях экономических и социальных ограничений в связи с распространением COVID-19 предприятия сферы услуг вынуждены внедрять новые технологии для полного обновления предложений своих услуг. Это справедливо для всех секторов услуг, включая традиционные индустрии гостеприимства и туризма. Цифровые технологии не только помогают отраслям услуг удержать свои бизнес позиции, но и способствуют сейчас стандартизации операций и механизмов предоставления услуг. На этом этапе следует отметить, что предприятия сферы услуг начинают приспосабливаться к культуре продуктовой индустрии, стандартизируя операции и процессы и принимая те же принципы операционной эффективности, качества обслуживания и других концепций.

С помощью продуманных и разумных шагов предприятия могут управлять влиянием распространения коронавируса на сектор услуг и обеспечивать поддержку и эффективность работы обслуживающего персонала даже во время кризиса. Задача является исключительно сложной для отраслей, которые в значительной степени полагаются на личное общение, включая широкий спектр секторов от банковского дела и страхования до туризма, телекоммуникаций и промышленных услуг. Физическое дистанцирование, сокращение количества второстепенных операций и ограниченный контакт имеют основополагающее значение для защиты здоровья человека и ставят фундаментальные проблемы в отношении того, как эти организации могут продолжать обращаться к клиентам и соответствовать их ожиданиям.

Ограничительные действия государств в связи с эпидемией COVID-19 потребовали от предприятий в одночасье «виртуализировать» свой персонал. Крупному бизнесу потребовались дополнительные капиталовложения в обеспечение виртуальной мобильности рабочей силы (с помощью ноутбуков, виртуальных частных сетей, видеоконференцсвязи и инструментов «виртуализации»). Однако малому и среднему бизнесу в условиях падения потребительского спроса такие инвестиции стали финансово невозможными. Поэтому перевод на дистанционную работу был достаточно болезненным для таких организаций сферы услуг. Чаще всего были определены приоритеты в предпринимательской деятельности для поддержания конкурентоспособности, и именно на них сосредоточены ресурсы по развитию виртуальной инфраструктуры. Одна из лучших практик – создание операционной «комнаты» для удаленных операций, укомплектованной гибкими командами, которые могут быстро изменить процессы и инструменты для поддержки удаленной работы с помощью таких шагов, как внедрение готовых облачных инструментов рабочего процесса. Ежедневные 30-минутные телеконференции для принятия решений помогают организациям ускорить согласование основных процессов и изменений политик, необходимых для поддержки изменений услуг, таких как электронные подписи, протоколы безопасности и расширенные онлайн-каналы.

Деятельность по наращиванию цифровых возможностей вместе с дистанционным наставничеством и коучингом может помочь организации подготовиться к новым условиям. Применение современных технологических решений и использование цифровых платформ позволяет повысить сократить время на коммуникации, снизить непроизводительные затраты и тем самым повысить уровень конкурентоспособности предприятий [1].

Основным видом деятельности должно стать создание цифровых альтернатив. Кредитор, использующий виртуальную оценку на основе видео в качестве временной меры, мог бы оценить, какие дополнительные шаги потребуются, чтобы превратить это в новый и более эффективный способ работы. Разговоры с партнерами в других звеньях производственно-сбытовой цепочки, такими как агенты по недвижимости и инвесторы в секьюритизированные ипотечные кредиты, могут выявить дополнительные меры безопасности, которые следует включить в процесс, в то время как уроки, извлеченные путем проб и ошибок, лягут в основу практических цифровых технологий, руководство по оценке.

Поскольку основные операции внезапно превратились в виртуальные, безопасность и риски становятся главными вопросами, которые необходимо решить, особенно для коллег, имеющих доступ к конфиденциальным финансовым, медицинским или личным данным. Частично такие решения могут быть реализованы через улучшения доступа к группам безопасности, более строгие протоколы аутентификации и более строгое соблюдение блокировок экрана. Однако человеческий фактор также заслуживает внимания в вопросах обеспечения кибербезопасности. Дополнительное обучение безопасности и конфиденциальности данных также может помочь в решении этих вопросов.

В современных условиях менеджеры принимают во внимание не только изменившиеся рыночные условия, но и проводимую антикризисную государственную политику. В сфере услуг наиболее важные стимулы для менеджмента устанавливаются соответствующими законами и постановлениями. Практически все развитые страны продолжают принимать антикризисные программы беспрецедентного масштаба, включая широкий спектр мер фискальной и денежно-кредитной политики в целях поддержки малого и среднего бизнеса, а также стратегически важных отраслей народного хозяйства. Ряд ученых отмечают, что ключевой задачей антикризисного управления становится поддержка адаптивности предприятий к цифровизации экономики [10].

В то же время в условиях неопределенности обслуживающим организациям потребуется гибкость в отношении продолжительности как текущих вмешательств в области общественного здравоохранения, так и возможного восстановления экономики. Предприятия должны подготовиться к тому, чтобы преуспеть в мире, где сегодняшняя чрезвычайная ситуация меняет способ ведения бизнеса. Организации уже следуют рекомендациям органов общественного здравоохранения, внедряя бесконтактные процессы, увеличивая физическое расстояние, вводя температурные проверки и выдавая средства индивидуальной защиты, если это возможно.

Для многих организаций разворачивающийся кризис вызвал беспрецедентные по величине и внезапно изменения в потребительском спросе. Немногие отрасли избежали внезапных и значительных потрясений со стороны спроса. Для авиакомпаний использование самолетов на земле значительно сократило операции по обслуживанию и техническому обслуживанию, в то время как центры обслуживания клиентов были перегружены изменениями, отменами и задачами по доставке пассажиров домой. В розничных банках сети отделений сокращают часы работы, а кол-центры сокращают время. В этом контексте организации могут ускорить процесс планирования продаж и оперативного планирования с ежемесячного до еженедельного при развертывании расширенной аналитики для более быстрого выявления тенденций спроса и обеспечения более быстрого принятия решений по перераспределению ресурсов, выплатам за риск и т. п.

Заключение

Организации спешат переориентировать, стремясь реагировать на колебания динамики, сохраняя при этом эффективность, даже если доходы и денежные потоки также становятся непредсказуемыми. Для обеспечения конкурентоспособности предприятия в сфере услуг и некой стабилизации спроса простого информирования клиентов о доступности «повышенного уровня обслуживания в связи с COVID-19» уже недостаточно. Чтобы держать клиентов в курсе, компании могут предпринять ряд дополнительных действий. Например, расширенные условия оплаты обеспечивают клиентам более высокую краткосрочную ликвидность, в то время как целевая цена со скидкой для сегментов клиентов с более высоким риском оттока клиентов может помочь сохранить долгосрочные потоки доходов.

Для некоторых обслуживающих организаций, таких как продуктовые, аптечные и логистические, эта потребность уже привела к быстрому найму и внедрению выплаты за работу в опасных условиях для обеспечения передовых мощностей. В других секторах услуг перекрестная подготовка и продуманное перераспределение персонала обеспечивают важную гибкость для наращивания операций во время восстановления и могут удерживать людей, которые в противном случае могли бы найти альтернативную работу.

Таким образом, текущий экономический кризис COVID-19 вызвал трансформацию ключевых факторов конкурентоспособности предприятий сферы услуг. Предприятия для обеспечения конкурентных преимуществ вынуждены подстраиваться под изменившиеся рыночные условия, задействовать все внутренние ресурсы компаний, использовать возможности цифровизации экономики, а также подстраиваться под меры антикризисного регулирования государств.

Библиографический список

1. Завьялов, Д.В., Завьялова, Н.Б., Киселева, Е.В. Цифровые платформы как инструмент и условие конкурентоспособности страны на мировом рынке товаров и услуг // *Экономические отношения*. – 2019. – Т. 9, № 2. – С. 443–454; <https://doi.org/10.18334/eo.9.2.40608>.
2. Лысова, Е.А., Нечаева, М.Л. Управление конкурентоспособностью организаций на основе повышения качества услуг // *Экономический анализ: теория и практика*. – 2019. – Т. 18, № 10 (493). – С. 1894–1915.
3. Таранова, И.В., Склярора, Ю.М., Татуев, А.А. Теоретические и методологические основы формирования качества потенциала обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг // *Московский экономический журнал*. – 2019. – № 11. – С. 661–668. DOI: 10.24411/2413-046X-2019-10125.
4. Шахбанова, И.К., Баламирзоев, Н.Л. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности предприятия сферы услуг // *Казанский экономический вестник*. – 2017. – № 5 (31). – С. 33–36.
5. Huang, W., Zhou, W., Guo, P., Zhu, H. Service segment competition: size or value, which matters? // *International Journal of Production Research*. – 2020. – 19 p.; <https://doi.org/10.1080/00207543.2020.1722328>.
6. Lee, J., Karpova, E. Revisiting the competitiveness theory in the new global environment: review and analysis of the competitiveness definition // *International Journal of Competitiveness*. – 2018. – Vol. 1 (3). – Pp. 189–205. DOI:10.1504/IJC.2018.10012626.
7. Nyurenberger, L., Sewruikov, I., Sevostyanova, O., Shchetinina, N., Leushina, O., Varyuha, T. Actual aspects of ensuring strategic competitiveness in commerce // *Advances in Economics, Business and Management Research*. – 2020. – Vol. 131. – Pp. 356–360, <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200324.067>.
8. Porter, M.E. The competitive advantage of nations // *Harvard Business Review*. – 1990. – Vol. 68 (2). – Pp. 73–93.
9. Porter, M. E. The five competitive forces that shape strategy // *Harvard Business Review*. – 2008. – Vol. 86 (1). – Pp. 79–93.
10. Ryakhovskaya, A. Improving the effectiveness of anti-crisis measures of the Russian Federation government for 2019–2021 // *Economics, taxes & law*. – 2019. – Vol. 12. – Pp. 68–75. DOI: 10.26794/1999-849X-2019-12-1-68-75.
11. Sipa, M., Gorzeń-Mitka, I., Skibiński, A. Determinants of competitiveness of small enterprises: Polish perspective // *Procedia Economics and Finance*. – 2015. – Vol. 27. – Pp. 445–453; [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01019-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01019-9).
12. Voinescu, R., Moisoiu, C. Competitiveness, theoretical and policy Approaches. Towards a more competitive EU // *Procedia Economics and Finance*. – 2015. – Vol. 22. – Pp. 512–521; [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00248-8](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00248-8).

References

1. Zav`yalov D.V., Zav`yalova N.B., Kiseleva E.V. Digital platforms as a tool and condition for the country's competitiveness in the world market of goods and services, *Journal of International Economic Affairs*, 2019, vol. 9, no. 2. pp. 443–454; <https://doi.org/10.18334/eo.9.2.40608>. (In Russian).
2. Lysova E.A., Nechaeva M.L. Management of the competitiveness of organizations on the basis of improving the quality of services, *Economic Analysis: Theory and Practice*, 2019, vol. 18, no. 10 (493), pp. 1894–1915. (In Russian).
3. Taranova I.V., Sklyarova Yu.M., Tatiev A.A. Theoretical and methodological foundations for the formation of the quality of the potential for ensuring the competitiveness of enterprises in the service sector, *Moscow economic journal*, 2019, no. 11, pp. 661–668. DOI: 10.24411/2413-046H-2019-10125 (In Russian).
4. Shakhbanova I.K., Balamirzoev N.L. Formation of a strategy for increasing the competitiveness of a service sector enterprise, *Kazanskii ekonomicheskii vestnik*, 2017, no. 5 (31), pp. 33–36. (In Russian).

5. Huang W., Zhou W., Guo P., Zhu H. Service segment competition: size or value, which matters?, *International Journal of Production Research*, 2020, 19 p.; <https://doi.org/10.1080/00207543.2020.1722328>.
6. Lee J., Karpova E. Revisiting the competitiveness theory in the new global environment: review and analysis of the competitiveness definition, *International Journal of Competitiveness*, 2018, vol. 1 (3), pp. 189–205. DOI: 10.1504/IJC.2018.10012626.
7. Nyurenberger L., Sewruikov I., Sevostyanova O., Shchetinina N., Leushina O., Varyuha T. Actual aspects of ensuring strategic competitiveness in commerce, *Advances in Economics, Business and Management Research*, 2020, vol. 131, pp. 356–360; <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200324.067>.
8. Porter M.E. The competitive advantage of nations, *Harvard Business Review*, 1990, vol. 68 (2), pp. 73–93.
9. Porter M.E. The five competitive forces that shape strategy, *Harvard Business Review*, 2008, vol. 86 (1), pp. 79–93.
10. Ryakhovskaya A. Improving the effectiveness of anti-crisis measures of the Russian Federation government for 2019–2021, *Economics, taxes & law*, 2019, vol. 12, pp. 68–75. DOI: 10.26794/1999-849X-2019-12-1-68-75.
11. Sipa M., Gorzeń-Mitka I., Skibiński A. Determinants of competitiveness of small enterprises: Polish perspective, *Procedia Economics and Finance*, 2015, vol. 27, pp. 445–453; [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01019-9](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01019-9).
12. Voinescu R., Moisoiu C. Competitiveness, theoretical and policy Approaches. Towards a more competitive EU, *Procedia Economics and Finance*, 2015, vol. 22, pp. 512–521; [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00248-8](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00248-8).

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 657 JEL M41

DOI 10.26425/1816-4277-2021-1-70-76

Адамова Гюльнара Амучиевна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва, Российская
Федерация

ORCID: 0000-0003-3529-5796

e-mail: ga_adamova@guu.ru

Жафярова Лилия Шамилевна
студент магистратуры, ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва, Российская
Федерация

ORCID: 0000-0003-1305-2718

e-mail: liliya_98@bk.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НАКЛАДНЫХ РАСХОДОВ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО УЧЕТА ЗАТРАТ И СИСТЕМЫ ABC

Аннотация. Проведен критический анализ традиционного подхода к калькулированию себестоимости. Раскрыта проблема искажения себестоимости производимых продуктов с точки зрения принятия управленческих решений. Обоснована целесообразность использования системы ABC для учета и распределения накладных расходов. Дана трактовка понятий, используемых при функциональном распределении затрат. Выделен и раскрыт пошаговый алгоритм распределения косвенных затрат при применении системы ABC. Приведены преимущества использования данного подхода в целях формирования управленческой информации о продуктах и видах деятельности компании. Вместе с тем проанализированы трудности, связанные с практической реализацией функционального подхода в учете и распределении накладных расходов, в частности детализацией информации в разрезе операций и пулов затрат.

Ключевые слова: калькулирование себестоимости, косвенные расходы, накладные расходы, распределение затрат, система ABC, управленческие решения, управленческий учет, учет затрат, фактор затрат, AB-management

Для цитирования: Адамова Г.А., Жафярова Л.Ш. Совершенствование учета и распределения накладных расходов на основе использования функционального учета затрат и системы ABC//Вестник университета. 2021. № 1. С. 70–76.

Gyulnara A. Adamova
Cand. Sci. (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0003-3529-5796
e-mail: ga_adamova@guu.ru

Lilia Sh. Zhafyarova
Graduate student, State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0003-1305-2718
e-mail: liliya_98@bk.ru

IMPROVING THE ACCOUNTING AND DISTRIBUTION OF OVERHEAD COSTS BASED ON THE USE OF FUNCTIONAL COST ACCOUNTING AND ABC SYSTEM

Abstract. The article carries out a critical analysis of the traditional approach to costing. The paper reveals the problem of distortion of the cost of manufactured products from the point of view of making management decisions. The authors justify the expediency of using the ABC system for accounting and distribution of overhead costs. The study gives the interpretation of the concepts used in the functional distribution of costs. The article highlights and discloses a step-by-step algorithm for the distribution of indirect costs when using the ABC system. The paper gives the advantages of using this approach in order to generate management information about the products and activities of the company. Along with that, the authors analysed the difficulties associated with the practical implementation of the functional approach in the accounting and distribution of overhead costs, in particular with the detailed information in the context of operations and cost pools.

Keywords: AB-management, ABC system, allocation of costs, cost accounting, cost driver, costing, indirect costs, management accounting, managerial decisions, overhead costs

For citation: Adamova G.A., Zhafyarova L.Sh. (2021) Improving the accounting and distribution of overhead costs based on the use of functional cost accounting and ABC system. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 70–76. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-70-76

© Адамова Г.А., Жафярова Л.Ш., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Adamova G.A., Zhafyarova L.Sh., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Введение

Расширение ассортимента продукции современных компаний, усложнение ее характеристик и использование автоматизации производственных процессов стали причинами резкого увеличения уровня накладных расходов. В этих условиях использование традиционных методов распределения косвенных затрат приводит к существенному искажению величины себестоимости продуктов и принятию ошибочных управленческих решений как в части распределения ресурсов, так и в вопросах определения ценовой политики, планирования ассортимента выпускаемой продукции, оценке целесообразности клиентов и других.

Эффективность любого управленческого решения напрямую зависит от точности информации, на основании которой оно принято, и, соответственно, от методов ее получения. Некорректный метод сбора данных, даже будучи правильно примененным, фактически дезинформирует лицо, принимающее решение.

Однако на практике менеджеры зачастую принимают решения на основе существующей информации, не задумываясь о влиянии методов получения такой информации на конечные результаты. Так разные методы расчета себестоимости могут привести к диаметрально противоположным решениям, связанным с объемами выпуска и ценовой политикой: на основе некорректной информации рентабельная продукция может быть снята с производства, а объемы выпуска неперспективных продуктов увеличены.

Во избежание возникновения подобных ошибок необходимо организовать систему учета затрат так, чтобы она позволяла получить объективные данные об издержках, связанных с производством и реализацией различных продуктов, отражала реально существующую структуру себестоимости и, таким образом, представляла релевантную информацию для принятия управленческих решений.

Методы и материалы

Теоретической и методологической основой данного исследования явились труды ведущих российских и зарубежных ученых, посвященные проблемам организации управленческого учета затрат, в частности методике учета и распределения накладных расходов крупных производственных компаний.

В исследовании были использованы: метод научных абстракций, анализ и синтез, индукция и дедукция, а также системный подход. Был произведен анализ наиболее частых проблем, с которыми сталкиваются экономические субъекты при внедрении в свою практику учета накладных расходов в разрезе видов деятельности, выборе и применении драйверов издержек для отнесения затрат на себестоимость объектов калькулирования. На основе анализа и обобщения полученных результатов были выработаны предложения в части применения функционального учета затрат и распределения косвенных расходов с выделением операционных и временных драйверов издержек в целях получения достоверной информации об уровне себестоимости отдельных видов продукции, работ и услуг. Данная информация позволит принимать обоснованные управленческие решения, касающиеся как оценки целесообразности запуска в производство новых продуктов, так и планирования структуры товарного ассортимента по уже имеющимся.

Анализ и обсуждение результатов

В основе расчета себестоимости продукции любого предприятия, выпускающего на рынок более одного продукта, лежит разделение издержек на прямые и косвенные с последовательным их отнесением на конкретный объект калькулирования. При этом под прямыми расходами понимаются затраты, непосредственно связанные с производством определенного вида продукции и, соответственно, включаемые в его себестоимость напрямую. К ним могут быть отнесены прямые материальные затраты, прямые затраты на оплату труда и некоторые другие расходы. Как правило, на практике с включением прямых затрат в себестоимость проблем не возникает, так как их можно отнести на определенный продукт на основании первичных учетных документов [6, с. 29].

Косвенные расходы – это издержки, которые невозможно прямым путем включить в себестоимость отдельных видов продукции, поскольку они являются общими для разных объектов калькулирования. В состав данных расходов могут быть отнесены как производственные затраты, так и общехозяйственные, то есть связанные с функционированием организации в целом. Для распределения их между продуктами требуется осуществление специальных расчетов по утвержденной внутри хозяйствующего субъекта методике.

В традиционных системах калькулирования распределение косвенных расходов, обычно характеризуемых как накладные, осуществляется на основании выбранной базы, в качестве которой чаще всего выступают показатели, напрямую связанные с объемами производимой продукции: отработанное рабочее время основного производственного персонала, стоимость использованных основных материалов, машино-часы работы оборудования и др. Так И.Е. Мизиковский отмечает, что под базой распределения понимается «показатель или совокупность показателей, максимально влияющих на аккумулярование косвенных затрат в подразделении предприятия или на предприятии в целом за определенный период» [9, с. 93]

Данный способ включения косвенных расходов в себестоимость относительно прост в применении, сложился достаточно давно и оправдывает себя в том случае, если доля общих производственных издержек невелика, а их уровень в значительной мере зависит от объемов производства продукции.

Однако в настоящее время автоматизация производственных процессов и совершенствование технологии производства приводят к росту доли косвенных затрат, связанных с обслуживанием производства, его подготовкой и управлением различными вспомогательными видами деятельности, в то время как удельный вес прямых затрат в себестоимости, наоборот, уменьшается в силу сокращения трудоемкости основных производственных процессов. Кроме того, растет ассортимент производимых компаниями изделий, которые могут в значительной мере различаться не только по сложности связанных с их производством работ, но и по размерам выпускаемых на рынок партий. В таких условиях распределение косвенных затрат пропорционально единой базе, связанной с физическим объемом производства, становится неоправданным: себестоимость тех продуктов, которые потребляют большую часть ресурса, выбранного в качестве базы распределения, будет искусственно завышаться, и, наоборот, продукт, в меньшей степени вызывающий расход базового ресурса, может оказаться недооцененным. Можно сделать вывод, что использование информации о себестоимости, полученной в результате традиционного распределения, в этом случае даст ложную картину низкой рентабельности одних изделий и высокой – других, в то время как на самом деле связь между продуктами и затратами может быть совершенно иной: продукт с высокой себестоимостью в реальности может быть не связан с включенными в нее издержками. «Заниженная наценка на мелкосерийную продукцию и завышенная на крупносерийную, кажущаяся высокая прибыльность технологически сложных и инновационных продуктов по сравнению с простыми» не позволят менеджерам принимать объективные решения в отношении распределения своих ресурсов и выбора оптимального продуктового ассортимента [7, с. 369].

Задача получения релевантной информации для принятия решений, связанных с планированием товарного ассортимента, запуском в производство новых продуктов, отказа от нерентабельной продукции и других привела к поиску современных методов распределения косвенных затрат. В конце XX в. профессора Гарвардского университета Робин Купер и Роберт Каплан обосновали использование в качестве базы отнесения затрат различные измерители активности в зависимости от того, в какой мере производимые продукты вызывают тот или иной вид деятельности, осуществляемый компанией. Данный подход воплотился в системе ABC (от англ. activity-based costing – рус. «учет затрат по видам деятельности», или «функциональный учет затрат»).

Функциональный учет основан на идее о том, что производимая продукция является причиной осуществления различных видов деятельности, а значит и затрат, связанных с их осуществлением. Поэтому в функциональной системе накладные расходы распределяются на первом этапе по видам деятельности, а затем уже относятся на конкретную продукцию в зависимости от того, в какой мере тот или иной вид деятельности связан с производством данного продукта.

Алгоритм расчета себестоимости при применении системы ABC представлен четырьмя основными шагами:

- установление основных видов деятельности, выполняемых в компании;
- распределение затрат по выделенным видам деятельности;
- определение фактора издержек для каждого из основных видов деятельности;
- распределение затрат, связанных с осуществлением каждого вида деятельности, в соответствии со ставками факторов затрат [4, с. 128].

Рассмотрим подробнее каждый из перечисленных шагов.

Первый шаг связан с определением основных видов деятельности (операций), выполняемых в организации. Под видом деятельности понимается совокупность бизнес-процессов, осуществляемых с целью решения определенной задачи.

Экономическими субъектами выполняется множество различных задач, однако при выборе видов деятельности, по которым будет собираться информация в системе ABC, необходимо рационально обосновывать уровень их агрегирования. Выделение десятков взаимосвязанных задач в качестве отдельных видов деятельности приводит к необходимости сбора большого объема информации и может вызвать неоправданно высокие затраты на ее обработку, что, несомненно, снижает целесообразность использования системы. С другой стороны, слишком высокий уровень агрегирования операций в дальнейшем может привести к трудностям при определении фактора издержек. Поэтому при выделении основных видов деятельности необходимо руководствоваться экономической целесообразностью, то есть соотношением возросшей трудоемкости учета и выгодой в результате использования информации, полученной в системе калькулирования. Также при выделении видов деятельности следует руководствоваться особенностями объектов калькулирования [5, с. 16]. Ими могут быть не только отдельные виды продукции, но и производственные заказы, а также сами заказчики.

В качестве отдельных видов деятельности можно выделить такие функции, как: обработка заказов покупателей, переналадка оборудования, закупка материалов, доставка готовой продукции и др.

Выделенные виды деятельности получают статус функциональных центров издержек, или так называемых пулов затрат. При этом в один пул затрат могут быть объединены нескольких однотипных видов деятельности с одинаковым коэффициентом потребления для выпускаемой продукции. В случае же, если интенсивность различных бизнес-процессов при производстве продукции отличается, объединять такие процессы в один центр (пул) затрат не следует.

После выделения операций в качестве функциональных центров издержек необходимо определить затраты ресурсов, относящиеся к тому или иному центру. Часть затрат непосредственно связана с определенным видом деятельности и не требует дополнительного анализа для распределения. В то же время существуют издержки, величина которых зависит от совокупности взаимосвязанных задач. Подобные затраты должны быть распределены между выделенными функциональными центрами. Как правило, для этой цели используется опрос персонала, занятого решением задач, входящих в сферу того или иного вида деятельности. В результате опроса может быть получена информация о том, как распределяется время (либо иные ресурсы) сотрудников одного подразделения между отдельными задачами. Так, например, работники отдела снабжения используют свое время на составление графиков поступления материалов, поиск поставщиков и обсуждение условий закупки, организацию доставки материалов на склад, входной контроль поступающих материальных ценностей и т. д.

На следующем этапе расходы, понесенные центрами издержек, включаются в себестоимость продукции. Для того, чтобы перенести стоимость конкретной операции на конечный объект затрат, для каждого функционального центра должен быть выбран соответствующий фактор издержек. Факторы издержек, применяемые на данном этапе распределения расходов, называются функциональными факторами, или драйверами затрат.

Драйвер затрат – это параметр, пропорционально которому расходы на осуществление определенного вида деятельности переносятся на объекты калькулирования [1]. Драйвер затрат в системе ABC заменяет традиционную базу распределения затрат и служит «количественным измерителем выпуска деятельности» [2, с. 269]. Однако в отличие от традиционных способов расчета себестоимости и распределения косвенных расходов, система ABC предполагает установление причинно-следственных связей между накладными расходами и объектами калькулирования. Данные связи получают количественно-стоимостное воплощение. Таким образом, под термином «драйвер затрат» понимается не просто какая-то условная величина, пропорционально которой распределяются косвенные расходы, а фактор, вызывающий необходимость осуществления определенной деятельности и, таким образом, влияющий на себестоимость объекта калькулирования. Измеряемая данным фактором функция должна оказывать непосредственное влияние на изменение распределяемой величины [3].

Например, если в качестве отдельного вида деятельности рассматривать внутреннее перемещение материалов, то драйвером будет выступать количество материалов, доставленных к местам их использования, либо количество выполненных заявок по доставке материалов.

Выбираемые драйверы затрат, на наш взгляд, должны соответствовать следующим критериям:

- драйвер затрат должен объяснять связь между затратами, понесенными каждым центром издержек и объектом калькулирования;
- драйвер затрат должен быть легко измерим и легко идентифицируем с видами продукции (см. табл. 1).

Используемые драйверы можно разделить на два основных вида: операционные и временные. Первые характеризуют частоту выполнения какой-либо деятельности, например, количество переналадок оборудования или проверенных партий продукции. Они используются в том случае, если каждый раз при возникновении потребности в конкретном виде деятельности расходуется примерно одинаковое количество ресурсов. В случае же, когда затраты на одну и ту же деятельность существенно различаются при производстве разных продуктов, рекомендуется использование временных факторов затрат. Это значит, что для распределения издержек будет учитываться время, в течение которого осуществляется необходимая деятельность. Так, например, для отдельных видов продукции переналадка оборудования может потреблять значительно больше времени, чем для других, соответственно, использование количества совершенных переналадок в качестве носителя затрат приведет к искажению себестоимости продуктов. Учет времени, связанного с выполнением бизнес-процессов, входящих в соответствующий вид деятельности, требует дополнительных затрат на сбор и обработку информации, но может быть оправдан в ситуации принятия стратегического решения о производстве новых видов продукции, или планировании ассортиментной политики.

Таблица 1

Пример определения драйверов операций

№	Виды деятельности	Затраты на данный вид деятельности, тыс. руб.	Драйвер операции	Количественный показатель драйвера операции	Ставка драйвера операции
1	2	3	4	5	6 = 3/5
1	Переналадка оборудования	32	Время, затраченное на переналадку, мин.	970	0,033
2	Проверка качества продукции	68	Количество партий продукции	129	0,527
3	Текущий ремонт оборудования	260	Машино-часы работы оборудования	240	1,083
Итого		360	х	х	х

Составлено авторами по материалам исследования

На последнем шаге затраты, собранные по выделенным видам деятельности, распределяются между объектами калькулирования в соответствии с установленными по ним значениями драйверов затрат (табл. 2).

Таблица 2

Распределение затрат по видам продукции

№	Виды деятельности	Драйвер операции	Ставка драйвера операции	Показатель драйвера операции на продукцию			Стоимость операции на продукцию, тыс. руб.		
				А	Б	В	А	Б	В
1	Переналадка оборудования	Время, затраченное на переналадку, мин.	0,033	320	380	270	10,55	12,54	8,91
2	Проверка качества продукции	Количество партий продукции	129	54	48	27	28,47	25,30	14,23
3	Текущий ремонт оборудования	Машино-часы работы оборудования	1,083	90	70	80	97,46	75,81	86,73
Итого		х	х	х	х	х	136,48	113,65	109,87

Составлено авторами по материалам исследования

Таким образом, основными особенностями системы ABC, отличающими ее от традиционных систем учета затрат, являются следующие:

- затраты относятся на себестоимость продукции на основе анализа причинно-следственных связей;
- некоторые производственные расходы могут не учитываться в составе себестоимости продукта, рассчитанной для целей принятия управленческих решений;
- в процессе учета используются различные группировки накладных расходов, каждая из которых распределяется на объекты затрат с использованием своего собственного измерителя – драйвера затрат [3].

К преимуществам применения системы ABC относятся:

- обоснованное включение затрат в себестоимость продукции посредством использования системы драйверов;
- возможность определения наиболее точной и детальной информации о себестоимости отдельных видов продукции и направлений деятельности;
- возможность подробного анализа накладных расходов;
- возможность эффективного планирования и контроля затрат.

Заключение

Таким образом, внедрение системы ABC позволит экономическим субъектам сформировать информационную базу, дающую релевантную информацию для принятия обоснованных управленческих решений в отношении снижения издержек, ценовой политики, товарно-ассортиментной политики, а также даст возможность более точно оценить стоимость отдельных операций и минимизировать операционные затраты. Кроме того, у менеджеров компании появляется возможность проведения качественной оценки эффективности функционирования различных сфер деятельности [8]. Применение АВ-калькулирования также позволит находить ответы на вопросы о необходимости самой деятельности, вызывающей затраты, то есть даст понимание того, насколько выгоды ее осуществления оправдывают производимые издержки [10].

Вместе с тем нужно понимать, что использование системы ABC сопряжено с рядом сложностей, связанных с повышением трудоемкости учета и значительным увеличением количества внутренних отчетов. В ситуации, когда товарный ассортимент включает в себя десятки наименований продукции, в разной степени вызывающих активность тех или иных бизнес-процессов, можно получить «чрезвычайно дорогостоящую систему, выгоды от использования которой будут меньше, чем затраты на ее эксплуатацию» [2, с. 278]. В связи с этим компаниям, производящим большой ассортимент продукции, целесообразно рекомендовать применение двух систем калькулирования: традиционную для составления внешней отчетности и ABC для подготовки информации для принятия управленческих решений. Последняя будет задействована в тех случаях, когда необходимо оценить альтернативные возможности использования ресурсов, целесообразность запуска нового продукта, запланировать структурные изменения в ассортименте и т. д.

Библиографический список

1. Артемьев, А.В. ABC-costing как способ оптимизации затрат промышленного предприятия // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2012. – № 1. – С. 10–13.
2. Аткинсон, Э.А., Банкер, Р.Д., Каплан, Р.С., Янг, М.С. Управленческий учет: учебник / пер. с англ. А.Д. Рахубовского, Д.А. Рахубовской – 3-е изд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 880 с.
3. Гаррисон, Р., Нореен, Э., Брюэр, П. Управленческий учет: учебник / пер. с англ. под ред. М.А. Карлика. – 12-е изд. – СПб.: Питер, 2010. – 592 с.
4. Друри, К. Управленческий и производственный учет. Вводный курс: учебник / пер. с англ. В.Н. Егорова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 735 с.
5. Евстафьева, Е.М., Попова, Д.А. Теория и практика использования ABC метода в управленческом учете коммерческих организаций // Учет и статистика. – 2016. – № 2 (42). – С. 10–20.
6. Ильина, А.В., Ильшева, Н.Н. Управленческий учет: учебное пособие. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2016. – 180 с.
7. Керимов, В.Э. Бухгалтерский управленческий учет: учебник. – М.: Дашков и К, 2019. – 400 с.
8. Левчаев, П.А., Осипов В.И. Финансовый механизм и управленческий учет расхода производственных ресурсов компании: монография. – М.: Инфра-М, 2021. – 231 с.

9. Мизиковский, И.Е. Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие. – 2-е изд. – М.: Магистр, 2021. – 144 с.
10. Этрилл, П., Маклейни, Э. Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов / пер. с англ. В. Ионова. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 648 с.

References

1. Artem`ev A.V. ABC-costing as a way to optimize the costs of an industrial enterprise, *Azimuth of Scientific Research: Economics and Management*, 2012, pp. 10–13. (In Russian).
2. Atkinson A.A., Banker R.D., Kaplan R.S., Young S.M. *Management accounting: textbook*, transl. from English by A.D. Rakhubovskii, D.A. Rakhubovskaya, Edition 3, Moscow, Williams Publ. house, 2016, 880 p. (In Russian).
3. Garrison. R., Noreen E., Brewer P. *Managerial accounting: textbook*, transl. from English, ed. by M.A. Karlika, Edition 12, St. Petersburg, Piter, 2010, 592 p. (In Russian).
4. Druri C. *Cost and management accounting: an introduction*, Edition 5, revised and expanded, Moscow, Yuniti-Dana, 2015, 735 p. (In Russian).
5. Evstaf`eva E.M., Popova D.A. Theory and practice of using the ABC method in management accounting of commercial organizations, *Accounting and Statistics*, 2016, no. 2 (42), pp. 10–20. (In Russian).
6. Il`ina A.V., Ilysheva N.N. *Management accounting: tutorial*, Ekaterinburg, Ural Federal University Publ. House, 2016, 180 p. (In Russian).
7. Kerimov V.E. *Accounting management accounting: textbook*, Moscow, Dashkov and K, 2019, 400 p. (In Russian).
8. Levchayev P.A., Osipov V.I. *Financial mechanism and management accounting for the company's productive resources consumption: monograph*, Moscow, Infra-M, 2021, 231 p. (In Russian).
9. Mizikovskii I.E. *Accounting management accounting: tutorial*, Edition 2, Moscow, Magistr, 2021, 144 p. (In Russian).
10. Atrill P., McLaney E. *Financial management and management accounting for managers and businessmen*, transl. from English by V. Ionov, Moscow, Alpina Publisher, 2016, 648 p. (In Russian).

Андрющенко Константин Дмитриевич

аспирант, ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-8234-3952

e-mail: kostya_andryushenko@mail.ru

Буйвол Иван

Александрович

аспирант, ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-1268-5292

e-mail: iabuivoll@me.com

Konstantin D. Andryushchenko

Postgraduate student, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia

ORCID: 0000-0001-8234-3952

e-mail: kostya_andryushenko@mail.ru

Ivan A. Buivol

Postgraduate student, Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia

ORCID: 0000-0002-1268-5292

e-mail: iabuivoll@me.com

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КОРРЕЛЯЦИИ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ КРИЗИСОВ

Аннотация. Предпринята попытка определения первичности категорий «миграционный процесс» и «экономический кризис». Проведен анализ статистических данных Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации и Организации экономического сотрудничества и развития о миграционных процессах России. Изучена возможность рассмотрения основных экономических направлений эмиграции в качестве причин экономических кризисов. Проведен анализ численности российских граждан, трудоустроенных в государствах Организации экономического сотрудничества и развития. Осуществлено детальное исследование объемов чистого вывоза капитала частным сектором из России в 2019–2020 гг. Предпринята попытка обоснования тезиса о первопричине миграционных процессов в системе глобальных трансформаций. Обоснована необходимость в проведении детального анализа макроэкономических индикаторов развития с целью выстраивания ретроспективного представления о первичности изучаемых процессов.

Ключевые слова: миграционная политика России, миграционный процесс, ОЭСР, первичность, Росстат, экономический кризис, эмиграция капитала, эмиграция трудовых ресурсов

Для цитирования: Андрющенко К.Д., Буйвол И.А. Основные направления корреляции миграционных процессов и экономических кризисов//Вестник университета. 2021. № 1. С. 77–82.

THE MAIN DIRECTIONS OF MIGRATION PROCESSES AND ECONOMIC CRISES CORRELATION

Abstract. The article makes an attempt to determine the primacy of the categories “migration process” and “economic crisis”. The paper analyses statistical data of the Federal State Statistical Service of the Russian Federation and the organization for Economic Cooperation and Development on migration processes in Russia. The authors study the possibility of considering the main economic directions of emigration as the reasons of economic crises. The study analyses the number of Russian citizens employed in the countries of the Organization for Economic Cooperation and Development. The article carries out a detailed study of the volume of net capital outflow by the private sector from Russia in 2019–2020. The authors make an attempt to substantiate the thesis about the root cause of migration processes in the system of global transformations. The paper justifies the need for a detailed analysis of macroeconomic indicators of development in order to build a retrospective view of the primacy of the studied processes.

Keywords: economic crisis, emigration of capital, emigration of labor resources, migration policy of Russia, migration process, OECD, primacy, Rosstat

For citation: Andryushchenko K.D., Buivol I.A. (2021) The main directions of migration processes and economic crises correlation. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 77–82. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-77-82

Введение

Развитие социально-экономической среды Российской Федерации в ретроспективе сопровождается периодическими макроэкономическими детализациями, включающими в себя экономические кризисы, а также изменения национального миграционного баланса.

Ряд исследовательских работ, посвященных изучению экономических кризисов и миграционных процессов, свидетельствуют о явном наличии взаимосвязи между рассматриваемыми процессами. Так, с точки зрения экономического анализа, кризис становится причиной колебаний на национальном рынке труда, что зачастую ведет к изменениям в эмиграционных потоках. Однако, нельзя не заметить, что в ряде

© Андрющенко К.Д., Буйвол И.А., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Andryushchenko K.D., Buivol I.A., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



случаев эмиграционный отток трудоспособной части населения также может рассматриваться в качестве причины дестабилизации внутренней системы. Соответственно, возникает проблема, связанная с определением первичности процессов миграции, в частности эмиграции, и экономических кризисов по отношению к друг другу. Решение данной проблемы представляется возможным посредством выявления причинно-следственной связи между рассматриваемыми процессами.

Ход исследования

Рассуждая о первичности эмиграционных процессов по отношению к экономическим кризисам принципиально важным считаем учитывать те направления российской эмиграции, которые носят преимущественно экономический, а не социальный характер. К их числу относятся: эмиграция рабочей силы (трудовых ресурсов) и эмиграция капитала.

По данным Организации экономического сотрудничества и развития (далее – ОЭСР) на 2020 г. в зарубежных компаниях осуществляют профессиональную деятельность около 520 тыс. российских граждан [10].

С учетом того, что общая численность эмигрантов из России за последние несколько лет растет в среднем на 18 %, возникает основание полагать, что часть трудоспособного населения из России, осуществляющая деятельность за рубежом, также увеличивается [4].

Безусловно, эмиграция трудового потенциала становится причиной возникновения дефицита рабочей силы и высококвалифицированных кадров, что крайне негативно сказывается на экономических показателях отечественных производителей товаров и услуг [1].

Однако, если соотнести показатель численности российских граждан, трудоустроенных в странах ОЭСР на сегодняшний день (520 тыс. человек), с показателем общей численности трудоспособного населения России (82 млн человек), становится очевидно, что доля трудовых эмигрантов составляет всего 0,6 % (рис. 1).

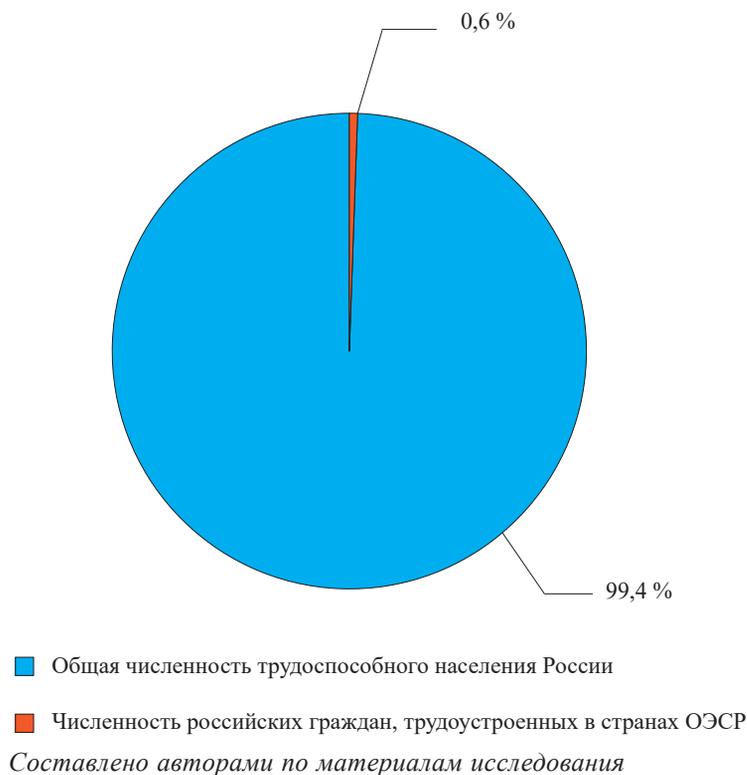


Рис. 1. Доля российских граждан, трудоустроенных в странах ОЭСР в общей численности трудоспособного населения России на 2020 г.

Следовательно, целесообразен вывод о том, что рассматривать эмиграцию трудовых ресурсов в качестве одной из первичных причин экономического кризиса нерационально.

По данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации (Росстат), общая численность эмигрантов из России в 2019 г. превысила 416 тыс. человек [4].

Опираясь на метод идеализации и предположив, что каждый из 416 тыс. граждан относился к части трудоспособного населения, а также суммировав данный показатель с численностью российских граждан, трудоустроенных в странах ОЭСР (520 тыс. человек), можно прийти к выводу о том, что доля трудовых эмигрантов составляет лишь 1,1 % от общей численности трудоспособного населения России.

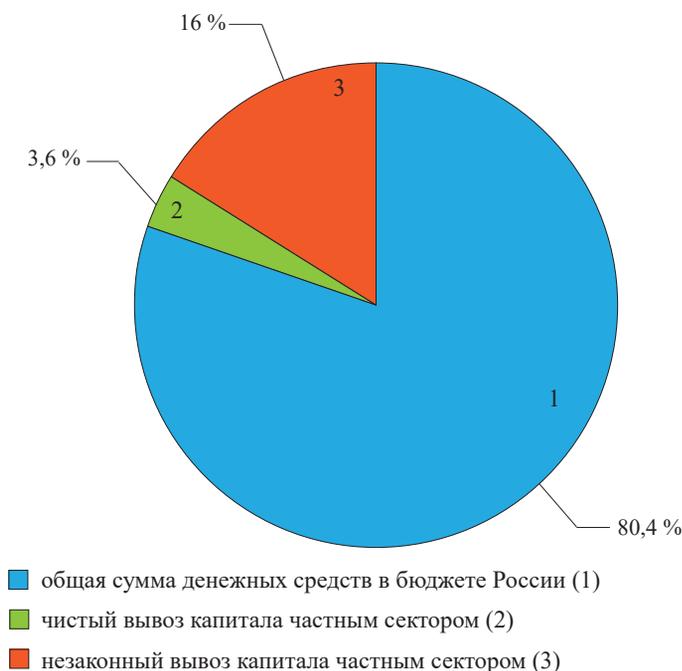
Помимо трудовой эмиграции, из России наблюдается крайне серьезный отток капитала в экономику зарубежных государств, включая как легальные способы транзакций (инвестиции), так и преследуемые законом (офшорные схемы с целью уклонения от уплаты налогов) [2].

По данным ТАСС, чистый вывоз капитала из России частным сектором за шесть месяцев 2020 г. увеличился на 24 % по сравнению с аналогичным показателем прошлого года и составил 28,9 млрд долл. США против 23,3 млрд долл. США (по курсу 65 руб./долл. США \approx 1,514 трлн руб.) за первую половину 2019 г. [6].

Точную оценку масштабов нелегального оттока средств из России установить сложно. По данным неправительственной организации Global Financial Integrity на 2015 г., из России ежегодно нелегально выводится в среднем около 105 млрд долл. США (по курсу 65 руб./долл. США \approx 6,825 трлн руб.) [5].

Центральный банк Российской Федерации в 2019 г. официально представил сведения о том, что «общая сумма денежных средств составляла 42,4 трлн руб., 19,8 % (8,4 трлн руб.) из них – наличность на руках российских граждан» [3].

Следовательно, доля незаконно вывезенных из России средств ежегодно составляет приблизительно 16 %, в то время как доля чистого оттока капитала составляет приблизительно 3,6 % (рис. 2).



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Доли чистого и незаконного вывоза капитала в общей сумме денежных средств в бюджете России на 2019 г.

Возникают весомые основания полагать, что эмиграция капитала, носящая как легальный, так и незаконный характер, оказывает существенное влияние на экономическое положение страны, а значит может быть рассмотрена с позиции причины экономического кризиса.

Важно также заметить, что масштабы и скорость миграционных процессов, определяемых Международной организацией по миграции (МОМ) как перемещение субъектов от места их обычного проживания через международные границы или внутренние территории государств, крайне сложно прогнозируются на фоне

развития экономических кризисов [9]. Структурно-экономический кризис представляет собой совокупность накапливаемых противоречий внутри социально-экономической системы в рамках которой достигается невозможность функционирования экономических субъектов в условиях действующей модели, а также формирование диспропорциональности производства и потребления, всеобщая неопределенность и хаотичность.

Таким образом, миграция в рамках анализа кризисов экономической системы может выступать неким триггером, способствующим выведению из макроэкономического равновесия новую систему функционирования капиталистической модели в период достижения пиковых условий развития и точки бифуркации.

Похожая ситуация наблюдается при текущем социально-экономическом кризисе, где пандемия COVID-19, как внешний непрогнозируемый фактор, поспособствовала резкой деформации и деструктуризации мировой экономики, в условиях которой уже наблюдались характерные признаки рецессии [12].

Несмотря на выявленную неопределенность текущего влияния эмиграции на долгосрочную макроэкономическую устойчивость, целесообразен тезис о первопричине миграционных процессов в системе глобальных трансформаций. В данном случае миграция выступает фактором, способствующим деформации условий текущего функционирования системы, тем самым нарушая социально-экономическую структуру и развивая кризис. Данная ситуация наблюдалась в рамках европейского миграционного кризиса 2015 г. [7].

Приведенный пример свидетельствует о первопричине миграции как кризисного фактора по следующим характерным признакам:

- поступающие граждане других стран носят статус «беженцев», тем самым не являясь «дешевой» рабочей силой;
- плановые бюджетные значения Европейского союза формировались без учета вероятностного притока беженцев из стран Африки и Сирии;
- отсутствие согласованной и системно выстроенной политики и программы по приему, размещению и содержанию беженцев в странах реципиентах;
- социальная нелояльность как принимающей стороны, так и поступающих групп лиц [8].

Таким образом, соблюдение указанных критериев ухудшает социально-экономическое и политическое положение в принимающих странах, трансформируя экономическую систему, достигая рецессии, а в последующем полноценного кризисного явления.

Однако, в иных случаях допускается ухудшение макроэкономической структуры страны за счет активного оттока квалифицированной и иной рабочей силы. Подобная концепция рассмотрена американским экономистом Саймоном Кузнецом в рамках анализа долгосрочных экономических циклов 15–25 лет. Согласно его теории, циклические колебания в мировой экономике наблюдаются в результате активного развития демографических процессов, в частности иммиграционным притоком граждан.

При рассмотрении краткосрочных циклических колебаний С. Кузнец выявил хронологические параллели проявления миграционных процессов и экономических кризисов. В условиях миграции, по мнению ученого, произошел скачок в поступлении от низкого среднего показателя в 319 тыс. в год для цикла 1871–1877 гг. до пика в 534 тыс. в цикле 1882–1888 гг. и обратно до минимума в 318 тыс. в цикле 1895–1877 гг. В 1897 г. колебания чистых поступлений были еще шире: от первого минимума в 241 тыс. до пика в 433 тыс., а затем до минимума в 153 тыс. Амплитуда на остальных длинных колебаниях заметно шире [11].

Указанные периоды миграционной активности соответствуют крупным экономическим кризисам XIX в.: биржевой крах или долгая депрессия 1873–1879 гг.; продолжение первой долгой депрессии 1889 г.; строительный цикл 1890–1891 гг.

Таким образом, целесообразно утверждение о неоднородности роли миграции в формировании кризисов и кризисов как факторов миграционных процессов. В зависимости от структуры наблюдаемых изменений, наполненности триггеров и глобальных условий вероятно развитие того или иного сценария с последующим выявлением причинности. Безусловно, следует выявление спирали зависимости причинно-следственных связей, которые углубляют, либо расширяют последствия трансформационных преобразований. Данная зависимость может быть представлена в виде формулы $xn-KI-MI-Kn-Mn-xm$, где xn – накопленная ретроспективная база развития без возможности выявления первичности условий данного развития; Kn – n форма и проявление социально-экономического кризиса; Mn – форма и проявление миграционного процесса; xm – будущие зацикленные условия развития социально-экономической системы.

С этой целью необходимо провести детальный анализ макроэкономических индикаторов развития с целью выстраивания ретроспективного представления о системности тех или иных условий и предпосылок к определению прогнозных значений. В соответствии с анализом глобальных экономических кризисов начала XX в. и начала XXI в., можно утверждать о первичности кризисов по отношению к миграционным процессам.

Заключение

Миграция рабочей силы, а также сопряженных с ней капитальных средств, как фактор развития экономических кризисов или как их следствие, носит замкнутый циклический характер последовательно сменяющихся причинно-следственных связей, зависящий как от внутренней, так и от внешней среды, способствующей определению последовательности причины и ее следствия. Несмотря на отраженное текущее незначительное воздействие миграции на развитие экономического кризиса, вероятно смена парадигм, сопряженная с миграцией капитала и, как результат, увеличения роли миграции и дестабилизации условий развития. Тем не менее, тезис о первопричине миграционных процессов актуален в отношении системы глобальных трансформаций, когда миграция выступает фактором, нарушающим социально-экономическую структуру и развивающим кризис.

Полученные выводы исследования могут способствовать совершенствованию миграционной политики России в аспекте регулирования эмиграционных процессов. Кроме того, полученные результаты могут быть использованы экономическими аналитическими центрами при прогнозировании дальнейших кризисов.

Библиографический список

1. Ермизина, Ю.А. Международная трудовая миграция населения // Молодой ученый. – 2016. – № 27 (131). – С. 391–393.
2. Погребная, Н.В., Казазиди, Э.Я. Вывоз капитала из России: динамика, проблемы и последствия // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2016. – № 118. – С. 840–852.
3. Демидова, М. В Центробанке посчитали, сколько в России денег // Я-Капиталист [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yakapitalist.ru/finansy/skolko-v-rossii-deneg/> (дата обращения: 25.11.2020).
4. Демография // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gks.ru/folder/12781> (дата обращения: 25.11.2020).
5. Россия и Китай стали лидерами по незаконному выводу капитала // РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/09/12/2015/566824a89a7947a41a89d73b> (дата обращения: 25.11.2020).
6. Чистый отток капитала из России в январе – июне 2020 года вырос на 24 % // ТАСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://tass.ru/ekonomika/8937285> (дата обращения: 25.11.2020).
7. Banulescu-Bogdan, N., Fratzke, S. Europe's migration crisis in context: why now and what next? // Migration Information Source [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.migrationpolicy.org/article/europe's-migration-crisis-context-why-now-and-what-next> (дата обращения: 25.11.2020).
8. EU budget for the refugee crisis and improving migration management // Publications Office of the European Union [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/162493fe-04a9-11e8-b8f5-01aa75ed71a1/language-en> (дата обращения: 25.11.2020).
9. Glossary on migration. International Migration Law. Series No. 34. – Geneva, Switzerland: International Organization for Migration, 2019. – 248 p.
10. International Migration Database // OECD.Stat [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MIG#> (дата обращения: 25.11.2020).
11. Kuznets, S., Rubin, E. The comparison and some general implications of its results // Immigration and the Foreign Born. Occasional Paper 46. – New York, USA – National Bureau of Economic Research, 1954. – Pp. 9–49.
12. Pak, A., Adegboye, O.A., Adekunle, A.I., Rahman, K.M., McBryde, E.S., Eisen, D.P. Economic consequences of the COVID-19 outbreak: the need for epidemic preparedness // Frontiers in Public Health. – 2020. – No. 8. – Pp. 241. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2020.00241/full> (дата обращения: 25.11.2020). <https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.00241>

References

1. Ermizina Yu.A. International labor migration of the population, *Molodoi uchenyi*, 2016, no. 27 (131), pp. 391–393. (In Russian).
2. Pogrebnaya N.V., Kazazidi E.Ya. Export of capital from Russia: dynamics, problems and consequences, *Polythematic online electronic scientific journal of Kuban State Agrarian University*, 2016, no. 118, pp. 840–852. (In Russian).

3. Demidova M. The Central Bank has calculated how much money there is in Russia, *Ya-Kapitalist*. Available at: <https://yakapitalist.ru/finansy/skolko-v-rossii-deneg/> (accessed 25.11.2020). (In Russian).
4. Demography, *Federal State Statistic Service*. Available at: <https://www.gks.ru/folder/12781> (accessed 25.11.2020). (In Russian).
5. Russia and China have become leaders in illegal capital withdrawals, *RBC*. Available at: <https://www.rbc.ru/finances/09/12/2015/566824a89a7947a41a89d73b> (accessed 25.11.2020). (In Russian).
6. Net capital outflow from Russia increased by 24 % in January – June 2020, *TASS*. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/8937285> (accessed 25.11.2020). (In Russian).
7. Banulescu-Bogdan N., Fratzke S. Europe's migration crisis in context: why now and what next?, *Migration Information Source*. Available at: <https://www.migrationpolicy.org/article/europe-s-migration-crisis-context-why-now-and-what-next> (accessed 25.11.2020).
8. EU budget for the refugee crisis and improving migration management, *Publications Office of the European Union*. Available at: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/162493fe-04a9-11e8-b8f5-01aa75cd71a1/language-en> (accessed 25.11.2020).
9. Glossary on migration, *International Migration Law*, Series no. 34, Geneva, Switzerland, International Organization for Migration, 2019, 248 p.
10. International Migration Database, *OECD.Stat*. Available at: <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MIG#> (accessed 25.11.2020).
11. Kuznets S., Rubin E. The comparison and some general implications of its results, *Immigration and the Foreign Born, Occasional Paper 46*, New York, USA National Bureau of Economic Research, 1954, pp. 9–49.
12. Pak A., Adegboye O.A., Adekunle A.I., Rahman K.M., McBryde E.S., Eisen D.P. Economic consequences of the COVID-19 outbreak: the need for epidemic preparedness, *Frontiers in Public Health*, 2020, no. 8, pp. 241. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.00241>

Давлетшина Лейсан Анваровна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-1497-1751

e-mail: fille_777@mail.ru

Безруков Александр Валерьевич
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0003-0753-3830

e-mail: bezrukov.av@rea.ru

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАПИТАЛЬНОГО РЕМОНТА МНОГОКВАРТИРНЫХ ДОМОВ ПОВЫШАЮЩЕГО ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ ЗДАНИЙ

Аннотация. Предмет исследования – капитальный ремонт многоквартирного дома. Проведен анализ понятий «капитальный ремонт многоквартирного дома» и «энергоэффективный ремонт», изучена нормативно-правовая и методическая база. На основании представленных статистических данных о состоянии многоквартирных домов предложена оригинальная система показателей оценки энергоэффективного капитального ремонта. Оценка населения степенью удовлетворенности условиями жилья охарактеризована данными выборочного обследования. В статье использованы данные о результатах хода реализации региональных программ энергоэффективного капитального ремонта в пилотных регионах, сопоставлены подходы к энергоэффективному ремонту, выявлены схожие параметры и региональные особенности.

Ключевые слова: капитальный ремонт, многоквартирный дом, приватизация квартир, система показателей, региональная программа капремонта, статистический анализ, условия жизни, цели устойчивого развития, энергоэффективный ремонт

Для цитирования: Давлетшина Л.А., Безруков А.В. Статистический анализ капитального ремонта многоквартирных домов повышающего энергоэффективность зданий // Вестник университета. 2021. № 1. С. 83–90.

Leysan A. Davletshina

Cand. Sci. (Econ.), Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-1497-1751

e-mail: fille_777@mail.ru

Aleksandr V. Bezrukov

Cand. Sci. (Econ.), Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0003-0753-3830

e-mail: bezrukov.av@rea.ru

STATISTICAL ANALYSIS OF OVERHAUL OF APARTMENT BUILDINGS THAT INCREASE THE ENERGY EFFICIENCY OF BUILDINGS

Abstract. The subject of the study is major repairs of an apartment building. The authors analyse the concepts of “capital repairs of an apartment building” and “energy efficient repair”, explore the normative and methodical base. Based on the presented statistical data on the state of the apartment buildings, the paper proposes an original system of indicators for evaluating energy-efficient capital repairs. The assessment of the population by the degree of satisfaction with housing conditions is characterized by the data of a sample survey. The article uses data on the results of the implementation of regional programs of energy-efficient capital repairs in pilot regions, compares approaches to energy-efficient repairs, identifies similar parameters and regional features.

Keywords: energy-efficient repair, indicator system, living conditions, multifamily house, overhaul, privatization of apartments, regional overhaul program, statistical analysis, sustainable development goals

For citation: Davletshina L.A., Bezrukov A.V. (2021) Statistical analysis of overhaul of apartment buildings that increase the energy efficiency of buildings. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 83–90. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-83-90

Введение

В 90-е гг. XX в. началась приватизация жилья, и большинство россиян не задумывались о предстоящей ответственности после оформления в собственность квартир. Помимо персональных обязательств по жилой площади, собственники получили обязательства по покрытию расходов на содержание и капитальный ремонт собственного многоквартирного дома (далее – МКД), включая все коммуникации.

© Давлетшина Л.А., Безруков А.В., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Davletshina L.A., Bezrukov A.V., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Суть владения недвижимым имуществом означает, что собственники ответственны за содержание общедомового имущества. При этом ранее ни на федеральном, ни на региональном уровнях не было единых подходов к организации процесса капитального ремонта и его должного финансирования.

В соответствии с Жилищным кодексом, под «капитальным ремонтом общего имущества в многоквартирном доме» понимается «перечень услуг и/или работ, оказание и/или выполнение которых финансируются из средств фонда капитального ремонта, который сформирован исходя из минимального размера взноса на капитальный ремонт, установленного нормативным правовым актом субъекта Российской Федерации (далее – РФ), определенный в рамках классификации таких услуг/работ, как:

- ремонт внутридомовых инженерных систем электро-, тепло-, газо-, водоснабжения и водоотведения;
- ремонт или замена лифтового оборудования, признанного непригодным для эксплуатации, ремонт лифтовых шахт;
- ремонт крыши;
- ремонт подвальных помещений, относящихся к общему имуществу в МКД;
- ремонт фасада;
- ремонт фундамента МКД» [1].

При этом предусматривается, что данный перечень услуг/работ по капитальному ремонту общего имущества в МКД «нормативным правовым актом субъекта Российской Федерации может быть дополнен услугами/работами по утеплению фасада, переустройству неветилируемой крыши на вентилируемую крышу, устройству выходов на кровлю, установке коллективных (общедомовых) приборов учета потребления ресурсов, необходимых для предоставления коммунальных услуг, и узлов управления и регулирования потребления этих ресурсов (тепловой энергии, горячей и холодной воды, электрической энергии, газа) и другими видами услуг и (или) работ» [1].

Данные Фонда содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства (далее – ЖКХ) показывают возможности экономии до 49 % энергоресурсов при комплексном капитальном ремонте МКД, проведение которого должно соответствовать требованиям энергетической эффективности. Приказом Министерства строительства и ЖКХ РФ от 19 сентября 2016 г. № 653/пр утверждены «Методические рекомендации по реализации проектов и мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности при капитальном ремонте общего имущества в многоквартирных домах» (далее – Методические рекомендации) [2].

В Методических рекомендациях представлен алгоритм формирования перечня мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности при капитальном ремонте общего имущества применительно к конкретному МКД, а также средние показатели достигаемого эффекта по конкретным мероприятиям с оговоркой о необходимости при расчете учитывать техническое состояние МКД, возможности реализации технических мероприятий и решений, а также климатические условия места расположения МКД.

По состоянию на ноябрь 2020 г. общее число МКД, включенных в региональные программы капитального ремонта, достигло 737 000. По состоянию на 1 июля 2020 г. капитальный ремонт по отдельным видам работ проведен 28 240 МКД общей площадью 258,13 млн кв. м. За последний отчетный период (2 квартал 2020 г.) «доля конструктивных элементов и инженерных систем, проведение капитального ремонта которых предусмотрено региональной программой капитального ремонта выглядит следующим образом (%): конструктивные элементы и системы, всего – 85,25; внутридомовые инженерные системы электроснабжения – 83,00; внутридомовые инженерные системы теплоснабжения – 82,90; внутридомовые инженерные системы газоснабжения – 93,26; внутридомовые инженерные системы водоснабжения – 81,10; внутридомовые инженерные системы водоотведения – 78,44; лифты, лифтовые шахты – 85,51; крыши – 84,30; подвальные помещения, относящиеся к общему имуществу в многоквартирном доме – 84,32; фасады – 79,79; фундаменты – 99,95» [8]. В целом процент выполнения работ по конструктивным элементам и инженерным системам, проведение капитального ремонта которых предусмотрено региональной программой капитального ремонта не выполнен ни по одному из структурных элементов.

В соответствии с действующими положениями Жилищного кодекса РФ в каждом субъекте страны определена региональная программа капитального ремонта многоквартирных домов, которая содержит перечень всех многоквартирных домов, находящихся на территории субъекта федерации, за исключением тех многоквартирных домов, что признаны в установленном Правительством РФ порядке аварийными и подлежащими

сносу или реконструкции (с учетом процента физического износа основных конструктивных элементов и/или совокупной стоимости услуг и/или работ по капитальному ремонту конструктивных элементов и внутридомовых инженерных систем многоквартирного дома).

Текущее состояние капитального ремонта МКД

По данным Фонда содействия реформированию ЖКХ, доля включения МКД в региональные программы капитального ремонта составляет 37,6 %. Темп включения в краткосрочный план реализации региональной программы по капитальному ремонту работ (услуг) составляет 46,05 % [8].

Важным при проведении капитального ремонта является обеспечение безопасности и комфортности проживания граждан. В этом контексте существенную значимость приобретает мнение жителей о состоянии занимаемого ими жилого помещения, которое отражается в результатах выборочного обследования Росстата «Комплексное наблюдение условий жизни населения». Данное обследование проводится во исполнение постановления Правительства РФ от 27 ноября 2010 г. № 946 «Об организации в Российской Федерации системы федеральных статистических наблюдений по социально-демографическим проблемам и мониторинга экономических потерь от смертности, заболеваемости и инвалидизации населения» [9].

По данным за 2018 г. из числа домохозяйств, проживающих в МКД, 46,14 % обследованных оценили состояние своего жилого помещения как удовлетворительное; 3,76 % – плохое и 0,64 % – очень плохое. При этом из общего числа домохозяйств, проживающих в МКД, 31,51 % проживают в домах, построенных в 1970 г. и ранее. Из них 5,31 % говорят о том, что их дома требуют капитального ремонта; 1,47 % респондентов характеризуют дом как находящийся в аварийном состоянии, но официально не признанный аварийным; 1,40 % опрошенных отвечают, что их дом официально признан аварийным. Это свидетельствует о необходимости ускорения темпов проведения капитального ремонта МКД.

Отметим, что одним из довольно крупных потребителей производимых в стране топливно-энергетических ресурсов (электроэнергии, тепловой энергии, газа, холодного и горячего водоснабжения) являются домашние хозяйства. По данным выборочного обследования Росстата «Комплексное наблюдение условий жизни населения», в 2016 г. в РФ только 68,3 % домохозяйств указали, что их жилище оборудовано центральным отоплением [11]. При этом с 2011 г. доля таких домохозяйств увеличилась на 4,6 п. п.

Среди всех домохозяйств, обеспеченных центральным отоплением, 16,2 % используют дополнительные источники тепла, наиболее популярными из которых являются конвекторы, радиаторы, тепловые вентиляторы (доля домохозяйств от общей совокупности исследованных домохозяйств составила 10,3 %, что соответствует доли в 57,2 % от числа домохозяйств, жилища которых обеспечены центральным отоплением. Также для дополнительного обогрева жилищ при наличии центрального отопления 3,1 % всех домохозяйств использует бойлер (горячую воду или пар). Доля этих домохозяйств составляет 17,4 % от числа тех, жилища которых обеспечены центральным отоплением. При этом 2,4 % всех домохозяйств используют систему «теплый пол» (данная совокупность объединяет 13,5 % всех домохозяйств, жилища которых обеспечены центральным отоплением).

Все вышеозначенное свидетельствует об имеющихся проблемах теплоэнергетики и необходимости повышения энергетической эффективности в МКД при проведении капитального ремонта и реконструкции. Указанная проблема тесно сопрягается с одной из 17 целей, утвержденных Генеральной Ассамблеей ООН в области устойчивого развития.

Главами государств и правительств в ходе Саммита ООН, проходившего в Нью-Йорке 25 сентября 2015 г. на полях 70-й юбилейной сессии, был принят итоговый документ «Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года», в котором в качестве одной из целей устойчивого развития определена следующая: «Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической устойчивости городов и населенных пунктов» [6]. В характеристике данной цели прописано: «Стоящие перед городами проблемы могут решаться по ходу поступательного развития и роста за счет более эффективного использования ресурсов и уменьшения уровня загрязнения окружающей среды и масштабов нищеты. Будущее, которого мы хотим для всех, предполагает наличие городов с возможностями, доступом к основным услугам, адекватным энергоснабжением, жильем, транспортом и многим другим» [12].

Обобщая сказанное выше, отметим необходимость обеспечения безопасности и комфортности проживания граждан на основе гарантированного проведения капитального ремонта МКД, при возможных

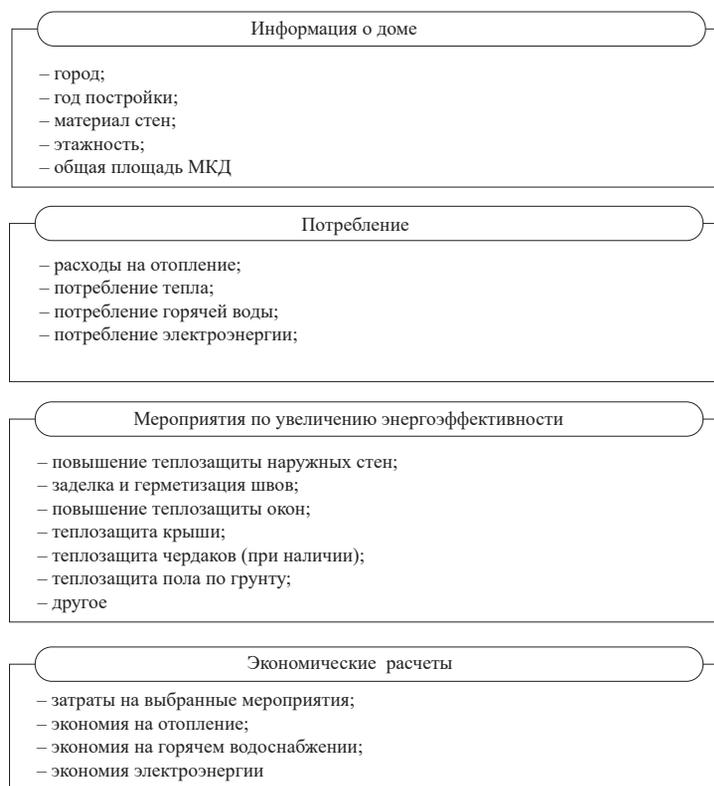
ускоренных его темпах по всей стране с учетом не просто поддержки достойного уровня эксплуатационных характеристик, а с возможностью снижения потребления энергоресурсов вследствие обеспечения повышения энергетической эффективности зданий [5].

Анализ региональных программ энергоэффективного капитального ремонта

Для определения эффективности проводимых процедур в рамках осуществления программы капитального ремонта МКД была проведена процедура сводки, группировки и анализа результатов хода реализации региональных программ энергоэффективного капитального ремонта на основании отчетов следующих регионов: Алтайского края, Воронежской; Калининградской; Новосибирской; Московской областей (прогнозы, реализация проекта еще не завершена). В работе использовались данные, размещенные на официальном сайте Фонда содействия реформированию ЖКХ (далее – Фонд), курирующего ход реализации региональных программ энергоэффективного капитального ремонта.

Рассматриваемые регионы дифференцированы территориально: Алтайский край и Новосибирская область – Сибирский федеральный округ, Воронежская и Московская области – Центральный федеральный округ, Калининградская область – Северо-Западный федеральный округ, то есть представлены регионы, которые в ходе реализации программы энергоэффективного капитального ремонта могут столкнуться с проблемами как природно-климатического характера (различные климатические зоны), так и с вопросами доступности территорий и ресурсов, расхождениями в уровнях социально-экономического развития (уровень жизни, виды экономической деятельности, структура рынка труда и т. д.) [3].

На сайте Фонда представлено 30 отчетов в региональном разрезе с подробной информацией об обследуемом доме, данными о потреблении ресурсов, предложениями по увеличению энергоэффективности капитального ремонта дома и экономическими расчетами.



Составлено авторами по источнику [10]

Рис. 1. Система показателей оценки энергоэффективного капитального ремонта

Для анализа региональных программ энергоэффективного капитального ремонта МКД и определения характерных черт в принятии решений о тех или иных видах работ в рамках энергоэффективного капитального ремонта МКД разработана система показателей, отражающая основные параметры, включенные в отчет эксперта (рис. 1).

Информация о доме необходима для общего понимания территории, материала стен, года постройки и особенностей в зависимости от природно-климатических условий, в которых расположен дом [7].

Блок данных о потреблении отражает масштабы использования теплоэнергии на отопление домов и нагрев горячей воды, электроэнергии по всем нуждам МКД.

Виды работ для увеличения энергоэффективности капитального ремонта МКД

Мероприятия по увеличению энергоэффективности капитального ремонта, в зависимости от выбранного вида работ, решают задачи, представленные на рисунке 2.

При формировании комплекса мер и рекомендаций по энергоэффективному капитальному ремонту существует ряд ограничений. Например, в группах мероприятий, посвященных повышению теплозащиты наружных стен, крыш, чердаков

и перекрытия над подвалом, применение считается неэффективным для МКД, построенных позднее 2000 г., а также для МКД из кирпича.

Повышение теплозащиты наружных стен	Сокращение трансмиссионных тепловых потерь через наружные стены Уменьшение промерзания наружных стен (увеличение срока службы)
Повышение теплозащиты окон МОП	Сокращение трансмиссионных тепловых потерь через окна Уменьшение расхода теплоты на нагрев холодного наружного воздуха, инфильтрующегося в МКД через неплотности оконных проемов
Теплозащита крыши	Сокращение трансмиссионных тепловых потерь через крышу (верхнего покрытия) Уменьшение промерзания крыши (увеличение срока службы)
Теплозащита чердаков (при наличии)	Сокращение трансмиссионных тепловых потерь через чердачное перекрытие (верхнего покрытия) Уменьшение промерзания чердачного перекрытия (увеличение срока службы)
Установка узлов управления и регулирования потребления ресурсов	Автоматическое регулирование параметров теплоносителя в системах отопления горячего водоснабжения Сокращение расхода тепловой энергии в системе отопления Уменьшение расхода тепловой энергии в системе горячего водоснабжения
Ремонт внутридомовых инженерных систем	Сокращение тепловых потерь трубопроводами отопления Уменьшение физического износа системы отопления Сокращение слива горячей воды из-за остывания
Теплозащита перекрытия над подвалом	Сокращение трансмиссионных тепловых потерь через перекрытия над неотапливаемым подвалом
Другое	Мероприятия по замене дверей, ламп и прочий мелкий ремонт

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Задачи, решаемые различными видами работ для увеличения энергоэффективности капитального ремонта многоквартирных домов

В блоке «Экономические расчеты» представлены параметры, характеризующие абсолютные и относительные изменения, произошедшие с момента проведения энергоэффективного капитального ремонта, общие затраты на его проведение, сведения по экономии по различным видам ресурсов, а также экономия в ценовом выражении (руб.) и целевой показатель экономии (%).

С целью выявления типичных черт в домах с проведенным энергоэффективным капитальным ремонтом в региональном разрезе построена статистическая группировка. В основу группировки положен качественный признак – материал стен. Из 30 домов 8 имеют материал стен «железобетонная трехслойная панель с утеплителем», 14 – «железобетонная панель» и 8 – «кирпич». Выбор группировочного признака определен тем, что он в значительной степени определяет виды работ по увеличению энергоэффективности МКД и является наиболее дорогостоящим по проводимым работам.

Согласно рекомендациям Государственной корпорации – Фонд содействия реформированию ЖКХ для МКД из кирпича не применим выбор теплозащиты наружных стен или утепление фасада. Также в ограничениях выделена категория МКД, построенных позже 2000 г., для них неэффективно повышение теплозащиты наружных стен. В сводных данных два дома построены позже 2000 г. (Новосибирская область – 2003 г. и 2007 г., материал стен – кирпич). Исходя из поставленных в исследовании задач дома, имеющие материал стен «кирпич», исключаются из дальнейшего анализа. В результате анализа отчетов экспертов систематизированы мероприятия, предложенные для увеличения энергоэффективности капитального ремонта в разрезе материала стен (табл. 1).

**Мероприятия, предложенные для увеличения энергоэффективности капитального ремонта
в разрезе материала стен, предложенные экспертами**

Материал стен	Количество домов, ед.	Среднее значение целевого показателя экономии и размах вариации, %
Железобетонная панель, всего	14	26,3 $R = 15,3$ (10,0–44,0)
– повышение теплозащиты наружных стен	3	
– заделка и герметизация швов	2	
– повышение теплозащиты окон	4	
– установка узлов управления	14	
– другое	5	
Железобетонная трехслойная панель с утеплителем, всего	8	17,2 $R = 30,0$ (10,7–26,0)
– повышение теплозащиты наружных стен	0	
– заделка и герметизация швов	1	
– повышение теплозащиты окон	3	
– установка узлов управления	8	
– другое	7	

Составлено авторами по материалам исследования

Распределение мероприятий по увеличению энергоэффективности капитального ремонта варьируются в зависимости от следующих факторов: материал стен и регион, в котором расположен МКД. Например, вариант утепления наружных стен был предложен в трех домах из 30 и только в тех, что находятся в Калининградской области и имеют материал стен «железобетонная панель». В качестве мероприятий по увеличению энергоэффективности в ходе проведения капитального ремонта предложены заделка и герметизация швов в общем для трех домов, два из которых находятся в Воронежской области (100 % от общего объема обследованных домов региона) и имеют материал стен «железобетонная панель» (год постройки – 1987) и один дом в Новосибирской области (железобетонная трехслойная панель с утеплителем, 1995 г. постройки).

Наиболее популярным предложением среди экспертов, проводивших анализ домов перед проведением энергоэффективного капитального ремонта, является установка узлов управления, так как это дает возможность во всем МКД автоматизировать регулирование параметров теплоносителя в системах отопления горячего водоснабжения, сокращает расход тепловой энергии в системе отопления, уменьшает расход тепловой энергии в системе горячего водоснабжения [4].

В материалах выборочного обследования «Комплексное наблюдение условий жизни населения» в качестве негативных факторов, снижающих степень удовлетворенности жилищными условиями выделены вопросы, посвященные недостатку тепла, сырости (промерзанию) стен, полов («Домохозяйства, указавшие на недостаток тепла», «Домохозяйства, указавшие на сырость (промерзание) стен, полов»).

При проведении мониторинга МКД и подготовке рекомендаций по проведению регионального энергоэффективного капитального ремонта в данных субъектах России требуется учитывать мнение домохозяйств по условиям жизни в жилых помещениях.

Заключение

Анализ развития жилищного фонда в России позволил выявить значимость увеличения масштабов проведения капитального ремонта МКД, в том числе повышающего энергоэффективность зданий. Необходимость ускорения темпов проведения капитального ремонта общего имущества в МКД, как основного системного фактора сдерживания роста числа аварийных МКД, способствует достижению цели национального проекта «Жилье и городская среда» – обеспечения устойчивого сокращения непригодного для проживания жилищного фонда.

Результаты исследования показали, что в последние годы общая площадь жилых помещений в аварийных МКД возросла более существенными темпами (в 2018 г. в сравнении с 2017 г. рост на 19,75 %), чем увеличивалась общая площадь жилых помещений в МКД (за тот же период рост на 2,06 %). Более того, применение современных материалов и новых технологий при проведении капитального ремонта МКД обеспечивает модернизацию каждого здания и повышает его энергоэффективность, что ведет к экономии энергоресурсов страны. И, прежде всего, энергоэффективный капитальный ремонт МКД создает благоприятные условия для жизни граждан.

Библиографический список

1. Жилищный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Ресурс доступа: <http://zhilishchnyj-kodeks.ru> (дата обращения: 20.11.2020).
2. Приказ Минстроя России от 19 сентября 2016 г. № 653/пр «Об утверждении Методических рекомендаций по реализации проектов и мероприятий по энергосбережению и повышению энергетической эффективности при капитальном ремонте общего имущества в многоквартирных домах» [Электронный ресурс]. – Ресурс доступа: <http://www.minstroyrf.ru/docs/12692/> (дата обращения: 20.11.2020).
3. Давлетшина, Л. А., Першина, Т. А. Статистический анализ обобщающего интегрального показателя социально-экономического положения субъектов Российской Федерации // Вестник университета. – 2018. – № 5. – С. 11-19. DOI: 1816-4277-2018-5-11-19.
4. Ефимова, М. Р., Долгих, Е. А. Особенности инновационного поведения российского бизнеса в современных условиях // Вестник университета. – 2012. – № 3. – С. 108-112.
5. Золотарева, О. А., Карманов, М. В. Статистика как недооцененный инструмент стратегического управления // Экономические стратегии. – 2019. – Т. 21, № 4 (162). – С. 50-59.
6. Кучмаева, О. В., Золотарева, О. А. Потребности семей в мерах поддержки (по результатам всероссийского опроса) // Материалы II Всероссийского демографического форума с международным участием 04–05 декабря 2020 г., Москва. – М.: Объединенная редакция, 2020. – С. 121-123.
7. Садовникова, Н. А., Хабелашвили, Ш. Г., Золотарева, О. А., Давлетшина, Л. А. Капитальный ремонт многоквартирных домов в контексте реализации Национального проекта «Жилье и городская среда» // Материалы XIX Национальной научной конференции «Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество» с международным участием 18–19 декабря 2019 г., Москва. – М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2020. – С. 915-918.
8. Государственная корпорация – Фонд содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства // Аналитика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.reformagkh.ru/analytics#overhaul-section> (дата обращения: 20.11.2020).
9. Комплексное наблюдение условий жизни населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/KOUZ16/index.html (дата обращения: 20.11.2020).
10. Региональные проекты Государственной корпорации – Фонд содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://exp.reformagkh.ru/projects> (дата обращения: 20.11.2020).
11. Федеральные статистические наблюдения по социально-демографическим проблемам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gks.ru/itog_inspect# (дата обращения: 20.11.2020).
12. Цели устойчивого развития ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (дата обращения: 20.11.2020).

References

1. *Housing Code of the Russian Federation*. Available at: <http://zhilishchnyj-kodeks.ru> (accessed 20.11.2020). (In Russian).
2. *Order of the Ministry of Construction of the Russian Federation “On Approval of Methodological Recommendations for the Implementation of Projects and Measures to Save Energy and Improve Energy Efficiency During Major Repairs of Common Property in Apartment Buildings” No. 653/pr, dated on September 19, 2016*. Available at: <http://www.minstroyrf.ru/docs/12692/> (accessed 20.11.2020). (In Russian).
3. Davletshina L. A., Pershina T. A. Statistical analysis of the generalizing integral indicator of the socio-economic situation of the subjects of the Russian Federation, *Vestnik universiteta*, 2018, no. 5, pp. 11-19. DOI: 10.26425/1816-4277-2018-5-11-19 (In Russian).

4. Efimova M. R., Dolgikh E. A. Features of innovative behavior of Russian business in modern conditions, *Vestnik universiteta*, 2012, no. (3), pp. 108-112. (In Russian).
5. Zolotaerva O. A., Karmanov M. V. Statistics as an underestimated tool of strategic management, *Economic Strategies*, 2019, vol. 21, no. 4 (162), pp. 50-59. (In Russian).
6. Kuchmaeva O. V., Zolotareva O. A. The needs of families in support measures (according to the results of the All-Russian survey, *Proceedings of the II All-Russian Demographic Forum with International Participation December 4–5, 2020*, Moscow, Moscow, Joint edition, 2020, pp. 121-123. (In Russian).
7. Sadovnikova N. A., Khabelashvili Sh. G., Zolotareva O. A., Davletshina L. A. Capital repairs of apartment buildings in the context of the implementation of the National Project “Housing and Urban Environment”, *Proceedings of the XIX National Scientific Conference “Greater Eurasia: Development, Security, Cooperation” with International Participation December 18–19, 2019*, Moscow, Moscow, Publishing House: Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences, pp. 915-918. (In Russian).
8. State Corporation – Fund for Assistance to the Reform of Housing and Communal Services, *Analytics*. Available at: <https://www.reformagkh.ru/analytics#overhaul-section> (accessed 20.11.2020).
9. *Comprehensive monitoring of the living conditions of the population*. Available at: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/KOUZ16/index.html (accessed 20.11.2020).
10. *Regional projects of the State Corporation – Fund for Assistance to the Reform of Housing and Communal Services*. Available at: <https://exp.reformagkh.ru/projects> (accessed 20.11.2020).
11. *Federal statistical observations on socio-demographic problems*. Available at: https://www.gks.ru/itog_inspect# (accessed 20.11.2020).
12. *UN Sustainable Development Goals*. Available at: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (accessed 20.11.2020).

УДК 339.9+338.24 JEL E00

DOI 10.26425/1816-4277-2021-1-91-98

Ломовцева Ольга Алексеевна
д-р экон. наук, ГАОУ ВО
«Московский городской педагогический университет», г. Москва,
Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-4683-150X

e-mail: ollomovceva@yandex.ru

Соболева Светлана Юльевна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Волгоград, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-0507-7619

e-mail: svetlaso@mail.ru

Соболев Александр Витальевич
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Волгоград, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-4385-1425

e-mail: alsobol.67@mail.ru

Olga A. Lomovtseva

Dr. Sci. (Econ.), Moscow
City Pedagogical University,
Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-4683-150X

e-mail: ollomovceva@yandex.ru

Svetlana Yu. Soboleva

Cand. Sci. (Econ.), Volgograd
State Medical University of the
Ministry of Health of the Russian
Federation, Volgograd, Russia

ORCID: 0000-0002-0507-7619

e-mail: svetlaso@mail.ru

Alexander V. Sobolev

Cand. Sci. (Econ.), Volgograd
State Medical University of the
Ministry of Health of the Russian
Federation, Volgograd, Russia

ORCID: 0000-0002-4385-1425

e-mail: alsobol.67@mail.ru

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДЕЛЕЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК СТРАН МИРА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

Аннотация. Описаны страновые экономические и социальные проблемы, возникшие в результате пандемии COVID-19. Определены общие и специфические характеристики экономических трудностей развитых и развивающихся стран. Проведен предварительный анализ экономических и социальных последствий пандемии для мировой экономики в целом. Представлена сравнительная характеристика подходов к формированию государственной финансовой поддержки бизнеса и домохозяйств развитых стран Европейского союза, Китая и России. Выявлены две основных модели государственной поддержки – push/pull, показаны их различия по объемам средств, широте охвата мероприятиями конечных получателей, доступности льгот, степени бюрократизации процедур. Раскрыты правила и процедуры предоставления государственных мероприятий по поддержке бизнеса и предпринимателей на российском рынке, а также вскрыты недостатки, которые значительно повлияли на экономическое положение агентов. Описаны последствия локдауна для экономик различных стран. Проведен скрин-анализ систем здравоохранения и их мобилизационной реакции на распространение коронавирусной инфекции. Сделаны выводы о преимуществах проактивной социальной поддержки населения и бизнеса, необходимости повышения ее адресности и распространении действенных практик в будущем.

Ключевые слова: гуманитарные проблемы, государственные субсидии, карантинные мероприятия, мониторинг населения, пандемия COVID-19, противоэпидемические меры, социальное казначейство, экономические проблемы, экономическая сегрегация, push/pull-стратегии

Для цитирования: Ломовцева О.А., Соболева С.Ю., Соболев А.В. Сравнительная характеристика моделей государственной поддержки национальных экономик стран мира в условиях пандемии COVID-19// Вестник университета. 2021. № 1. С. 91–98.

COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF MODELS OF STATE SUPPORT FOR NATIONAL ECONOMIES OF THE WORLD IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract. The article describes economic and social problems of different countries resulting from the spread of the COVID-19 pandemic. The paper defines general and specific characteristics of economic difficulties in developed and developing countries. The authors carry out a preliminary analysis of the economic and social consequences of the coronavirus pandemic for the global economy as a whole. The study presents a comparative description of approaches to the formation of state financial support for businesses and households in developed countries of the European Union, China and Russia. The article identifies two main models of state support – push/pull, shows their differences in the amount of funds, the breadth of coverage of final recipients, the availability of benefits, and the degree of bureaucratization of procedures. The paper reveals the rules and procedures for providing state events to support businesses and entrepreneurs on the Russian market, and also uncovers shortcomings that significantly affected the economic situation of agents. The authors describe the consequences of lockdown for the economies of various countries. The study conducts a screen analysis of health systems and their mobilization response to the spread of coronavirus infection. The paper draws conclusions about the advantages of proactive social support for the population and business, the need to increase its targeting and the spread of effective practices in the future.

Keywords: anti-epidemic measures, COVID-19 pandemic, economic problems, economic segregation, government subsidies, humanitarian issues, monitoring of population, push/pull strategies, quarantine measures, social treasury

For citation: Lomovtseva O.A., Soboleva S.Yu., Sobolev A.V. (2021) Comparative characteristics of models of state support for national economies of the world in the context of the COVID-19 pandemic. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 91–98. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-91-98

© Ломовцева О.А., Соболева С.Ю., Соболев А.В., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Lomovtseva O.A., Soboleva S.Yu., Sobolev A.V., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Введение

Распространение коронавирусной инфекции COVID-19 в мире создало во многих странах множество проблем не только гуманитарного характера (заболеваемость и смертность, социальная изоляция и ограничения мобильности), но и экономического. Пострадали экономики развитых и развивающихся стран, перед лицом явного вызова XXI в. все оказались равны, хотя скорость и результативность преодоления последствий и стабилизационных мер существенно различаются.

Цель статьи – дать сравнительную характеристику основным моделям действий правительств стран Евразии, США, России и Китая, оценку их эффективности и возможности распространения и копирования действенных практик управления на будущее.

Анализ мировых макроэкономических проблем, вызванных пандемией

Распространение эпидемии COVID-19, переросшей в пандемию, поставило перед правительствами всех стран ряд сходных проблем макроэкономического характера:

- снижение потребительского спроса;
- рост безработицы;
- увеличение бюджетных расходов;
- снижение инвестиций;
- уменьшение числа экономических агентов;
- снижение налоговых поступлений;
- рост задолженности правительств и корпораций;
- снижение объемов и темпов роста валового внутреннего продукта (далее – ВВП).

В США снижение ВВП за первое полугодие 2020 г. составило 14,5 %, в КНР – 1,6 %, в России – 9,5–10 %, в Евразии – 15 % [8; 17]. Обращает на себя внимание довольно умеренное падение темпов производства ВВП в Китае и значительное падение в США при сопоставимых размерах экономик обеих стран.

Кроме общих для всех стран экономических проблем, ряд развивающихся стран, в том числе и Россия, столкнулись со специфическими экономическими проблемами:

- замещение иностранной рабочей силы;
- необходимость импортозамещения;
- падение курса национальной валюты;
- инфляция;
- возникновение спекулятивного предложения продуктов первой необходимости;
- дефицит платежного баланса;
- бегство капиталов за рубеж [2].

Такой набор дополнительных проблем развивающихся стран показывает слабость экономик и подтверждает их сырьевую зависимость, технологическое отставание, неконкурентоспособность в международной производственной цепочке, слабость институциональных факторов, а также неэффективность мер государственного регулирования. К сожалению, для России это все также специфично – и сырьевая ориентация, и значительное огосударствление экономики (начиная с 2007 г.).

При всех описываемых проблемах, нельзя не отметить факт, что практически все мировые государственные модели здравоохранения оказались не готовы к пандемии. Логично предположить, что государственные модели с обязательной системой медицинского страхования граждан должны выглядеть более предпочтительными, чем частные, однако мобилизационную активность продемонстрировала только система здравоохранения КНР. Программа по развитию сетевого туризма в Российской Федерации не дала значительных преимуществ перед другими странами в борьбе с пандемией, а значит реформы, проводимые правительством в области здравоохранения в России, начиная с 2014 г., не принесли желаемого эффекта. Российская система здравоохранения в постсоветские годы утратила свои лучшие характеристики: мобилизационную готовность, резерв коесного фонда, подготовку квалифицированных инфекционистов, проведение масштабных санитарно-противоэпидемических мероприятий. Государственная активность в первые дни эпидемии не передала импульс системе здравоохранения, хотя первые шаги по карантину были вполне адекватны ситуации [3].

Для прогноза сценариев развития ситуации некоторые исследовательские и экспертные структуры использовали прошлый опыт мировых эпидемий и пандемий (таких как гонконгский грипп, испанский грипп), который подтвердился лишь отчасти.

Прогноз периода конца марта 2020 г. был таков:

- смертность достигнет 0,5 %;
- общее число умерших в мире будет около 1 млн чел.;
- суммарные экономические потери в мире составят 2,3–2,7 трлн долл. США [12].

По состоянию на конец сентября 2020 г., по оценкам Организации экономического сотрудничества и развития, зафиксировано следующее:

- смертность 3,09 %;
- общее число умерших 965 095 чел.;
- суммарные экономические потери 4,05 трлн долл. США [9; 16].

Несовпадение прогнозных и фактических значений говорит о нелинейном характере развития ситуации в мире, существенной дифференциации механизмов поддержки в каждой отдельно взятой стране.

Меры государственной поддержки экономик в развитых странах

Рассмотрим меры государственной поддержки, выбранные правительствами развитых стран – США, Еврозоны, Великобритании и др., которые сделали акценты на:

- увеличении ликвидности рынков;
- предложении доступных займов и кредитов организациям;
- предложении ощутимых налоговых льгот домохозяйствам;
- изменениях в фискальной политике для компенсации выпавших доходов;
- увеличении государственного дефицита вследствие предпринимаемых выплат;
- изменении сроков оплаты процентов за пользование коммерческими кредитами на более длительные.

Отметим, что многие из этих мер поддержки предоставляются по умолчанию, не имеют заявительного характера. Для предотвращения дальнейших неблагоприятных последствий пандемии центральные банки некоторых развитых стран согласовали объемы финансовой помощи по поддержке бизнеса, населения и стабилизации своих экономик (табл. 1).

Таблица 1

Объемы финансовой помощи в развитых странах

Страна	ВВП в 2019 г., трлн долл. США	Объемы финансовой помощи в 2020 г., млрд долл. США
Великобритания	3,3	400
Германия	4,7	885
Италия	2,7	29,5
Испания	2,0	236
США	21,4	2 000
Франция	3,2	542

Составлено авторами по материалам источников [11; 15]

Очевидно, что максимальный вклад в борьбу с последствиями пандемии внесла Германия – 21 % ВВП, меньше всего Италия – 1,1 %, в среднем эта доля составила 11,3 %.

Необходимо подчеркнуть, что в условиях неопределенности информации о продолжительности и последствиях пандемии, масштабы и скорость реакции правительств развитых стран компенсировали отсутствие точных характеристик экономических провалов. Каналы распределения помощи были диверсифицированы, соглашения о получении новых антикризисных банковских продуктов можно было заключать в режиме онлайн. В странах Европейского союза агентами, осуществлявшими оперативное взаимодействие с бизнесом, были банки, с помощью которых убытки компаний от стремительного падения выручки весной 2020 г.

правительства компенсировали антикризисными продуктами уже в мае и без предварительных условий. В этот период регуляторы активно вели эмиссию для покрытия дефицита бюджета, курс национальной валюты сохранялся стабильным, а бизнес-сообщества и домохозяйства получали помощь без экономической «сегрегации». Напомним, что речь шла об использовании для компенсаций денежных средств в объемах, превышающих 10 % ВВП стран Европы.

В странах с развивающейся экономикой (в России в том числе) органы государственной власти проводили иную политику поддержки. В начале распространения пандемии их мероприятия носили преимущественно организационный характер:

- создание противоэпидемических штабов при правительстве;
- закрытие границ;
- ограничения транспортного сообщения;
- приостановка деятельности предприятий и организаций и даже некоторых отраслей.

Результатом локдауна (lockdown – строгая изоляция) стал последовавший экономический кризис, и только позже правительства решились на экономические меры поддержки, в перечень которых вошли:

- стабилизация курса национальной валюты;
- отсрочка по выплатам кредитов, в том числе ипотечных;
- мониторинг цен на продукты первой необходимости;
- программа импортозамещения;
- ликвидация дефицита платежного баланса;
- поддержка уровня доходов различных групп населения, включая лиц, потерявших работу;
- поддержка занятости;
- смягчение налоговых условий функционирования бизнеса.

Меры государственной поддержки экономики в России

В России размер финансовой помощи в мае 2020 г. составил 2,9 трлн руб. (или 39,77 млрд долл. США, что эквивалентно 0,96 % ВВП) [4]. Этот показатель практически соответствует показателю Италии, но очень сильно отстает от среднего для развитых стран – 11,3 %, сопоставим с объемами помощи в Республике Казахстан – 1 трлн тенге (2,3 млрд долл. США или 0,45 % к ВВП 2019 г.) [18].

В частности, вот чем характеризовались меры государственной поддержки в России:

- субсидии малых и средних предприятий (далее – МСП), в том числе индивидуальных предпринимателей (далее – ИП), наиболее пострадавших отраслей для покрытия расходов на оплату труда в мае и июне 2020 г.;
- отсрочка уплаты налогов (в том числе НДФЛ и страховых взносов) для МСП наиболее пострадавших отраслей на 3–6 месяцев (отсрочки, списания, снижение налогов более чем на 500 млрд. руб.);
- снижение страховых взносов для МСП (с 30 до 15 %, но только для той части зарплаты, которая превышает минимальный размер оплаты труда);
- льготное кредитование (ноль в течение первых шести месяцев и 4 % – в течение следующих шести месяцев) предприятий наиболее пострадавших отраслей для покрытия расходов на оплату труда [1; 4].

Однако выделяемые МСП субсидии и кредиты по поддержке занятости финансировались на уровне минимального размера оплаты труда на одного работника в месяц, то есть покрывали лишь 26–30 % заработной платы по России в среднем (для Москвы — до 22–25 %). Аналогичные меры стран – членов Организации экономического сотрудничества и развития предусматривали компенсацию от 50 % до 90 % заработной платы. По России в целом субсидиями на заработную плату было охвачено около 3,8 млн чел. (только 5,0 % рабочей силы) [4].

В КНР мероприятия государственной поддержки были сосредоточены на:

- увеличении ликвидности;
- снижении процентной ставки по кредитам для компаний;
- выпуске целевых облигаций в целях займа.

Народный банк Китая (или Центробанк) уже в начале февраля предоставил дополнительную ликвидность рынкам в размере 1,2 трлн юаней (более 170 млрд долл. США), что составляет около 7,4 % по отношению к ВВП 2019 г. и приближается к среднему показателю развитых стран [11].

Сравнительные характеристики моделей государственной поддержки разных стран

Исследование подходов национальных правительств по организации мер преодоления последствий кризиса пандемии выявило ряд проблем. В частности, для России одна из первых проблем – узко дифференцированный подход к определению категорий граждан со сниженными доходами и отраслей, пострадавших от пандемии. Такой подход, по аналогии с адресной социальной помощью, оставляет за бортом значительное количество бизнес-агентов и домохозяйств, хотя пострадали все без исключения отрасли и субъекты предпринимательства, и выделение особо пострадавших, в отличие от европейского подхода, представляет собой экономическую «сегрегацию». В целом, российские меры государственной поддержки характеризуются высокой избирательностью, малым объемом финансирования, жесткими критериями получения помощи и высокой бюрократизированностью процедур. Для индивидуальных предпринимателей и многих компаний малого бизнеса, не имеющих в своем штате юристов, это создавало сложности с оформлением заявок. Например, розничная торговля нефтепродуктами не попала в список пострадавших отраслей, однако из-за эпидемии коронавируса с марта многие компании стали переводить сотрудников на удаленную работу, а затем для населения был введен режим самоизоляции. В результате спрос на бензин и дизельное топливо в Москве упал на 20–30 %, в других городах – на 10–15 % [7].

Следующая проблема заключалась в финансовых институтах и инструментах. Каналами распространения финансовых средств были выбраны банки – государственные и коммерческие. При этом если государственные старались выполнять программы субсидирования и перекредитования в соответствии с постановлениями правительства, то коммерческие часто подменяли государственные программы внутренними (трансформировали государственные средства в свои кредитные продукты). Для стабилизации курса национальной валюты из-за снижения валютных поступлений от продажи энергоресурсов была проведена «мягкая» девальвация рубля – до 15 % за 3-й квартал 2020 г. [10]. За девальвацией уже следует инфляция, которая позволит снизить дефицит бюджета государственных расходов, но, к сожалению, приведет к дальнейшему бегству капитала за границу. Чистый вывоз капитала из России частным сектором за I полугодие 2020 г., по оценке Центрального Банка, вырос на 24 % по сравнению с показателем аналогичного периода 2019 г. и составил 28,9 млрд США [19].

Push- и pull-подход в механизмах государственной поддержки

Понятийный аппарат экономической науки содержит ряд моделей и терминов генерации спроса и предложения на инвестиционные, научно-технологические, финансовые продукты, в частности, стратегии проталкивания и вытягивания – push/pull [5]. Используя эту терминологию, можно говорить о том, что для России характерен pull-подход, поскольку конечный потребитель «вытягивает» необходимые ему средства финансовой поддержки у государства, денежные средства распределяются адресно, выборочно. Несмотря на значительную палитру предложенных мер поддержки, конечный потребитель – юридическое или физическое лицо – должен подтверждать многочисленными показателями право получателя.

Мероприятия в России опирались на заявительный порядок предоставления льгот и де-факто требовали активного участия их получателей. И хотя информирование о действующих программах было организовано массово, однако информация носила очень общий характер, а налоговые органы, уполномоченные вести консультационную работу, к ней были не готовы. Значительно были бюрократизированы процедуры получения помощи.

В противоположность этому, подход большинства развитых стран, а также КНР, представляет собой push-меры государственной поддержки – льготы «продавливаются» в рынок конечным получателям, их формирование основано на автоматизации и проактивности мониторинга благосостояния населения без лишних справок и бюрократических процедур. При этом предполагается широкий охват экономических субъектов и домохозяйств, не точечная поддержка. Основные различия приведены в таблице 2.

Таблица 2

Сравнительные характеристики push/pull моделей государственной поддержки

Характеристика модели	Push	Pull
Доступность каналов распределения помощи	+	+
Широта охвата пострадавших	+	-

Характеристика модели	Push	Pull
Денежная эмиссия как инструмент поддержки	+	-
Корректировка курса национальной валюты (девальвация)	-	+
Широкая палитра инструментов помощи	+	+
Информационная активность, охват информированием	+	+
Бюрократизация процедур получения помощи	-	+

Составлено авторами по материалам исследования

Об эффективности подобных pull-мероприятий поддержки можно судить по следующим данным. Последние годы доля социальных выплат в доходах населения превышает 19 % – это максимум и в постсоветский, и в советский период (данные Росстата доступны с 1970 г.). В России существует около 100 различных видов пособий и социальных выплат, на них тратится порядка 3 % ВВП, но тратится неэффективно: из 1 руб. до бедных доходит лишь 25 коп. Остальное достается тем, кто в помощи не нуждается, а доля адресных пособий в доходах беднейших людей в среднем не превышает 2 % по оценкам экспертов Всемирного банка и Научно-исследовательского финансового института Министерства финансов РФ [13].

Сделав выводы из ситуации, сложившейся в первую волну пандемии, Правительство РФ предложило создать «социальное казначейство» – систему, которая повысит адресность и эффективность социальной поддержки на всех уровнях – федеральном, региональном, муниципальном [14].

Правительство намерено сфокусироваться на растущих социальных государственных расходах на поддержку тех, кому она действительно нужна, и готово исследовать варианты проактивной поддержки домохозяйств, при этом отказаться от заявительного порядка предоставления соцподдержки и самостоятельно обрабатывать данные о благосостоянии льготников, которыми располагает ФНС, выявляя тех, кто в них нуждается.

Заключение

В статье приведены основные идеи и результаты исследования моделей государственной поддержки экономики для преодоления кризисных явлений в результате распространения вируса COVID-19.

Push-модель применяют страны с развитой экономикой и Китай, ориентируясь на либеральную эмиссионную политику, осуществляя широкую поддержку бизнеса и населения, выделяя значительные средства из бюджета, увеличивая государственные расходы. Суммы, выделяемые на экономическую помощь, составляют порядка 10 % ВВП этих стран.

Pull-модель применяют страны с развивающейся и переходной экономикой. Для нее характерна адресная, выборочная помощь субъектам бизнеса и отдельным группам населения, ограниченная эмиссия, применяется корректировка курса национальной валюты и торгового баланса. На экономическую помощь выделяется менее 3 % ВВП.

Эффективность этих моделей в настоящее время сложно оценить, так как пандемия еще развивается, и дальнейшие меры преодоления ее последствий для жизни и здоровья людей, отдельных предприятий и целых отраслей будут существенно влиять на динамику экономических показателей в будущем [6]. Важно, что российские власти видят в кризисе и возможности. Например, развитие новых форм занятости и обучения повышает гибкость рынка труда и образования. Переход на удаленную работу и самоизоляцию ускорили цифровизацию. Усилились стимулы для импортозамещения и упрощения административных процедур.

Библиографический список

1. О мерах по обеспечению устойчивого развития экономики. Постановление Правительства РФ от 2 апреля 2020 г. № 409 // СПС «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/73749374/> (дата обращения: 30.11.2020).
2. Лим, И. Ю. Влияние коронавируса COVID-19 на развитие экономики Кыргызской Республики // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. – 2020. – № 2. – С. 128-132.

3. Ломовцева, О. А. Соболева, С. Ю. Соболев, А. В. Развитие медицинского туризма: отраслевые и пространственные эффекты // Вестник МГПУ. Серия «Экономика». – 2010. – № 2 (24). – С. 55–63.
4. Общество и пандемия: опыт и уроки борьбы с COVID-19 в России. – М.: 2020. – 744 с.
5. Соколова, Е. С. Сущность и типология маркетинговых стратегий продвижения инновационных продуктов на рынок // Beneficium. – 2019. – № 4 (33). – С. 65-73.
6. Тхориков, Б. А., Ломовцева О. А. Герасименко О. А. Использование индикативного управления в реализации государственных программ // Проблемы теории и практики управления. – 2018. – № 8. – С. 24-33.
7. Вавина, Е. Владельцы АЗС попросили государство о помощи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2020/04/03/827122-vladeltsi-azs> (дата обращения 23.11.2020).
8. ВВП еврозоны во II квартале упал на рекордные 12,1 % [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/719746> (дата обращения 23.11.2020).
9. Дембинская, Н. Минус семь триллионов: коронавирус опустошил мировую экономику [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20200921/tsena-pandemii-1577459576.html> (дата обращения 23.11.2020).
10. Дембинская, Н. Только начало: чем закончится обвал рубля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20201001/obval-rublya-1578020127.html> (дата обращения 23.11.2020).
11. Какие меры для поддержки экономики вводили в разных странах в связи с коронавирусом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/info/8088363> (дата обращения 23.11.2020).
12. Мондерер, М. Stratfor (США): Пересмотр глобальных экономических последствий пандемии COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://inosmi.ru/economic/20200328/247139204.html> (дата обращения 23.11.2020).
13. Мишустин предложил Путину создать социальное казначейство // Ведомости. 2 июня 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2020/06/02/831659-mishustin-predlozhit-putinu-sozdat-sotsialnoe-kaznacheistvo> (дата обращения 23.11.2020).
14. Правительство ищет бедных // Коммерсантъ. – № 214 (21.11.2020). – С. 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4582608#id1978471> (дата обращения 23.11.2020).
15. Рейтинг стран по объему ВВП в 2019 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://svspb.net/danmark/vvp-stran.php> (дата обращения 23.11.2020).
16. Статистика коронавируса в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://COVID19-2020.info/> (дата обращения 23.11.2020).
17. Ткачев И. Экономика США во втором квартале рухнула на рекордную величину [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/30/07/2020/5f22bc5d9a79475c618f3376> (дата обращения 23.11.2020).
18. Финансовая поддержка населения и экономики – что предприняло государство в условиях ЧП // Международное информационное агентство Казинформ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.inform.kz/ru/finansovaya-podderzhka-naseleniya-i-ekonomiki-chto-predprinialo-gosudarstvo-v-usloviyah-chp_a3630250 (дата обращения: 23.11.2020).
19. Чистый отток капитала из России в январе–июне 2020 года вырос на 24 % // ТАСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/8937285> (дата обращения: 23.11.2020).

References

1. On Measures for the Sustainable Development of the Economy. Resolution of the Government of the Russian Federation No. 409, dated on April 2, 2020, *Legal and reference system "Garant"*. Available at: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/73749374/> (accessed 30.11.2020). (In Russian).
2. Lim I. Yu. Influence of COVID-19 coronavirus on the development of the economy of the Kyrgyz Republic, *Science, New Technologies and Innovations in Kyrgyzstan*, 2020, no. 2, pp. 128-132. (In Russian).
3. Lomovtseva O. A., Soboleva S. Yu., Sobolev A.V. Development of medical tourism: industry and spatial effects, *Vestnik of Moscow City University. Series "Economics"*, 2010, no. 2 (24), pp. 55-63. (In Russian).
4. *Society and the pandemic: experience and lessons from fighting COVID-19 in Russia*, Moscow, 2020, 744 p. (In Russian).
5. Sokolova E. S. The essence and typology of marketing strategies for promoting innovative products to the market, *Beneficium*, 2019, no. 4(33), pp. 65-73. DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2019.4(33).65-73 (In Russian).
6. Torikov B. A., Lomovtseva O. A., Gerasimenko O. A. Use of indicative management in the implementation of state programs, *International Journal of Management Theory and Practice*, 2018, no. 8, pp. 24-33. (In Russian).

7. Vavina E. *Owners of gas stations asked the state for help*. Available at: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2020/04/03/827122-vladeltsi-azs> (accessed 23.11.2020). (In Russian).
8. *EURO zone GDP in the second quarter fell by a record 12.1 %*. Available at: <https://www.interfax.ru/business/719746> (accessed 23.11.2020). (In Russian).
9. Dembinskaya N. *Minus seven trillion: coronavirus devastated the world economy*. Available at: <https://ria.ru/20200921/tse-na-pandemii-1577459576.html> (accessed 23.11.2020). (In Russian).
10. Dembinskaya N. *Just the beginning: how will the collapse of the ruble end*. Available at: <https://ria.ru/20201001/obval-rublya-1578020127.html> (accessed 23.11.2020). (In Russian).
11. *What measures to support the economy were introduced in different countries in connection with the coronavirus*. Available at: <https://tass.ru/info/8088363> (accessed 23.11.2020). (In Russian).
12. Monderer M. *Stratfor (USA): reviewing the global economic consequences of the COVID-19 pandemic*. Available at: <https://inosmi.ru/economic/20200328/247139204.html> (accessed 23.11.2020). (In Russian).
13. Mishustin suggested that Putin create a social Treasury, *Vedomosti*, June 2, 2020. Available at: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2020/06/02/831659-mishustin-predlozhit-putinu-sozdat-sotsialnoe-kaznacheistvo> (accessed 23.11.2020). (In Russian).
14. The government is looking for poor, *Kommersant*, no. 214, November 21, 2020, p. 2. Available at: <https://www.kommersant.ru/doc/4582608#id1978471> (accessed 23.11.2020). (In Russian).
15. *Rating of countries by GDP in 2019*. Available at: <https://svspb.net/danmark/vvp-stran.php> (accessed 23.11.2020). (In Russian).
16. *Statistics of coronavirus in the world*. Available at: <https://COVID19-2020.info/> (accessed 23.11.2020). (In Russian).
17. Tkachev I. *The US economy in the second quarter collapsed by a record amount*. Available at: <https://www.rbc.ru/economics/30/07/2020/5f22bc5d9a79475c618f3376> (accessed 23.11.2020). (In Russian).
18. Financial support of the population and economy – what the state has done in an emergency, *International News Agency Kazinform*. Available at: https://www.inform.kz/ru/finansovaya-podderzhka-naseleniya-i-ekonomiki-cto-predprinyalo-gosudarstvo-v-usloviyah-chp_a3630250 (accessed 23.11.2020). (In Russian).
19. Net capital outflow from Russia in January – June 2020 increased by 24%, *TASS*. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/8937285> (accessed 23.11.2020). (In Russian).

Назаренко Максим Борисович

аспирант, ФГБОУ ВО «Московский
государственный университет имени
М.В. Ломоносова», г. Москва,
Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-9177-085X

e-mail: nazarenko_nax@mail.ru

ВЗГЛЯД ЗАРУБЕЖНЫХ АНАЛИТИКОВ НА РЕФОРМУ СОВЕТСКОЙ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ 80-Х ГГ. XX В.

Аннотация. Рассмотрены содержащиеся в работах зарубежных аналитиков оценки попыток совершенствования хозяйственного механизма СССР в конце 1970-х – первой половине 1980-х гг. Особое внимание уделено их анализу эффективности реформы хозяйственного механизма 1979 г., а также бригадного и коллективного подряда, введённого в СССР в начале 1980-х гг. и экономического эксперимента 1984 г. Приведены как положительные, так и отрицательные оценки этих преобразований в советской экономике, отмечены их сильные и слабые стороны. Показано, что оценки и данные, содержащиеся в зарубежных исследованиях, позволяют скоррелировать современную трактовку системы хозяйствования в СССР позднесоциалистического периода.

Ключевые слова: бригадный подряд, нормативная чистая продукция, плановая экономика, реформа, советология, хозяйственный механизм, экономический эксперимент, эффективность

Для цитирования: Назаренко М.Б. Взгляд зарубежных аналитиков на реформу советской системы планирования 80-х гг. XX в. // Вестник университета. 2021. № 1. С. 99–105.

Maxim B. Nazarenko

Postgraduate student, Lomonosov Moscow
State University, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-9177-085X

e-mail: nazarenko_nax@mail.ru

THE VIEW OF FOREIGN ANALYSTS ON THE REFORM OF THE SOVIET PLANNING SYSTEM OF THE 80S OF THE XX CENTURY

Abstract. The article considers the assessments of attempts to improve the economic mechanism of the USSR in the late 1970s - first half of the 1980s, which are contained in the works of foreign analysts. The paper pays particular attention to their analysis of the effectiveness of the reform of the economic mechanism in 1979, as well as the brigade and collective contracts introduced in the USSR in the early 1980s, and the economic experiment of 1984. The author gives both positive and negative assessments of these transformations in the Soviet economy, notes their strengths and weaknesses. The paper shows that the estimates and data contained in foreign studies allow us correlate the modern interpretation of the economic system in the USSR of the late socialist period.

Keywords: economic experiment, economic mechanism, efficiency, normative net production, planned economy, reform, Sovietology, team contract

For citation: Nazarenko M.B. (2021) The view of foreign analysts on the reform of the Soviet planning system of the 80s of the xx century. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 99–105. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-99-105

Введение

Как отечественные, так и зарубежные советологи при изучении советской экономической системы не отрицали факт того, что плановая система была эффективной на первых этапах создания индустриального общества, но в контексте развития, расширения и усложнения экономических процессов во второй половине XX в. отмечалось, что экономика СССР оказалась не в состоянии соответствовать запросам современности. Как известно, при изучении экономической политики СССР в период с конца 1970-х гг. до середины 1980-х гг. особое внимание советологи уделяли попыткам усовершенствовать систему планирования, управления и экономического стимулирования. Данная проблема затрагивалась в отечественной литературе в работах аналитиков Ю.А. Давыдова, В.В. Громенко, В.В. Дроздова, С.Г. Коваленко [5; 6; 7].

© Назаренко М.Б., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Nazarenko M.B., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Ход исследования

Многие зарубежные аналитики связывали реформу хозяйственного механизма в СССР, проводившуюся в соответствии с постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 12 июля 1979 г. «Об улучшении планирования и усилении воздействия хозяйственного механизма на повышение эффективности производства и качества работы» (далее – Постановление), с попыткой увеличить темпы экономического роста в условиях быстрого перехода к современному индустриальному обществу [2].

Основные положения Постановления заключались в следующем.

1. Измерение экономического роста не по валовой продукции, а по чистой (нормативной) продукции. Данная мера была призвана исключить неоднократное использование результатов прошлого труда при новых вычислениях и повысить заинтересованность производителя в повышении добавленной стоимости.

2. Использование показателя нормативной чистой продукции для исчисления роста производительности труда. Предполагалось, что это позволит более точно показывать изменения в затратах труда в различных отраслях. Нормативная чистая продукция представляла собой сумму зарплаты, социального страхования и прибыли, получаемой предприятием на «выходе».

3. Внедрение определенных изменений в системе управления народного хозяйства.

4. Учет при оценке выполнения предприятием заданий по выпуску продукции в натуральном выражении продукции, поставляемой только по договорам и нарядам-заказам.

5. Отдельные указы устанавливали необходимость эффективного использования ресурсов, перехода от узкоотраслевой экономики. Разработку планов на следующую пятилетку Госплан СССР должен был осуществлять с учетом научно-технических достижений последних 20 лет.

Принятие Постановления было продиктовано необходимостью совершенствования хозяйственного механизма в связи с усложнением и масштабным расширением производства, а также требованиями новой научно-технической революции.

Как отечественные, так и зарубежные исследователи, оценивая эффект Постановления, в целом характеризуют его негативно. Так, английский советолог и экономист Ф. Хансон указывал на незначительность результатов, приходя к выводу, что данная попытка совершенствования хозяйственного механизма олицетворяет тупик, которого достигла экономическая политика СССР [14]. Ф. Хансон подчеркивал, что на начальном этапе реализации реформы 1979 г. имелись определенные положительные стороны предполагаемых изменений. Например, задумывалось, что внедрение нормативной чистой продукции позволит избежать искажений при учете выполненной работы предприятий с высокими удельными текущими материальными затратами. В то же время Ф. Хансон указывает и на фундаментальные проблемы существовавшей экономической системы, которые препятствовали успешному внедрению и практическому применению учета по нормативной чистой продукции, а именно сложную систему планирования. Новый способ учета роста производительности труда требовал более гибкую систему ценообразования, которая оставалась неизменной на протяжении долгого времени. Как следствие, это привело к пересмотру списка промышленных оптовых цен 1 января 1982 г. [15]. Все усилия, приложенные для стабильной реализации мер по совершенствованию хозяйственного механизма, не возымели должного эффекта из-за того, что многие чиновники продолжали использовать показатели валовой продукции для установления ценовых показателей производительности труда.

Практически все зарубежные советологи негативно отзываются о Постановлении, считая его крайне противоречивой и неэффективной мерой с консервативным уклоном, которую пытались осуществить в рамках проблематичной административно-командной советской экономической системы. Оценивая проводимую «реформу», французский историк и советолог Н. Верт отмечал, что это была неудачная попытка остановить надвигающийся кризис советской экономики, являвшийся результатом провала «беспреданно выхолащиваемой реформы» (имеется в виду хозяйственная реформа 1965 г.) [4].

Отрицательное мнение о Постановлении высказывал и английский экономист и советолог А. Ноув. Он подчеркивал, что меры, направленные на исправление серьезных дефектов экономической системы, неэффективны без устранения первопричин этих дефектов. По его мнению, Постановление не решало проблему централизации системы, а только усугубляла его, что привело к перегрузке центральных органов планирования [20]. Советолог соглашался с тем, что нововведения могли способствовать улучшению планирования и управления,

например, в области строительства. Так, строительная отрасль получала большой стимул к окончанию строительства в срок, но, как отмечал А. Ноув, строители все равно могли затянуть сдачу строящихся объектов из-за нехватки необходимых материалов, и эта ситуация приносила маргинальную прибыль в строительной отрасли [21]. Комментируя внедрение показателя нормативной чистой продукции для исчисления производительности труда, А. Ноув полагал, что по первому впечатлению это грамотный шаг, направленный на формирование объективной оценки стоимости продукции, обеспечивающей заинтересованность производителей в создании качественной итоговой продукции. Тем не менее, как отмечалось выше, по мнению А. Ноува, меры, призванные способствовать дополнительной мотивации, лишь привели к чрезмерной нагрузке планировщиков, обусловленной тотальной централизацией экономики [21].

Аналогичной позиции придерживался и западногерманский социолог и экономист Г.-Г. Хеманн. Он указывал, что подобные «реформы» неизбежно ограничиваются рамками системы, приводя к образованию «смешанной системы», проигрывающей в эффективности по сравнению с сильно централизованной системой [17]. По его мнению, мероприятия по совершенствованию хозяйственного механизма, проводившиеся в соответствии с Постановлением, стали наглядным примером, подтверждающим вышеуказанную закономерность. Оценивая итоги проводимых преобразований, Г.-Г. Хеманн справедливо отмечал, что «шаги по перестройке советской системы планирования, предпринятые в июле 1979 г. Центральным Комитетом и Советом Министров, не означают никакой принципиальной переориентации советской экономической политики. Они основаны не на новой, далеко идущей реформе (типа «нового экономического механизма», ядро которого связано с рыночной экономикой), а скорее всего ограничены рамками усилий советского руководства смягчить и рационализировать традиционную систему административно-командной, плановой экономики» [18, с. 13].

Схожей с предыдущими авторами точки зрения придерживался и американский экономист М. Борнштейн, полагая, что взятый правительством СССР курс на совершенствования хозяйственного механизма являлся попыткой министерств центральных органов усилить контроль над финансированием экономики СССР [11].

Все советологи подчеркивали громоздкость и негибкость бюрократического аппарата СССР. Английский экономист Д. Дайкер указывал на то, что дисбаланс и противоречивость Постановления привели к тому, что основная нагрузка по планированию производственных результатов легла на плечи центральных планировщиков, которые, в свою очередь, были крайне перегружены и неспособны вовремя и качественно реагировать на поступающие требования [13].

Последствия непродуманности Постановления рассматривались и в контексте хозяйственной реформы 1965 г. По мнению некоторых советологов, итоги реформы 1979 г. окончательно привели к отказу от всех достижений реформы 1965 г. [4]. Данную точку зрения разделял английский экономист и советолог Р. Амани. По его мнению, в контексте основных своих положений Постановление демонстрирует «окончательный отход от реформы 1965 г. с ее акцентом на экономические стимулы и общие плановые показатели и поворот к более жесткому централизованному и детализированному регулированию экономики» [11, с. 45].

Ф. Хансон подверг сильной критике невозможность принятия и выполнения предписаний нового закона на всех уровнях власти, приводя в качестве примера реальную парадоксальную ситуацию, когда сталелитейный завод предоставил отчет о росте производительности труда, опираясь на новый закон 1979 г., но был оштрафован профильным министерством за невыполнение плана по тоннажу произведенной продукции [9; 14].

Английский экономист Д. Дайкер также указывал на противоречивый характер мер, вводимых Постановлением:

- сохранение расчета степени выполнения договора поставок по объему реализованной продукции, несмотря на использование показателя нормативной чистой продукции;
- сохранение мероприятий в рамках социалистических соревнований и реализации постановлений встречных планов, приводивших к тому, что сформированные согласно новым указам устойчивые нормы на текущий период пятилетнего плана для фондов материального поощрения не могли быть выполненными ввиду сохраняющейся и усиливающейся ресурсной неустойчивости и колебания планов;
- в результате «реформы» 1979 г. устанавливается одинаковое значение оценки финансовой деятельности как по снижению себестоимости, так и по уровню прибыли, что приводит к отсутствию единого показателя для оценки финансовой деятельности;

– попытка рационализации использования рабочей силы на основе экономии фонда заработной платы, сталкивавшаяся с фундаментальной преградой, а именно недопущением возникновения в СССР безработицы, что приводило к трудоустройству освобожденных рабочих в других отделах [13].

Большинство зарубежных советологов соглашались с неизбежностью провала Постановления вследствие его противоречивости и общей несбалансированности народного хозяйства СССР. Данное мнение также можно подтвердить низким ростом валового внутреннего продукта (далее – ВВП) СССР. Согласно статистическим данным экономиста А. Мэддисона, средний прирост ВВП с 1979 г. по 1985 г. составил 9 % [19].

В то же время попытка ввести бригадный и коллективный подряд, предпринятая в СССР в начале 1980-х гг., оценивалась зарубежными аналитиками положительно, а критические замечания в адрес обоих мероприятий носили частный характер. Внедрение данной системы организации труда производилось в рамках кампании по совершенствованию хозяйственного механизма, подкрепленной принятием в 1983 г. закона «О трудовых коллективах и повышении их роли в управлении предприятиями, учреждениями, организациями» [3]. Данная организация труда получила свое распространение в разных областях производства, в том числе и в строительстве. Так, согласно статистическому сборнику «Народное хозяйство СССР за 70 лет. Юбилейный статистический ежегодник», число занятых в строительстве бригад в 1980 г. составляло 81,0 тыс. чел. и к 1985 г. достигло 106,2 тыс. чел. К 1985 г. объем строительно-монтажных работ, выполненный бригадными подрядами составил 51,9 % от общего объема строительных работ [8].

Переход к системе бригадного и коллективного подряда оценивался некоторыми советологами как адекватный шаг. Так, она находит положительный отклик в работе Н. Вайна (ФРГ), называвшего ее первой попыткой облегчить жесткие рамки существующей экономической системы, однако оговаривавшего, что существовавшая социально-экономическая система не позволила в полной мере использовать потенциал принятых инициатив [22].

Ф. Хансон обращал внимание на невозможность оценки роли бригадного подряда в улучшении производительности труда в сельском хозяйстве из-за отсутствия достоверных данных на местах [14]. Он также отмечал, что данная попытка внедрить новую форму организации труда с возможностью колхозов и совхозов самостоятельно принимать организационные решения столкнулась с фундаментальным сопротивлением вышестоящих систем, начиная с Госплана и заканчивая филиалами министерств.

Внедрение бригадного подряда не вступало в противоречие с существовавшей системой социалистического производства, но порождало определенные сложности. По мнению Н. Вайна, для руководителей предприятий они заключались в проблемах при увольнении по статусу высвобожденных работников, а также невозможности полноценно реализовать принцип дифференциации оплаты труда в условиях практиковавшейся в рассматриваемый период «уравниловки».

Находит одобрение среди зарубежных аналитиков и экономический эксперимент 1984 г., а именно постановление ЦК КПСС и СМ СССР от 14 июля 1983 г. «О дополнительных мерах по расширению прав производственных объединений (предприятий) промышленности в планировании и хозяйственной деятельности и по усилению их ответственности за результаты работы», который, как известно, был последней доперестроечной попыткой улучшить хозяйственный механизм [1]. Он заключался в проверке методов ведения хозяйства, способствующих эффективному использованию технических, трудовых и финансовых ресурсов, использовании современных технологических новинок на производстве, расширении оперативно-хозяйственной самостоятельности предприятий, предоставлении руководителям предприятий права устанавливать надбавки к заработной плате сотрудников, и был направлен на увеличение роста производительности труда. Данный эксперимент проводился в ряде министерств республик СССР.

Тут, как и в отношении попытки правительства СССР усовершенствовать хозяйственный механизм посредством внедрения бригадного подряда, зарубежные аналитики отмечают немало позитивных моментов. По мнению Б. Дитца (ФРГ), нововведенные меры способствовали расширению прав администрации советских предприятий и объединений, предоставляли им самостоятельность в принятии решений по окладам рабочих и надбавок (возможных при освобождении дополнительных средств в результате сокращения штата), что способствовало увеличению производительности труда, обеспечению стабильности поставок и уменьшению материалоемкости продукции [12].

В то же время Б. Дитц подвергла критике заявленные меры по укреплению трудовой дисциплины, которым не приносили в существовавшую экономическую систему никаких новшеств. Аналогичные выводы сделал и Г.-Г. Хеманн, констатируя, что запланированные результаты экономического эксперимента 1984 г. были

также отображены и заявлены в реформах 1973 г. и 1979 г. [16]. Данной позиции придерживался и М. Борнштейн, который также отмечал схожесть основных принципов преобразований 1984 г. с попытками улучшить существующую экономическую систему, проводившихся в предыдущие годы [11].

Заключение

Приведенный обзор публикаций зарубежных авторов, в которых содержатся оценки попыток совершенствования хозяйственного механизма СССР в конце 1970-х – первой половине 1980-х гг. позволяет сделать следующие выводы.

1. Попытки совершенствования хозяйственного механизма СССР конце 1970-х – первой половине 1980-х гг. находились в центре внимания многих зарубежных советологов ввиду того, что данный период экономического развития СССР характеризовался спадом темпов производства и назреванием необходимости структурных изменений хозяйственного механизма.

2. Можно отметить, что предоставленные оценки советологов выглядят вполне реалистично.

3. Зарубежные советологи отмечали консервативную направленность проводимой экономической политики и делали выводы о необходимости радикальных рыночных преобразований для предотвращения более серьезного кризиса.

4. Лейтмотивом в зарубежных исследованиях проходил тезис о том, что плановое хозяйство изжило себя, и его относительный запас прочности обеспечивался лишь масштабностью советской экономики и огромными природными ресурсами, которыми располагал СССР.

Библиографический список

1. Постановление ЦК КПСС, Совмина СССР от 14.07.1983 № 659 «О дополнительных мерах по расширению прав производственных объединений (предприятий) промышленности в планировании и хозяйственной деятельности и по усилению их ответственности за результаты работы» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=43811#05055167455206976> (дата обращения: 29.11.2020).
2. Постановление ЦК КПСС, Совмина СССР от 12.07.1979 № 695 «Об улучшении планирования и усилении воздействия хозяйственного механизма на повышение эффективности производства и качества работы» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=2832#02715720474233295> (дата обращения: 29.11.2020).
3. Закон СССР от 17.06.1983 «О трудовых коллективах и повышении их роли в управлении предприятиями, учреждениями, организациями» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=439#01412577935852648> (дата обращения: 29.11.2020).
4. Верт, Н. История Советского государства. 1900–1991: учебное пособие. – М.: Прогресс: Прогресс Академия, 1996. – 480 с.
5. Давыдова, Ю.А., Громенко, В.В. Экономические реформы в период «застоя»: 1964–1985 гг. // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 7. – С. 76–80.
6. Дроздов, В.В. Экономическая политика СССР в 1965–1985 гг. Оценки зарубежных аналитиков: монография. – М.: МАКС Пресс, 2001. – 96 с.
7. Коваленко, С.Г. Реформы управления народным хозяйством СССР середины 1950-х – 1970-х гг. // Вопросы истории. – 2008. – № 6. – С. 37–47.
8. Народное хозяйство СССР за 70 лет: Юбилейный статистический ежегодник. – М.: Финансы и статистика, 1987. – 766 с.
9. Правда. – Москва. – 1981. – № 222. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/doc/21529102> (дата обращения: 29.11.2020).
10. Amann, R. Die Effizienz von Forschung und Entwicklung in der Sowjetunion [Эффективность научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в Советском Союзе] // Wirtschaftsprobleme Osteuropas in der Analyse: ausgewählte Beiträge zum Zweiten Weltkongress für Sowjet- und Osteuropastudien [Экономические проблемы Восточной Европы в анализе: избранные материалы для второго Всемирного конгресса советских и восточноевропейских исследований] / Hrsg. von H. Vogel. – Berlin: Berlin Verlag, 1982. – P. 45.
11. Bornstein, M. Improving the Soviet economic mechanism // Soviet Studies. – 1985. – Vol. 37, no. 1. – Pp. 1-30.
12. Dietz, B. UdSSR: Wie weiter mit der «Vervollkommnung» der Wirtschaftsplanung [СССР: Как дальше с «совершенствованием» экономического планирования]. – Köln: Bundesinstitut für Ostwissenschaftliche und Internationale Studien, 1984. – 27 p.

13. Dyker, D.A. Half-hearted reform: the new planning decree // *Soviet Analyst*. – 1979. – Vol. 8, no. 20. – 256 p.
14. Hanson, P. *The rise and the fall of the Soviet economy*. – London: Pearson Education, 2003. – 292 p.
15. Hanson, P. Success indicators revisited: the July 1979 Soviet Decree on Planning and Management // *Soviet Studies*. – 1983. – Vol. 35, no. 1. – Pp. 1–13.
16. Höhmann, H.-H. Osteuropas Wirtschaft 1981-1984. Wachstum, Reformen, Probleme der Aussenwirtschaft [Экономика Восточной Европы 1981-1984: рост, реформы, проблемы внешней торговли] // *Osteuropa*. – 1985. – No. 1. – Pp. 3–15.
17. Höhmann, H.-H., Seidensteher, G. Sowjetische Wirtschaft 1978/79: anhaltende Produktivitätsprobleme [Советская экономика 1978/79: хронические проблемы производительности]. – Köln, 1979. – 45 p.
18. Höhmann, H.-H. Veränderungen im sowjetischen Wirtschaftssystem [Изменения в советской экономической системе]. – Köln: Triebkräne. Dimensionen und Grenzen, 1980. – 37 p.
19. Maddison, A. *The world economy*. Vol. 2: Historical Statistics. – Paris: Development Centre Studies – OEC, 2006. – 653 p.
20. Nove, A. *Das sowjetische Wirtschaftssystem* [Советская экономическая система]. – Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft; 1. Aufl edition, 1980. – 491 p.
21. Nove, A., Höhmann, H.-H. *The East European economies in the 1970s*. – London: Butterworth & Co (Publishers) Ltd, 1982. – 362 p.
22. Wein, N. *Die Sowjetunion* [Советский Союз]. – Paderborn et al., 1983. – 248 p.

References

1. Resolution of the Central Committee of the Communist Party of the Soviet Union and the Council of Ministers of the USSR No.659, dated on July 14, 1983 “On Additional Measures to Expand the Rights of Industrial Associations (Enterprises) in Planning and Economic Activities and to Strengthen their Responsibility for the Results of Their Work, *Legal reference system “ConsultantPlus”*. Available at: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=43811#05055167455206976> (accessed 29.11.2020). (In Russian).
2. Resolution of the Central Committee of the Communist Party of the Soviet Union and the Council of Ministers of the USSR No. 669, dated on July 12, 1979 “On Improving the Planning and Strengthening the Impact of the Economic Mechanism on Improving the Efficiency of Production and the Quality of Work”, *Legal reference system “ConsultantPlus”*. Available at: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=2832#02715720474233295> (accessed 29.11.2020). (In Russian).
3. Law of the USSR, dated on June 17, 1983 “On Labor Collectives and Increasing Their Role in the Management of Enterprises, Institutions, and Organizations”, *Legal reference system “ConsultantPlus”*. Available at: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=439#01412577935852648> (accessed 29.11.2020). (In Russian).
4. Vert N. *History of the Soviet state. 1900-1991: tutorial*, Moscow, Progress, Progress Akademiya, 1996, 480 p. (In Russian).
5. Davydova Yu.A., Gromenko V.V. Economic reforms in the period of “stagnation”: 1964-1985, *Theory and Practice of Social Development*, 2014, no. 7, pp. 76–80. (In Russian).
6. Drozdov V.V. *Economic policy of the USSR in 1965-1985. Estimates of foreign analysts: monograph*, Moscow, 2001, 96 p. (In Russian).
7. Kovalenko S.G. Reforms of the management of the national economy of the USSR in the mid-1950s – 1970s, *Issues of History*, 2008, no. 6, pp. 37–47. (In Russian).
8. *National economy of the USSR for 70 years: Jubilee statistical yearbook*, Moscow, Finansy i statistika, 1987, 766 p. (In Russian).
9. *Pravda*, Moscow, 1981, no. 222. Available at: <https://dlib.eastview.com/browse/doc/21529102> (accessed: 29.11.2020). (In Russian).
10. Amann R. The efficiency of research and development in the Soviet Union [Die Effizienz von Forschung und Entwicklung in der Sowjetunion], *Economic problems of Eastern Europe in analysis: selected contributions to the Second World Congress on Soviet and Eastern European Studies* [Wirtschaftsprobleme Osteuropas in der Analyse: ausgewählte Beiträge zum Zweiten Weltkongress für Sowjet- und Osteuropastudien], Hrsg. von H. Vogel. B., Berlin, Berlin Verlag, 1982, p. 45. (In German).
11. Bornstein M. Improving the Soviet economic mechanism, *Soviet Studies*, 1985, vol. 37, no.1, pp. 1–30.
12. Dietz B. *USSR: how to continue with the “perfection” of economic planning* [UdSSR: Wie weiter mit der «Vervollkommnung» der Wirtschaftsplanung], Köln, Bundesinstitut für Ostwissenschaftliche und Internationale Studien, 1984, 27 p. [In German].
13. Dyker D.A. Half-hearted reform: the new planning decree, *Soviet Analyst*, 1979, vol. 8, no. 20, 256 p.
14. Hanson P. *The rise and the fall of the Soviet economy*, London, Pearson Education, 2003, 292 p.
15. Hanson P. Success indicators revisited: the July 1979 Soviet Decree on Planning and Management, *Soviet Studies*, 1983, vol. 35, no.1, pp. 1–13.
16. Höhmann H.-H. Eastern European Economy 1981-1984. Growth, reforms, problems of foreign trade [Osteuropas Wirtschaft 1981-1984. Wachstum, Reformen, Probleme der Aussenwirtschaft], *Osteuropa*, 1985, no.1, pp. 3-15. [In German].

17. Höhmann H.-H., Seidensteher G. *Soviet economy 1978/79: persistent productivity problems* [*Sowjetische Wirtschaft 1978/79: anhaltende Produktivitäts problem*], Köln, 1979, 45 p. [In German].
18. Höhmann H.-H. *Changes in the Soviet economic system* [*Veränderungen im sowjetischen. Wirtschaftssystem*], Köln, Triebkräne. Dimensionen und Grenzen, 1980, 37 p. [In German].
19. Maddison A. *The world economy, vol. 2: Historical Statistics*, Paris, Development Centre Studies – OEC, 2006, 653 p.
20. Nove A. *The Soviet economic system* [*Das sowjetische Wirtschaftssystem*], Baden-Baden, Nomos Verlagsgesellschaft, 1. Aufl edition, 1980, 491 p. [In German].
21. Nove A., Höhmann H.-H. *The East European economies in the 1970s*, London, Butterworth & Co (Publishers) Ltd, 1982, 362 p.
22. Wein N. *The Soviet Union* [*Die Sowjetunion*], Paderborn et al., 1983, 248 p. [In German].

Рубаева Ляна Махарбековна

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации» (Финуниверситет) Владикавказский филиал, г. Владикавказ, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-9943-8536

e-mail: Lyana.rubaeva@yandex.ru

Датиева Агунда Алановна

студент, ФГБОУ ВО «Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации» (Финуниверситет) Владикавказский филиал, г. Владикавказ, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-7605-0069

e-mail: datieva_2000@mail.ru

Lyana M. Rubaeva

Cand. Sci (Econ.), Financial University under the Government of the Russian Federation (Vladikavkaz branch), Vladikavkaz, Russia

ORCID: 0000-0001-9943-8536

e-mail: Lyana.rubaeva@yandex.ru

Agunda A. Datieva

Student, Financial University under the Government of the Russian Federation (Vladikavkaz branch), Vladikavkaz, Russia

ORCID: 0000-0002-7605-0069

e-mail: datieva_2000@mail.ru

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОЛОЖЕНИЯ СТРАН ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ

Аннотация. Рассмотрен вопрос достижения странами Западной Европы максимально стабильного социально-экономического положения. Выделены социально-экономические факторы, характеризующие государства с развитой экономической системой. Проведен сравнительный анализ макроэкономических показателей стран с развитым социально-экономическим положением: Германии, Франции и Великобритании. Отмечена связь между теми отраслями экономики, которые позволили развитым странам в настоящее время достичь наибольших результатов. На основании исследования определены основные положения, стимулирующие экономическое, а также социальное развитие рассмотренных государств.

Ключевые слова: валовой внутренний продукт, инновационная экономика, макроэкономические показатели, научно-технический прогресс, производительность труда, социально-ориентированная экономика, стабильная экономика, уровень безработицы, уровень инфляции, экономический рост

Для цитирования: Рубаева Л.М., Датиева А.А. Анализ экономического положения стран Западной Европы//Вестник университета. 2021. № 1. С. 106–110.

ANALYSIS OF THE ECONOMIC SITUATION IN WESTERN EUROPE

Abstract. The article considers the issue of achieving the most stable socio-economic situation in the countries of Western Europe. The paper highlights socio-economic factors that characterize states with a developed economic system. The authors make a comparative analysis of the macroeconomic indicators of countries with a developed socio-economic situation: Germany, France and the United Kingdom. The study notes the relationship between the sectors of the economy that have allowed developed countries to achieve the greatest results at present time. Based on the study, the authors identify the main provisions that stimulate the economic and social development of the considered states.

Keywords: economic growth, gross domestic product, inflation rate, innovative economy, labor productivity, macroeconomic indicators, scientific and technological progress, socially-oriented economy, stable economy, unemployment rate

For citation: Rubaeva L.M., Datieva A.A. (2021) Analysis of the economic situation in Western Europe. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 106–110. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-106-110

Введение

Основной составляющей любой страны является стабильная экономика. Высокая производительность труда, низкий уровень безработицы, преобладающий сектор инновационной экономики с высокими технологиями – все это неотъемлемые факторы государства с развитой экономической системой. Следует отметить, что для достижения положительной динамики в экономике важно придерживаться социально-ориентированной экономической политики.

Для того чтобы определить, как страны с развитым экономическим положением смогли получить достаточно высокие качественные и количественные показатели на микро- и макроуровнях, проанализируем экономику стран Западной Европы на примере трех стран – Германии, Франции и Великобритании.

© Рубаева Л.М., Датиева А.А., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Rubaeva L.M., Datieva A.A., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Анализ макроэкономических показателей

К основным макроэкономическим показателям, определяющим уровень социально-экономического положения государства, относят: валовой внутренний продукт (далее – ВВП), уровень инфляции и уровень безработицы, поэтому принято оценивать именно их [5]. Динамика ВВП рассматриваемых стран в период с 2005 г. по 2019 г. представлена в таблице 1.

Таблица 1

Валовой внутренний продукт стран Западной Европы в динамике, млрд долл. США

Год	Страна		
	Германия	Великобритания	Франция
2005	2 866,0	2 527,8	2 199,6
2006	3 004,9	2 700,9	2 320,5
2007	3 444,7	3 085,3	2 660,8
2008	3 770,1	2 934,7	2 932,2
2009	3 426,6	2 403,3	2 697,0
2010	3 423,4	2 455,3	2 647,5
2011	3 761,1	2 635,7	2 864,0
2012	3 545,9	2 677,0	2 685,3
2013	3 753,6	2 755,3	2 811,9
2014	3 904,9	3 036,3	2 856,6
2015	3 383,0	2 897,0	2 439,4
2016	3 496,6	2 669,1	2 466,1
2017	3 700,6	2 639,9	2 587,6
2018	4 000,3	2 828,6	2 775,2
2019	3 963,8	2 829,1	2 761,6

Источник: [7]

Из сравнения объема ВВП трех стран следует: первое место занимает Германия, второе – Великобритания, третье – Франция. Наибольший объем произведенных товаров и услуг Германии приходится на 2018 г., где ВВП составил 4 000,3 млрд долл. США. В Великобритании максимальный объем ВВП приходится на 2007 г., а во Франции наибольший объем ВВП наблюдался в 2008 г.

Германия

Экономика Германии, как части Европейского союза (далее – ЕС), показывает достаточно высокий уровень экономического роста. Она оказывает значительное влияние на экономику Еврзоны. Стоит отметить разнонаправленную ориентированность экономической политики страны. Основными отраслями промышленности в Германии являются автомобильная, электротехническая, химическая, судостроительная, каменноугольная, благодаря которым и обеспечивается высокий уровень ВВП.

Одной из наиболее сильных сторон, безусловно, является область машиностроения. В ряд крупных компаний автомобильной промышленности Германии входят: Audi, BMW, Volkswagen и Porsche Automobil Holding [2]. Германия славится не только своими высококлассными автомобилями, но именно там возникли многие знаменитые бренды, весь мир знает Adidas и Puma в индустрии моды. В 1950–1970 гг. в Германии появились и другие бренды, без которых сегодня уже сложно представить эту индустрию.

В химической отрасли значительное место занимают такие компании, как Bayer AG, LANXESS AG, а также EvonikIndustries AG.

Стоит отметить тот факт, что качество рабочей силы в Германии остается одним из наиболее высоких, вследствие чего Германия остается одной из влиятельных стран на мировой арене. Даже в самые сложные времена в Германии сохранялся низкий уровень безработицы. Германия на протяжении многих времен

демонстрировала свои лучшие качества и не просто медленно «ползла», а становилась примером для тех, кто находился на несколько шагов впереди. Именно Германия является одним из основных инициаторов создания ЕС. Однако нет такой страны, которая бы справлялась со всеми проблемами, так и у Германии есть свои недочеты – одними из таких проблем являются вопросы с эмигрантами и энергетикой [3]. Германия постепенно преломляет возникающие на пути развития проблемы через поиск альтернативных решений.

Великобритания

В Великобритании основной упор среди отраслей промышленности делается на автомобильную, легковую, газовую и химическую, а также на добычу и переработку нефти.

Крупнейшие на данный момент компании в сфере автомобильной промышленности – Jaguar, Aston Martin, Fiat Chrysler Automobiles. Эта отрасль активно развивается, и подтверждением тому служит создание CNH Industrial, которая была основана не так давно. Она была образована в результате объединения Fiat Industrial SpA и CNH Global NV.

Среди крупнейших производителей нефтяной и нефтегазовой промышленности Великобритании выделяют: Technip FMC Plc, BP Plc, EnSCO Plc и Centrica Plc.

Франция

Во Франции особое место занимают: нефтегазовая, автомобильная, пищевая, легкая и электронная промышленность. Среди крупнейших промышленных компаний Франции выделяют: Total, Électricité de France, Renault, Schneider Electric, Saint-Gobain, L'Oréal, Christian Dior [4].

Стратегии экономического роста

Экономический рост определяет характер функционирования национального хозяйства. Как известно, большинство стран Западной Европы достигают высоких показателей объемов национального производства в результате использования в экономике интенсивных факторов экономического роста, а именно ускорения научно-технического прогресса, то есть обоснования и внедрения новых основных фондов, а также повышения квалификации работников. Например, при рассмотрении материалов стратегии «Европа 2020» можно убедиться, насколько развитые страны уделяют внимание инновационному фактору [1]. Указанная стратегия имеет семь приоритетных направлений деятельности, которые приведены на рисунке 1.

1. Инновационный союз
2. Движение Молодежи
3. План развития цифровых технологий в Европе
4. Целесообразное использование ресурсов в Европе
5. Институциональная политика направленная на глобализацию
6. План по развитию новых способностей и увеличению количества рабочих мест
7. Европейская политика против бедности

Составлено авторами по материалам источника [1]

Рис. 1. Основные направления развития стратегии «Европа 2020»

Каждое из этих направлений нацелено на преодоление тех трещин в экономике, с которыми не справилось предыдущее, то есть Лиссабонская стратегия 2000–2010 гг. Эти провалы касаются преодоления высокого уровня безработицы, развития научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, а также снижения объема внешнего долга.

Стратегия «Европа 2020» определила три основных фактора укрепления экономики, к которым относят:

- развитие экономики, основанное на знаниях и инновациях;
- целесообразное использование ресурсов экономических требований и конкуренции, что будет способствовать устойчивому росту экономики;
- повышение уровня занятости, достижение социального и территориального сплочения, то есть интегрирующий рост.

В 2017 г. на римском саммите ЕС главы 27 европейских государств подписали декларацию, которая определила курс развития данной стратегии без Великобритании [6]. Лидеры ЕС договорились следовать четырем факторам:

- безопасная Европа;
- процветающая и устойчивая Европа;
- социальная Европа;
- более сильная на мировой сцене Европа [1].

Что касается конкретно инновационной и исследовательской сферы деятельности экономики, то Германия, Австрия и Швеция за 2019 г. увеличили затраты на исследования и разработки на 3 % ВВП. Крупнейшим сектором инвестирования стала область научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

Влияние пандемии COVID-19 на экономику

Возникшая в 2020 г. пандемия коронавирусной инфекции COVID-19 показала имеющиеся серьезные проблемы в экономике многих стран мира. Введенные ограничительные меры, снижающие риск распространения COVID-19, неизбежно ведут к снижению деловой активности и экономическому спаду в мире в целом. Подтверждением тому служит изменение уклада жизни людей: закрытие границ, удаленная работа, онлайн-обучение, а самое главное то, что большинство компаний терпят убытки, среди них – JCPenney, J.Crew, Neiman Marcus, Intelsat, Pioneer Energy, Flybe и другие.

Пандемия нанесла значительный ущерб экономике ведущих стран Европы.

Во Франции кризис затронул все без исключения отрасли экономики. Отмечены следующие тенденции в экономических процессах: снижение ВВП на 13,8 %; банкротство многих компаний; уменьшение объемов инвестиций на 17 %. Прогнозируется, что уровень безработицы к 2021 г. здесь достигнет исторического максимума [8].

Подобная ситуация сложилась и в Германии. Наблюдается: падение ВВП на 10,1 %; снижение спроса в туристической отрасли; рост безработицы в период пандемии [9].

В связи с ростом экономического ущерба в работе фирм и предприятий, руководство Германии приняло трехступенчатый план экономической помощи, который включает: предоставление гибких кредитов; государственную поддержку фирмам пострадавших в период пандемии; закрытие государственных границ с рядом стран.

Такое же нестабильное положение характерно для экономики Великобритании. Она попадает в число стран, наиболее пострадавших от пандемии. К концу 2021 г. прогнозируют падение объема ВВП 6 %; рост безработицы в среднем до 7,4 % [10].

Дальнейшие действия пострадавших стран по восстановлению экономического положения будут зависеть от мер по поддержанию бизнеса и сохранению рабочих мест. Большинство развитых государств планируют восстановление экономического положения к концу 2021 г., но это будет лишь частичное восстановление после рецессии.

Заключение

Современный уровень экономического развития стран Западной Европы прошел несколько этапов преобразований до того, как смог достичь высоких темпов экономического роста, которые можно наблюдать

в настоящее время. Множество экономических реформ, проводимых в послевоенное время, в конечном счете, вывели страны Западной Европы, а именно Германию и Великобританию, на позицию экономических лидеров в Европе.

Учитывая некоторый спад в экономике развитых стран, произошедший в 2020 г. можно сказать, что 2021 г. будет годом восстановления. Особое внимание будет уделено безработице. Стоит отметить то, что пандемия ускорила некоторые процессы, это касается, например, перехода к онлайн-образованию, спроса на виртуальные услуги, но об их качественном исполнении пока говорить рано.

Библиографический список

1. Стратегия «Европа 2020» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bit.ly/3cHiAd8> (дата обращения: 18.11.2020).
2. Захаров, А. Н., Старовая, Ю. А. Внешняя торговля Германии // Российский внешнеэкономический вестник. – 2018. – № 10. – С. 49-58.
3. Куликова, Ю. О. Проблемы миграции в странах Европы // Молодой ученый. – 2017. – № 12 (146). – С. 417-420.
4. Маркина, А. Н. Анализ открытости экономики и внешнеторговых связей Франции // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 7 (60) – С. 150-153.
5. Назина, О. Р. Основы регулирования экономического развития в развитых странах // Молодой ученый. – 2018. – № 47 (233). – С. 262-263.
6. Османова, С. А. Анализ и прогнозы разрешения экономических проблем в связи с выходом Соединенного Королевства из Европейского союза // Экономика, управление, финансы: материалы VIII Международной научной конференции (г. Краснодар, февраль 2018 г.). – Краснодар: Новация, 2018. – С. 46-49.
7. Мировые Финансы – экономика, рынки, инвестиции. Банковские карты, вклады и кредиты, микрозаймы. Биткоин и криптовалюты, Форекс и бинарные опционы. Статистика, аналитика, рейтинги. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://global-finances.ru> (дата обращения: 18.11.2020).
8. Мировые новости // SLON. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://slon.fr> (дата обращения: 18.11.2020);
9. Из-за пандемии Германия потеряла 10,1% ВВП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://germania.one/iz-za-pandemii-germanija-poterjala-10-1-vvp/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 18.11.2020).
10. Коммерсантъ United Kingdom [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru> (дата обращения: 18.11.2020).

References

1. *Strategy “Europe 2020”*. Available at: <https://bit.ly/3cHiAd8> (accessed 18.11.2020). (In Russian).
2. Zakharov, A. N., Starovaya, Yu. A. Foreign trade of Germany, *Russian Foreign Economic Journal*, 2018, no. 10, pp. 49-58. (In Russian).
3. Kulikova Yu. O. Problems of migration in European countries, *Molodoi uchenyi*, 2017, no. 12 (146), pp. 417-420. (In Russian).
4. Markina A. N. Analysis of the openness of the economy and foreign trade relations of France, *Economy and business: theory and practice*, 2020, no. 7 (60), pp. 150-153. (In Russian).
5. Nazina O. R. Fundamentals of economic development regulation in developed countries, *Molodoi uchenyi*, 2018, no. 47 (233), pp. 262-263. (In Russian).
6. Osmanova S. A. Analysis and forecasts of the solution of economic problems in connection with the withdrawal of the United Kingdom from the European Union, *Economics, Management, Finance: Proceedings of the VIII International Scientific Conference (Krasnodar, February, 2018)*, Krasnodar, Novatsiya, 2018, pp. 46-49. (In Russian).
7. *World Finance – economics, markets, investments. Bank cards, deposits and loans, microloans. Bitcoin and crypto currencies, forex and binary options. Statistics, analytics, ratings*. Available at: <http://global-finances.ru> (accessed 18.11.2020). (In Russian).
8. World News, *SLON*. Available at: <https://slon.fr> (accessed 18.11.2020).
9. *Because of the pandemic, Germany lost 10.1% of GDP*. Available at: https://germania.one/iz-za-pandemii-germanija-poterjala-10-1-vvp/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (accessed 18.11.2020).
10. *Kommersant United Kingdom*. Available at: <https://www.interfax.ru> (accessed 18.11.2020).

Тетцоева Ольга Алексеевна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва,
Российская Федерация
ORCID: 0000-0001-5519-8585
e-mail: o.a.2442@yandex.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТО И РЕМОНТА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Аннотация. Пандемия COVID-19 внесла коррективы в развитие экономики страны с точки зрения изменения ее структуры в отраслевом разрезе. Бизнес будет вкладываться в отрасли, функционирование которых позволит максимизировать прибыли при низких сроках окупаемости. В настоящее время в условиях сокращения объема производства автомобилей, обусловленного остановкой заводов в период карантина, сокращением покупательной способности населения, связанной с наступлением рисков безработицы вследствие банкротства предприятий, снижением уровня заработной платы и уменьшением числа вакантных рабочих мест, прогнозируется снижение спроса на новые автомобили на фоне значительного увеличения объемов продаж в сегменте поддержанных машин и, как следствие, резкий рост потребности в услугах автосервисов, осуществляющих техническое обслуживание и ремонт. В условиях конкуренции именно клиент автосервиса определит направленность развития бизнеса, которое будет осуществляться на базе цифровых технологий.

Ключевые слова: автобизнес, автосервис, клиент, конкуренция, пандемия, продажи, рынок услуг, техническое обслуживание

Для цитирования: Тетцоева О.А. Перспективы развития российского рынка ТО и ремонта в условиях пандемии//Вестник университета. 2021. № 1. С. 111–119.

Olga A. Tettsoeva
Cand. Sci. (Economics), State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0001-5519-8585
e-mail: o.a.2442@yandex.ru

DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE RUSSIAN MARKET OF TECHNICAL SERVICING AND REPAIR IN THE CONTEXT OF A PANDEMIC

Abstract. COVID-19 pandemic has made adjustments to the development of the country's economy in terms of changing its structure in the industry context. The business community will invest in industries that will maximize profits with low payback periods. Currently, at a time of decreasing automotive production caused by the suspension of the plants in the period of lockdown, the reduction in purchasing power of communities connected with the risk of unemployment occurrence in consequence of business failures, the decline in wages and lower vacancy rates, is foreseen reduced demand for new cars against the background of significant increase in sales volumes in the used cars market segment and, therefore, sharp increase in demand for car services performing technical servicing and repair. In a competitive environment, it is the client of the car service who will determine the direction of business development, which will be carried out on the basis of digital technologies.

Keywords: auto business, car service, client, competition, pandemic, sales, services market, technical servicing

For citation: Tettsoeva O.A. (2021) Development prospects of the Russian market of technical servicing and repair in the context of a pandemic. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 111–119. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-111-119

Введение

Пандемия внесла значительные коррективы в развитие экономики страны. На фоне общего сокращения объемов производства бизнес ищет наиболее перспективные направления вложения инвестиций, которые могут окупиться в достаточно короткий период времени. Одной из таких отраслей представляется рынок услуг по техническому обслуживанию (далее – ТО) и ремонту автомобильного транспорта.

© Тетцоева О.А., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Tettsoeva O.A., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

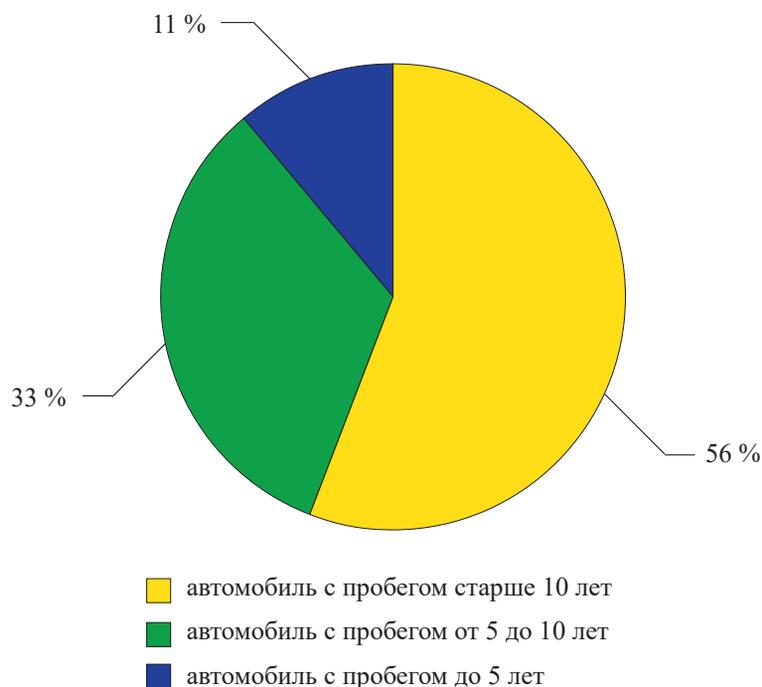


Материалы и методы

Статья базируется на обработке статистических данных о тенденциях изменения и перспективах развития рынка автобизнеса на основе анализа теоретических и эмпирических методов управления функционированием организаций автобизнеса, выводах, сделанных на основе обобщения исследований проблем российского автомобильного бизнеса. Результаты мозгового штурма и стратегических сессий, в которых автор статьи принимал непосредственное участие, положены в основу сделанных выводов.

Актуальность

В настоящее время в условиях сокращения объема производства автомобилей, обусловленного остановкой заводов в период карантина, сокращением покупательной способности населения, связанной с наступлением рисков безработицы вследствие банкротства предприятий, снижением уровня заработной платы и уменьшением числа вакантных рабочих мест, прогнозируется снижение спроса на новые автомобили на фоне значительного увеличения объемов продаж в сегменте подержанных машин и, как следствие, резкий рост потребности в услугах автосервиса (рис. 1).



Источник: [6]

Рис. 1. Возрастная структура российского рынка автомобилей с пробегом в 1 квартале 2019 г.

Дискуссия: анализ других работ

В первом квартале 2019 г. в структуре автомобилей с пробегом 56 % составляли автомобили с пробегом старше 10 лет против 33 %, приходившихся на автомобили с пробегом от 5 до 10 лет, и 11 % автомобилей с пробегом до 5 лет. По данным агентства «АВТОСТАТ» в июле 2020 г. рынок легковых автомобилей с пробегом составил 560,6 тыс. единиц. Этот показатель по сравнению с 2019 г. вырос на 13,8 %. При этом объем рынка новых авто за первые 6 месяцев 2020 г. составил 754,8 тыс. единиц, что на 12,8 % меньше соответствующего периода 2019 г., когда объем рынка новых автомобилей был на уровне 866,1 тыс. единиц.

По емкости парка на ведущие позиции по состоянию на 2020 г. вышла LADA – 13 528 685 машин, на втором месте японский бренд Toyota – 3 215 354 машин, на третьем – корейский бренд KIA – 2 148 750 машин, четвертая позиция у японского бренда Nissan – 1 933 446 машин, на пятой – французский Renault – 1 933 446, на шестой – корейская марка Hyundai – 1 933 175 машин [6].

По итогам оценки объема вторичного рынка автомобилей с пробегом в России в 2020 г. по сравнению с 2019 г. был сформирован топ-10 марок машин с пробегом (табл. 1) [13].

Таблица 1

Самые распространенные в России марки легковых автомобилей с пробегом на июль 2020 г.

№	Марка	Июль 2020 г., тыс. ед.	Июль 2019 г., тыс. ед.	Изменение, %
1	LADA	126 760	122 352	3,6
2	Toyota	62 003	54 691	13,4
3	Hyundai	32 617	25 950	25,7
4	Nissan	32 375	27 646	17,1
5	KIA	32 298	24 461	32,0
6	Volkswagen	24 425	20 192	21,0
7	Ghevrolet	23 822	20 673	15,2
8	Renault	22 230	18 334	21,3
9	Ford	21 300	19 862	7,2
10	Mitsubishi	16 795	14 666	14,5
Всего по России		560 586	492 403	13,8

Источник: [13]

Таким образом, общее количество легковых автомобилей с пробегом в России на июль 2020 г. по сравнению с аналогичным периодом 2019 г. возросло на 13,8 %. Наибольший рост среди самых распространенных в России марок пришелся на KIA – 32 %, Hyundai – 25,7 %, Renault – 21,3 % и Volkswagen – 21 %.

Дальнейшее развитие рынка услуг автосервисов основано на экономической целесообразности их функционирования и социальной ответственности соответствующего бизнеса. Экономическая целесообразность, в частности, обусловлена тем, что отдача средств, вложенных в производство запчастей и ТО проданных автомобилей, вдвое выше вложений в производство самих автомобилей. Необходимо отметить, что в 2018 г. на покупку запчастей для легковых автомобилей российские автовладельцы потратили 1,44 трлн рублей, что на 9,1 % больше, чем в предыдущем году [12].

Социальная ответственность бизнеса выражается в сокращении доли дорожно-транспортных происшествий (далее – ДТП), происходящих вследствие неисправностей транспортных средств на основе повышения качества услуг по ТО и ремонту автомобилей. В настоящее время по данным мировой статистики количество ДТП, являющихся следствием неисправности автомобилей, составляет 10–15 %. По данным Autonews, из-за технических неисправностей автомобилей в 2018 г. в России произошло 4,4 тыс. ДТП, что составило 3,8 % от общего количества аварий, в которых погибли 733 человека. При этом данные отражены только по прямым показателям наличия указанных неисправностей подвижного состава. Однако, неисправности транспортных средств нередко бывают сопутствующей причиной возникновения аварий на российских дорогах, качество которых еще более усугубляет ситуацию [7].

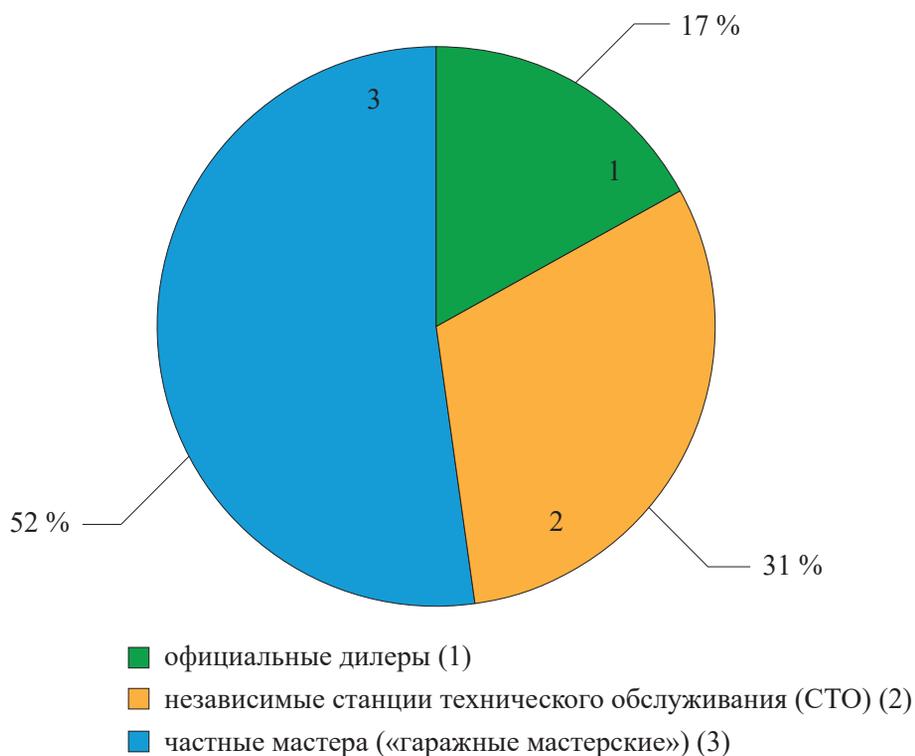
В 2019 г. в России ситуация ухудшилась. Так, доля ДТП из-за технически неисправных транспортных средств составила 4,14 % от общего их числа (+0,34 %). Всего было зарегистрировано 6 112 таких ДТП (+1 712), в которых погибло 1 015 (+282) человека, ранено – 8 924 человека. Среди основных причин выделили: установку на одну ось транспортного средства шин различных размеров, конструкции, моделей, с различным рисунком протектора, а также установку шипованных и нешипованных шин одновременно. Доля ДТП по данной причине составила 25,2 %. Наличие конструктивных изменений по сравнению с серийными транспортными средствами обусловило 20,5 %, неисправность внешних световых приборов – 14,9 %, снижение коэффициента светопропускания ниже нормативного – 11,1% случаев ДТП [7; 9; 11].

Данная тенденция продолжала развиваться и в 2020 г. Увеличение в общем парке подвижного состава машин с пробегом и большими сроками эксплуатации при отсутствии надлежащего уровня развития бизнеса ТО

и ремонта автомобилей предопределило негативное развитие ситуации и в 2020 г. Так, доля ДТП технически неисправных транспортных средств, только за 6 месяцев 2020 г. составила 5,1 %. Всего по России за этот период зарегистрировано 3 128 таких ДТП, что на 9,1 % выше предыдущего года. В них погибло 442 (-2,0%) и получили ранения 4 282 (+2,8%) человека. При этом сохранилась структура основных причин ДТП по причине неисправностей. Так, по причине установки на одну ось транспортного средства шин различных размеров, конструкций, моделей, с различными рисунками протектора, а также установки шипованных и нешипованных шин одновременно произошло 21,8 % ДТП, 22,9 % случаев пришлось на факты наличия конструктивных изменений по сравнению с серийными транспортными средствами. Несоответствие коэффициента светопропускания стекол нормативным значениям повлекло 14,0 % и неисправность внешних световых приборов – 13,0 % случаев ДТП. Исходя из анализа этих показателей, можно предположить, что совокупно по 2020 г. их значения будут выше, чем в 2019 г. При этом необходимо учитывать и тот факт, что реализация карантинных мер способствовала значительному снижению количества автомобилей на дорогах [10].

На отечественном рынке услуг ТО автомобилей сформировались следующие ниши: авторизованные (дилерские) центры; независимые центры, часть которых представлена одиночными и часть сетевыми; индивидуальные гаражные мастерские.

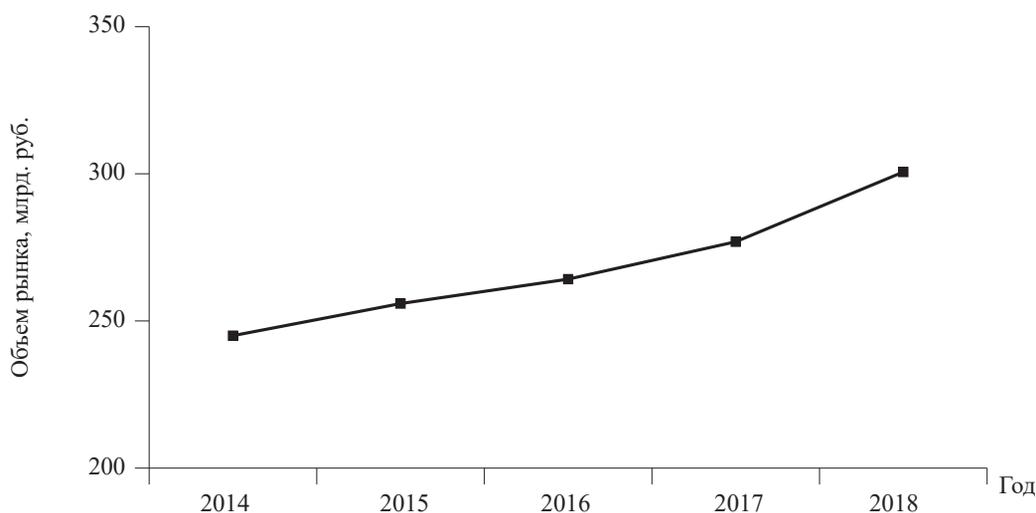
По данным аналитического агентства «АВТОСТАТ», объем рынка услуг по ТО и ремонту (исключая услуги по шиномонтажу, мойке и кузовному ремонту) легковых автомобилей составил 300,6 млрд рублей. Доля официальных дилеров составила 17 % или 51 млрд рублей; доля независимых станций технического обслуживания (далее – СТО) составила 31 % или 92,3 млрд рублей в денежном эквиваленте. Таким образом, доля официальных и независимых СТО в 2018 г. составила 48 % или 92,3 млрд рублей. Остальной потенциал рынка – 52 % или 157,3 млрд рублей пришелся на гаражных механиков (рис. 2) [12].



Источник: [12]

Рис. 2. Объем российского рынка услуг по ТО и ремонту

Рынок услуг автосервиса имеет устойчивую тенденцию к росту (см. рис. 3). Причем если в период с 2011 г. по 2017 г. темп прироста составлял в среднем 11 млрд рублей в год, то в 2018 г. он вырос в два раза и составил почти 24 млрд рублей.



Источник: [12]

Рис. 3. Динамика объема российского рынка услуг по ТО и ремонту

Отличительные особенности авторизованных центров заключаются в наличии полученного от производителя права и обязанности осуществлять работы по ТО и ремонту автомобилей в соответствии с установленным регламентом, наличии специализированного оборудования и высококвалифицированного персонала, что дает им возможность обеспечить высокое качество услуг, составляющее их основное конкурентное преимущество перед независимыми автосервисами. Однако, стоимость работ у них значительно выше: в среднем цена нормо-часа в авторизованном сервисе на 30 % дороже, чем в автосервисах других уровней. В докарантинный период это приводило к тому, что после окончания гарантийного срока обслуживания практически все клиенты уходили в независимые автосервисы.

Пандемия предопределила катастрофическое снижение объемов продаж новых автомобилей. Объем продаж в целом поддерживается реализацией подержанных автомобилей, доля которых в общем объеме продаж и далее будет возрастать [8]. В российском автопарке преобладают машины, которые были произведены до 2010 г. Их численность оценивается на уровне 24 278 981 единиц. Аналитическое агентство «АВТОСТАТ» оценило средний возраст российского легкового автомобиля, который составляет по состоянию на июль 2020 г. 13,6 лет [16].

При этом в зависимости от субъекта Российской Федерации (далее – РФ) средний возраст наличного автопарка может существенно различаться. Так, самый низкий средний возраст парка легковых машин отмечается в Республике Татарстан и составляет 10 лет, в Москве – 10,2 года, в Санкт-Петербурге и Ханты-Мансийском автономном округе – 10,8 лет (см. табл. 2). Таким образом, средний возраст автопарка по группе субъектов РФ с наименьшим возрастом парка легковых автомобилей составил 11,5 лет.

Таблица 2

Средний возраст автопарка по субъектам РФ на 1 июля 2020 г.

Субъекты РФ с наименьшим средним возрастом автопарка	Средний возраст автопарка, лет	Субъекты РФ с наибольшим средним возрастом автопарка	Средний возраст автопарка, лет
Республика Татарстан	10,0	Камчатский край	23,4
Москва	10,2	Еврейская АО	21,7
Санкт-Петербург	10,8	Приморский край	21,5
Ханты-Мансийский АО – Югра	10,8	Магаданская область	20,7
Пермский край	11,1	Сахалинская область	20,3
Самарская область	11,3	Забайкальский край	20,0
Московская область	11,5	Амурская область	19,7

Субъекты РФ с наименьшим средним возрастом автопарка	Средний возраст автопарка, лет	Субъекты РФ с наибольшим средним возрастом автопарка	Средний возраст автопарка, лет
Республика Башкортостан	11,5	Калининградская область	19,5
Удмуртская республика	11,6	Республика Бурятия	19,2
Нижегородская область	11,7	Республика Саха (Якутия)	18,7

Источник: [16]

Самый старый парк легковых машин на 1 июля 2020 г. зарегистрирован в Камчатском крае, где средний возраст легкового автомобиля составил 23,4 года, Еврейской АО – 21,7 года, Приморском крае – 21,5 года, Магаданской области – 20,7 лет и Сахалинской области – 20,3 года (табл. 2). Таким образом, средний возраст автопарка по группе субъектов РФ с наибольшим возрастом парка легковых автомобилей составил 20,5 лет.

Данная ситуация, в свою очередь, предопределяет изменение структуры рынка сервисных услуг в сторону развития одиночных и сетевых автосервисов, а также индивидуальных мастерских.

Ниша одиночных и сетевых автосервисов представлена на рынке в основном одиночными центрами. Основное их преимущество заключается в гибкости работы, поскольку они не связаны никакими соглашениями с производителями. Однако, они не имеют доступа к технической документации, предоставляемой производителями, испытывают недостаток квалифицированного персонала. Для этой ниши рынка характерна острая конкуренция, дающая возможность поддерживать приемлемые для автовладельцев цены на услуги, которые, в среднем, на треть ниже. При этом более устойчивое положение у тех, кто присутствует на рынке в составе сетей, что позволяет обеспечивать им конкурентные преимущества.

В сегменте индивидуальных мастерских, где сосредоточены местные гаражные мастера, обслуживаются в основном старые автомобили, которые могут получать ТО при отсутствии технически сложного оборудования. При сохранении тенденции старения парка автомобилей индивидуальные мастера будут в значительной доле представлять рынок сервисных услуг по их обслуживанию и ремонту. В свою очередь, дальнейшее развитие индивидуальных сервисов обусловлено также выходом на свободный рынок значительного числа высокообразованных специалистов, потерявших работу в авторизованных сервисах. В этой нише также развивается тенденция объединения независимых мастеров. Кроме того, необходимо учитывать, что различия между авторизованными и независимыми мастерскими становятся все менее заметными, что связано с фактом приобретения некоторыми независимыми мастерами устойчивой положительной репутации. Необходимо отметить также действие такого фактора, как снос старых гаражных построек, в которых располагались такие мастерские. В условиях посткарантинной реальности объединение в сети сделает более устойчивым и менее рискованным присутствие в бизнесе.

Результаты

Влияние пандемии COVID-19 на развитие экономики в целом обуславливает корректировку приоритетных направлений ее развития, которые в ближайшее время еще предстоит оценить. В условиях спада экономического развития, стагнации ряда отраслей экономики возникают новые тренды – люди переходят к принятию преимуществ экономики совместного пользования – шеринговой экономики и экономики использования товаров, бывших в употреблении.

В формировании системы ремонта и обслуживания автомобилей определяющим фактором является потребительский спрос на рынке соответствующих услуг [3; 4; 5]. Услугу автосервиса можно охарактеризовать, как деятельность персонала СТО, направленную на удовлетворение потребности владельцев автотранспорта в поддержании работоспособности транспортного средства. Процесс удовлетворения потребностей владельца транспортного средства в услугах по ТО и ремонту может проходить в двух направлениях. Первое направление – когда автовладелец сам осуществляет работу по ТО и ремонту автомобиля, затрачивая массу времени и средств. Второе направление – когда все работы по ТО и ремонту автомобиля осуществляет СТО, полностью освобождая автовладельца от затрат времени, сопровождающих этот процесс (см. рис. 4).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 4. Процесс удовлетворения потребностей владельца транспортного средства в услугах по ТО и ремонту

Дальнейшее развитие рынка услуг сервисного обслуживания представляется возможным только на основе интегрированной концепции на основе цифровых технологий [1]. Концепция развития сегмента услуг сервисного обслуживания автомобилей на рынке автобизнеса исходит из необходимости использования цифровых технологий, как при организации взаимодействия с потребителями, так и в ходе проведения работ по ТО и ремонту. Автосервис должен стать автоматизированной компанией, где электронным будет не только документооборот, но и все бизнес-процессы будут организованы в цифровой среде. Только такой подход обеспечит возможность снижения издержек, что является одной из самых актуальных проблем развития сервисного бизнеса в современной среде.

Заключение

По оценкам специалистов, в ближайшие годы в России резко возрастет потребность в услугах автосервисов [14; 15]. Растет не только рынок, но и объем предоставляемых услуг. Это предопределяет формирование жесткой конкурентной среды. Вместе с тем клиенты хотят получить высококачественное ТО и ремонт, уважительное отношение, предоставление услуги точно в срок. Выживание в этих условиях предполагает учет действия следующих факторов: во-первых, повышение технологических требований к реализации услуг автосервиса; во-вторых, увеличение экологических требований; в-третьих, организация документооборота на основе цифровых технологий; в-четвертых, развитие сетевого сервиса индивидуальных мастеров; в-пятых, дальнейшее развитие и использование диагностических сканеров, подключаемых к блокам управления и считывающих информацию о неисправностях; в-шестых, дальнейшее развитие тюнинга, позволяющего более полно удовлетворить потребности клиентов, в частности, чип-тюнинга – замены прошивки блока управления двигателем.

При прочих условиях именно клиент автосервиса будет определять основную направленность развития бизнеса [2; 8]. В качестве приоритетной задачи выделяется дальнейшее развитие маркетинговых мероприятий по продвижению сервисных услуг с целью привлечения клиентов на основе диверсификации услуг и приемов их реализации, разработки гибкой ценовой политики и повышения качества оказываемых услуг на основе цифровых технологий.

Среди возможных направлений развития автосервиса можно выделить следующие:

- увеличение количества выездных услуг для выполнения работ по ТО и ремонту на месте стоянки автомобиля клиента;
- организация помощи автовладельцам в случае самостоятельного проведения ими ремонтных работ;
- развитие интернет-коммуникаций автосервиса с клиентом, включая создание интерактивного сайта, продвижение в социальных сетях, создание CRM системы взаимодействия с клиентами;
- развитие услуги проката автомобилей, когда автосервис берет на себя все расходы по их страховке, содержанию, ремонту и хранению;
- скупка-продажа подержанных автомобилей, сопровождаемая организацией полной предпродажной подготовки;
- организация услуг по эвакуации транспортных средств;
- сбор, утилизация и подготовка к переработке отходов и утиля на принципах раздельного сбора и возможности рециклинга.

Таким образом, техническое обслуживание и ремонт автомобилей является перспективным направлением развития автобизнеса в России в ближайшие годы не только с точки зрения эффективного вложения инвестиций, возможностей получения прибыли, но и с точки зрения решения социальных задач занятости специалистов и обеспечения безопасности движения.

Библиографический список

1. Бакулов, П.А. Автоматизация формирования заявки на ремонт частного легкового транспорта через удаленное взаимодействие клиента и СТО // *Инновации и инвестиции*. – 2014. – № 4. – С. 135–138.
2. Епишкин, В.Е. Перспективные направления развития предприятий автосервиса // *Азимут научных исследований: экономика и управление*. – 2017. – Т. 6, № 3 (20). – С. 145–148.
3. Жаров, С.П. Формирование услуг по ТО и ремонту автомобилей в автосервисных предприятиях // *Вестник Курганского государственного университета. Серия «Технические науки»*. – 2010. – № 17. – С. 24–28.
4. Романеева, Е.В., Туманова, Д.И. Исследование спроса на услуги станций технического обслуживания // *Евразийский Союз Ученых*. – 2015. – № 5 (14). – С. 51–56.
5. Сулейманов, А.Г. Пути снижения издержек предприятий автомобильного сервиса // *Транспортное дело России*. – 2014. – № 4. – С. 97–99.
6. Автопарк России: цифры и марки // *proАвтобизнес [Электронный ресурс]*. – Режим доступа: <http://automediapro.ru/avtopark-rossii-tsifry-i-marki/> (дата обращения: 15.11.2020).
7. Александров, Д. ГИБДД назвала основную причину аварий // *Autonews [Электронный ресурс]*. – Режим доступа: <https://www.autonews.ru/news/5bdc45539a79472b5731a198> (дата обращения: 15.11.2020).
8. Бизнес-план автосервиса // *Equipnet.ru [Электронный ресурс]*. – Режим доступа: https://www.equipnet.ru/org-biz/avtobiznes/avtobiznes_457.html (дата обращения: 15.11.2020).
9. Братерский, А. Коронавирус, машину! Автотранспорт после пандемии // *Финам [Электронный ресурс]*. – Режим доступа: <https://www.finam.ru/analysis/newsitem/koronavirus-mashinu-avtotransport-posle-pandemii-20200629-14200/> (дата обращения: 15.11.2020).
10. Дорожно-транспортная аварийность в Российской Федерации за первое полугодие 2020 года. Информационно-аналитический обзор. – М.: ФКУ «НЦ БДД МВД России», 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://media.mvd.ru/files/embed/1911366> (дата обращения: 15.11.2020).
11. Левичев, В.А. Основные причины ДТП на дорогах России за 2019 год // *Юридическая социальная сеть 9111.ru [Электронный ресурс]*. – Режим доступа: <https://www.9111.ru/questions/777777777797951/> (дата обращения: 15.11.2020).
12. Лузина, М. Объем российского рынка автосервиса по ТО и ремонту // *Аналитическое агентство АВТОСТАТ [Электронный ресурс]*. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/infographics/41081/> (дата обращения: 15.11.2020).

13. Лобода, В. Рынок легковых автомобилей с пробегом в июле 2020 года // Аналитическое агентство АВТОСТАТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/press-releases/45106/> (дата обращения: 15.11.2020).
14. Перспективы развития специализированных технических центров в России // Мотортехнология [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://motortehn.com/perspektivy-razvitiya-specializirovannykh-texnicheskix-centrov-v-rossii/> (дата обращения: 15.11.2020).
15. Перспективы развития технического обслуживания и ремонта автомобилей // Helpiks.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://helpiks.org/6-1464.html> (дата обращения: 15.11.2020).
16. Эксперты подсчитали средний возраст легкового автомобиля в России // U24 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://u24.ru/news/54159/eksperty-podschitali-sredniy-voznrast-legkovogo-avtomobilya> (дата обращения: 15.11.2020).

References

1. Bakulov P.A. Automatization of the application formation for the repair of private passenger transport through remote interaction between the client and the service station, *Innovations and Investments*, 2014, no. 4, pp. 135–138. (In Russian).
2. Epishkin V.E. Perspective lines of car service enterprises development, *Azimuth of Scientific Research: Economics and Management*, 2017, vol. 6, no. 3 (20), pp. 145–148. (In Russian).
3. Zharov S. P. Formation of services for maintenance and repair of cars in car service companies, *Vestnik Kurganskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya "Tekhnicheskie nauki"*, 2010, no.1, pp. 24–28. (In Russian).
4. Romaneeva E.V., Tumanova D. I. Research of demand for services of maintenance stations, *Eurasian Union of Scientist*, 2015, no. 5 (14), pp. 51–56. (In Russian).
5. Suleimanov A.G. Ways to reduce the costs of automobile service enterprises, *Transport business of Russia*, 2014, no. 4, pp. 97–99. (In Russian).
6. Vehicle fleet in Russia: numbers and brands, *proAvtobiznes*. Available at: <http://automediapro.ru/avtopark-rossii-tsifry-i-marki/> (accessed 15.11.2020). (In Russian).
7. Aleksandrov D. GIBDD traffic police named the main cause of accidents, *Autonews*. Available at: <https://www.autonews.ru/news/5bdc45539a79472b5731a198> (accessed 15.11.2020). (In Russian).
8. Car service business plan. *Equipnet.ru*. Available at: https://www.equipnet.ru/org-biz/avtobiznes/avtobiznes_457.html (accessed 15.11.2020). (In Russian).
9. Braterskii A. Coronavirus, car! Road transport after the pandemic, *Finam*. Available at: <https://www.finam.ru/analysis/newsitem/koronavirus-mashinu-avtotransport-posle-pandemii-20200629-14200/> (accessed 15.11.2020). (In Russian).
10. *Road transport accidents in the Russian Federation in the first half of 2020. Information and analytical review*, Moscow, FKU, "NTs BDD MVD Rossii", 2020. Available at: <https://media.mvd.ru/files/embed/1911366> (accessed 15.11.2020). (In Russian).
11. Levichev V. A. The main causes of accidents on the roads of Russia in 2019, *Legal social network`9111.ru*. Available at: <https://www.9111.ru/questions/77777777797951/> (accessed 15.11.2020). (In Russian).
12. Luzina M. The volume of the Russian market of car service for maintenance and repair, *AUTOSTAT Analytic Agency*. Available at: <https://www.autostat.ru/infographics/41081/> (accessed 15.11.2020). (In Russian).
13. Loboda V. The market for used cars in July 2020, *AUTOSTAT Analytic Agency*. Available at: <https://www.autostat.ru/press-releases/45106/> (accessed 15.11.2020). (In Russian).
14. Prospects for the development of specialized technical centers in Russia, *Motortekhnologiya*. Available at: <https://motortehn.com/perspektivy-razvitiya-specializirovannykh-texnicheskix-centrov-v-rossii/> (accessed 15.11.2020). (In Russian).
15. Prospects for the development of maintenance and repair of cars, *Helpiks.org*. Available at: <https://helpiks.org/6-1464.html> (accessed 15.11.2020). (In Russian).
16. Experts have calculated the average age of a passenger car in Russia, *U24*. Available at: <https://u24.ru/news/54159/eksperty-podschitali-sredniy-voznrast-legkovogo-avtomobilya> (accessed 15.11.2020). (In Russian).

Черников Ярослав Юрьевич

аспирант, ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», финансовый аналитик Performance food, г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-7936-9908;

0000-0002-5818-9788

e-mail: felix.yr@mail.ru

ФУДТЕХ – СОВРЕМЕННЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Аннотация. Рассмотрены актуальные тенденции развития пищевой промышленности и направления фудтех, которые базируются на интеграции цифровых технологий в границах всей пищевой цепочки: от фермерских хозяйств и пищевых производств до упаковки, хранения, приготовления и утилизации еды. Целью данной работы является изучение глобальных трендов, темпов роста инвестиций в данное направление и перспектив на будущее. Более детально рассмотрен российский рынок доставки готовых рационов, набирающий все большую популярность. Основными драйверами рынка являются: новые семейные ценности, стандарты здоровья и питания, информационные технологии и рождение новых типов потребителей. На рынке России в настоящий момент представлены только два серьезных конкурента: GrowFood и Performance Group, каждый с долей рынка около 40 %. В ближайшее время возможна полная монополизация российского рынка, и это, безусловно, является негативным фактором для потребителей. Исследуемое направление находится на начальных этапах жизненного цикла, и требуется больше внимания и защиты со стороны институциональных органов.

Ключевые слова: автоматизация процессов, венчурные проекты, инвестиции, ИТ-технологии, пищевая промышленность, стартап, фудтех-рынок, цифровая сфера

Для цитирования: Черников Я.Ю. Фудтех – современный вектор развития пищевой промышленности// Вестник университета. 2021. № 1. С. 120–125.

Yaroslav Yu. Chernikov

Postgraduate student, Plekhanov Russian University of Economics, Financial analyst of Performance food, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-7936-9908;

0000-0002-5818-9788

e-mail: felix.yr@mail.ru

FOODTECH – A MODERN VECTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE FOOD INDUSTRY

Annotation. The article considers the current trends in the development of the food industry and the direction of food technology, which are based on the integration of digital technologies within the entire food chain: from farms and food production to packaging, storage, preparation and disposal of food. The purpose of this scientific paper is to study global trends, the growth rate of investments in this area and the prospects for the future. The author considers in more detail the Russian market for the delivery of ready-made rations, which is now gaining more and more popularity. The main drivers of the market are: new family values, health and nutrition standards, information technologies and the birth of new types of consumers. Only two serious competitors are currently represented in the Russian market: GrowFood and Performance Group, each with a market share of about 40 %. In the near future, a complete monopolization of the Russian market is possible, and this, of course, is a negative factor for consumers. The research area is in the early stages of the life cycle, and requires more attention and protection from institutional authorities.

Keywords: digital sphere, food industry, FoodTech market, investments, IT technologies, process automation, startup, venture projects

For citation: Chernikov Ya.Yu. (2021) Foodtech – a modern vector in the development of the food industry. Vestnik universiteta, no. 1, pp. 120–125. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-120-125

Введение

Внедрение цифровых технологий сейчас можно наблюдать практически во всех отраслях и сферах экономики, современные бизнес-модели уже не обходятся без внедрения искусственного интеллекта и больших компьютерных мощностей [1; 2]. В данной работе будут рассмотрены современные тренды в производстве и доставке продуктов питания, а также интеграция информационных технологий в бизнес-модели компаний.

© Черников Я.Ю., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Chernikov Ya.Yu., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



В первой половине 2020 г. сумма инвестиций в мировой фудтех-рынок выросла на 15 % – до 8,583 млрд долл. США с 7,439 млрд долл. США за аналогичный период прошлого года, говорится в отчете венчурного фонда Fuel for Growth, венчурный фонд с фокусом на инвестициях в фудтех. Практически половина всех сделок за первое полугодие пришлась на США – 48 %. В Европе заключили 26 % сделок, в Азии – 18 %. Около 5 % сделок заключили на Ближнем Востоке. Еще около 3 % – в Африке и Австралии.

Во время пандемии пользовательские привычки изменились – сервисы доставки продуктов показывают колоссальный рост заказов. Именно поэтому такие проекты сейчас привлекают наиболее крупные инвестиции. Можно предположить, что «коронакризис» стал катализатором развития технологических проектов в сфере продуктов питания.

В 2020 г. ожидается рост рынка онлайн-доставки продуктов из магазинов и ресторанов вдвое – со 124 млрд руб. до 250 млрд руб. [11]. Согласно прогнозам экспертов, рынок экспресс-доставки продуктов вырастет в 42 раза к концу 2020 г., агрегаторы усилили свои позиции на рынке доставки. Delivery Club и «Яндекс.Еда» впервые заняли свыше четверти рынка доставки – 27,7 % в 2020 г. против 18,6 % в 2019 г.

При этом рынок общественного питания сократится на 21,3 %, что приведет к существенному увеличению роли доставки. В 2020 г. на доставку придется около 19,7 % оборота общественного питания – это в два раза больше, чем в 2019 г. (10,5 %). На рынке сетевых ресторанов также наблюдается сильный прирост – 74,7 % игроков предлагают услугу доставки против 57,5 % в прошлом году. По итогам 2020 г. сервисы доставки и рестораны обработают 255,8 млн заказов готовой еды – на 62,6 % больше, чем в 2019 г., далее в деталях рассмотрим, что из себя представляет данное направление [8].

Доставка продуктов питания из ресторанов и магазинов

На подобные проекты приходится больше половины инвестиций в сферу. Мировой рынок доставки еды в 2019 г. оценивался в 95,4 млрд долл. США. Сегодня в этой сфере работает больше всего фудтех-стартапов, капитализация которых превысила 1 млрд долл. США. Самые известные зарубежные сервисы доставки еды – Deliveroo, Uber Eats, Delivery Hero, Just Eat, Glovo, Takeaway, Doordash. Интерес к этой сфере вызван постоянно растущим спросом со стороны потребителей и большой емкостью рынка [10].

В России в сфере онлайн-доставки конкурируют Yandex и Mail.Ru Group, которой принадлежат сервисы Delivery Club, Zakazaka и Instamart.

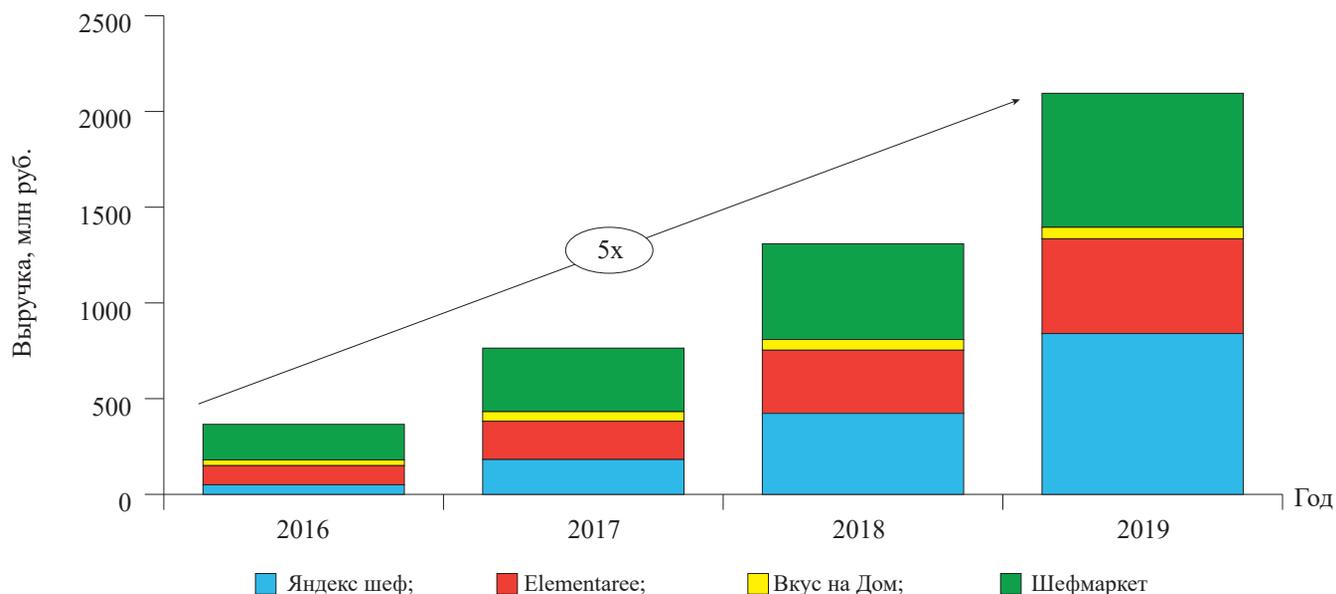
Как и доставка еды из ресторанов, это наиболее перспективное направление фудтеха. И если за рубежом этот рынок развивается быстрыми темпами, то в соседних странах все только начинается. Исключение – Россия. По данным исследовательского агентства Data Insight, в России в 2018 г. сделано 5,45 млн онлайн-заказов продуктов питания. Общая сумма купленных продуктов – 22,9 млрд руб. [7].

Meal kits или конструкторы еды

Конструкторы еды – инновация на рынке доставки питания, когда клиенту доставляется набор с уже готовыми ингредиентами для приготовления блюд по рецептам от шеф-повара. Данное направление подойдет для любителей готовить дома, но не желающим тратить много времени на приготовление, которое удастся сократить, благодаря уже нарезанным и подготовленным составляющим блюда. Предложение также рассчитано на различные вкусы потребителей – от любителей острой мясной кухни до строгих веганов.

На мировом рынке представлена крупнейшая немецкая компания HelloFresh стоимостью более 2,6 млрд евро, которая в 2019 г. расширила свою деятельность до производства безглютеновой и органической продукции.

На рисунке 1 представлена динамика выручки по крупнейшим отечественным конструкторам рационов на российском рынке: «Шефмаркет», «Яндекс шеф», Elementary и «Вкус на дом». Доля рынка и размеры инвестиций на текущий момент остаются относительно невысоком уровне, несмотря на стремительный рост в последние годы. За счет прямых поставок сырья от производителей удастся существенно сократить себестоимость производства, что позволяет конкурировать с традиционными магазинами.



Составлено автором по материалам источника [9]

Рис. 1. Рынок продажи продуктовых наборов в России (по крупнейшим компаниям)

Фермерский фудтех

В области фермерского хозяйства фудтех использует современные технологии в первую очередь для автоматизации производства, здесь на помощь приходит искусственный интеллект, помогающий планировать посев, полив и сбор урожая, а также системы блокчейна и дроны, которые в ближайшем будущем в перспективе будут способны заменить человеческий труд [4].

Еще одно нововведение – вертикальные фермы, дающие возможность в условиях ограниченного пространства заниматься выращиванием урожая. В 2018 г. разработчик подобных ферм, берлинский стартап Infarm, привлек инвестиций на 25 млн евро и начал расширяться за пределы Германии.

Роботизированные рестораны и кафе

Еще в 2018 г. студенты из MIT открыли в Бостоне первый в мире полностью роботизированный ресторан. Заведение представляло собой семь автономных блоков, в каждом из которых готовились определенные блюда, а система раздатчиков собирала и выдавала их посетителям, из персонала в ресторане было лишь два человека, которые наблюдали и контролировали работу машин [5].

В 2019 г. в Китае заработал автоматизированный ресторан стоимостью 29 млн долл. США под названием Foodom. Заведение применяет 46 различных типов роботов, и с помощью системы искусственного интеллекта они рассаживают посетителей в зале, собирают заказы, готовят и доставляют на столы через систему ленточного конвейера.

Помимо данных примеров, стартапы из Америки, Японии, Франции ежегодно привлекают миллионы долларов США на проекты по роботизированному приготовлению пиццы, десертов и смузи из ингредиентов на ваш выбор, заказать которые можно через мобильное приложение.

Сокращение пищевых отходов

Сегодня смартфоны получают все большее распространение, а программные приложения позволяют легко и просто доносить информацию до значительной части населения Земли, растет популярность приложений, помогающих решать проблемы продовольственных потерь и пищевых отходов.

Too Good to Go или «Жалко выбрасывать» – приложение, которое может использоваться предприятиями торговли и общественного питания во многих городах в качестве торговой площадки для продажи нереализованных остатков пищевых продуктов по сниженным ценам в конце рабочего дня.

В свою очередь, приложение Feeding India («Накормим Индию») помогает направить продовольственные пожертвования нуждающимся. Предприятия общественного питания и граждане, желающие бесплатно передать продукты питания, могут регистрироваться в приложении, а потом с его помощью их пожертвования собираются и распределяются некоммерческой сетевой структурой, объединяющей более 4 500 волонтеров.

«Умная» техника для кухни

Технология интернета вещей становится все более популярной, а некоторые устройства умной кухни успешно в него внедрены. Обычно эти гаджеты оснащаются модулями связи для выхода в сеть «Интернет», и приложениями для дистанционного управления ими.

Не каждая «умная» кофемашинка или иное смарт устройство имеет приложение, но с парой поддерживающих беспроводную связь гаджетов можно организовать комплект взаимосвязанной «умной» техники для кухни. В 2018 г. компания June выпустила «умную» печь второго поколения по цене 600 долл. США, тогда как первые печи June стоили 3 000 долл. США.

«Умная» печь управляется из приложения смартфона, оснащена встроенной камерой, которая автоматически распознает 50 продуктов, предлагает подходящие рецепты, контролирует температуру и передает изображения на смартфон [6].

В России Mail.Ru Group в 2018 г. создала подразделение Mail.Ru Foodtech Ventures. Компании интересны вложения в сервисы онлайн-бронирования столов, доставку, вендинговые автоматы. Объем инвестиций и потенциальная заинтересованность компании в других направлениях фудтеха пока неизвестны.

Как будет выглядеть кухня третьего десятилетия?

Модель потребления продуктов питания претерпевает крупнейший сдвиг за последние 50–60 лет. Возможности для нового бизнеса в вечной теме – система питания человека, сегодня в фокусе всех крупнейших инвестфондов планеты. Спрос на удобство, скорость и здоровый образ жизни приводит к тому, что фудтех-проекты уже забирают свою долю рынка у продовольственных магазинов. И речь далеко не только об онлайн-продажах и доставке еды. В основе нового направления – персонализация предложения и цифровые технологии на всех этапах: производство, продажи и доставка продуктов питания [1; 3].

Если некоторые из данных направлений (доставка из ресторанов, магазинов, вендинг и т. д.) уже были известны ранее и завоевали свою долю рынка, то появившаяся на российском рынке питания в 2017 г. доставка готовых рационов только начинает набирать обороты, выходить на массовый рынок и обретать популярность. Рассмотрим, что она из себя представляет.

Несколько лет назад сложно было представить, что услуга по доставке готового питания на весь день станет пользоваться популярностью, но как можно сейчас наблюдать, большая часть трудоспособного населения мегаполисов вынуждена питаться на бегу и перекусами, зачастую едой, которая может вызывать проблемы со здоровьем, поэтому данное предложение оказалось наиболее актуальным и востребованным людьми, которые ценят свое время, не любят или не умеют готовить, но желают правильно питаться.

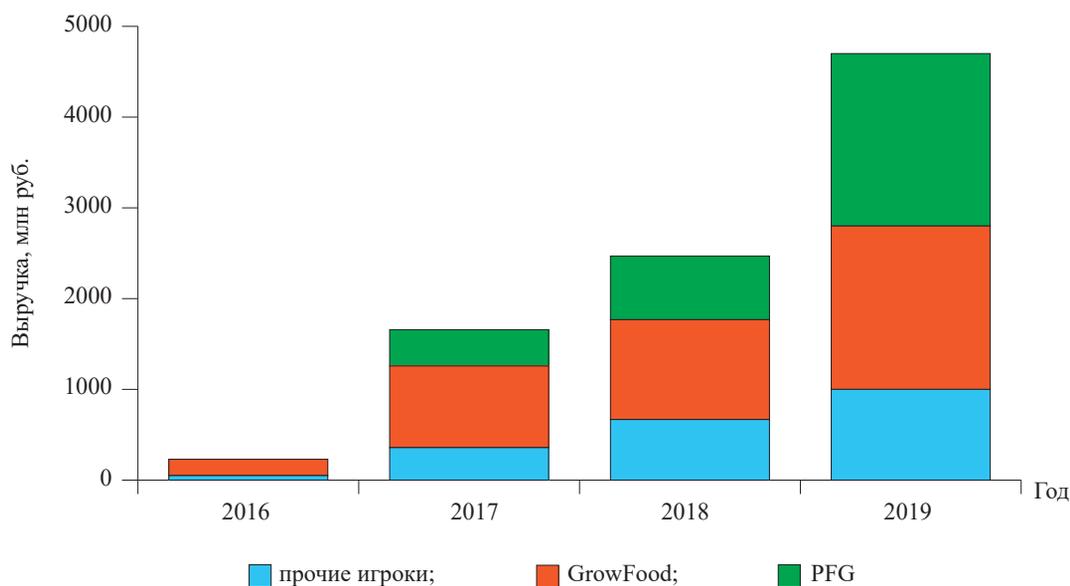
Здесь сразу может возникнуть вопрос, сколько же это будет стоить и какая будет переплата за такое удовольствие, ведь каждый может сам сходить за продуктами и приготовить пищу.

Данное предложение подходит далеко не всем, и здесь важно принимать к сведению стоимость времени отдельно взятого человека, которая варьируется от размера доходов. Люди, ценящие свое время, не любят готовить или предпочитают этого не делать по другим причинам и составляют в первую очередь целевую аудиторию компаний, занимающихся доставкой готовых рационов.

Модель подразумевает высокое качество продукта, заботу о здоровье и правильном питании каждого клиента. Программы питания были разработаны профессиональными диетологами, которые могут проконсультировать каждого клиента, кому это необходимо. Помимо здорового питания, программы позволяют заинтересованным людям как набрать массу, так и похудеть без огромных усилий, просто выбрав программу питания с необходимым количеством калорий.

На рынке России в настоящий момент представлены только два серьезных конкурента: GrowFood и Performance Group, каждый с долей рынка около 40 % (см. рис. 2). Performance Group является холдингом, который объединяет под собой шесть разных брендов, нацеленных на различную аудиторию и потребности,

обладает высокой диверсификацией продуктов и покрывает широкую аудиторию, данные преимущества позволяют компании занимать достаточно устойчивое положение на рынке. Более того, темпы роста GrowFood начали замедляться в 2019 г., и вероятно к концу 2020 г. большую долю рынка будет занимать Performance Group и не исключено, что ближайшее время, мы увидим поглощение одной из компаний большинства своих конкурентов, и как следствие практически монополистическое положение на рынке готовых рационов России.



Составлено автором по материалам источника [9]

Рис. 2. Рынок продажи готовой еды по подписке в РФ

Заключение

В статье было изучено молодое и перспективное направление пищевой промышленности – фудтех. Как показал анализ, темпы роста рынка привлекают большое количество инвестиций и их объемы растут ежегодно. Пандемия COVID-19 в 2020 г. послужила мощным катализатором для развития данной сферы, так как доставка вышла на первое место. С точки зрения новизны и инноваций, все компании в отрасли используют новые цифровые технологии в процессе производства, что позволяет существенно сокращать издержки по сравнению с традиционными моделями бизнеса. Данное направление находится на начальных этапах жизненного цикла, и требуется больше внимания и исследований в этой области, ближайшее время высока вероятность вытеснения устаревших бизнес-моделей, более современными и перспективными.

Библиографический список

1. Агравал, А., Ганс, Д., Голдфарб, А. Искусственный интеллект на службе бизнеса. Как машинное прогнозирование помогает принимать решения. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 336 с.
2. Алпайдин, Э. Машинное обучение. Новый искусственный интеллект. – М.: Издательская группа Точка, 2017. – 208 с.
3. Маркофф, Д. Homo Roboticus? Люди и машины в поисках взаимопонимания. – М.: Альпина нон-фикшн, 2016. – 408 с.
4. Меняев, М.Ф. Цифровая экономика на предприятии. – М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2020. – 394 с.
5. Сибел, Т. Цифровая трансформация. Как выжить и преуспеть в новую эпоху. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 256 с.
6. Анисимова, А. Девять перспективных фудтех-направлений с точки зрения инвесторов // vc.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/food/60964-devyat-perspektivnyh-fudteh-napravleniy-s-tochki-zreniya-investorov> (дата обращения: 29.11.2020).
7. Онлайн-рынок продуктов питания // Data Insight [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.datainsight.ru/Grocery_FullResearch2019 (дата обращения: 29.11.2020).
8. РБК: Оборот российского рынка доставки еды до конца 2020 года вырастет на 47 % // Retail.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/rbk-оборот-rossiyskogo-rynka-dostavki-edy-do-kontsa-2020-goda-vyrastet-na-47-5-noyabrya-2020-199344/> (дата обращения: 29.11.2020).

9. Розничная торговля Food и потребительский рынок России № 4 2019 год // InfoLine [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://infoline.spb.ru/shop/issledovaniya-rynkov/page.php?ID=168016> (дата обращения: 29.11.2020).
10. Спиридонов, А.Н. Фудтех: ИТ-решения на рынке еды // Kapital.kz [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kapital.kz/tehnology/84519/fudtekh-it-resheniya-na-rynke-yedy.html> (дата обращения: 29.11.2020).
11. Эксперты считают, что оборот рынка доставки продуктов и еды может удвоиться // ТАСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/8068259> (дата обращения: 29.11.2020).

References

1. Agrawal A. Gans J., Goldfarb A. *Artificial intelligence at the service of business. How machine forecasting helps you make decisions*, Moscow, Mann, Ivanov i Ferber, 2019, 336 p. (In Russian).
2. Alpaydin E. *Machine learning. New artificial intelligence*, Moscow, Publishing group Tochka, 2017, 208 p. (In Russian).
3. Menyaev M.F. *Digital economy at the enterprise*, Moscow, Alpina non-fiction, 2020, 394 p. (In Russian).
4. Markoff J. *Homo Roboticus? People and machines in search of mutual understanding*, Moscow, Bauman Moscow State Technical University, 2016, 408 p. (In Russian).
5. Siebel T. *Digital transformation. How to survive and succeed in the new era*, Moscow, Mann, Ivanov i Ferber, 2020, 256 p. (In Russian).
6. Anisimova A. Nine promising food-tech areas from the point of view of investors, *vc.ru*. Available at: <https://vc.ru/food/60964-devyat-perspektivnyh-fudteh-napravleniy-s-tochki-zreniya-investorov> (accessed 29.11.2020). (In Russian).
7. Online food market, *Data Insight*. Available at: http://www.datainsight.ru/Grocery_FullResearch2019 (accessed 29.11.2020). (In Russian).
8. RBC: The turnover of the Russian food delivery market will grow by 47% by the end of 2020, *Retail.ru*. Available at: <https://www.retail.ru/news/rbk-oborot-rossiyskogo-rynka-dostavki-edy-do-kontsa-2020-goda-vyrastet-na-47-5-noyabrya-2020-199344/> (accessed 29.11.2020). (In Russian).
9. Retail trade Food and consumer market of Russia no. 4 2019, *InfoLine*. Available at: <https://infoline.spb.ru/shop/issledovaniya-rynkov/page.php?ID=168016> (accessed 29.11.2020). (In Russian).
10. Spiridonov A.N. Foodtech: IT solutions at the food market, *Kapital kz*. Available at: <https://kapital.kz/tehnology/84519/fudtekh-it-resheniya-na-rynke-yedy.html> (accessed 29.11.2020). (In Russian).
11. Experts believe that the turnover of the food and food delivery market may double. *TASS*. Available at: <https://tass.ru/ekonomika/8068259> (accessed 29.11.2020). (In Russian).

ФИНАНСЫ И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

УДК 339.72, 336.025

JEL F38, G18

DOI 10.26425/1816-4277-2021-1-126-133

Ващекина Ирина

Викторовна

канд. экон. наук, ФГБОУ
ВО «Российский государственный
университет правосудия»,
г. Москва, Российская
Федерация

ORCID: 0000-0003-1770-1607

e-mail: vaschekina@mail.ru

Ващекин Андрей

Николаевич

канд. экон. наук, ФГБОУ
ВО «Российский государственный
университет правосудия»,
г. Москва, Российская
Федерация

ORCID: 0000-0002-7981-8803

e-mail: vaschekin@mail.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЕ МЕРЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ОТМЫВАНИЮ НЕЛЕГАЛЬНЫХ ДОХОДОВ ПЯТОГО ПОКОЛЕНИЯ – ПРАВОВЫЕ УСЛОВИЯ УКРЕПЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Аннотация. Проанализировано развитие международных соглашений по средствам контроля финансовой деятельности, заключаемых для противодействия отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма. Исследование проводилось аналитическими методами на основе отечественного законодательства, международных соглашений и нормативных актов. В результате тридцатилетней работы по организации взаимодействия в развивающейся трехуровневой системе финансового мониторинга сложился целый комплекс мер, основной тенденцией развития которого является снижение информационной неопределенности. В связи с этим особую важность приобретает пятое поколение соглашений по ограничению потенциально нелегальной деятельности в финансовой сфере, вводимое с 2020 г. В состав охваченных ограничительными и контрольными мерами юридических лиц теперь входят криптообменные платформы, провайдеры виртуальных кошельков, а также фирмы, предоставляющие услуги по обмену валютой. По ряду направлений проводится автоматический обмен сведениями о выполняемых транзакциях, а также об их участниках – клиентах банков, страховых и брокерских компаний, инвестиционных фондов, с целью предотвращения агрессивного налогового планирования и затруднения доступа к необоснованным налоговым послаблениям. Приведены экономические и организационные результаты вводимых правовых мер.

Ключевые слова: криптовалюта, международное соглашение, платежная система, налоговая оптимизация, отмывание нелегальных средств, противодействие, финансовая организация, цифровые технологии

Для цитирования: Ващекина И.В., Ващекин А.Н. Международные меры противодействия отмыванию нелегальных доходов пятого поколения – правовые условия укрепления безопасности финансового рынка // Вестник университета. 2021. № 1. С. 126–133.

Irina V. Vashchekina

Cand. Sci. (Econ.), Russian
State University of Justice,
Moscow, Russia

ORCID: 0000-0003-1770-1607

e-mail: vaschekina@mail.ru

Andrey N. Vashchekin

Cand. Sci. (Econ.), Russian
State University of Justice,
Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-7981-8803

e-mail: vaschekin@mail.ru

INTERNATIONAL MEASURES TO COUNTERACT THE LAUNDERING OF ILLEGAL INCOME OF THE FIFTH GENERATION – LEGAL CONDITIONS FOR STRENGTHENING THE SECURITY OF THE FINANCIAL MARKET

Abstract. The article analyses the development of international agreements on the means of controlling financial activities, concluded to counteract the laundering of proceeds from crime and the financing of terrorism. The study was carried out by analytical methods based on domestic legislation, international agreements and regulations. As a result of thirty years of work on organizing interaction in the developing three-level financial monitoring system, a whole set of measures has developed, the main development trend of which is to reduce information uncertainty. In this regard, the fifth generation of agreements on the limitation of potentially illegal activities in the financial sector, introduced in 2020, is acquiring special importance. The legal entities covered by the restrictive and control measures now include crypto exchange platforms, virtual wallet providers, as well as firms that provide currency exchange services. In a number of areas, information is automatically exchanged about ongoing transactions, as well as about their participants – clients of banks, insurance and brokerage companies, investment funds, in order to prevent aggressive tax planning and make it difficult to access unjustified tax breaks. The paper presents the economic and organizational results of the introduced legal measures.

Keywords: digital technologies, countermeasure, cryptocurrencie, financial organizations, illegal money laundering, international agreement, payment system, tax optimization

For citation: Vashchekina I.V., Vashchekin A.N. (2021) International measures to counteract the laundering of illegal income of the fifth generation – legal conditions for strengthening the security of the financial market. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 126–133. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-126-133

© Ващекина И.В., Ващекин А.Н., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Vashchekina I.V., Vashchekin A.N., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Введение

Глобальный финансовый рынок, ставший к началу XXI в. одним из акселераторов развития многих стран и всей мировой экономики, обеспечил высокую степень международного сотрудничества в самых разных сферах. Количественный рост финансовых контактов (и в первую очередь – трансграничных переводов), происходящий на фоне совершенствования информационных технологий, существенно затрудняет контроль за прозрачностью этих операций [5]. Умножение и усложнение взаимосопряженных интернациональных финансовых организаций еще более повышает потенциальные возможности структур теневой экономики в плане легализации доходов, получаемых ими преступным путем, и делает практически нереализуемым обеспечение этого контроля со стороны правоохранительных органов любой отдельно взятой страны, которая ставит перед собой такую задачу.

Принимая во внимание ту общественную опасность, которая создается при задействовании национальных финансовых рынков и действующих на них организаций в процессы отмывания нелегально приобретенных средств, органы государственного и финансового управления разных стран организовали взаимный обмен информацией, характеризующей состояние дел в этой области, а также установили правила, препятствующие преступным сообществам влиять на экономики этих государств. Международное сотрудничество, опирающееся на взаимодействие правоохранительных органов и финансовых структур отдельных стран, привело к созданию полноценных организаций, противодействующих отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (далее – ПОД/ФТ). Значение этих организаций и степень воздействия на контролируемые финансовые области неуклонно повышаются.

К настоящему времени образовалась целая система взаимопроникающего мониторинга, формируемая тремя уровнями уполномоченных организаций, первый из которых образуют международные объединения, второй – общенациональные структуры ПОД/ФТ, а третий – отдельные финансовые и коммерческие организации, вовлеченные в сотрудничество с первыми двумя уровнями и контролируемые в пределах согласованных полномочий. В авангарде аналитической и нормативной работы по ее развитию находятся структуры Европейского союза (далее – ЕС), инициативы которых паритетно поддерживаются развитыми странами. Россия активно сотрудничает с ЕС в этой области, своевременно корректируя законодательство и внедряя передовые схемы ПОД/ФТ [2].

Развитие контрольных мер и принципов ПОД/ФТ

Важнейшей мерой, повышающей степень финансовой безопасности на всех уровнях, стало введение политики сокращения анонимности в финансовой деятельности. В первую очередь это выразилось в строгой регламентации состава документов, сопровождающих банковские операции – от открытия банковского счета и получения кредита до купли-продажи валюты, в том числе подтверждающих личность или организацию. Повышенные требования к набору документов дали возможность контролирующим органам проводить выборочные (а при необходимости – сплошные) проверки счетов с целью ПОД/ФТ, обобщать полученный материал, выявлять типовые приемы и тенденции развития нелегальной деятельности преступных групп, вырабатывать дальнейшие меры по своевременному реагированию и предупреждению подобных преступлений [6].

Развитие политики сокращения анонимности в финансовой деятельности привело к формированию общепринятой на глобальном уровне концепции КУС (от англ. Know Your Customer – знать своего клиента). Эта аббревиатура впервые появилась в списке требований, предъявляемых к финансовым организациям Департаментом по борьбе с финансовыми преступлениями (FinCEN) Казначейства США (фактически, этот комплекс средств контроля сложился в документах различных международных институтов и успешно применялся на практике с начала 2000-х гг.).

Указанный принцип деятельности финансовых организаций предполагает, что они берут на себя обязательство тщательно изучить любого потенциального клиента. Для этого необходимо, во-первых, убедиться в его реальном существовании, проверить наличие удостоверения личности и адреса проживания, обеспечить двусторонний телефонный контакт с ним. Во-вторых, следует оценить приемлемость потенциального клиента для банка, законность его доходов и предполагаемых операций.

При дальнейшем взаимодействии с клиентом осуществление принципа KYC требует идентификации его личности при каждой финансовой операции, причем для дополнительного повышения безопасности операции дробятся (при этом количество идентификаций увеличивается). К примеру, банком в рамках обеспечения принципа KYC задаются лимиты разового снятия наличных, вводится дополнительная верификация личности с помощью телефона клиента (контрольное SMS с возможностью совершения тревожного звонка). Подобные приемы уменьшают риск потери средств добросовестного клиента при осуществлении мошеннических действий, заметно повышают степень контроля финансовых транзакций, облегчают выявление коррупционных схем (посредством анализа повторяющихся однотипных переводов, их содержания, участников и т. д.). Углубленным развитием KYC является аналитический метод KYCC (от англ. Know Your Customer's Customer – знай клиента своего клиента – аббревиатура, возникшая в последнее десятилетие).

В настоящее время принцип KYC лежит в основе деятельности банков, платежных систем, паевых и инвестиционных фондов, бирж, букмекерских контор. Важность KYC стремительно возрастает по мере развития информационно-технологической деятельности, внедрения онлайн-технологий, позволяющих за короткое время проводить большое количество операций, по мере распространения криптовалют в платежных системах.

Отметим, что следование принципу KYC является лишь начальной ступенью обеспечения безопасности финансовых операций, комплекс которых складывался с 1989 г., когда в международном деловом сообществе возникла Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (FATF). За тридцать лет организации информационного взаимодействия в рамках постепенно развивающейся с целью ПОД/ФТ трехуровневой системы финансового мониторинга сложился комплекс мер, объединенный аббревиатурой AML (от англ. Anti-Money Laundering – противодействие отмыванию денег), в более полном варианте – AML CFT CWMDf (от англ. Anti-money laundering & Counter-terrorist financing & Counter-weapons of mass destruction financing – противодействие отмыванию денег, полученных преступным путем, финансированию терроризма и создания оружия массового уничтожения). Это название отражает разносторонние цели, которые AML ставит перед всеми участниками финансовой сферы, образуя свод равноуровневых нормативов и совокупность мер различной степени строгости, включающих не только противодействие операциям, проводимым в интересах отмывания нелегальных доходов и сокрытия уголовных преступлений, но и предотвращение финансирования террористических сообществ, в том числе занятых созданием оружия массового поражения.

Немаловажными результатами, которые обеспечило распространение принципов AML, являются предупреждение от вовлечения предприятий и организаций в мошеннические схемы, защита от хищений, от увода товаров, ценных бумаг и инструментов наличного расчета в нелегальную сферу, а также обеспечение своевременной и точной уплаты налогов [1].

Наряду с упомянутой концепцией KYC, комплекс AML выбрал такие контрольные инструменты и процедуры, как используемая в 1991 г. CDD (от англ. Customer Due Diligence – проверка клиента на благонадежность) и введенная в 2001 г. EDD (от англ. Enhanced Due Diligence – углубленная проверка на благонадежность). Отчеты EDD составляются специальными организациями на основе международного стандарта ISAE 3 000 и формируют базу сведений о клиентах с относительно высокой степенью ненадежности (свообразные рейтинги рисков).

Подобные отчеты имеют возможность предоставлять и сами клиенты финансовых учреждений, независимо от их величины, обеспечивая открытость информации о природе и основе своего бизнеса, происхождении средств, целях создания счетов. Эти сведения могут подкрепляться или оспариваться любыми достоверными источниками, к которым, как это ни удивительно, относят даже упоминания в средствах массовой информации (негативные подлежат опровержению).

По мере накопления международного опыта применения AML постоянно эволюционировал весь комплекс международных соглашений, внутренних законов, нормативов, отчетов, правил, положений и мер по обеспечению ПОД/ФТ, в результате чего появлялись соответствующие Директивы AML (рис. 1).

AML Anti-Money Laundering				
D1 – 1991 г. Директива 91/308/ЕС	D2 – 2012 г. Директива 2001/97/ЕС	D3 – 2005 г. Директива 2005/60/ЕС	D4 - 2015 г. Директива 2015/849/ЕС	D5 - 2018 г. Директива 2015/843/ЕС
О предотвращении использования финансовой системы для отмывания денег. Даны понятия «отмывание денег», «обязательная идентификация»	Расширена сфера применения 1-й Директивы. Под отмыванием денег подразумевают не только торговлю наркотиками, но и преступления, связанные с мошенничеством и нанесение ущерба бюджету ЕС. На принятие Директивы повлияла Конвенция ООН «Против транснациональной организованной преступности» от 2000 г.	О предотвращении использования финансовой системы для отмывания денег, дополнено: «и финансирования терроризма»	Ужесточила требования к обязанным субъектам в части идентификации и проверки благонадежности своих клиентов. Документ обязал страны ЕС создать централизованные реестры бенефициарных владельцев компаний и реестры трастов, а также упростил механизмы сотрудничества и обмена информацией между компетентными органами	Главная цель – свести к минимуму конфиденциальность держателей цифровых активов. Директива направлена на противодействие мошенникам в криптовалютной сфере; дает нормативно-правовую базу, касающуюся вопросов виртуальной валюты; дает определение «виртуальная валюта», «провайдер виртуальных кошельков»

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Директивы Anti-Money Laundering

Криптовалюты с точки зрения финансовой безопасности

Как указано выше, развитие финансовой среды в последнее десятилетие характеризуется растущим влиянием нового типа расчетных средств – криптовалют. Их появление и распространение предопределяются несколькими взаимосвязанными факторами – внедрением новых информационных технологий, глобализацией экономики, кризисом институтов государственного управления и, как следствие, снижением роли государств во всех направлениях общественной деятельности, от ракетно-космической отрасли до сферы здравоохранения [4]. Эти факторы, усугубляемые чередой мировых кризисов, привели к фактической утрате монопольного положения государств в качестве денежных эмитентов.

Как только существование криптовалют стало фактом, перед регулируемыми органами сразу же возникла проблема организации контроля за их оборотом. Возможность отмывания нелегальных доходов инструментальными средствами криптоиндустрии многократно возрастает по сравнению с традиционными учреждениями финансовой сферы. Анонимность виртуальных валют и неподконтрольность криптобирж порождают криминальную активность, доставляющую беспокойство правоохранителям во всех странах мира.

Разработка документов на уровне отдельных стран активно ведется, парламенты вносят ужесточающие поправки в законодательства, пытаются обязать блокчейн-компании и криптобиржи войти в сложившуюся систему ПОД/ФТ и применять процедуры AML к своим клиентам. Важным осложняющим фактором является то обстоятельство, что мировое информационное пространство в весьма малой степени может регулироваться законами отдельных стран и международными соглашениями правовой направленности [3].

Как следует из рисунка 1, принятие Советом Европы 4 мая 2018 г. пятой Директивы по борьбе с отмыванием денег (AMLD5), вызвано главным образом распространением криптовалют. Изначально предполагалось, что на освоение требований AMLD5 потребуется 18 месяцев. Возможно, пандемия COVID-19 осложнила этот процесс на завершающем этапе, но к моменту опубликования настоящей статьи мероприятия AMLD5 можно считать безусловно действующими, внедренными в законодательства стран – членов ЕС. Отметим, что параллельные обязательства аналогичного уровня были возложены и на американские виртуальные валютные биржи.

С вступлением в силу AMLD5 нерегулируемые ранее криптовалютные платформы перешли на новый режим работы, который обязывает выполнять правовой аудит клиента (CDD) и представлять отчеты о подозрительной деятельности (SAR, от англ. suspicious activity reports). Службам, занимающимся сбором финансовой информации, может быть поручено отыскивать владельцев виртуальной валюты, вследствие чего заметно затрудняется ее анонимное использование. Все криптовалютные биржи и кошельки регистрируются по месту их фактического расположения.

Обеспечение условий AMLD5 предполагает:

- открытость информации по бенефициарам компаний, владельцам недвижимости, трастам и их аналогам, с заполнением реестров юридических лиц на государственном уровне;
- снижение порогового значения при идентификации покупателей prepaid карт, а также пользователей электронных платежных средств для предотвращения рисков ОД/ФТ;
- расширение полномочий служб финансового надзора;
- формирование баз данных государственного уровня, включающих сведения о пользователях виртуальной валюты с перечислением номеров кошельков;
- новые полномочия для финансовой разведки ЕС;
- защиту осведомителей.

Как видим, если ранее требования к проверке ограничивались финансовыми учреждениями, бухгалтерами и налоговыми консультантами, то в AMLD5 число обязанных юридических лиц расширяется – теперь туда входят криптообменные платформы (VCEP), провайдеры виртуальных кошельков (CWP) и фирмы, предоставляющие услуги по обмену валюты.

Эти требования логичны, поскольку многие криптообменные платформы фактически действуют как электронные валютные биржи, а провайдеры виртуальных кошельков, создающие виртуальные счета с возможностью депонирования, играют роль банков. Исходя из этих соображений, VCEP и CWP будут выполнять все процедуры безопасности, которые ранее требовались от банков и других финансовых организаций: регистрироваться в государственных органах, ответственных за ПОД/ФТ, осмотрительно вести себя в отношении своих клиентов, информировать правоохранителей о сомнительных операциях.

Пятая Директива существенно модифицирует нормативно-правовую базу, регулирующую отношения, касающиеся виртуальной валюты, задавая в ней ключевые понятия.

Теперь появилось четкое юридическое определение термина «виртуальная валюта». Это «цифровое выражение стоимости, которое не гарантируется Центральным банком или государственным органом, не привязано уже установленной валюте и не обладает соответствующим правовым статусом, но принимается в качестве средства обмена, хранится и продается в электронном виде» [9].

Также AMLD5 дает юридическое определение понятию «провайдер виртуальных кошельков (CWP)», обозначая его как организацию, обеспечивающую защиту частных криптографических ключей и обработку данных о виртуальных валютах. Обозначено различие между виртуальными валютами и электронными деньгами, поскольку последние, согласно п. 2 ст. 2 Директивы ЕС от 2009 г., являются хранимыми денежными значениями на магнитных или электронных носителях, выпускаются официальными эмитентами и предназначены для приобретения средств и проведения платежных операций (электронные деньги в новых условиях фактически приравниваются к банкнотам и монетам).

Сфера финансовых услуг в реалиях информационной открытости бизнеса

Как видим, введение в действие принципов AMLD5 в первую очередь должно было сказаться на работе финансовых организаций, действующих в секторе анонимных операций с криптовалютами, использующих свое лидирующее положение в этом секторе в качестве конкурентного преимущества и ресурса развития (отметим, что нередко такие фирмы специально создаются исключительно для функционирования на крипторынке). Так и оказалось. Возрастающее регулятивное давление на криптоотрасль уже вызвало сокращение предложений.

Очевидно, что в новых условиях подобные финансовые организации могут задуматься о смене резиденции, обратив свое внимание на контрольные условия ведения бизнеса в тех странах, которые не являются членами ЕС. Местные стандарты некоторых стран могут оказаться мягче тех, что приняты в ЕС. Ближайшими

для рассмотрения целями являются Швейцария и Лихтенштейн; туманные перспективы развития обстановки в Великобритании на фоне Brexit также оставляют им некоторые надежды.

Таким образом, введение AMLD5 может в определенной степени повлечь отток части капитала из банков ЕС и других стран со столь же строгим уровнем контроля, к которым можно отнести в том числе и Российскую Федерацию. Однако и на этом направлении налоговые органы отдельных государств и их объединений применяют специальные приемы удержания налогоплательщиков для наполнения государственных бюджетов. Весомым фактором достижения этих целей является программа противодействия BEPS (от англ. Base Erosion and Profit Shifting – размывание налоговой базы и вывод прибыли из-под налогообложения).

В первую очередь эти ограничения затрагивают международные группы компаний, прибегающие к разнообразным схемам вывода из-под налогообложения конкретной страны. Например, фактически создавая прибыль в странах с высоким уровнем налогов, переоформляют ее как полученную в странах с низкими налогами. Такого рода действия, предпринимаемые недобросовестными налогоплательщиками, характеризуются как агрессивное налоговое планирование. Внешне подобные схемы выглядят вполне легальными в пределах законодательства конкретного государства, но фатально сказываются на сборе налогов. Долгое время государственные органы каждой страны самостоятельно ограничивали утечку налогов, применяя валютный контроль и лицензирование, а иногда накладывая прямые запреты (например, на открытие счетов в зарубежных банках своим резидентам). Но с развитием информационных технологий международное правовое сотрудничество в сфере контроля финансовых операций дало возможность осуществления новых видов контрольных мероприятий, в том числе онлайн [8]. В настоящее время рост объемов оцифрованной информации и скорости ее переработки обеспечивают все большую интерактивность финансового рынка [7].

Соглашение BEPS разработано Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) в 2014 г. при содействии государственных контрольных органов стран, входящих в G20. Оно обеспечивает всем присоединившимся к этой системе организациям автоматический обмен сведениями о проводимых транзакциях, а также об их участниках – клиентах банков, страховых и брокерских компаний, инвестиционных фондов, предотвращая агрессивное налоговое планирование, затрудняя доступ к необоснованным налоговым послаблениям для недобросовестных компаний и физических лиц.

Надо, однако, отметить, что подобные международные соглашения, полезные с точки зрения стран с высоким налогообложением и развитой банковской системой, охотно внедряющих в свои законодательства соответствующие поправки, не находят солидарной поддержки со стороны стран с облегченным налогообложением, в том числе имеющих оффшорные зоны, извлекающие огромные прибыли от налоговой оптимизации. Эти страны могут реально присоединиться к BEPS только под давлением со стороны международного сообщества, которое может выражаться в таких мерах, как отказ странам, не желающим менять свое законодательство, в кредитах и других программах финансирования, политической и военной поддержке.

Можно заключить, что время повсеместного введения в действие соглашения BEPS еще не наступило, но определенные плоды оно уже приносит. Например, если в банке страны, присоединившейся к соглашению, неким лицом открыт корпоративный счет для оффшорной компании или компании-нерезидента по отношению к банку, то об этой компании станет известно налоговой службе в стране налоговой резидентности такого лица. Сведения о клиентах-нерезидентах передаются в другие страны-участники, а также в централизованный реестр ЕС, что может вызвать соответствующие проблемы у такого налогоплательщика. В первую очередь это относится к физическим лицам, открывшим счета в зарубежных банках стран-участниц. У юридических лиц еще остается некоторое время, чтобы определиться с резидентностью бенефициара компании, до получения извещения от налоговых органов.

Выводы

К результатам, достигнутым совокупным влиянием описанных в статье международных соглашений, можно отнести следующие.

Недобросовестным финансовым операторам, прибегающим к налоговой оптимизации, придется нести дополнительные расходы, связанные с отказом от привычных схем увода налогов, что может привести их к осознанию их экономической нецелесообразности – возможные убытки от штрафных санкций могут оказаться вполне сопоставимыми с сумой налогов, уплачиваемых без прокладки в виде нерезидентных компаний.

Схемы, считавшиеся ранее по внешним признакам вполне легальными, в новых условиях функционирования международного бизнеса окажутся незаконными, и информация о них, представленная в местные налоговые органы, может оказаться фатальной для такого оператора.

Ожидается рост спроса на фидуциарные услуги, предполагающие трастовую передачу прав на активы резидентам стран, в которых отсутствует налогообложение физических лиц и их доходов (например, островных государств). Альтернативным вариантом остается прямая покупка резидентного статуса в Швейцарии, Белизе, Панаме, островных государствах Карибского моря (Антигуа, Доминика, Сент-Люсия и др.) или на Сейшелах, хотя и эти страны в последние годы постепенно меняют правила налогообложения.

Несмотря на законодательное противодействие многих стран, распространение цифровых валют, криптовалют, стейблкоинов, а также виртуальных платежных карт неостановимо; они занимают все возрастающую долю расчетов в сфере услуг и розничной торговли.

Более жесткие требования контрольных органов заставляют финансовые структуры осторожнее и тщательнее относиться к подготовке документации, особенно по внешнеэкономическим операциям, в частности, при оформлении зарубежных займов из-за рубежа, приобретении товаров с отсрочкой платежа, представлении прав пользования интеллектуальной собственностью, покупке долговых ценных бумаг и инвестициях в корпоративные права.

Международное налоговое планирование затрудняется, но все еще остается актуальной проблемой, поскольку формально бизнес не ограничивается при выборе страны банка. Важное изменение в условиях и обстоятельствах работы состоит в большей открытости информации и, как следствие, неизбежности правовых последствий использования серых схем и сомнительных приемов налоговой оптимизации. Поэтому любое финансовое учреждение при открытии нового счета должно внимательно изучить намерения клиента и убедиться, что перспективная работа с ним имеет реальное экономическое обоснование.

Библиографический список

1. Ващекин, А. Н., Ващекина, И. В. Информационное взаимодействие в системе борьбы с «отмыванием» преступных доходов: риск-ориентированный подход // Правовая информатика. – 2018. – № 4. – С. 4-13.
2. Ващекина, И. В., Ващекин, А. Н. Применение риск-ориентированного подхода при организации противодействия отмыванию нелегальных доходов в российской практике // Наука и практика. – 2018. – № 3. – С. 61-69.
3. Горшкова, Л. В. Место норм, регулирующих сеть Интернет, в системе российского права // Информационные ресурсы России. – 2005. – № 3 (85). – С. 8.
4. Иохин, В. Я. Испытание глобализмом // Философия хозяйства. – 2010. – № (68). – С. 106-117.
5. Крылова, Л. В. Проблемы и направления развития международной банковской деятельности // Проблемы теории и практики управления. – 2020. – № 4. – С. 72-83.
6. Ловцов, Д. А. Проблема эффективности международно-правового обеспечения глобального информационного обмена // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2011. – № 11 (17). – С. 24-31.
7. Тропская, С. С. Финансовый рынок в условиях развития цифровой экономики (финансово-правовой аспект) // Финансовое право. – 2018. – № 8. – С. 28-33.
8. Федосеев, С. В. Применение современных технологий больших данных в правовой сфере // Правовая информатика. – 2018. – № 4. – С. 50-58.
9. Директива AMLD5 [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2018.156.01.0043.01.ENG&toc=OJ:L:2018:156:TOC (дата обращения: 14.12.2020).

References

1. Vashchekin A. N., Vashchekina I. V. Information interaction in the system of combating the laundering of criminal income: risk-based approach, *Legal informatics*, 2018, no. 4, pp. 4-13. (In Russian).
2. Vashchekina I. V., Vashchekin A. N. Application of a risk-based approach in the organization of countering laundering of illegal income in Russian practice, *Science and Practice*, 2018, no. 3, pp. 61-69. (In Russian).
3. Gorshkova L. V. The place of the rules regulating the Internet in the system of Russian law, *Information Resources of Russia*, 2005, no. 3 (85), pp. 8. (In Russian).

4. Iokhin V. Ya. The test of globalism, *Philosophy of Economy*, 2010, no. 2 (68), pp. 106-117. (In Russian).
5. Krylova L. V. Problems and directions of development of international banking, *International Journal of Management Theory and Practice*, 2020, no. 4, pp. 72-83. (In Russian).
6. Lovtsov D. A. The problem of the effectiveness of international legal support for global information exchange, *Science and education: economy and financial economy; entrepreneurship; law and management*, 2011, no. 11 (17), pp. 24-31. (In Russian).
7. Tropkaya S. S. Financial market in the context of the development of the digital economy (financial and legal aspect), *Finansovoe pravo*, 2018, no. 8, pp. 28-33. (In Russian).
8. Fedoseev S. V. Application of modern big data technologies in the legal field, *Legal informatics*, 2018, no. 4, pp. 50-58. (In Russian).
9. *AMLD5 Directive*. Available at: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2018.156.01.0043.01.ENG&toc=OJ:L:2018:156:TOC (accessed 14.12.2020). (In Russian).

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПРОЦЕССЫ

УДК 005.591.6:316.774 (470-41)

JEL O14

DOI 10.26425/1816-4277-2021-1-134-141

Акопян Анна Рубеновна

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет управле-
ния», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-8887-4671

e-mail: akopyan-ar@mail.ru

Аракелян Артур Мовсесович

д-р экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет управле-
ния», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-8328-7219

e-mail: artur.arakelyan@mail.ru

Воронцова Юлия Владимировна

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет управле-
ния», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-7995-6395

e-mail: jvms2008@yandex.ru

Крысов Виктор Владимирович

канд. геогр. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет управле-
ния», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0003-3794-9271

e-mail: viktor.krysov@gmail.com

Anna R. Akopyan

Cand. Sci. (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russian Federation

ORCID: 0000-0002-8887-4671

e-mail: akopyan-ar@mail.ru

Artur M. Arakelyan

Dr. Sci. (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-8328-7219

e-mail: artur.arakelyan@mail.ru

Yulia V. Vorontsova

Cand. Sci. (PhD) (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-7995-6395

e-mail: jvms2008@yandex.ru

Viktor V. Krysov

Cand. Sci. (Geogr.), State University
of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0003-3794-9271

e-mail: viktor.krysov@gmail.com

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА КОНТЕНТ РОССИЙСКИХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ КАНАЛОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация. Проведено исследование влияния различного рода факторов на контент российских федеральных каналов. С помощью контент-анализа сетки вещания были получены данные для выявления влияния факторов, характерных для этапа формирования общества потребления в России на контент телевизионных каналов и анализа на соответствие телепередач разработанным авторами критериям, которые были сформированы и рассмотрены вместе с современными тенденциями в обществе, связанными с цифровизацией процессов, и предпочтениями россиян. Телевидение является важным социальным институтом, который не только должен отражать современную ситуацию в обществе, но и транслировать определенные модели поведения, культуру и ценности. Телевизионный контент требует большого внимания, поскольку в настоящее время происходят существенные изменения индивидуума в новых условиях цифровой коммуникации. Современный телевизионный контент должен отойти от простой модели массовой культуры, в основе которой лежит стандартизированный подход с опорой на развлекательный контент. Контент должен учитывать современные потребительские ценности.

Ключевые слова: культура, медиакommunikации, общество потребления, потребительские ценности, средства массовой информации, сторителлинг, телевизионный контент, тематические программы, цифровизация, эфирное время

Для цитирования: Акопян А.Р., Аракелян А.М., Воронцова Ю.В., Крысов В.В. Исследование влияния факторов на контент российских федеральных каналов в условиях цифровизации//Вестник университета. 2021. № 1. С. 134–141.

STUDY OF THE INFLUENCE OF FACTORS ON THE CONTENT OF RUSSIAN FEDERAL CHANNELS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Abstract. The authors carry out a study of the influence of various factors on the content of Russian federal channels. Using content analysis of the broadcast data were obtained to identify the influence of factors, characteristic for the stage of formation of a consumer society in Russia on the content of television channels and the analysis of conformity of telecasts the authors developed, criteria that have been formed and considered together with current trends in society related to the digitalization processes, and preferences of Russians. Television is an important social institution that should not only reflect the current situation in society, but also broadcast certain behaviors, culture and values. Television content requires a lot of attention, because now there are significant changes in the individual in the new conditions of digital communication. Modern television content should move away from the simple model of mass culture, which is based on a standardized approach based on entertainment content. Content should take into account modern consumer values.

Keywords: airtime, consumer society, consumer values, culture, digitalization, mass media, media communications, storytelling, television content, thematic programs

For citation: Akopyan A.R., Arakelyan A.M., Vorontsova Yu.V., Krysov V.V. (2021) Study of the influence of factors on the content of Russian federal channels in the context of digitalization. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 134–141. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-134-141

Введение

Общество потребления – это совокупность общественных отношений, организованных на основе прин-

© Акопян А.Р., Аракелян А.М., Воронцова Ю.В., Крысов В.В., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Akopyan A.R., Arakelyan A.M., Vorontsova Yu.V., Krysov V.V., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ципа индивидуального и массового потребления материальных благ и услуг и формирования соответствующей системы ценностей и установок [3]. В условиях таких изменений культура и средства массовой информации стали объектами потребления. Также они участвуют в формировании стереотипов потребительского образа жизни. Массового зрителя привлекают не самой сутью и темой телевизионной программы, а импульсивностью и эмоциональностью обсуждения либо рассказа. Данному критерию соответствует вид ток-шоу – дискуссии с характерными чертами:

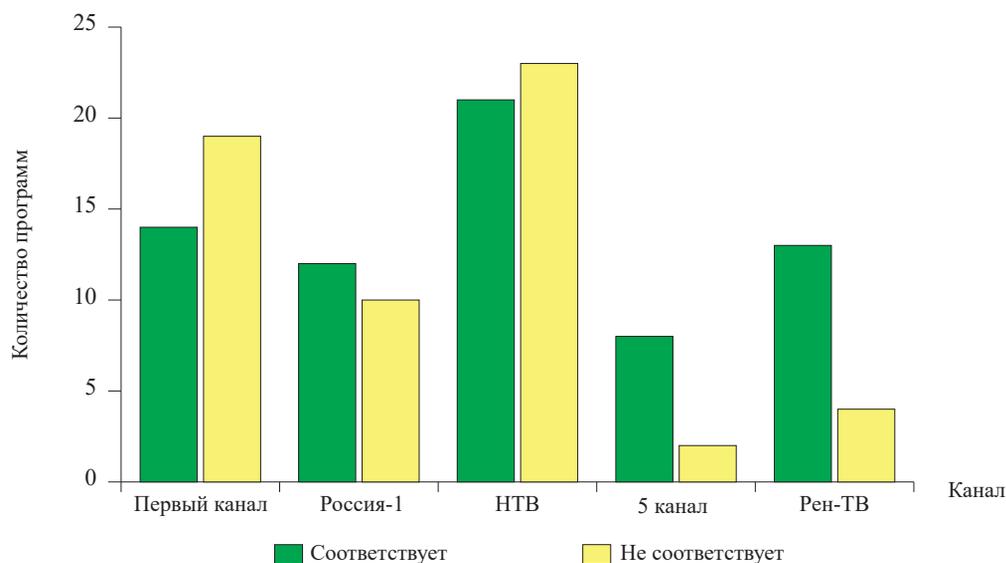
- рассмотрение темы исключительно с одной точки зрения;
- динамичная смена сцен, быстрые переходы от одной темы к другой;
- драматичное развитие главной темы ток-шоу до кульминации;
- эмоциональное и динамичное обсуждение;
- обсуждение не по заявленной теме;
- громкие заголовки, сенсации;
- дискуссия, часто переходящая в ругань.

Также к программам такого формата (согласно данному критерию) относят «публицистические» программы, которые не соответствуют требованиям публицистики и используют формат для продвижения в массы ненаучной, непроверенной информации.

Материалы и методы исследования

Большинство телевизионных каналов работают с ориентацией на потребительские ценности: мода, внешний вид, машины и автотранспорт, деньги, потребительские программы про покупки, жизнь звезд и популярных людей, достаток и демонстративное потребление. Суммарное количество телепередач и телесериалов, соответствующих и несоответствующих критериям общества потребления, по каждому телеканалу отражено на рисунке 1.

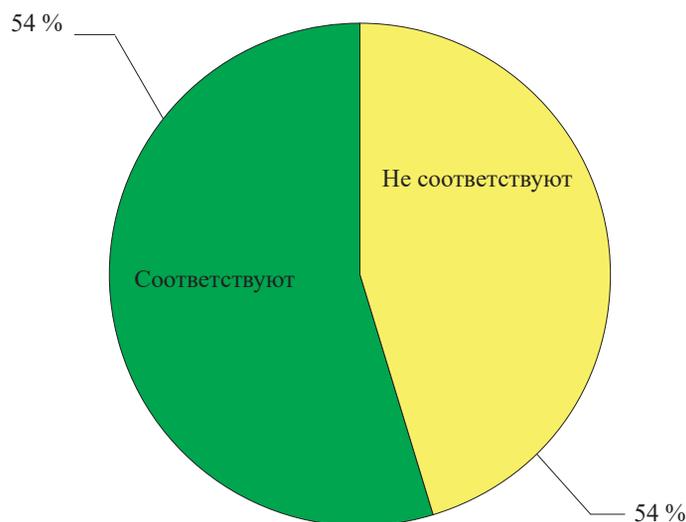
Всего 68 телепередач и телесериалов на выбранных телеканалах соответствуют разработанным критериям потребления, а 58 – не соответствуют. Процентное соотношение отражено на рисунке 2.



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Количество программ, соответствующих и не соответствующих разработанным критериям, на анализируемых телеканалах

Далее с помощью метода контент-анализа были проанализированы сетки выбранных телеканалов. При этом были реализованы следующие основные процедуры выбранного метода:



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Соотношение программ по результатам анализа

- 1) выявление смысловых единиц контент-анализа, которыми могут быть:
 - понятия;
 - темы;
 - имена;
 - события, факты и т. п.;
- 2) выделение «единиц счета», которые могут совпадать либо не совпадать с единицами анализа:
 - физическая протяженность текстов;
 - объем текста;
 - длительность трансляции;
- 3) Процедура расчета в общем виде сходна со стандартными приемами классификации по выделенным группировкам. При данной процедуре применяется составление специальных таблиц, применение компьютерных технологий, формул расчета и статистических данных.

По выделенным пунктам исследование выглядит следующим образом:

- 1) в качестве смысловой единицы выступает тип программы;
- 2) единицей измерения выбрана минута эфирного времени.

Временной промежуток исследования составляет одну неделю.

Программа сетки вещания телеканала – это результат программной политики, основанной на собственном понимании телеканалом своей миссии и на изучении запросов аудитории. Сетка вещания обязательна для точного структурирования эфирного времени: она демонстрирует пропорцию и временные доли программ, предоставляет возможность отслеживать время выхода с активностью сегментов аудитории и показывает соотношение разовых и серийных программ [6].

Одним из ключевых факторов для телевизионных каналов является время. Выбор временных промежутков основывается на программировании телевизионной сетки, в котором особое значение отдается объему аудитории в момент телесмотрения. Выделим четыре временных промежутка: утренний, дневной, вечерний и ночной. Промежутком с самым большим количеством телезрителей является вечерний.

Следующим критерием анализа сетки вещания является тип программы. Авторами были выделены следующие типы программ:

- 1) информационные (новостные) программы. Регулярное информирование о текущих событиях, содержащих сюжеты, репортажи, устные сообщения. Группировка новостей может быть универсальной (от политики до погоды), а также тематической;

- 2) информационно-аналитические программы, совмещающие в себе не только достоверные факты, но также мнения экспертов и ведущего;

3) публицистические программы, представляющие собой произведения журналистики: интервью, журналистское расследование, проблемный репортаж, очерк, ток-шоу. Публицистические программы ставят перед зрителем социальные проблемы, используя при этом конкретные примеры. Публицистическая программа должна соответствовать следующим критериям:

- актуальность и оригинальность фактов и информации, идей и подходов к проблеме;
- реальные предложения и способы решения проблем;
- наличие нравственных ценностей, восприятие конфликта как поиск истины;
- четкая стилистическая подача, использование художественных приемов речи, логичная конструкция повествования;

4) познавательно-развлекательные программы. Могут подаваться в формате ток-шоу, веселого обозрения актуальных событий, интеллектуальных игр с участниками программы, а также в формате викторин и телепутешествий;

5) культурно-просветительские программы представляют собой документальные фильмы, трансляции культурных событий, спектаклей, а также передачи о проблемах семьи, медицины (здоровья), серьезные интервью;

6) художественные фильмы;

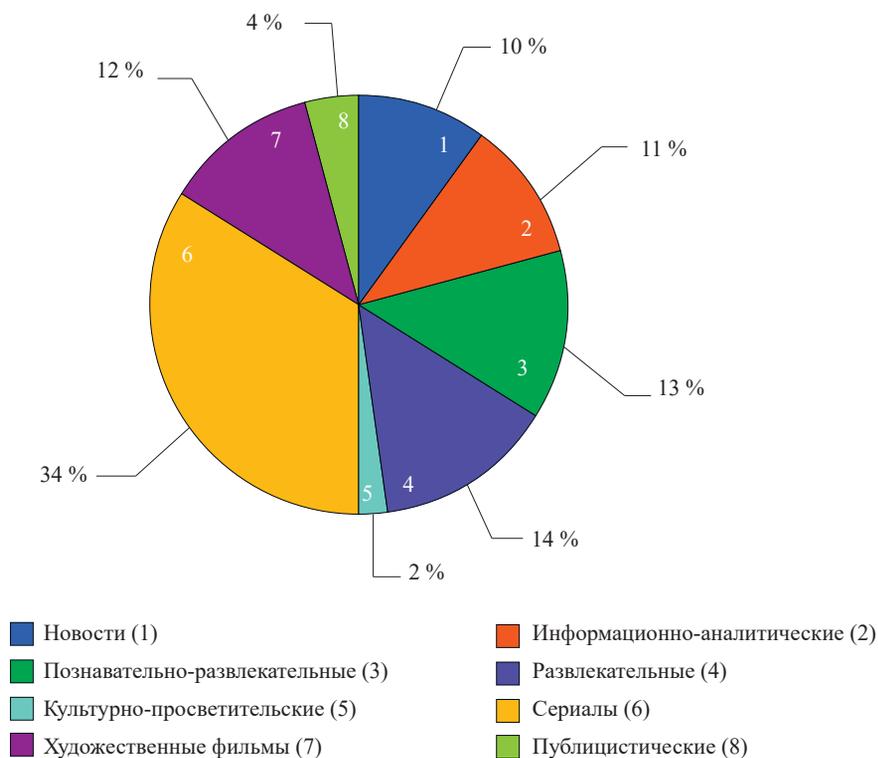
7) сериалы;

8) развлекательные программы: эстрада, звезды шоу-бизнеса, цирк, легкая музыка, игры, ток-шоу [5].

В результатах исследования не учитывалось время публицистических телепрограмм канала РЕН ТВ, так как, несмотря на позиционирование транслируемых телепрограмм как документальных, научных, они неоднократно подвергались критике как антинаучные.

На рисунке 3 показано соотношение типов передач на пяти выбранных телеканалах за исследуемый период.

По результатам анализа сетки вещания самую большую долю эфирного времени занимают телевизионные сериалы (34 %). Новости, познавательно-развлекательные, развлекательные, информационно-аналитические програм-



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 3. Распределение эфирного времени по типам исследованных телепрограмм

мы и художественные фильмы занимают примерно одинаковый процент (10–14 %). А культурно-просветительские только 1 % общего эфирного времени. Также следует отметить, что в результате анализа было выявлено полное отсутствие детских передач на выбранных телеканалах.

В процессе исследования сетка эфирного времени также была дополнительно проанализирована согласно временному критерию (временной промежуток). Вечернее время является промежутком с самым большим количеством телезрителей. Самую большую долю в эфирном вечернем времени за анализируемый период занимают развлекательные телепередачи и сериалы – 29 % и 36 % соответственно. Новости, информационно-аналитические программы и художественные фильмы – 12 %, 9 % и 9 % соответственно. Публицистические передачи занимают 4 % времени; познавательно-развлекательные программы занимают 1 % эфирного времени, а культурно-просветительские программы совсем не транслируются в вечернее время.

Для выявления влияния факторов, характерных для этапа формирования общества потребления в России, на контент телевизионных каналов данные, полученные с помощью контент-анализа сетки вещания и анализа на соответствие телепередач разработанным критериям, были рассмотрены вместе с современными тенденциями в обществе, связанными с цифровизацией процессов и предпочтениями россиян. Для рассмотрения этих тенденций был осуществлен вторичный анализ данных, использующийся для оценки полученных социологических данных в соответствии с новыми задачами и целями, которые не стояли во время проведения исследования. Этот метод помогает шире и объективнее взглянуть на результаты полученных исследований. Вторичный анализ не предполагает проведение нового оригинального исследования и не направлен на сбор данных, а использует старые массивы данных, которые собирались для других задач.

Проанализировав телевизионные сетки вещания различных телеканалов, можно сделать вывод, что часто транслируемым типом передач являются сериалы – они занимают 34 % суммарного эфирного времени за неделю. Также телесериалы являются одним из важнейших феноменов массовой культуры. В процессе исследования сериалы были рассмотрены на предмет их соответствия разработанным критериям общества потребления на этапе формирования. В результате 16 из 18 сериалов соответствуют этим критериям. Анализ телевизионной сетки и статистических данных, оценка на соответствие критериям свидетельствуют о том, что телесериалы действительно являются одним из самых любимых жанров у россиян, однако, большая часть транслируемых телесериалов не соответствуют современным изменениям в обществе, также это подтверждается большим количеством людей, которые предпочитают смотреть сериалы в сети «Интернет» (далее – Интернет).

Дополнительно следует отметить большой рост информационно-аналитических программ за последние семь лет. Ключевым моментом информационно-аналитических шоу стало искусственное использование сцен, связанных с агрессией, а также примитивизация темы и превосходство формы над содержанием. Так, почти во всех программах за исследуемый период наблюдалось наличие агрессии во время обсуждения заявленной темы, крики, зачастую драки. Кроме того, для таких программ характерна высокая эмоциональность подачи и манеры общения собеседников или оппонентов. Доктор филологических наук Н.С. Гегелева и доктор исторических наук А.А. Грабельников в научной статье «Политические ток-шоу на российских телеканалах» анализируют информационно-аналитические программы на современном российском телевидении и говорят «об утрате подлинной дискуссионности и аргументированности», большом количестве скандалов, повторяющихся темах и гостях [2, с. 234]. Они отмечают, что агрессия приводит к искажению первостепенной проблемы. Также они отмечают снижение интереса к данным телепрограммам, что в целом привело к кризису жанра [2].

Публицистические телепередачи транслировались 1 960 минут. Публицистические передачи являются основополагающими передачами на телевидении, которые основываются на профессиональной работе журналиста, отражают политику телеканала, ставят перед собой социальные и общественные задачи. Публицистическим передачам предъявляются высокие требования: авторский подход, понимание назначения передачи и следование этическим законам.

Культурно-просветительские программы составили только 1 % эфирного времени (690 минут) за исследуемый период. Тенденции современного общества потребления заключаются в саморазвитии и обучении. При этом социологические опросы показывают рост культурной вовлеченности россиян за год до 88 %. Полученные результаты анализа позволяют сделать вывод, что у россиян есть потребность в культурно-просветительском контенте на телевидении, так как они отмечают его как важную часть своей жизни, а также отмечают как одну из функций телевидения. Однако, телеканалы не учитывают современные предпочтения людей и тенденции в обществе потребления.

За исследуемый период ни на одном телеканале не было ни одной детской телепередачи или мультфильма. Из приведенных данных можно сделать вывод, что большинство детей, начиная с самого раннего возраста, являются

активными пользователями Интернета. Аналитики отмечают, что для детей Интернет станет самым главным медиаресурсом в будущем. При этом телеканалы сами не привлекают и не транслируют детский контент, что со временем может привести к потере аудитории, так как для них эти телеканалы не будут главным источником информации.

Анализ распределения передач по временным промежуткам показывает совершенно неоднородные результаты. Так, познавательно-развлекательные передачи почти совсем не транслируются в вечернее время (только 130 минут эфирного времени). А наиболее часто транслируемыми в это время стали сериалы и развлекательные передачи – 74 %. Культурно-просветительские программы транслируются в основном в утреннее и ночное время и совершенно отсутствуют вечером. В целом в каждом временном промежутке выявляется склонность к показу определенного типа телепередач. Это объясняется программированием сетки на основе предпочтений социальных групп, которые смотрят телевидение в определенное время. Однако, современные черты общества, свидетельствуют о том, что трудно выделить массовые предпочтения у большой категории граждан. Также это совершенно не учитывает стремление к индивидуальности, к личным переживаниям конкретного человека. Это создает условие, при котором, человек, выбирая телеканал для просмотра, имеет возможность смотреть только конкретный тип передачи.

Анализ и обсуждение результатов

В результате было выявлено влияние факторов, характерных для этапа формирования общества потребления, а именно:

- ограниченная тематическая направленность телесериалов;
- продолжительность существования программы в эфире без изменения формата в течение семи и более лет – в 52 передачах;
- искусственное использование сцен, связанных с агрессией и насилием – в 34 передачах;
- примитивизация темы в 47 передачах;
- превосходство формы над содержанием – в 52 передачах;
- ориентация на потребительские ценности – в 53 передачах и 9 телесериалах;
- продолжительность показа телесериала семь и более лет – в 9 сериалах;
- ключевая тематика телесериала – популярная схема сюжетных ходов массовой культуры – в 16 телесериалах;
- минимальное количество программ культурно-просветительского и публицистического типа;
- отсутствие детских телепередач;
- несоответствие телевизионного контента предпочтениям россиян.

Выявленные факторы не только не соответствуют изменениям в обществе, но и изменениям тенденций в целом. Телевидение остается самым популярным источником информации и способом проведения досуга. Однако, с каждым годом уменьшается количество телезрителей. В ходе анализа было выявлено желание россиян смотреть научный или образовательный контент, желание не просто смотреть развлекательный контент, а получать от него какие-то эмоции и впечатления, пользу. Также было отмечено снижение доверия к телевидению как к источнику информации.

Телевидение является важным социальным институтом, который не только должен отражать современную ситуацию в обществе, но и транслировать определенные модели поведения, культуру и ценности. Телевизионный контент требует большого внимания, поскольку в настоящее время происходят существенные изменения индивидуума в новых условиях цифровой коммуникации. Современный телевизионный контент должен отойти от простой модели массовой культуры, в основе которой лежит стандартизированный подход с опорой на развлекательный контент. Контент должен учитывать современные потребительские ценности, особенно молодых людей, поскольку скоро они будут представлять самую большую часть потенциальных или реальных телезрителей.

Телеканалы должны привлекать телезрителей не громкими заголовками и/или провокационными темами. Руководители телеканалов должны опираться, в первую очередь, на качество, объективность представляемой информации. В больших количествах должны использоваться не только приемы воздействия на массовую аудиторию, но и художественные и публицистические приемы. Необходимо опираться не только на рейтинги, как на главный критерий формирования эфирной сетки, но и на то, какое место телеканал может занять

в жизни телезрителя. Телеканалам следует собирать, учитывать, анализировать предпочтения людей и общественные, социальные изменения. Телевизионный контент должен прогнозировать будущие изменения в обществе потребления, а не опираться на устаревшие, пусть и успешные характерные принципы, поскольку телевидение имеет возможность не только подстраиваться, но и формировать предпочтения телезрителей.

В настоящее время стремление соответствовать какому-то определенному стандарту становится все менее значимым, а важным становится индивидуальность. В связи с этим необходимо увеличить разнообразие тем, подходов, типов программ, а контент должен быть разнообразен по своему характеру и содержанию. Телеканал должен обеспечивать беспристрастность в поднимаемых вопросах, а обсуждаемые проблемы должны рассматриваться объективно. Обсуждения в телепередачах должны отражать различные точки зрения и подходы к рассмотрению поставленной проблемы. Однополярное представление проблемы представляется «общепринятым», что противоречит новым концепциям в обществе, где человек потребляет тот контент, который соответствует его мировоззрению. Телеканалам нужно сформировать коммуникацию с телезрителями, в которой человек сможет выбрать и получить необходимые ему личные переживания. Это возможно с помощью журналистской работы, профессиональных и характерных особенностей ведущего, подбора героев для телепередачи, авторским (не стандартизированным) подходом к проблеме. Также стоит обратить внимание на временные промежутки при программировании эфирной сетки. Различные типы телепередач должны быть распределены более равномерно в течение дня, что позволит отвечать на индивидуальные предпочтения телезрителей, а также ориентироваться на социальную массу людей. Для этого возможно использование кейс-анализа, например, на основе принципов формирования контента в европейских странах.

Необходимо уделить внимание научному, образовательному контенту, так как саморазвитие и образование является тем аспектом, с помощью которого современный человек выстраивает свою идентичность. Публицистические, культурно-просветительские программы должны занимать больше времени в эфирной сетке, а также транслироваться в разные временные промежутки. В связи с этим также стоит уменьшить количество антинаучной информации, отойти от примитивизации тем и подмены понятий. Современные примеры из интернета показывают, что познавательный и культурно-просветительский контент, популяризация науки пользуются большой популярностью, а также может собирать большую аудиторию.

Контент федерального телеканала не должен формироваться вокруг одного типа или жанра телепрограмм или одной определенной тематики. увеличение разнообразия тем, подходов, форматов, точек зрения, отражающих позицию разных категорий россиян, привлечет разных телезрителей и сделает контент более актуальным и соответствующим сегодняшним тенденциям в обществе потребления [4]. Процесс просмотра телевизионного контента должен предоставлять человеку возможность получить разнообразные ощущения от страха и удивления до наслаждения и познания. Сетка должна вовремя обновляться и отражать актуальные тенденции общества. Также необходимо уделить внимание прогнозированию для представления об ожидаемом ходе развития событий. Другим важным направлением в современном обществе становится эстетизация, поэтому телеканалам стоит обратить внимание на контент, связанный с различными проявлениями красоты и эстетики. Это также позволит воздействовать на потребности человека – впечатления и переживания.

Одно из главных изменений в современном обществе – потребление для получения переживаний и впечатлений. Телевизионный контент должен стать не просто возможностью провести время, но возможностью и получить эмоции и опыт. Это возможно осуществить с помощью программ, связанных с повседневными практиками, поскольку такие практики охватывают большую часть жизни индивидуума. Для реализации этого телевизионные каналы могут отвести больше эфирного времени «сторителлингу» – историям, способным вызвать у людей отклик, сопереживания. Это не обязательно должны быть истории из шоу-бизнеса или семейные «разборки», наоборот, с помощью воодушевляющих историй рядовых граждан телевидение может стать ближе к телезрителям и отвечать современным принципам в обществе. Для актуализации программной политики руководители телеканалов могут использовать методы экспертных оценок с привлечением в качестве экспертов социологов, ученых в области журналистики и медиакоммуникаций, исследователей потребительского поведения россиян [1].

Также необходимо уделить внимание современным тенденциям в обществе: программы об экологичности, здоровом образе жизни, саморазвитии, культуре, путешествиях. Для того, чтобы изменения в эфирной

сетке не принесли убытков, можно использовать методы численного сценарного анализа, позволяющие оценить риск и доходность при разных вариантах изменения программ.

Заключение

Действительно, телевидение было и остается самым популярным средством массовой коммуникации. Однако, это связано и с тем, что Интернет до сих пор не доступен некоторым категориям граждан по финансовым и техническим причинам или из-за неумения пользоваться сетью. В настоящее время пользователь Интернета имеет возможность выбрать актуальный контент, отвечающий и предпочтениям индивидуума, и современным тенденциям в обществе. В результате исследования было выявлено достаточное количество телевизионных программ, передач и сериалов, соответствующих принципам общества потребления на этапе формирования.

Библиографический список

1. Аракелян, А.М., Воронцова, Ю.В., Новицкая, А.В. Основы медиапланирования: учебное пособие. – М.: Издательский дом ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», 2020. – 138 с.
2. Грабельников, А.А., Гегелова, Н.С. Политические ток-шоу на российских телеканалах // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2018. – Т. 23. – № 2. – С. 234–245.
3. Козырев, Г.И. Общество потребления как система социального контроля // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. – 2017. – № 4-1 (10). – С. 30–37.
4. Новикова, Т. Е. Потребительские программы на современном ТВ: от утилитарности к развлекательности // Молодой ученый. – 2016. – № 9 (113). – С. 1283–1285.
5. Цвик, В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 382 с.
6. Дашевская, И. МассМедиа: Программирование на ТВ // Broadcasting [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.broadcasting.ru/articles2/content/mass-media-programmirovanie-na-tv> (дата обращения: 07.12.2020).

References

1. Arakelyan A.M., Vorontsova Yu.V., Novitskaya A.V. *Basics of media planning: textbook*, Moscow, State University of Management Publ. House, 2020, 138 p. (In Russian).
2. Grabel'nikov A.A., Gegelova N.S. Political talk shows on Russian TV channels, *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 2018, vol. 23, no. 2, pp. 234–245. (In Russian).
3. Kozyrev G.I. Consumer society as a system of social control, *Russian State University for the Humanities Bulletin. Series: Philosophy. Social Studies. Art Studies*, 2017, no. 4-1 (10), pp. 30–37. (In Russian).
4. Novikova T.E. Consumer programs on TV today: from the utilitarian to the entertainment value, *Molodoi uchenyi*, 2016, no. 9 (113), pp. 1283–1285. (In Russian).
5. Tsvik V.L. *Television journalism: history, theory, practice: textbook*, Moscow, Aspekt Press, 2004, 382 p. (In Russian).
6. Dashevskaya I. Mass Media: Programming on TV, *Broadcasting*. Available at: <http://lib.broadcasting.ru/articles2/content/mass-media-programmirovanie-na-tv> (accessed 07.12.2020).

УДК 316.7, 130.2, 004

Захаров Михаил Юрьевич

д-р филос. наук, ФГБОУ ВО

«Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-8796-6283

e-mail: m.u.zaharov@gmail.com

DOI 10.26425/1816-4277-2021-1-142-147

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВЫ КИТАЙСКОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ БУДУЩИМ

Аннотация. Проведен анализ максимы старого Китая, в соответствии с которой дальнейшей жизнью, изменениями можно управлять, если предварительно приподнять завесу прошлого и настоящего времени, заглянуть в будущее, а лучше сконструировать его желаемый образ и двигаться к нему. С этой целью рассмотрена сформированная в рамках духовной культуры Китая традиционная модель управления текущими изменениями и возможным будущим, которая нашла свое современное воплощение в технологии китайского форсайта. Определены социокультурные основы модели, природа прогностического знания, особенности его практической реализации в форме действительного бездействия. Особое внимание в статье уделено осмыслению китайского феномена будущего и его космологической основы, роли «Великого предела» в прогностическом процессе, латентной стороне мыслительной прогностической технологии.

Ключевые слова: будущее, «Великий Предел», изменения, космология, культура, модель, предсказание, прогностическое знание, старый Китай, управление, форсайт

Для цитирования: Захаров М.Ю. Социокультурные основы китайской модели управления будущим//Вестник университета. 2021. № 1. С. 142–147.

Mihail Yu. Zakharov

Dr. Sci. (Philos.), State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-8796-6283

e-mail: m.u.zaharov@gmail.com

SOCIO-CULTURAL FOUNDATIONS OF THE CHINESE MODEL OF FUTURE MANAGEMENT

Abstract. The article performs an analysis of the maxim of Ancient China, according to which further life, changes can be controlled if you first lift the veil of the past and present, look into the future and it is better to construct its desired image and move towards it. To this end, the author considers the traditional model of managing current changes and possible future, formed within the framework of the spiritual culture of China, which has found its modern embodiment in the technology of Chinese foresight. The paper determines the socio-cultural foundations of the model, the nature of prognostic knowledge, the features of its implementation in the form of effective inaction. The author pays special attention in the article to the understanding of the Chinese phenomenon of the future and its cosmological basis, the role of the “Supreme Ultimate” (Taiji) in the prognostic process, the latent side of the cognitive prognostic technology.

Keywords: Ancient China, changes, culture, cosmology, foresight, future, management, model, prognostic knowledge, prognostication, the “Supreme Ultimate”

For citation: Zakharov M.Yu. (2021) Socio-cultural foundations of the Chinese model of future management. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 142–147. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-142-147

Введение

Китайское общество, как, впрочем, и любое другое, на протяжении всей истории пыталось приподнять завесу прошлого и настоящего времени, заглянуть в будущее, понять возможные пути управления последующим развитием общества. Для этого использовались различные прогностические техники, высказывались определенные суждения о возможном будущем обществе, его качественном состоянии, путях и направлениях формирования, обосновывалась уверенность в построении конкретной модели. При этом утопичность предсказания несколько не пугала авторов, даже документирование сверхчувственного прогностического знания не останавливало их на этом неблагоприятном пути.

© Захаров М.Ю., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Zakharov M.Yu., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Постановка проблемы

За долгие годы существования китайской цивилизации накоплен огромный социокультурный опыт осмысления будущего, сформированы особые китайские постулаты будущего:

- в основе будущего лежит единство Неба, общества, человека, и именно Небо подарило людям саму возможность заглянуть в будущее;
- будущее неразрывно связано с прошлым золотым веком «высокой древности», который является своеобразным идеалом китайской гармонии и стабильности;
- будущее общества неразрывно связано с природой, находится с ней в гармоничной целостности, подчиняется ее естественным законам (окружающую действительность нельзя разделять на природный мир и человеческий мир – это огромный единый и целостный живой организм, в котором все части связаны друг с другом, влияют и зависят друг от друга);
- будущее – это всегда некий баланс между иньской и янской стороной мироздания, которые противоположны, взаимосвязаны, взаимно дополняют и ограничивают друг друга, при достижении предела развития переходят в свою противоположность.

В перечисленных постулатах четко прослеживается устойчивая космологическая основа будущего, которая описывает классические этапы процесса мирообразования и последующего развития. Все это, безусловно, требует критического осмысления, последующего понимания места и роли социокультурного опыта в традиционной модели управления как текущими изменениями, так и возможными будущими. Понять это – значит уже сегодня осмыслить динамику и перспективы развития Китая, особенности формирования его национального управленческого механизма в цифровую эпоху.

Материалы и методология исследования

Системообразующим элементом, своеобразным стержнем, на который могут быть нанизаны социокультурные элементы традиционной китайской прогностики является космологическая конструкция, позволяющая понять не только три классических этапа мирообразования, но и осмыслить современную динамику развития китайского общества. В самом общем представлении эти этапы выглядят следующим образом.

Беспредельный этап – отсутствует не только пространство, где можно было бы обнаружить нахождение каких-либо вещей, времени, любого движения, но и всякий предел, и даже само отсутствие; существует только первозаданный мир в его природном единстве и целостности. Импульсивный этап – формируется и развивается некий «импульс», являющийся источником всех последующих превращений. Далее, совокупность природных причин первоначала запускает механизм формирования двух субстанций (форм, начал) Инь и Ян, в ходе взаимодействия они постоянно переходят друг в друга, попеременно включая пять взаимопорождающих фаз (первоэлементов): дерево, огонь, земля, металл, вода. На этом этапе формируется качественно новое образование под названием «Великий Предел» (тай-цзи), который ляжет в основу всего внутреннего механизма мироздания, работающего в соответствии с принципом Перемен. Именно здесь через гармонизацию противоположного многообразия достигается единство, управляемость форм Инь и Ян. «Великий Предел» становится центром космологической конструкции, на границе которого меняется направление движения двух равнозначных, переходящих друг в друга форм. Итоговый этап мирообразования связан с формированием янского по природе Неба, иньской по природе Земли и рождением всего окружающего мира.

Основой китайской космологической модели мира является «Великий Предел», играющий фундаментальную роль в традиционном китайском мировосприятии. В истории духовной культуры Китая есть очень много продуктивных идей (Ян Сюан (I в. до н. э. – I в. н. э.), Ван Би (III в.), Кун Ин-да (VI–VII вв.), Чжоу Дунь-и (XI в.), Лу Цзю-юань (XII в.), Чжу Си (XII в.), Фэнь-Юлань (XIX–XX вв.), Сунь Ятсен (XIX–XX вв.) и другие), позволивших осмыслить природу данного феномена. Сегодня ученые рассматривают его как особое философское понятие, отражающее не только механизм формирования мироздания, но и традиционную природу всех вещей [9]. «Великий Предел» универсален и всеобъемлем. Он объединяет духовный потенциал, программу развития всех вещей, и его воздействие распространяется на все без исключения объекты мироздания. Подчеркивая это, китайский мыслитель Чжу Си указывал, что в каждой «вещи», то есть «предмете, явлении или деле тай-цзи присутствует сполна, как образ луны – в любом ее отражении» [1, с. 594].

Учитывая это, трудно переоценить фундаментальную роль «Великого Предела» и в формировании будущего. Этот универсальный природный регулятор позволяет гармонизировать внутреннюю и внешнюю стороны, поддерживать предельное функциональное состояние, что, в свою очередь, позволяет адекватно реагировать социуму на все изменения внешней среды. Двуединство мира, субстанции Инь и Ян, способные ритмически сопрягать конкретные, парные и противоположные признаки, господствуют над всей философией предсказания, им подчиняется строгий смысл будущего. Об этом свидетельствуют все китайские календари, тексты, отражающие искусство гадания, и даже давно утерянный учебник по гаданию под названием «Гуй цзан» (рус. «Возвращение в сокровищницу»). Сформированная таким образом китайская традиция гласит: общество – это динамическая, подверженная изменениям конструкция, функционирующая как система постоянных превращений, причем каждый этап развития общества имеет свой внутренний предел, в котором оно полностью исчерпывает свой потенциал, завершает жизненный цикл и переходит в новое качественное состояние, открывающее новый цикл. Это позволяет с большой долей вероятности предсказывать будущее, которое полностью вписывается в данную цикличность. Здесь будущее бестелесно и нематериально, а само понятие «будущее» может быть отнесено к разряду рамочных, имеющих определенные практические маркеры в текущей жизни, но не отражающих объект в его единстве и целостности. При всех этих абстрактных характеристиках будущее управляемо и имеет потенциал для изменения в постоянно изменяющемся многообразии мира.

Итогом исторического пути Китая стала методология успешной прогностики, одну из основ которой составил факт постоянной изменчивости окружающего мира, невозможности существования в статичном состоянии. Уже в «Книге перемен» старый Китай зафиксировал важный момент – если кардинально не вмешиваться, то проявившийся первый признак обязательно потянет за собой всю ситуацию в целом. Об этом свидетельствует один из знаков данного произведения: «Если ты ступаешь по инею, значит, близок и крепкий лед» [2, с. 17]. Прогностическая методология включала различные способы и приемы, позволявшие на основе незначительных признаков делать далеко идущие выводы. Раз «вся тьма вещей происходит из мельчайших зародышей», значит скорость и интерпретация их определяют успех любого прогноза [6, с. 166]. Умение быстро и правильно расшифровать считалось главным показателем мудрости любого актора, участвующего в познании будущего. Это особо подчеркивает и автор древнего трактата «Гуй Гу-цзы», о котором не так много известно. Он указывал, что правитель «правит не просто посредством законов и даже не «техникой управления» в собственном смысле слова, а как бы духовным видением, необыкновенной чуткостью духа, позволяющей ему прозревать мельчайшие «семена» явлений и потому упреждать события, все предусматривать» [8, с. 30–31].

Анализ и обсуждение результатов

По мысли классиков китайской духовной культуры система будущего управления обществом нивелируется и даже обременена особенностями традиционного китайского прогноза. Одна из особенностей свидетельствует о том, что при всей очевидности предсказания его настоящий результат всегда скрыт, ибо «путь мудрого скрытен, путь глупца виден всем» [8, с. 79]. Сокровенность истины мира требовала подобной скрытности, невыразимости самих прогностических речей. Подобная скрытность при возможном знании будущего всегда позволяла манипулировать окружающими людьми, и в целом управлять изменениями. Однако, не только результат, но и техника предсказания всегда были под запретом и держались в секрете.

Скрытность – это традиционное китайское качество, которое может представать в форме действенного бездействия. Речь идет о китайском феномене «У вэй» (Недеяние), в соответствии с которым следует реализовывать невмешательство в предустановленный порядок, не нарушать единые универсальные законы природы. По мнению большинства мыслителей старого Китая, Недеяние не одномоментный акт, а целостный процесс, в котором постоянно должны реализовываться различные требования, и лишь их совокупное выполнение позволит достигнуть желаемого результата. Перечислим основные: осуществление Недеяния требует определенных знаний; Недеяние призывает отказаться от обыденной человеческой потребности доказать кому-то или даже себе саму возможность властвования и, соответственно, всеисилие человеческого разума, ведь сама потенция приходит лишь к тому, кто способен отказаться от своего «Я», от своего наработанного опыта; нужно научиться воспринимать естественный ход жизни, постоянно чувствовать ритм, время окружающего мира, отказаться от общественных и личных стереотипов, не подстраивать «Я» под себя; путь Недеяния – это всегда нравственный путь исправления себя и, как подчеркивал Конфуций, «Если кто исправит себя, то какая трудность для него

участвовать в управлении? Если же кто не в состоянии исправить себя, то каким образом он будет исправлять других?»; тот, кто исполнен Недеянием, тот ближе всего находится к Дао, так как, находясь на этом естественном пути, «премудрый человек не делает ни шагу, а все знает, он прозревает в то, чего не видит, и добивается успеха, находясь в бездействии» [3, с. 193; 5, с. 228]. В реальной жизни для понимания будущего человеку нужно, находясь в Недеянии, самосовершенствоваться и вырабатывать особую духовную чувствительность – такая чувствительность, но только на физическом уровне, свойственна обыкновенной тени [4].

Предсказание в старом Китае – это всегда своеобразное угадывание будущего с использованием имеющихся в распоряжении традиционных инструментов. К предсказанию обращаются в условиях определенных информационных ограничений, когда требуется выбрать какой-то путь развития и предсказание не одномоментного исторического акта, а многократная попытка заглянуть в будущее, сформировать уникальное предсказательное знание. Рассмотрим природу этого уникального знания.

Во-первых, у этого знания своя рациональная основа. Как правило, это текущий уровень знаний, отражающий существующие тенденции, условия и полностью соответствующий используемым на данный момент нормам и правилам рационального суждения и деятельности. Чем более точен был прогноз, тем весомее и ценнее представлялся накопленный конструктивный рациональный опыт.

Во-вторых, существовала иррациональная вера в предопределенность общественного развития, которая может быть грамотно прочитана с помощью уникальных способностей самого предсказателя. Последние, в свою очередь, формировали авторитет предсказателя, рождали доверие к его экстраординарным возможностям. Особую роль здесь играла интуиция предсказателя, которая помогала получать прогностическое знание без конкретного логического доказательства или анализа. Это озарение конечно же связано с особенностями человека, личным опытом, способностью к целостному восприятию ситуации, выхватыванию сущностной основы.

В-третьих, это знание фиксировало различные попытки интерпретации самого понятия «будущее», которое искали, как минимум, в четырех реальностях: в природе, ее естественных законах; в прошлом историческом опыте, пытаясь формировать современное знание о будущем через призму древнего знания, поиск для этого различных вариантов современной адекватной интерпретации прошлых знаний; в существующей реальности, пытаясь продлить ее в будущее; в технологии общественной жизни, предполагая пути развития и соответствующих трансформаций.

В-четвертых, знание имело специализированные каналы трансляции, оно опредмечивалось, проникало в культуру в устной и письменной формах. Обе формы позволяли обсуждать будущее и как прообраз текущих событий, и как фантастический вариант, связанный с конструированием альтернативных миров, принципиально отличающихся от существующей реальности. Причем последнее очень важно с практической точки зрения, так как здесь видны надежды, чаяния и мечты социума. В дальнейшем мы это увидим в современной научной фантастике, как продукте, подготовленном людьми, сочетающими порой научное знание и фантастическое мышление.

В-пятых, прогностическое знание располагало устойчивым потенциалом, так как наряду с его развитием, формируются и определенные барьеры, основным из которых является скорость изменения исторической реальности и неспособность сознания адекватно реагировать.

Следовательно, традиционное прогностическое знание Китая, независимо от исторического этапа развития, всегда единая и целостная конструкция, включающая различные элементы: рациональное и иррациональное, осознанное и неосознанное. Но наряду с явным, подлежащим стороннему осмыслению и возможному объяснению, существует и латентная, скрытая сторона прогноза. Здесь речь идет не о внешней стороне скрытности, ограниченности (о ней говорилось выше), а о природной стороне, так называемом внутреннем знании, которое играет важную роль в эффективности предсказания. В обыденной жизни люди сталкиваются, с одной стороны, с тем, что говорит (преднамеренно или непреднамеренно утаивает) предсказатель, а с другой – с тем, что порой не подвластно и самому предсказателю. Это хорошо видно при работе с прогностическим текстом, где любой человек, интерпретирующий данный текст, задается вопросом: «А что на самом деле хотел сказать автор?», и читающего не покидает ощущение, что автор сказал меньше (или больше), чем мог или хотел. Дело в том, что в соответствии с китайской традицией существует взаимопроникновение противоположностей: покоя и движения, пустоты и наполненности, присутствия и отсутствия, и т. д. Поэтому в слабости может быть заключена великая сила, а в хаосе великий

порядок, что свидетельствует об особом соотношении внутреннего и внешнего. Люди ежедневно вынуждены сталкиваться лишь с внешним, а оно по природе своей является временным, изменчивым, непостоянным. Но эта изменчивость имеет прочную внутреннюю основу, играющую лидирующую роль, она как бы строит внешнее, постоянно присутствует во внешнем, нивелирует его воспринимаемую форму. Отсюда вытекает очень важная мысль: чем больше когнитивная пустотность, обеспечивающая потенциал внутреннего знания, тем выше продуктивность самого прогностического знания. Ведь истинный прогноз всегда берет начало в пустотном вместилище и вопрос заключается в том, как «вытащить», «дешифровать» внутреннее знание, обеспечить условия для «постижения сердцем», как, поднимая завесу времени, разучиться мыслить очевидными картинками, а научиться мыслить сердцем, ведь слушая сердцем будущее, мы проявляем высшее прогностическое мастерство. Но это вовсе не свидетельствует о незначимости внешнего знания для истинного прогноза. Ведь если правильное внешнее увидело свет, предстало перед миром, значит оно уже является мостиком для внутреннего, и как говорят даосы, в нем уже отражено Дао.

Если мы согласимся с доминантностью внутреннего знания, то следует согласиться и с его молчаливым характером. Когнитивная пустота, как среда обитания внутреннего, всегда молчалива, здесь не нужна словесная форма, любое слово разрушительно для пустоты. Поэтому задача заключается не в том, чтобы заставить внутреннее знание «заговорить», а в том, чтобы трансформировать его во внешнюю словесную форму. Китайский культ безмолвия – наиболее слышимая и эффективная часть великой многовековой культуры, самое охраняемое национальное достояние, дающее по сегодняшней день ответ на многие злободневные вопросы. При этом особая роль молчаливости отводится и в предсказании будущего. Лишь в молчании действуют уникальные люди и реализуется особая мыслительная прогностическая технология. Последняя требует целый комплекс способностей:

- умение переходить в измененную форму сознания, которая может проявляться как некая вспышка, озарение сознания, в обыденной жизни ее невозможно запрограммировать, ею нельзя управлять, здесь требуется определенная духовная практика;

- владеть языком предсказания (по природе своей он парадоксален, имеет отношение к тому, чего нельзя знать в принципе, а следовательно, это язык самой мудрости; процедура подбора адекватных слов уникальна, так как ставится задача выразить внутреннее, которое по природе своей невыразимо, подобрать внешние по форме слова, как ключи к затерянным смыслам);

- умение рационализировать, оптимизировать духовную деятельность для прогностического осмысления мира, включая навык выделения конечной цели и конечного смысла;

- знание техник запределивания существующей реальности, выведения процесса предсказания в спокойное состояние, лишенное повседневной гонки за текущими изменениями.

Заключение

Традиционная китайская модель управления будущим – это уникальный исторический феномен, имеющий прочную социокультурную основу. Она по природе своей не подлежит всеобъемлющему описанию, но дает возможность понять главное – человеческий разум способен заглянуть в будущее и сконструировать предзнание, позволяющее целенаправленно управлять будущим общества. Это жизненно важно для формирования предупредительного поведения человека, выработки у него определенной социальной чувствительности и, как следствие, определенного отношения к текущей ситуации и ее будущему состоянию, которое еще только будет иметь место. На это настроена и современная национальная психология китайцев [7].

Модель управления будущим также небезынтересна для критического научного осмысления. Уже сегодня эта модель нашла свое воплощение в технологии китайского форсайта, как совокупной попытки построения образа желаемого будущего и определения конкретных шагов по его эффективному достижению. Результат форсайтинга – возможное лидерское положение Китая в будущем, которое уже просматривается на стадии формирования глобальной цифровой социально-экономической ситуации.

Библиографический список

1. Духовная культура Китая: энциклопедия: в 5 т. Т. 1 / Ин-т Дальнего Востока РАН; гл. ред. М.Л. Титаренко. – М.: Восточная литература, 2006. – 727 с.
2. И Цзин. Китайская Книга Перемен. Древнейшее искусство предсказания будущего: монография. – М.: Эксмо, 2012. – 144 с.

3. Лао-Цзы. Книга о пути и добродетели (Даодэцзин): монография / сост., пер., предисл., коммент. И.И. Семененко. – М.: ТЕРРА-Книжный клуб, 2008. – 528 с.
4. Малявин, В.В. Чжуан-Цзы. Ле-Цзы: монография. – М.: Мысль, 1995. – 440 с.
5. Маслов, А.А. Конфуций. Суждения и Беседы: монография. – Ростов н/Дону: «Феникс», 2004. – 304 с.
6. Мыслители древнего и средневекового Китая: монография / сост. Г.В. Остапченко. – М.: АСТ; Харьков: Торсинг, 2005. – 348 с.
7. Спешнев, Н.А. Китайцы: особенности национальной психологии: монография. – СПб.: КАРО, 2011. – 336 с.
8. Тайный канон Китая: монография / сост. В.В. Малявин. – М.: РИПОЛ классик, 2017. 304 с.
9. Феномен управления в духовной культуре России и Китая: монография / науч. ред. М.Ю. Захаров и И.Н. Кудинов. – М.: Издательский дом ГУУ, 2017. – 357 с.

References

1. *Spiritual culture of China: encyclopedia*, in 5 vol., vol. 1, Institute of Far Eastern Studies of the Russian Academy of Sciences, editor-in-chief M.L. Titarenko, Moscow, Vostochnaya literatura, 2006, 727 p. (In Russian).
2. I-Ching. *The Chinese Book of Changes. The ancient art of predicting the future: monograph*, Moscow, Eksmo, 2012, 144 p. (In Russian).
3. Lao-Tzu. *A book about the path and virtue (Daodejing)*: monograph, compiled, translated, forewords, comments by I.I. Semenenko, Moscow, TERRA-Knizhnyi Klub, 2008, 528 p. (In Russian).
4. Malyavin V.V. *Chuang-Tzu. Le-Tzu: monograph*, Moscow, Mysl', 1995, 440 p. (In Russian).
5. Maslov A.A. *Confucius. Judgments and Conversations: monograph*, Rostov-on-Don, "Feniks", 2004, 304 p. (In Russian).
6. *Thinkers of ancient and medieval China: monograph*, compiled by G.V. Ostapchenko, Moscow, AST, Kharkiv, Torsing, 2005, 348 p. (In Russian).
7. Speshnev N.A. *The Chinese: features of national psychology: monograph*, St. Petersburg, KARO, 2011, 336 p. (In Russian).
8. *The secret canon of China: monograph*, compiled by V.V. Malyavin, Moscow, RIPOL classic, 2017, 304 p. (In Russian).
9. *The phenomenon of management in the spiritual culture of Russia and China: monograph*, scientific edition by M.Yu. Zakharov and I.N. Kudinov, Moscow, Publishing House of the State University of Management, 2017, 357 p. (In Russian).

Круглова Елена Леонидовна
канд. соц. наук, ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финуниверситет), г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0003-2714-3864
e-mail: ELKruglova@fa.ru

ОЦЕНКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ, ПРОШЕДШИХ ПОДГОТОВКУ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. В статье описаны и проанализированы результаты мониторингов, проведенных по итогам обучения специалистов, прошедших подготовку для организаций народного хозяйства Российской Федерации в соответствии с государственным планом подготовки управленческих кадров. Данные последнего мониторинга 2019/2020 учебных годов сравнивали с результатами прошлых лет с помощью общенаучных и конкретных социологических методов. По итогам анализа предложены изменения и нововведения в методику оценки профессиональной компетентности выпускников указанной учебной программы. Методика оценки имеет четкую структуру, этапы, использует математические инструменты вычисления уровня компетентности с целью исключения субъективности при анализе.

Ключевые слова: ассесмент-центр, компетенция, мониторинг, народное хозяйство, подготовка управленческих кадров, президентская программа обучения, управление, управленческие кадры

Для цитирования: Круглова Е.Л. Оценка профессиональной компетентности специалистов, прошедших подготовку для организаций народного хозяйства российской федерации//Вестник университета. 2021. № 1. С. 148–155.

Elena L. Kruglova
Cand. Sci. (Soc.), Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0003-2714-3864
e-mail: ELKruglova@fa.ru

ASSESSMENT OF PROFESSIONAL COMPETENCE OF SPECIALISTS TRAINED FOR THE NATIONAL ECONOMY OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract. The article describes and analyses the results of the monitoring carried out following the results of the training of specialists trained for organizations of the national economy of the Russian Federation in accordance with the state plan for the training of management personnel. The data of the last monitoring of the 2019/2020 academic years were compared with the results of previous years using general scientific and specific sociological methods. Based on the results of the analysis, the author proposes changes and innovations in the methodology for assessing the professional competence of the graduates of the Program. The assessment methodology has a clear structure, stages, uses mathematical tools to calculate the level of competence in order to exclude subjectivity in the analysis.

Keywords: assessment center, competence, management, management personnel, management training plan, monitoring, national economy, president's management training program

For citation: Kruglova E.L. (2021) Assessment of professional competence of specialists trained for the national economy of the Russian Federation. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 148–155. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-148-155

Благодарность. Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации».

Acknowledgment. The article was prepared on the results of research carried out at the expense of budget funds under the state task of the Federal State Educational Institution of Higher Education "Financial University under the Government of the Russian Federation".

© Круглова Е.Л., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Kruglova E.L., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Введение

Президентскую программу переподготовки управленческих кадров (далее – Программа) ежегодно проходят более 2 000 человек. Возможности для ее прохождения еще более значительны, и по Постановлению Правительства № 142 от 13 февраля 2019 г. «О подготовке управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации» подготовки достигают 5 тысяч человек ежегодно [1]. Министерство экономического развития России осуществляет не только подготовку и рассмотрение нормативных правовых актов, но и методологическое руководство разработкой государственных программ Российской Федерации (далее – РФ) и методических рекомендаций по формированию предложений по корректировке государственных программ.

Для анализа эффективности реализации Программы и оценки профессиональной компетентности выпускников ежегодно проводится мониторинг качества образования, полученного специалистами после прохождения Программы. Государственным заказчиком выступает Министерство экономического развития и торговли РФ.

Цель работы – проведение сравнительного анализа и выявление динамики по основным показателям после прохождения Программы ее выпускниками. Анализ проведенных мониторингов необходим для выявления степени результативности Программы с точки зрения трех выделенных компонентов.

Задачи работы:

- проанализировать данные ранее проведенных опросов выпускников Программы;
- проанализировать данные, касающиеся рынка труда и определить эффективность Программы с точки зрения работодателей (направляющих организаций);
- проанализировать данные проведенных мониторингов, касающиеся образовательных программ, предоставляемых вузами;
- дать сравнительный анализ полученных результатов в динамике, используя для сравнения вторичные данные ранее проведенных исследований;
- выдвинуть предложения и рекомендации по совершенствованию методики оценки профессиональной компетентности специалистов, рекомендованных организациями народного хозяйства РФ на предстоящий период.

Материалы и методы исследования

Для проведения анализа, обозначенного в цели работы, взяты данные мониторингов 2004/2005 учебного года (далее – уч. г.) (исполнитель – Российский университет дружбы народов), 2018/2019 уч. г. (исполнитель – Российский экономический университет имени Плеханова) и данные, полученные в ходе мониторинга 2019/2020 уч. г. (исполнитель – Финансовый университет при Правительстве РФ) [4; 7].

Анализ и описание результатов исследования

В ходе мониторинга 2019/2020 уч. г., выполненного автором в составе творческого коллектива, проведены социологические опросы выпускников Программы (151 респондент) и экспертов (46 респондентов).

Первый компонент анализа – рынок труда

По итогам мониторинга 2004/2005 уч. г. отмечено несколько основных позитивных пунктов Программы:

- руководство предприятий, отправляющих сотрудников на обучение, в дальнейшем само включается в бизнес-среду, которой овладевает выпускник Программы;
- чем лучше положение региона по ряду экономических показателей, тем больше участвующих в Программе предприятий от этого региона также имеют хорошее и отличное положение. В целом структура предприятий, участвующих в Программе, поставленные и достигнутые ими цели отражают общую социально-экономическую ситуацию в регионах России.

Выделенные в 2004/2005 уч. г. минусы, относящиеся к рынку труда, можно объединить в следующие положения:

- для получения положительного эффекта Программы в основных отраслях народного хозяйства РФ необходима поддержка губернатора и его администрации на местах. При заинтересованности органов власти реализация Программы проходит более гладко и качественно. Однако, как отмечено в отчете, парадоксальным

является то, что, хотя за реализацию Программы преимущественно отвечают экономические структуры региональной администрации, экономические дивиденды от Программы используются ими редко [4];

– также в 2004/2005 уч. г. большое внимание уделено региональным Ассоциациям выпускников Программы (далее – Ассоциации) и отмечена недостаточная степень их участия. Если сначала (начиная с 2000 г.) в работе Ассоциации принимали участие 21 % опрошенных, то в 2005 г. таких уже 14,7 %.

В 2018/2019 уч. г. более 80 % опрошенных не участвуют в работе Ассоциаций выпускников. Однако основная проблема, выделенная руководителями направляющих предприятий в 2018/2019 уч. г., заключалась в нехватке финансовых ресурсов [7]. Помимо общего выделенного недостатка также отмечены минусы в зависимости от величины направляющего предприятия.

Представители средних и крупных организаций указали на:

- негативное восприятие коллег;
- нехватку современного оборудования;
- нехватку консультационной поддержки.

Микро- и малые предприятия указали на:

- внешние макроэкономические факторы;
- нехватку ресурсов.

Таким образом, за 13 лет, прошедшие между анализируемыми данными, проблема участия высших органов власти в регионе, а соответственно, финансирования остается актуальной. Также необходимо обратить внимание на техническую сторону: оснащение, наличие современного оборудования и доступа к нему. Очевидно, что техническое развитие идет очень быстрыми темпами, и если в 2005 г. эта проблема не была указана респондентами, то в 2019 г. она стоит уже достаточно остро.

В ходе исследования 2019/2020 уч. г. более половины опрошенных выпускников Программы (51 %) отметили высокую значимость обучения для развития их региона.

Из плюсов в опросе 2020 г. выделены следующие моменты:

- установление деловых контактов;
- укрепление бренда организации;
- разработка совместных проектов.

Однако минусы в ходе исследования также были обозначены респондентами:

– недостаточно количество практики и необходимость увеличения количества часов по Программе (65 % опрошенных);

– работодатели основным минусом, оказавшим негативное воздействие на процесс обучения, указали изменившиеся экономические условия, что может быть связано с пандемией COVID-19.

Таким образом, экономическая составляющая лидирует во всех проанализированных исследованиях в качестве основной трудности на пути прохождения Программы, выступая как на макро-, так и на личностном уровне [3].

Второй компонент анализа – выпускники Президентской программы

В данном блоке отображены вопросы, касающиеся личных, профессиональных и карьерных ожиданий выпускников Программы.

Из основных пунктов, выделенных в отчете за 2004/2005 уч. г. необходимо выделить следующие:

– вдвое сократилось количество выпускников Программы, сменивших место работы после обучения, а также переходящих на службу в административные органы. Это положительный момент, который свидетельствует о возвращении собственных кадров и управленческого потенциала на предприятиях;

– выпускники Программы реализовали личные и карьерные цели, среди которых отмечали повышение должности, членство в правлении или совете директоров и другие элементы карьерного роста.

Из минусов, отмеченных респондентами, был вопрос удержания слушателей в ходе обучения. Однако это, скорее, минус вузов, преподавателей и образовательных программ, поскольку отмечалось несоответствие обучения запросам и ожиданиям слушателей. В отчете 2018/2019 уч. г. нет негативных комментариев относительно желания прервать обучение из-за неоправданных ожиданий.

Так же, как и в анализе 10-летней давности частью респондентов отмечен карьерный рост после завершения обучения (15,5 % получили повышение в должности, 6,4 % перешли в категорию генеральных директоров), а почти у четверти повысилась заработная плата.

Ожидания от прохождения Программы не оправдались лишь у 1 % опрошенных, а у каждого пятого результаты превзошли ожидания (21 %).

Из респондентов, отметивших, что их ожидания не оправдались (или оправдались частично), большинство объяснило это изменившимися экономическими условиями в организации, то есть отмечавшееся выше негативное состояние экономики на разных уровнях повлияло и на личное восприятие обучения респондентами, что, с одной стороны, не характеризует негативно саму Программу, но, с другой, имеет отрицательный резонанс.

Таким образом, отмечается рост положительных отзывов выпускников Программы, их большую степень удовлетворенности по годам исследования, что говорит об уровне и качестве предоставляемого образования, но также требует постоянного следования тенденциям, конъюнктуре рынка и личным запросам современных российских управленцев.

Третий компонент анализа – образовательные организации

В данном блоке проанализированы ответы на вопросы, касающиеся образовательных программ, предоставляемых вузами в рамках Программы, степень удовлетворенности количеством и качеством данных программ.

По данным мониторингов 2004/2005 и 2018/2019 уч. гг. отмечается позитивный сдвиг в оценке выпускниками образовательных программ и качества обучения по Программе. Если в 2004/2005 уч. г. респонденты говорили о падении престижа Программы (несмотря на то, что с момента начала ее функционирования прошло всего 6 лет) и о том, что ресурс статусности уже практически исчерпан, то в 2018/2019 уч. г. респонденты оценили полезность подготовки Программы в 4,37 баллов из 5 максимальных [4; 7].

В 2004/2005 уч. г. отмечали, что одной из основных целей в развитии Программы является мотивация вузов и преподавателей к участию в ней. На текущий момент эту задачу можно считать решенной, поскольку за последние годы мониторинга она отмечена не была.

Проблема, отмеченная на протяжении всего времени исследования – связь теории и практики в преподавании и необходимость более практикоориентированного подхода к обучению. Однако стоит отметить, что качество преподавания и степень удовлетворенности респондентов, безусловно, зависят от вуза и региона, в котором они проходили обучение [5].

В ходе исследования 2020 г. 94 % респондентов отметили, что содержание программ обучения управленческих кадров соответствует полностью либо частично современным условиям развития экономики. Это впечатляющий результат, учитывая постоянную динамику в экономической сфере и отмечавшиеся выше трудности, связанные с этой областью в ходе прохождения Программы.

Оценка качества преподавания и учебных материалов обозначена респондентами на высоком уровне. Более половины опрошенных полностью удовлетворены этим аспектом обучения (56 %), 42 % – частично, а не удовлетворены лишь 2 % выпускников Программы. Столь высокая степень удовлетворенности респондентов свидетельствует о качественном росте образовательного компонента Программы, учете предыдущих отрицательных комментариев от обучающихся и непрерывном мониторинге образовательной сферы с целью применения современных знаний и технологий в процессе обучения. Респондентами отмечены постоянное использование современных цифровых технологий и форм вовлечения слушателей в образовательный процесс (применение кейс-стади, мозговых штурмов, решение кейсов и т. д.).

Исходя из общего анализа трех компонентов (выпускники – рынок труда – вуз), можно сделать следующие выводы.

1. Большинство выпускников Программы отметили рост как личный, так и карьерный, что выражается в приобретении новых и развитии имеющихся ранее компетенций.

Тем не менее, каждый третий выпускник отмечает, что компетенции, касающиеся навыков общения с клиентами и ведения переговоров, а также знаний в профессиональной сфере не изменились. Следовательно, необходим более глубокий анализ «выходных» компетенций слушателей программы с целью выяснения причин.

2. При формировании образовательных программ необходим учет не только уровня компетентности ее участников (микроуровень), но и уровня развития и потребностей региона (мезоуровень с переходом в макроуровень).

3. Необходимость развития цифровых компетенций (digital skills) через обеспечение образовательных программ инновационными технологиями с целью развития практических управленческих навыков, используемых в современных организациях.

В целях повышения уровня и качества оценки профессиональной компетентности специалистов, рекомендованных организациями народного хозяйства РФ, нами предложены дополнения и изменения в методике данной оценки.

Исходя из проведенных в 2019/2020 уч. г. исследований и анализа результатов мониторингов прошлых лет предлагается следующая методика оценки профессиональной компетентности специалистов, рекомендованных организациями народного хозяйства РФ.

Основной принцип оценки специалистов – метод ассесмент-центра. Время реализации – послеучебный анализ (контроль «выходных» компетенций) – основной; контроль в процессе обучения (анализ качества обучения) – дополнительный.

Метод ассесмент-центра позволяет решить следующие задачи:

- оценка уровня компетентности специалистов, в том числе с учетом обозначенных компетенций, которыми должны были овладеть претенденты в ходе обучения;
- выявление группы обучающихся, овладевших всеми обозначенными в образовательной программе компетенциями в полном объеме;
- учет индивидуальных особенностей и достижений специалистов, в том числе и руководством организации, отправившей претендента на обучение;
- повышение эффективности образовательных программ, предлагаемых образовательными организациями для реализации Программы [2; 6; 7].

Как свидетельствуют результаты опроса, руководители оценили такие формы, как защита проекта, практическая разработка и задание на анализ практической ситуации наиболее эффективными для оценки сформированности компетенций. Выпускники в целом солидарны с точкой зрения работодателей, кроме одной позиции: деловая игра (деловая симуляция) выделена ими как один из основных методов анализа.

Суммируя полученные результаты для оценки компетентности выпускников разработан следующий алгоритм.

1. Начальное тестирование: для общей оценки уровня знаний и интеллектуальных способностей претендентов (для программ типов А и В).

Задания формируются на основании профессиональных компетенций, которыми обязан владеть специалист организации народного хозяйства исходя из выбранной программы обучения, а также общего кругозора, свидетельствующего о высоком уровне интеллектуального, психологического и эмоционального развития.

2. Интервью: проводится комиссией в очном либо дистанционном (онлайн) формате в зависимости от решения комиссии (для программ типов А и В).

Целью является выявление глубинных знаний выпускника, уровня сформированности управленческих компетенций, а также личных и корпоративных целей по итогам прохождения обучения.

Перечень вопросов (тем) для обсуждения в ходе личного интервью:

- краткая самопрезентация;
- карьерный путь претендента, его дальнейшие планы;
- пример удачного управленческого кейса, который удалось решить во время своей профессиональной деятельности;
- пример кейса, который не удалось решить. Обсуждение тех сторон управленческой деятельности, которые вызывают сложности. Обозначение пробелов в усвоении пройденной образовательной программе;
- цели прохождения образовательной программы: профессиональные и личные и степень их достижения;
- идеи для развития организации, региона, их соответствие целям национальных проектов и инновационный потенциал.

Длительность интервью – 20–30 минут.

3. Представление управленческого проекта (для программ уровня А).

Форма представления: личная, выступление перед комиссией или онлайн-встреча (по решению комиссии).

Основные критерии оценки проекта:

- значимость для представляемой организации;
- значимость и инновационный потенциал для развития региона;
- соответствие целям развития региона и целям национальных проектов РФ;
- степень включенности претендента в осуществление представляемого проекта и наличие команды;

- наличие реальной возможности реализации проекта (экономической, технической и т. д.);
- осуществление реальных мероприятий для реализации проекта.

Длительность презентации – 10–20 минут.

4. Дополнительное испытание: языковой тест для претендентов на прохождение зарубежной стажировки.

Оценку претендентов осуществляют по следующей методике.

На первом уровне тестирования происходит компетентностная оценка специалистов с определением базового порога проходимости, который составляет 20 % верно выполненных тестовых заданий, что соответствует значению базового порога тестирования $БП_T = 20$.

Претендентов, ответивших верно менее, чем на 20 % заданий к прохождению дальнейших испытаний не допускают и оценивают как не усвоивших образовательную программу.

Специалистов, прошедших тестирование и обучение по программе уровня В, оценивают по формуле:

$$C = A_T T/T_{\max} + A_I I/I_{\max} + A_D D/D_{\max}, \quad (1)$$

где C – суммарный набранный балл; T – количество набранных баллов за тест; T_{\max} – максимально возможное количество баллов за тест; A_T – весовой коэффициент значимости тестирования, равный 30 %; I – количество набранных баллов за интервью; I_{\max} – максимально возможное количество баллов за интервью; A_I – весовой коэффициент значимости интервью, равный 60 %; D – количество дополнительно набранных баллов; D_{\max} – максимально возможное количество дополнительных баллов от комиссии; A_D – весовой коэффициент значимости дополнительных баллов, равный 10 %; Итого, максимальный набранный суммарный балл $C_{\max} = 100$ %.

Специалистов, прошедших тестирование (выше $БП_T$) и обучение по программе уровня А, оценивают по следующей формуле:

$$C = A_T T/T_{\max} + A_I I/I_{\max} + A_{II} II/II_{\max} + A_D D/D_{\max}. \quad (2)$$

Здесь A_T – весовой коэффициент значимости тестирования, равный 20 %; A_I – весовой коэффициент значимости интервью, равный 30 %; II – количество набранных баллов за презентацию проекта; II_{\max} – максимально возможное количество баллов за презентацию проекта; A_{II} – весовой коэффициент значимости презентации, равный 40 %; A_D – весовой коэффициент значимости дополнительных баллов, равный 10 %; Итого, максимальный набранный суммарный балл $C_{\max} = 100$ %.

По результатам прохождения всех заданий выполняют сравнение полученных баллов с общим пороговым уровнем, чтобы оценить компетенцию специалиста на конкурсной основе. Претендентов, набравших баллов меньше общего порогового уровня $K_{оп}$, к участию в обучении не допускают.

Для программ типа А $K_{оп}$ рассчитывают по формуле:

$$K_{оп} = \sum K\Pi_i = K\Pi_T + K\Pi_I + K\Pi_{II}, \quad (3)$$

где $K\Pi_T$ – парциальный пороговый уровень для набранных баллов по тестированию; $K\Pi_I$ – парциальный пороговый уровень для набранных баллов по интервью; $K\Pi_{II}$ – парциальный пороговый уровень для набранных баллов по проекту.

Для программ типа В $K_{оп}$ рассчитывают по формуле:

$$K_{оп} = \sum K\Pi_i = K\Pi_T + K\Pi_I. \quad (4)$$

Итоговые результаты обучающихся от каждого региона оформляют в виде рейтинговой таблицы и выполняют оценку уровня сформированности заявленных в Программе компетенций.

Помимо изменения в методике оценки обучающихся по Программе, предлагаются следующие мероприятия в ходе обучения.

Контроль в процессе обучения включает:

- социологическое исследование методом интервью/наблюдения: в ходе осуществления образовательной деятельности непосредственно в организациях, реализующих образовательные программы. Разработанный

бланк наблюдения позволит изучить реакцию слушателей, степень их вовлеченности в учебный процесс, уровень взаимодействия друг с другом и преподавателем, а также оценить возможности различных форм проведения занятий и сформировать конкретные рекомендации по их применению в ходе обучения управленцев;

– введение промежуточных оценочных срезов знаний среди обучающихся. Форма может быть выбрана преподавателем/вузом самостоятельно. Возможные варианты: тестирование, решение кейса, групповая дискуссия. Подобная мера позволит осуществлять контроль качества предлагаемых образовательных продуктов на всех этапах их реализации, а также позволит оценить эффективность обучения, передачу новых знаний слушателям, анализ всех образовательных компонентов, реализуемых в процессе обучения.

В ходе последних мониторингов вопрос изучения позиции региона и запросов регионального бизнеса являлся составной частью опросов выпускников Программы и тех работодателей, чьи сотрудники (менеджеры) проходили обучение. Представляется целесообразным организовать исследование представителей малого и среднего бизнесов для решения следующих задач:

- определение социально-демографического портрета современного управленца в конкретном регионе;
- выяснение слабых и уязвимых мест в управленческой среде, решить которые может помочь обучение на Программе;
- очерчивание круга руководителей, которые не отправляют менеджеров своих организаций на обучение, выяснение причин;
- определение основных управленческих целей и задач, которые ставят перед собой менеджеры.

Проведенное исследование позволит:

- расширить круг информированных о реализации Программы компаний, что, в свою очередь, даст толчок к здоровой конкуренции обучающихся и позволит отобрать среди них наиболее заинтересованных и мотивированных;
- из первых уст узнать о проблемах и потребностях организаций в управленческом плане, что позволит при необходимости внести коррективы в учебные планы образовательных программ и привлечь больше новый круг обучающихся.

Настоящее исследование необходимо проводить отдельным этапом от общего мониторинга специалистов, рекомендованных организациями народного хозяйства. При его проведении до начала отборочных мероприятий на следующий год обучения, часть перечисленных выше задач может быть решена уже в текущем (от проведения исследования) году.

Выводы

Резюмируя в процессе оценки профессиональной компетентности специалистов, рекомендованных организациями народного хозяйства Российской Федерации, автор предлагает следующие основные направления для реализации:

- применить метод ассессмент-центра для оценки уровня сформированности компетенций среди специалистов, рекомендованных организациями народного хозяйства Российской Федерации, в ходе которого претендентам предлагается выполнить задания разного уровня сложности с последующим статистическим расчетом показателей;
- провести отдельное исследование среди управленцев, прошедших зарубежные стажировки в рамках Президентской программы подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации;
- провести исследование в процессе обучения методом социологического наблюдения с целью выяснения уровня заинтересованности слушателей в предлагаемых образовательных программах. Включить в план обучения дополнительных промежуточных срезов знаний для контроля уровня реализуемых образовательных программ.

Библиографический список

1. Постановление Правительства РФ «О подготовке управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации в 2018/19–2024/25 учебных годах и признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации» от 13 февраля 2019 № 142 // СПС «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/72174924/> (дата обращения 12.11.2020).

2. Кайнова, Э. Б. Критерии качества образования: основные характеристики и способы измерения. – Москва, 2005. – 120 с.
3. Киселева, Н. И., Голубева, К. А. Мониторинг оценки качества образовательных услуг как управленческий ресурс подготовки управленческих кадров // Самоуправление. – № 3 (120). – 2020. – С. 44-47.
4. Карсакова, А. Прикладное экономическое исследование эффективности реализации Государственного плана подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации в 2004/2005 учебном году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pandia.ru/text/77/169/4387.php> (дата обращения 12.11.2020).
5. Лисачкина, В. Н. Мониторинг качества профессионального обучения специалистов // Известия Самарского научного центра РАН. – 2012. – № 2 (4). – С. 918-920.
6. Спенсер, Л., Спенсер, С. Компетенции на работе [Пер. с англ. А. Яковенко]. – М.: Издательство ГИППО, 2010. – 384 с.
7. Анализ эффективности реализации Государственного плана подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации // Аналитический центр при Правительстве РФ, 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bit.ly/2KAmZ66> (дата обращения 12.11.2020).

References

1. Resolution of the Government of the Russian Federation “On the Training of Management Personnel for Organizations of the National Economy of the Russian Federation in 2018/19– 2024/25 Academic Years and Invalidation of Some Acts of the Government of the Russian Federation” No. 142, dated on February 13, 2019, *Legal reference system “Garant”*. Available at: <https://base.garant.ru/72174924/> (accessed 12.11.2020). (In Russian).
2. Kainova E. B. *Criteria for the quality of education: main characteristics and methods of measurement*, Moscow, 2005, 120 p. (In Russian).
3. Kiseleva N. I., Golubeva K. A. Monitoring the assessment of the quality of educational services as a management resource for training management personnel, *Samoupravlenie*, 2020, no. 3 (120), pp. 44-47. (In Russian).
4. Karsakova A. *Applied economic research of the effectiveness of the implementation of the State plan for training management personnel for organizations of the national economy of the Russian Federation in the 2004/2005 academic year*. Available at: <https://pandia.ru/text/77/169/4387.php> (accessed 12.11.2020). (In Russian).
5. Lisachkina V. N. Monitoring the quality of professional training of specialists, *Izvestia of Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, 2012, no. 2 (4), pp. 918-920. (In Russian).
6. Spenser L., Spenser S. *Competencies at work*, Engl. translation Yakovenko A., Moscow, Publ. House GIPPO, 2010, 384 p. (In Russian).
7. Analysis of the effectiveness of the implementation of the State plan for training management personnel for organizations of the national economy of the Russian Federation, *Analytical Center for the Government of the Russian Federation*, 2019. Available at: <https://bit.ly/2KAmZ66> (accessed 12.11.2020). (In Russian).

Милехин Андрей Владимирович
д-р социол. наук, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова», ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-0580-2382
e-mail: klochkova.n@romir.ru

Сидорина Анастасия Витальевна
аспирант, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-3405-6163
e-mail: Sidorina.A@romir.ru

Andrey V. Milekhin
Dr. Sci. (Soc.), Lomonosov Moscow State University, State University of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-0580-2382
e-mail: klochkova.n@romir.ru

Anastasiya V. Sidorina
Postgraduate student, State University of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-3405-6163
e-mail: Sidorina.A@romir.ru

ПОКОЛЕНЧЕСКИЙ КЛАССИФИКАТОР СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. Цель работы заключается в проведении сегментации современного российского общества по поколенческим группам, на основе теории современной поколенческой сегментации. Сегментация является первым необходимым этапом в анализе каждой поколенческой группы с точки зрения образа жизни и ценностной картины мира. В соответствии с российскими культурно-историческими особенностями были выделены 6 поколений, представители которых проживают в современном российском обществе: поколение революционное, поколение военное, поколение оттепели, поколение застоя (поколение X), поколение перелома (поколение Y), поколение цифровое (поколение Z). В статье также раскрыта сущность категории «поколение» с точки зрения социологии.

Ключевые слова: особенности поколения, поколение X, поколение Y, поколение Z, поколенческая группа, поколенческий классификатор, российский подход, сегментация, ценности поколений

Для цитирования: Милехин А.В., Сидорина А.В. Поколенческий классификатор современного российского общества//Вестник университета. 2021. № 1. С. 156–163.

GENERATIONAL CLASSIFIER OF MODERN RUSSIAN SOCIETY

Abstract. The purpose of the work is to carry out the segmentation of modern Russian society by generational groups, based on the theory of modern generational segmentation. Segmentation is the first necessary step in the analysis of each generational group in terms of lifestyle and value picture of the world. In accordance with the Russian cultural and historical development the authors identified 6 generations, whose representatives live in modern Russian society: “revolutionary generation”, “military generation”, “thaw generation”, “stagnation generation” (generation X), “fracture generation” (generation Y), “digital generation” (generation Z). The article also reveals the essence of the category “generation” from the point of view of sociology.

Keywords: features of generation, generation X, generation Y, generation Z, generational classifier, generational group, Russian approach, segmentation, the values of the generations

For citation: Milekhin A.V., Sidorina A.V. (2021) Generational classifier of modern Russian society. Vestnik universiteta, no. 1, pp. 156–163. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-156-163

Введение

Изучение поколений в социологии занимает особое место, так как поколение позволяет выделить в обществе социальные группы, имеющие общности ценностно-мировоззренческих паттернов. Поколение обладает сходными социальными, психологическими, идейными, нравственными, этнокультурными и духовными ценностями, общим социальным опытом и образом жизни [1; 7].

В социологии изучение поколенческих различий обрело значимость в середине XX в. благодаря К. Мангейму, Х. Ортеге-и-Гассету [6; 9]. К. Мангейм в статье «Проблема поколений» упоминает о двух подходах к анализу проблем поколений: позитивистском и романтико-историческом. Современные социологи говорят о четырех подходах конца XIX в.: биолого-генетическом, позитивистско-натуралистическом, романтико-гуманитарном или культурно-историческом, историко-политическом [5].

По мнению Б. Дубинина, категория «поколение» фиксирует разрыв между «старшими» и «младшими», обрыв смысловой линии, забывание смысла, неполучение опыта – факт, что важные ценности и значения, рамки их упорядочения и осмысления уходят, исчезают из поля зрения, разрушаются [2].

© Милехин А.В., Сидорина А.В., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Milekhin A.V., Sidorina A.V., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Методология и методы

На сегодняшний день в социологии особое место занимает американский подход к поколенческой сегментации, разработанный учеными Н. Хоувом и В. Штраусом в 1991 г. [4]. Ученые пришли к выводу, что поведенческие паттерны одного поколения абсолютно несхожи с паттерном, демонстрируемым другим поколением в том же самом возрасте. В 1991 г. в книге «Поколения» была детально разработана теория поколений в результате выявления сходных культурно-ценностных систем у населения США в различные исторические периоды [8]. Н. Хоув и В. Штраус определяли поколение как определенную группу людей, рожденных в один период в течение 20 лет и обладающих такими ключевыми особенностями, как возраст, общие верования и модели поведения. Согласно их подходу, продолжительность одного исторического цикла составляет порядка 80–90 лет, внутри которых выделяют еще четыре подпериода, отличающиеся между собой мировоззренческой парадигмой общества. Каждому поколению отводится порядка 20 лет, итого четыре поколения образуют единый цикл и каждое пятое поколение начинает новый цикл с новым набором архетипов. Поколения, рожденные на рубеже циклов, являются носителями смежных ценностей и с этой точки зрения они могут выступать посредниками или так называемыми связующими звеньями между поколениями.

В американском обществе XX в. были выделены пять поколений: молчаливое поколение, беби-бумеры, поколение X, поколение Y, поколение Z. Безусловно с методологической точки зрения данные поколения представляют собой идеальные веберовские типы, что позволяет создать теоретические конструкты поколенческих групп и анализировать каждое поколение, основываясь на его ключевых мировоззренческих феноменах.

Социологи отмечают, что границы поколений расплывчаты и могут быть установлены лишь через одновременное, неформализованное применение сразу двух признаков: временного и семантического, то есть поколения привязаны к эпохальным историческим событиям, которые они встречают в расцвете своей зрелости [3].

Анализ поколенческой сегментации современного общества традиционно начинается с молчаливого поколения, однако XX в. открывает поколение победителей (или так называемое Величайшее поколение), которое сегодня обычно не попадает в фокус исследовательского интереса в силу их фактической небольшой доли. Однако анализ идеального типа поколения победителей очень важен для понимания и интерпретации мировоззренческих постулатов молчаливого поколения.

Величайшее поколение было рождено в период с 1900 г. по 1923 г. Великая депрессия, Первая и Вторая мировые войны, правление Гитлера, Сталина, Черчилля, создание ООН, создание СССР, Перл-Харбор, атомные бомбардировки – все эти события выпали на время поколения победителей. Неудивительно, что Величайшее поколение стало носителем архетипа Героя, именно представители данного поколения меняли социальное и политическое устройство, перекраивали мир в надежде построить счастливое и равное общество. Это поколение можно назвать поколением идей: жизнь для них представляла собой активную деятельностную позицию по отстаиванию и борьбу за реализацию и превращению в жизнь идей.

Молчаливое поколение (или «традиционалисты», родившиеся в 1923–1942/43 гг.) жили в тени своих великих отцов. Если поколение победителей творило историю и ее событийную составляющую, то молчаливое поколение стало сторонним наблюдателем «в тени». Однако поколение традиционалистов воспитывалось все же поколением победителей, поэтому ключевыми ценностными ориентирами стали закон и социальный/политический статус человека. Именно поэтому для данного поколения особое значение и ценность представляет государство как институт, который является генератором нормативов и правил в обществе. Жизнь в тени поколения победителей, наблюдаемые Вторая мировая война и Великая депрессия воспитали в молчаливом поколении конформизм, ориентацию на правила, нормы, уважение к дисциплине и государственной власти. Вознаграждение при этом носит отсроченный характер и не является целью деятельностной активности.

В период с 1943 г. по 1963 г. появляется поколение беби-бумеров. Основные события, формирующие мировоззренческую картину мира данного поколения, это завершение Второй мировой войны, война во Вьетнаме 1968 г., начало Холодной войны, нефтяной кризис, сексуальная революция, высадка первого человека

на Луну, появление возможности получать медицинское и социальное страхование. Это поколение становится носителем идеи о необходимости поиска новой более совершенной модели существования общества. Однако в отличие от поколения победителей, которое пыталось трансформировать общество путем посвящения своей жизни общепринятым векторам развития, поколение беби-бумеров пытается изменить общественную модель за счет трансформации и усовершенствования собственного «Я», а именно – за счет поиска новой морали жизни. Поколение беби-бумеров становится носителем архетипа Пророка, ключевая задача – поиск новых смыслов существования. Беби-бумеры становятся первым поколением, которое пытается изменить общество посредством изменения отдельно взятой личности. Личность становится не атомом, а той частью общества, которая позволяет создать синергетический эффект своего присутствия. Ключевой характеристикой поколения беби-бумеров становится вера в собственные возможности, оптимистический взгляд в будущее; социальный успех и материальное благополучие становятся критериями самореализации. Среди представителей данного поколения самое значительное число трудоголиков.

Следующим за поколением беби-бумеров в период с 1963 г. по 1983 г. появляется поколение *Perși* (или поколение X). Основными событиями, сопровождающими поколение X, стали Афганская война, Холодная война, падение Берлинской стены, расцвет заболеваний СПИДом, активное развитие ЭВМ, появление персональных компьютеров. Ключевой ценностью поколения становится поиск своего места в жизни, архетип данного поколения – Странник. Поколение X отличается прагматизмом, фокусом на личностные цели, среди представителей данного поколения самый высокий процент образованных и технически грамотных людей.

По мнению исследователей, поколение Y (или поколение миллениалов) стало поколением нового цикла (так как поколение X закончило предыдущий цикл), и с этой точки зрения его представители в некоторой степени должны повторить модель поколения победителей. Поколение Y рождено в период с 1984 г. по 2000 г. Ключевые события, формировавшие мировоззренческую культуру поколения миллениалов – террористический акт 11 сентября 2001 г., война в Ираке, финансовый кризис 2008 г., появление социальных сетей, персональный компьютер и мобильный телефон становятся доступны практически каждому. Наряду с материальным благополучием для данного поколения становится важным и личный комфорт, к примеру, в работе теперь важен не только уровень заработной платы, но и гибкий удобный график.

Начиная с 2000 г. появляется поколение Z, которое сегодня находится в фокусе внимания большинства исследователей из самых разных областей науки. Безусловно система ценностей данного поколения находится в процессе становления и только формируется, поэтому достаточно рано говорить об определенных мировоззренческих установках и сформировавшемся архетипе поколения Z. Однако уже сейчас намечаются те черты, которые станут отличными для данного поколения. Так, поколение Z отличает ориентация на личностное развитие, индивидуализм, признание своего «Я» в качестве наивысшей ценности.

Таким образом, каждой поколенческой группе присуща своя ценностно-мировоззренческая система координат, определяющая взгляд на окружающую действительность, отношение к ней и формирующая поведенческий паттерн каждого поколения. Детальное изучение каждой поколенческой группы с целью дальнейшей сегментации российского общества на поколения предполагает глубокий анализ ценностных установок, стиля жизни, потребительского и покупательского паттерна, сложившихся моделей жизненной стратегии. А это, в свою очередь, возможно путем анализа большого числа данных, полученных с помощью различных методологических инструментов.

Результаты исследования

С использованием инструментария потребительской панели Ромир была проведена сегментация российского общества на поколенческие группы, что позволило адаптировать американский подход к сегментации к специфике культурно-исторического контекста российского общества. Результатом сегментации стало выделение поколенческих групп ниже.

1. Поколение революционное. Годы рождения: 1905–1925.
2. Поколение военное. Годы рождения: 1926–1945.
3. Поколение оттепели. Годы рождения: 1946–1965.
4. Поколение X (Поколение застоя). Годы рождения: 1966–1985.

5. Поколение Y (Поколение перелома). Годы рождения: 1986–1999.

6. Поколение Z (Поколение цифровое). Годы рождения: после 2000 (включительно).

Прослеживается, что при выделении поколенческих групп в российском обществе происходит хронологический сдвиг, что обусловлено особым ходом исторического развития России. Поколение Z становится единственным поколением, формирование и развитие которого практически во всех странах проходит в одной временной плоскости. Это стало возможным благодаря процессу глобализации, который унифицировал и интегрировал все стороны жизни общества на глобальном уровне. Поколение Z становится продуктом глобализации и это первое поколение, ценностная картина мира которого демонстрирует самый низкий уровень корреляции с локальным культурным контекстом.

Анализ каждой поколенческой группы российского общества осуществлялся с использованием комбинации источников информации и соответствующих им методологических инструментов – данные о стиле жизни и паттернах покупательского поведения на базе потребительской панели Ромир, опрос на базе потребительской панели для выделения и анализа ценностных установок, данные Single Sourced Panel (медиа-панель, существующая на базе потребительской панели) для выявления медиа предпочтений поколений.

Прежде чем мы перейдем к детальному анализу стиля жизни каждого поколения, очень важно обозначить социально-демографические параметры анализируемых групп. Так, можно отметить, что среди поколения X отмечается по сравнению с другими поколениями более высокая доля людей с высшим образованием, оконченной аспирантурой, MBA или ученой степенью, на долю которых в совокупности приходится 64,9 %, чуть менее лиц с указанными уровнями образования среди представителей поколения Y – 61,2 %, среди военного поколения, поколения оттепели, а также цифрового – 53,7 %, 48,7 %, а также 0,4 % соответственно.

Также поколение X характеризуется самой высокой долей состоящих в браке людей, что подтверждает значимость ценности семьи для данного поколения: 74,3 % среди всех представителей поколения X состоят в браке, для сравнения данный показатель в других поколенческих группах составляет 22,9 % (среди военного поколения), 58,5 % (среди поколения оттепели), 69,7 % (среди поколения Y), а также 5,3 % (среди поколения Z).

При анализе социально-демографических характеристик очень важно принимать во внимание текущее возрастное распределение каждого поколения: так, поколение Z самое молодое и среди них ожидаемо самая низкая доля состоящих в браке и имеющих законченное полное образование представителей. В силу этого анализ социально-демографической структуры представителей поколения Z необходимо проводить с учетом данного фактора.

Анализ детности поколенческих групп необходимо проводить с условием отсутствия двойного счета, то есть необходимо, чтобы супруги не попали в выборку, поскольку их ответ будет одинаковым. Необходимо отметить, что среди представителей военного поколения, которым в настоящее время от 95 до 115 лет, ответы о наличии детей до 14 лет означают проживание в одном домохозяйстве с внуками и правнуками, таким образом, это дети представителей других поколений, поскольку верхняя граница возраста фертильности (45 лет) была достигнута представителями данного поколения более 14 лет назад, то есть военное поколение по физиологическим причинам не может иметь в 2020 г. собственных детей в возрасте до 14 лет (за исключением случаев усыновления). Кроме того, имеют место ошибки регистрации при самостоятельном ответе на вопрос. Поэтому наиболее высокая доля лиц, имеющих хотя бы одного ребенка в возрасте до 14 лет наблюдается у поколения X (43,3 %). При этом среди поколения X также самая высокая доля людей с тремя детьми и более в домохозяйстве (2,6 %); для сравнения среди других поколений этот показатель значимо ниже: 1,7 % среди военного поколения, 1,3 % среди поколения оттепели и 1,6 % среди поколения Y).

Значимым параметром, отражающим уровень жизни и потребления, является размер дохода на человека в домохозяйстве. Данный параметр будет формировать определенное отношение к окружающим, задавать определенную модель потребления. Анализ доходности поколенческих групп выявил обратную взаимосвязь между уровнем дохода и возрастной группой: чем моложе поколение, тем выше его доход: так, среди поколения X самая высокая доля высокодоходной аудитории (37,9 %), среди поколения Y это 34,8 %, среди поколения оттепели – 34,4 % и среди самого старшего поколения военного – 29 %. Это корреляция прослеживается не только на уровне реальных доходов населения, но и на уровне выделения доходных групп по критерию самоидентификации.

В целом мы видим, что по ключевым социально-демографическим индикаторам поколения демонстрируют отличия, что безусловно находит отражение в их системе мировоззрения, стиле жизни, стратегии взаимодействия с окружающими (см. табл. 1). Результаты проведенного на базе потребительской панели опроса показывают, что мировоззренческая система каждого поколения также имеет принципиальные отличия, что подтверждает ценностную гетерогенность групп. Для поколения военного такие принципы, как национальная безопасность и уважение традиций – значимо более ценны, чем для остальных поколений. Поколение X в качестве значимой ценности выделяют семью и образование – как способ личностного самосовершенствования. При этом для наиболее молодых поколений – Y и Z – значимо более ценны свобода мыслей и действий, удовольствие, стремление к впечатлениям.

Таблица 1

**Доля представителей поколенческих групп, отмечающих важность
указанных ценностей в своей жизни**

Ценности	Поколение военное	Поколение оттепели	Поколение X, «Поколение застоя»	Поколение Y, «Поколение перелома»	Поколение Z, «Поколение цифровое»
Безопасность семьи (безопасность для близких), %	95	92	95	95	92,0
Свобода (свобода мыслей и действий), %	77	84	89	90	90
Удовольствие (удовлетворение желаний), %	68	75	82	89	87
Жизнь, полная впечатлений (стремление к новизне), %	61	67	75	81	82
Равенство (равные возможности для всех), %	77	79	82	83	81
Национальная безопасность (защищенность своей нации от врагов), %	90	86	87	85	79
Уважение традиций (сохранение признанных традиций, обычаев), %	90	81	80	75	67
Авторитет (право быть лидером или командовать), %	47	41	46	55	60
Социальная сила (контроль над другими, доминантность), %	40	37	40	46	49

Составлено авторами по материалам исследования

Особенности ценностно-мировоззренческой системы каждого поколения являются тем базисом, на котором выстраивается конструкт коммуникационного сообщения. Успешность коммуникационного взаимодействия с военным поколением и поколением оттепели будет зависеть от учета таких ценностей, как безопасность общества, страны, признание общественного блага в качестве высшей ценности (см. табл. 2). Поколения X и Y выстраивают свою ценностную картину мира через понятие семьи, где семья является ключевой ценностью. Соответственно коммуникационная стратегия с данными поколениями должна учитывать этот факт. Интересно отметить, что для поколения Y наряду с семьей важной ценностью становится личный комфорт.

Таблица 2

Доля представителей поколенческих групп, высказавших согласие с каждым из утверждений

Утверждения	Поколение военное	Поколение оттепели	Поколение X, Поколение застоя	Поколение Y, Поколение перелома	Поколение Z, Поколение цифровое
«Для меня важно жить в безопасном окружении. Я избегаю всего, что может угрожать моей безопасности», %	70,1	70,7	66,9	61,8	57,9
«Для меня очень важна безопасность моей страны. Я считаю, что государство должно быть готово к защите от внешней и внутренней угрозы», %	72,7	72,6	74,2	67,8	59,4
«Я думаю, что лучше всего поступать в соответствии с установившимися традициями. Для меня важно соблюдать обычаи», %	49,4	45,7	38,5	30,9	26,8
«Я считаю, что люди должны делать то, что им говорят. Люди должны придерживаться правил всегда, даже когда их никто не видит», %	41,6	32,9	29,2	23,3	23,4
«Я по-настоящему хочу наслаждаться жизнью. Хорошо проводить время очень важно для меня», %	39,0	46,4	54,3	63,4	61,3
«Продвижение вперед в жизни важно для меня. Я стремлюсь делать все лучше, чем другие», %	33,8	35,7	42,6	46,1	48,6
«Я считаю, что важно делать много разных дел в жизни. Я всегда стремлюсь к новизне», %	32,5	38,3	40,4	42,9	46,5
«Я иду в ногу со временем», %	24,7	29,8	33,1	39,5	50,8
«Я всегда ищу повод для развлечения. Для меня важно делать то, что доставляет мне удовольствие», %	22,1	18,9	23,9	32,5	41,2
«Мне нравится ходить в хорошие, дорогие кафе, рестораны, клубы, бары», %	13,0	18,5	24,8	29,1	32,7
«Я люблю рисковать и всегда ищу приключений», %	11,7	12,6	11,8	16,6	23,1
«Я считаю, что женщина должна реализоваться прежде всего в сфере карьеры, а затем уже в семье», %	7,8	10,2	10,5	12,3	21,4

Составлено авторами по материалам исследования

Самое молодое поколение Z в своей системе ценностных координат ориентируется прежде всего на личностное развитие, самореализацию, комфорт жизни. Для представителей данного поколения очень важна возможность пробовать что-то новое, приобретать новые марки потребительских товаров (в том числе нишевые), посещать новые места, пробовать себя в новых занятиях, профессиях. Представители поколения Z могут комбинировать несколько занятий и с легкостью могут отказываться от дела, которое перестало приносить удовольствие и превратилось в рутину. Представителей поколения Z можно назвать гедонистами, для представителей данной группы очень важен комфорт жизни при сохранении возможности получать удовольствие от жизни. Коммуникационное сообщение с самым молодым поколением должно строиться через принцип уникальности, индивидуальности, комфорта и удовольствия от жизни.

Следует отметить, что значимость образования в жизни, помощь окружающим и забота об их благополучии, а также стремление быть лидером, «тем, кто принимает решения», с одинаковой долей значимости были отмечены представителями всех выделенных поколенческих групп. Это может находить отражение при построении универсальных коммуникационных стратегий.

Заключение

Таким образом, мы пришли к выводу, что анализ любого общества должен строиться через его сегментацию в силу неоднородности по социальным, культурным, ценностным параметрам. Только таргетированный анализ позволяет провести глубокое исследование культурных и социальных установок общества посредством поиска аффинитивных отличий сегментов друг от друга. Представленный в данной статье поколенческий подход к сегментации российского общества является достаточно полным и отвечающим дальнейшим задачам построения коммуникационных стратегий. Выявленные поколенческие группы обладают отличающимися характеристиками как по социально-демографическим параметрам, так и по ценностным системам, образу и стилю жизни. Детальный анализ каждого поколения станет основанием для построения стратегии коммуникации с каждым из них.

Библиографический список

1. Артёмов, Г.П. Поколенческая структура ценностных приоритетов и моральных установок современной России // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Философия. Культурология. Политология. Право. Международные отношения. – 2011. – № 3. – С. 43–52.
2. Дубин, Б.В. Поколение: социологические границы понятия // Мониторинг общественного мнения. – 2002. – № 2 (58). – С. 11–15.
3. Зенкин, С.Н. «Поколение»: опыт деконструкции понятия // Поколение в социокультурном контексте XX века: сборник статей. – М.: Наука, 2005. – С. 130–136.
4. Манхейм, К. Избранное: Социология культуры / пер.: Л.Ф. Вольфсон, А.В. Дранов. – М.; СПб.: Университетская книга, 2000. – 505 с.
5. Исаева, М.А. Поколение // Знание. Понимание. Умение. – 2011. – № 1. – С. 265–268.
6. Ортега-и-Гассет, Х. Избранные труды / пер. с исп.; сост., предисл. и общ. ред. А.М. Руткевича. – М.: Весь Мир, 1997. – 704 с.
7. Попова, О.В. Головин Н.А. Теоретико-методологические основы исследования политической социализации. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2004 // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. – 2005. – Т. 1, № 2. – С. 367–371.
8. Шамис, Е., Антипов, А. Теория поколений // Advertology.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article48762.htm> (дата обращения: 11.11.2020).
9. Mannheim, K. The problem of generations // Essays on the Sociology of Knowledge. – London: Routledge & K. Paul, 1952. – Pp. 276–320.

References

1. Artemov G.P. Generational structure of value priorities and moral attitudes of modern Russia, *Vestnik of Saint Petersburg University. Series 6. Philosophy. Cultural Science. Political Science. Law. International Relations*, 2011, no. 3, pp. 43–52. (In Russian).
2. Dubin B.V. Generation: sociological boundaries of the concept, *Monitoring of Public Opinion*, 2002, no. 2 (58), pp. 11–15. (In Russian).

3. Zenkin S.N. “Generation”: The experience of deconstructing the concept, *Generation in the Socio-Cultural Context of the XX Century*, Moscow, Nauka, 2005, pp. 130–136. (In Russian).
4. Mannheim K. *Favorites: Sociology of culture*, St. Petersburg, Universitetskaya kniga, 2000, 505 p. (In Russian).
5. Isaeva M.A. Generation, *Knowledge. Understanding. Skill*, 2011, no. 11, pp. 265–268. (In Russian).
6. Ortega y Gasset H. *Selected works*, Moscow, 1997, 704 p. (In Russian).
7. Popova O.V. Golovin N.A. Theoretical and methodological foundations of the study of political socialization, St. Petersburg, Publishing House of the St. Petersburg University, 2004, *Political expertise: POLITEX*, 2005, vol. 1, no. 2, pp. 367–371. (In Russian).
8. Shamis E., Antipov A. The theory of generations, *Advertology.ru*. Available at: <http://www.advertology.ru/article48762.htm> 29.06.2007 (accessed 11.11.2020). (In Russian).
9. Mannheim K. The problem of generations, *Essays on the Sociology of Knowledge*, London, Routledge & K. Paul, 1952, pp. 276–320.

УДК 316.334.4

DOI 10.26425/1816-4277-2021-1-164-171

**Попадюк Никита
Кириллович**

д-р экон. наук, ФГОБУ
ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской
Федерации» (Финуниверситет),
г. Москва, Российская
Федерация

ORCID: 0000-0003-4235-6905

e-mail: nkpopyuk@fa.ru

**Велиханов Марат
Тахирович**

студент, ФГОБУ ВО
«Финансовый университет
при Правительстве Российской
Федерации» (Финуниверситет),
г. Москва, Российская
Федерация

ORCID: 0000-0002-9841-0774

e-mail: maratgb@bk.ru

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ В КОНТЕКСТЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. Статья посвящена значимости государственной молодежной политики в современной социальной политике государства. Показано, что государственная молодежная политика выступает императивом в современной ситуации в стране. Актуальность исследования также задается расширением географии государственной молодежной политики и возрастающим количеством ее главных субъектов. Основной целью работы является раскрытие содержания государственной молодежной политики и определение направлений социальной работы по ее реализации. Предметом исследования являются направления социальной работы с молодежью как особой социальной группой по реализации государственной молодежной политики. Показаны инструменты реализации государственной молодежной политики, раскрыты направления вовлечения молодежи в активную общественно-политическую практику и в каких формах это осуществляется и целесообразно проводить. Ориентация на складывающуюся тенденцию ориентации молодежи на достижение личного успеха и личностного роста позволяет задействовать и психологические средства регулирования молодежной активности в вовлечении этого важного социального слоя в решение задач, стоящих перед страной.

Ключевые слова: государственная молодежная политика, диалог поколений, императив социально-политической ситуации, молодежь, направления вовлечения молодежи, нормативное обеспечение, регулирование развития молодежи, социальная работа, субъекты молодежной политики, формы вовлечения молодежи

Для цитирования: Попадюк Н.К., Велиханов М.Т. Теоретические основы социальной работы с молодежью в контексте государственной политики Российской Федерации // Вестник университета. 2021. № 1. С. 164–171.

Nikita K. Popadyuk

Dr. Sci. (Econ.), Financial
University under the
Government of the Russian
Federation, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0003-4235-6905
e-mail: nkpopyuk@fa.ru

Marat T. Velikhanov

Student, Financial University
under the Government of the
Russian Federation, Moscow,
Russia
ORCID: 0000-0002-9841-0774
e-mail: maratgb@bk.ru

THEORETICAL FOUNDATIONS OF SOCIAL WORK WITH YOUNG PEOPLE IN THE CONTEXT OF THE STATE POLICY OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract. The article is devoted to the importance of the state youth policy in the modern social policy of the state. The paper shows that the state youth policy is an imperative in the current situation in the country. The authors also determine the relevance of the study by the expansion of the geography of state youth policy and the increasing number of its main subjects. The main purpose of the work is to reveal the content of the state youth policy and determine the directions of social work for its implementation. The subject of the research is the directions of social work with young people as a special social group for the implementation of the state youth policy. The paper shows the tools for implementing the state youth policy, reveals the directions for involving young people in active social and political practice, and in what forms it is carried out and it is advisable to conduct it. Focusing on the emerging trend of young people's orientation towards achieving personal success and personal growth allows us to use psychological means of regulating youth activity in involving this important social stratum in solving the problems facing the country.

Keywords: dialogue of generations, directions of youth involvement, forms of youth involvement, imperative of the socio-political situation, normative support, regulation of youth development, social work, state youth policy, subjects of youth policy, youth

For citation: Popadyuk N.K., Velikhanov M.T. (2021) Theoretical foundations of social work with young people in the context of the state policy of the Russian Federation. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 164–171. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-164-171

© Попадюк Н.К., Велиханов М.Т., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Popadyuk N.K., Velikhanov M.T., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Введение

«Молодежь – опора сегодняшнего дня и будущее России», – заявил Президент Российской Федерации (далее – РФ) В.В. Путин на традиционной пресс-конференции в столице [14]. От того, какие модели воспитания молодого поколения выберет государство сегодня, завтра будет зависеть состояние всех сфер жизни общества, степень развития гражданского общества, а также культурные, духовные и моральные настроения различных социальных групп населения, показатели социально-экономического развития отдельного муниципального образования, субъекта и, наконец, страны в целом.

Формирование высоконравственной и высокоинтеллектуальной молодежи, сохранившей культуру, способность отстаивать интересы своей страны – задача современного российского общества.

Нормативно-правовые основы социальной работы с молодежью

Социальная работа с молодежью на сегодняшний день в России является одним из ключевых направлений государственной политики. Она представляет направление деятельности по содействию и оказанию поддержки молодежи для создания и улучшения условий социализации и иных, благоприятно воздействующих на развитие молодежи. Политика государства в этом контексте интерпретируется в качестве конечного результата, отражающего состояние выполнения государством своих социальных функций в виде созданий организационных, экономических и правовых гарантий и условий с целью самосовершенствования представителей молодежи, а также содействия поступательному развитию молодежных объединений.

В современных общественно-политических условиях становится необходимым обеспечить эффективное воспроизводство и преемственное развитие надежных и прочных государственных и гражданских начал, а также диалог поколений. Роль молодежи как особой социальной группы в данных условиях и процессах становится очевидной, поскольку именно эта группа населения обладает воспроизводственной функцией (как биологической, так и социальной) и именно она признана инициировать гражданские устремления, не боится брать на себя ответственность, строить амбициозные планы, делать то, что никто ранее не совершал. Социальной особенностью данной группы населения является то, что она способна как перенимать по наследству сложившиеся социальные отношения, так и преобразовать и модернизировать их.

Внутри данного процесса возникают различного рода противоречия, которые, в свою очередь, образуют основу целого комплекса специфических молодежных проблем, так как, с одной стороны, молодежь – это самая мобильная часть социума, где наиболее стремительными темпами происходит формирование и последующее совершенствование профессиональных навыков и умения, и как следствие, продвижение по карьерной лестнице. Однако, с другой стороны, к сожалению, далеко не все представители молодого поколения смогли найти свое «место под солнцем» в рыночной экономике, что обеспечивает снижение социального статуса, возможности получить доступ к качественному образовательному процессу и объектам культурного наследия на фоне расширения масштабов преступности и девиантного поведения, безработицы и социального неравенства. Опыт последних лет демонстрирует успехи в развитии государств, которые уделяющих повышенное внимание проводимой молодежной политике и ясно и конкретно определивших значение данной социальной группы населения для политического и социально-экономического развития. Все это обеспечивает особую актуальность исследования вопросов молодежной политики и ее реализации. В рамках государственной молодежной политики должны проводиться работы, обеспечивающие соответствующие условия не только для успешной социализации и самореализации с реальными результатами, но и обеспечения возможностей для самостоятельного решения собственных вопросов.

Президент России постоянно уделяет внимание молодежной политике. В частности, в своих Посланиях Федеральному Собранию РФ. Стоит отметить, что послания выполняют функции не только стратегического программного документа, но и определяют уточнения и аспекты, которые в последующем необходимо учитывать и в законотворческой деятельности Парламента РФ. Послание является основанием для формирования плана работы на год и среднесрочную перспективу для Правительства РФ с целью его реализации всей системой исполнительной власти [8]. Вектор развития нормативно-правового сопровождения молодежной политики в РФ в 2020 г. намечен на повышение роли молодежи как социальной группы, что нашло отражение во внесенном в июле 2020 г. проекте Федерального закона «О молодежной политике

в Российской Федерации» [3]. Данный нормативно-правовой акт будет определять цели, принципы и направления реализации государственной молодежной политики, а также регулировать отношения между основными субъектами, участвующими в ее формировании и реализации, поскольку законодательно закрепляет статус молодежи, к которой будут относиться граждане в возрасте от 14 до 35 лет. Это позволит большому числу представителей данной социальной группы воспользоваться мерами поддержки.

Молодежь как социальная группа: ее проблемы и потребности

Деятели науки единогласно сходятся во мнении и дают определение молодежи как социально-демографической группы переходного периода между детством и взрослостью. В педагогическом энциклопедическом словаре хронологические границы молодости определены на основе особенностей исторического и культурного развития, форм и способов процесса социализации представителей молодежного сообщества.

Молодежь – это группа людей, проходящих стадию взросления. В этот период жизни человек усваивает социальные ценности, культуру своего рода, страны, определяет свое место в обществе. В молодости человек приобретает профессию, приступает к трудовой деятельности. Все это сопровождается самопознанием, утверждением человека как индивидуальной личности, способной принимать правильные решения в сложных жизненных ситуациях.

Согласно гражданскому законодательству, совершеннолетие наступает в возрасте 18 лет, что обеспечивает, с одной стороны, наличие полной правоспособности, то есть возможности пользоваться всеми правами гражданина, а с другой, – принятие определенных обязанностей, в том числе по соблюдению законодательства.

Изучению молодежи ее особенностей и проблем в разные периоды жизни общества посвящены труды ученых психоаналитиков: З. Фрейда, Р. Бенедикт, Л. Фойера, Л. Шелеффа, Э. Эриксона; а также деятелей отечественной социологии: В. Лисовского, В. Ольшанского, С. Иконниковой, Д. Фельдштейна, И. Кона, Л. Архангельского и др. Общеизвестно, что молодежь – «это поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих (а в более зрелом возрасте уже усвоивших) образовательные, профессиональные и культурные функции и подготавливаемых (подготовленных) обществом к усвоению и выполнению социальных ролей; в зависимости от конкретных исторических условий возрастные критерии молодежи могут колебаться от 16 до 30 лет» [9, с. 576]. «Молодежь характеризуется теми общественными отношениями и общественными формами, которые определяют ее как самостоятельную социально – демографическую группу» [12, с. 31].

«Молодежь – это социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств» [12, с. 32]. Отечественный социолог И.С. Кон считает, что «молодость как определенная фаза, этап жизненного цикла, биологически универсальна, но ее конкретные возрастные рамки, связанный с ней социальный статус и социально-психологические особенности имеют социально-историческую природу и зависят от общественного строя, культуры и свойственных данному обществу закономерностей социализации» [11, с. 478].

В целях выявления характерных особенностей молодежи ученые выделяют следующие критерии.

1. Возрастные рамки: установлено, что с 14 лет у представителей данной социально-возрастной группы наступает физическая зрелость, а также появляется возможность начать заниматься трудовой деятельностью, в этот период он выбирает профессию. В 29 лет молодой человек достигает определенного уровня в части личной и профессиональной стабильности, а также экономической самостоятельности [7].

2. Особый социальный статус, а также специфичные ролевые функции и социокультурное поведение: учитываются виды деятельности молодежной социальной группы, характерные для группы ценностные и социокультурные ориентации. Стоит отметить, что оценка социального статуса представителей молодежи со стороны общества составляет важный критерий социального статуса молодежи.

3. Наиболее характерные именно для данной группы населения процессы социализации: во время социализации происходит семейная и трудовая адаптация того или иного представителя молодого поколения, а также индивидуализация и самоидентификация.

Сознание представителей молодежи имеет отличительную особенность в виде способности к более быстрому анализу и усвоению большого массива информации, более того, характеризуется формированием критичного мышления, стремлением самостоятельно оценить все происходящее. Но нельзя не принимать

во внимание факт, связанный с сохранением некоторых установок и стереотипов прошедшего этапа жизни. В поведении молодежи одновременно и противоречиво сочетаются и стремление к идентификации, и обособление, отрицание общепринятых норм и подражание им, чрезмерная общительность и отстраненность от общения с внешним миром.

По причине изменения системы ценностей молодежи стал сложнее по своему прохождению процесс социализации. Вследствие этого произошли изменения в части критериев социальной зрелости, связанные с периодом вступления в трудовую жизнь, с окончанием образовательного учреждения и получением профессиональной специальности, определенных гражданских прав, а также экономической самостоятельности.

Необходимо понимать, что «разнородность» категорий интереса молодого и более старшего поколения составляют определенную проблему, поскольку представители молодежи в большинстве своем изъявляют желание не «бесшумно» подчиняться уже устоявшимся традициям и обычаям, а наоборот, хотят модернизировать устройство мира, внести инновационные ценности. Реальные условия и требования, которые диктует рыночное устройство экономики, обостряют проблемы трудоустройства, а также поиска и определения направлений деятельности молодежной политики и политической социализации молодежи, а также социальной защиты молодых семей и образа жизни молодых людей.

Более того, в качестве проблем молодежи социально-экономического, социально-культурного, социально-психологического и социально-медицинского характера могут быть определены следующие:

- состояние здоровья;
- распространение различных социальных девиаций, угрожающих генофонду нации: наркомании, алкоголизма, токсикомании;
- социальное неблагополучие и, как следствие, смертность. Так, по данным Всероссийской Организации Здравоохранения (ВОЗ), максимальное значение показателя смертности по причине туберкулеза достигается в возрастных категориях 25–29 и 30–34 лет [13]. Кроме того, отмечается наличие проблем, связанных с передаваемыми половым путем заболеваниями.

Немаловажной «молодежной» проблемой является профессиональное образование как надежный способ воспитания специалиста своего дела с активной жизненной позицией, ответственного и настойчивого при достижении обозначенных целей, однако переход на коммерческую форму обучения оказывает неоднозначное воздействие на качество образования. Также значительной проблемой стало изменение ценностных установок и ориентаций у молодежи, что меняет, как нам представляется, образ жизни молодых людей.

Стоит отметить складывающуюся и укрепляющуюся тенденцию ориентации молодежи на достижение личного успеха и личностного роста. Разрушение традиционных форм социализации на основе предопределенности жизненного пути «ударило» по личной ответственности молодежи, что выявило неготовность большинства принять эту ответственность в полной мере.

В связи с этим государственная политика в части молодежи в основном направлена на создание благоприятной среды и условий для формирования молодежи, ведущей здоровый образ жизни, способной к успешной социализации и эффективной самореализации. Она, в свою очередь, направлена на решение проблем абсолютно различного рода:

- жилищные и/или бытовые проблемы;
- вопросы занятости и/или трудоустройства молодежи;
- поддержка молодых семей и талантливой молодежи;
- комплексное развитие детского, молодежного и семейного отдыха.

Данный подход воздействует на поступательное улучшение качества жизни представителей молодежи, а также в социальном и экономическом развитии государства в целом. Стоит отметить, что федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов РФ, органы муниципальных образований, сектор общественных организаций и объединений совместно обеспечивают комплексное решение проблем в сфере молодежной политики.

Субъекты молодежной политики в России имеют сложную структуру, руководство которой осуществляется на основе законодательства, где четко разграничены функции между тремя уровнями власти: федеральным, региональным, а также местным.

Основу в части правового регулирования государственной политики в сфере молодежи составляют в первую очередь международные нормативные правовые акты, законодательство федерального уровня, законы и другие нормативно-правовые акты субъектов Российской Федерации, а также нормативные правовые акты муниципальных образований. Смена поколений, последовательное осуществление воспроизводства, изменения во взглядах молодежи, ведут к постепенному обновлению общества. Из поколения в поколение передаются ценности, культура, которые молодежь преобразует, сохраняя культуру народа. Таким образом, молодежный сектор объяснимо является одним из главных факторов, движущих общественное развитие. Государственная политика в сфере молодежи в Российской Федерации складывалась, начиная с девяностых годов.

Основополагающим документом в области работы с молодежью является Конституция РФ, где в ст. 7 закреплено, что «Российская Федерация является социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека, государственную поддержку семьи, материнства, отцовства и детства» [1]. В ст. 30 Конституции РФ закреплено право граждан на создание молодежных объединений.

Принятый в 1999 г. проект Федерального закона № 98059899-2 «Об основах государственной молодежной политики в Российской Федерации» должен был содержательно дополнить систему нормативных правовых актов в части российской государственной молодежной политики [4]. Законопроект был реакцией на радикально сменившиеся за 10 лет условия функционирования всех субъектов формирования и реализации государственной молодежной политики и был нацелен на упорядочение действий органов власти по взаимодействию с разнообразными специализированными организациями по работе с молодежью, которые осуществляют деятельность по поставкам товаров, выполнению работ, оказанию услуг для молодежи, по поддержке социальной инфраструктуры для молодежи и разработке и финансированию целевых программ в области государственной молодежной политики.

Основой регулирования государством поведения несовершеннолетних детей стал Федеральный закон от 24 июня 1999 г. № 120-ФЗ «Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних», который определяет компетенцию органов по делам молодежи и сферы деятельности учреждений при этих органах по вопросам профилактической деятельности [2].



Составлено авторами по материалам источника [5]

Рис. 1. Проблемы, обозначенные Федеральной целевой программой «Молодежь России»

При формировании и реализации государственной молодежной политики на всех уровнях власти применяется программно-целевой подход, который берет свое начало еще в 1994 году, когда была утверждена Федеральная целевая программа «Молодежь России», которая далее получила статус Президентской программы на период 1998–2000 гг., а в 2000 г. – вновь статус Федеральной целевой программы на 2001–2005 гг. [5; 6].

Федеральная целевая программа «Молодежь России» стала основой региональных целевых программ, существующих и функционирующих в большинстве субъектов РФ в настоящее время. На рисунке 1 представлены проблемы, обозначенные данной программой.

Таким образом, реализация мероприятий государственной молодежной политики по действующим федеральным и ведомственным программам в рамках планово-нормативного метода стала попыткой к выходу по разрешению проблем молодежи, а также к устранению существующего дублирования, созданию единых стандартов. Государственная молодежная политика в идеальной модели нацелена на объединение как государственных, так и негосударственных ресурсов, что обеспечит межведомственный характер взаимодействия.

Заключение

Рассмотренная система приоритетных направлений государственной молодежной политики позволит обеспечить формирование здорового уклада жизни представителей молодежи, увеличение вовлеченности молодежи в повышение конкурентоспособности страны и вместе с тем компенсирует и одновременно минимизирует негативные последствия, сложившиеся после неуправляемого перехода к рыночной экономике, когда приоритеты молодежной политики оказались на периферии общественного и государственного внимания.

Молодежь, безусловно, является носителем гражданственности, поэтому процесс эффективного сотрудничества молодежи и государства в период трансформации российского общества должен быть инициирован самим государством [9].

Государственная молодежная политика – одна из особенно важных траекторий функционирования органов законодательной и исполнительной власти, которая связана с поддержкой и содействием в реализации потенциала молодежи как особой социальной группы и, как следствие, успешной адаптации. Но при этом система становления государственной политики в молодежной сфере как особой сферы формирования и реализации – это, в первую очередь, комплекс дополнительного специального законодательства в части государственной молодежной политике, а также обеспечение регулирования развития молодежной политики со стороны государственных органов, ее финансовое и плановое обеспечение на всех уровнях власти.

В течение нескольких последних лет произошли изменения во многих областях жизни молодежи как социально-возрастной группы населения, таких как образование, культура, социальная защита. При этом отмечается ухудшение демографической ситуации, что привело к смене социального курса молодежи и появлению новых проблем, с которыми представители молодежи сталкиваются ежедневно. Поэтому необходимо понимать, что действенность молодежной политики будет возрастать, если это будет не только делом государства и местных органов самоуправления, хотя и здесь многое можно сделать (цензурирование средств массовой информации и, в частности, телевизионных каналов с исключением пропаганды насилия, ущемления достоинства человека, чем грешит не только зарубежный кинематограф, но и уже отечественный). Необходимо привлекать общественность к этой важнейшей сфере социального благополучия при помощи грантовой и финансовой поддержки неправительственных молодежных организаций, пропаганды движения волонтеров (особенно в борьбе с пандемией коронавирусной инфекции), и примеров героизма, демонстрируемого представителями молодежи в критических и чрезвычайных ситуациях, привлечения самодеятельных коллективов, в том числе музыкальных, и профессиональных союзов к молодежной проблематике, наставничества и т. п. Несомненно, если будет оказана общественная поддержка государственной и муниципальной молодежной политике, то вместе мы исправим положение, которое еще должным образом не преодолено после 90-х гг. прошлого века.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 04.12.2020).
2. Федеральный закон от 24.06.1999 № 120-ФЗ «Об основах системы профилактики безнадзорности и правонарушений

- несовершеннолетних» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_23509/ (дата обращения: 04.12.2020).
3. Федеральный закон от 30.12.2020 № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372649/ (дата обращения: 04.12.2020).
 4. Проект Федерального закона № 98059899-2 «Об основах государственной молодежной политики в Российской Федерации» (ред. согласительной комиссии, принятая ГД ФС РФ 27.10.1999) // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PRJ&n=1895#08789623023688882> (дата обращения: 04.12.2020).
 5. Указ Президента РФ от 15.09.1994 № 1922 «Об утверждении Федеральной целевой программы «Молодежь России» // СПС «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/6301433/> (дата обращения: 04.12.2020).
 6. Постановление Правительства РФ от 27.12.2000 № 1015 «Об утверждении Федеральной целевой программы «Молодежь России (2001–2005 годы)» // СПС «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/1584755/> (дата обращения: 04.12.2020).
 7. Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171835/ (дата обращения: 04.12.2020).
 8. Велиханов, М.Т. Анализ результатов контроля за реализацией Посланий Президента РФ // Самоуправление. – 2020. – № 5 (122). – С. 183–187.
 9. Волков, Ю.Г., Шаповалов, В.А., Добренков, В.И., Кадария, Ф.Д., Савченко, И.П. Социология молодежи: учебное пособие / под ред. Ю.Г. Волкова. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2016. – 576 с.
 10. Гнездилова, П.А. Государственная молодежная политика // *Sciences of Europe*. – 2016. – № 5-4 (5). – С. 34–36.
 11. Кон, И.С. Молодежь // Большая советская энциклопедия. В 30 т. Т. 16 / глав. ред. А.М. Прохоров. – 3-е изд. – М.: Сов. Энциклопедия, 1974. – 615 с. – С. 478.
 12. Прошин, М.С. Молодежь как особая социальная группа современного общества // Человеческий капитал. – 2012. – № 1 (37). – С. 31–34.
 13. Доклад о глобальной борьбе с туберкулезом за 2017 год // Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.who.int/tb/publications/global_report/archive/en/ (дата обращения: 04.12.2020).
 14. Путин: Молодежь – это опора сегодняшнего дня и будущего // Федеральное агентство новостей // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://riafan.ru/1133791-putin-molodezh-eto-opora-segodnyashnego-dnya-i-budushhego-rossii> (дата обращения: 04.12.2020).

References

1. The Constitution of the Russian Federation (adopted by popular vote on December 12, 1993 with amendments approved during the All-Russian vote on July 1, 2020), *Legal regerence system “ConsultantPlus”*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (accessed 04.12.2020). (In Russian).
2. Federal Law No. 120, dated on June 24, 1999 “On the Basics of the System of Prevention of neglect and juvenile delinquency”, *Legal regerence system “ConsultantPlus”*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_23509/ (accessed 04.12.2020). (In Russian).
3. Federal Law No. 489, dated on December 30, 2020 “On Youth Policy in the Russian Federation”, *Legal regerence system “ConsultantPlus”*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_372649/ (accessed 04.12.2020). (In Russian).
4. The Draft of Federal Law (as amended by the Conciliation Commission, adopted by the State Duma on October 27, 1999 No. 98059899-2 “On State Youth Policy in the Russian Federation”, *Legal regerence system “ConsultantPlus”*. Available at: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PRJ&n=1895#08789623023688882/> (accessed 04.12.2020). (In Russian).
5. Decree of the President of the Russian Federation No.1922, dated on September 15, 1994 “On Approval of the Federal Target Program “Youth of Russia”, *Legal reference system “Garant”*. Available at: <http://base.garant.ru/6301433/> (accessed 04.12.2020). (In Russian).
6. Resolution of the Government of the Russian Federation No. 1015, dated on December 27, 2000 “On Approval of the Federal Target Program “Youth of Russia (2001-2005)”, *Legal reference system “Garant”*. Available at: <http://base.garant.ru/1584755/> (accessed 04.12.2020). (In Russian).
7. Order of the Government of the Russian Federation No. 2403-r, dated on November 29, 2014 “On Approval of the Fundamen-

- tals of the State Youth Policy of the Russian Federation for the Period up to 2025”, *Legal reference system “ConsultantPlus”*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171835/ (accessed 04.12.2020). (In Russian).
8. Velikhanov M.T. Analysis of the results of monitoring the implementation of the Messages of the President of the Russian Federation, *Samoupravlenie*, 2020, no. 5 (122), pp. 183–187. (In Russian).
 9. Volkov Yu.G., Shapovalov V.A., Dobren`kov V.I., Kadariya F.D., Savchenko I.P. *Sociology of youth: Tutorial*, edited by Yu.G. Volkov, Rostov-on-Don, Feniks, 2016, 576 p. (In Russian).
 10. Gnezdilova P.A. State youth policy, *Sciences of Europe*, 2016, no. 5-4 (5), pp. 34–36. (In Russian).
 11. Kon I.S. Youth, *The Great Soviet Encyclopedia*, in 30 vol., vol. 16, editor-in-chief A.M. Prokhorov, 3 edition, pp. 478. (In Russian).
 12. Proshin M.S. Youth as a special social group of modern society, *Human capital*, 2012, no. 1 (37), pp. 31–34. (In Russian).
 13. Report on Global Fighting Tuberculosis 2017, *World Health Organization*. Available at: https://www.who.int/tb/publications/global_report/ru/ (accessed 04.12.2020). (In Russian).
 14. Young people are the mainstay of today and the future, *Federal News Agency*. Available at: <https://riafan.ru/1133791-putin-molozh-eto-opora-segodnyashnego-dnya-i-budushego-rossii/> (accessed 04.12.2020). (In Russian).

Юрасов Игорь Алексеевич

д-р социол. наук, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финуниверситет) (Пензенский филиал), ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет», директор Аналитического центра прикладных исследований Института регионального развития Пензенской области г. Пенза, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-4884-6422

e-mail: jurassow@mail.ru

Танина Мария Алексеевна

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финуниверситет) (Пензенский филиал), г. Пенза, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-7311-6280

e-mail: margo10@inbox.ru

Юдина Вера Александровна

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финуниверситет) (Пензенский филиал), г. Пенза, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-9835-9430

e-mail: vayudina@fa.ru

Кузнецова Елена Викторовна

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финуниверситет) (Пензенский филиал), г. Пенза, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-6863-1066

e-mail: elena_myskina@mail.ru

Igor A. Yurasov

Dr. Sci. (Soc.), Financial University under the Government of the Russian Federation (Penza branch), Penza State University, Director of the Analytical Center for Applied Research of the Institute of Regional Development of the Penza Region Penza, Russia

ORCID: 0000-0002-4884-6422

e-mail: jurassow@mail.ru

Maria A. Tanina

Cand. Sci. (Econ.), Financial University under the Government of the Russian Federation (Penza branch), Penza, Russia

ORCID: 0000-0001-7311-6280

e-mail: margo10@inbox.ru

Vera A. Yudina

Cand. Sci. (Econ.), Financial University under the Government of the Russian Federation (Penza branch), Penza, Russia

ORCID: 0000-0001-9835-9430

e-mail: vayudina@fa.ru

Elena V. Kuznetsova

Cand. Sci. (Econ.), Financial University under the Government of the Russian Federation (Penza branch), Penza, Russia

ORCID: 0000-0002-6863-1066

e-mail: elena_myskina@mail.ru

АНАЛИЗ ТРУДОВЫХ И ДОСУГОВЫХ ПРАКТИК ТЕНЕВЫХ САМОЗАНЯТЫХ НА РЫНКЕ ФИЗИЧЕСКОГО ТРУДА В РОССИИ

Аннотация. Синеворотничковая самозанятость занимает примерно 23–25% в структуре российской экономики и является наиболее сложной для социологического анализа в силу своей закрытости от внешнего мира. Наиболее приемлемыми методами социологического анализа самозанятых в сфере физического труда являются наблюдение, включенное наблюдение, неструктурированное интервью в непринужденной обстановке, так как они очень закрыты и осторожны, понимая скрытость и незаконность их трудовой деятельности. Синеворотничковые самозанятые демонстрируют специфический «кулацкий», или другими словами «мещанский» менталитет, сочетающий в себе такие черты, как трудолюбие, социальную гибкость, низкий горизонт стратегического планирования личной и трудовой жизни, авантюризм, мобильность, самоэксплуатацию, жадность, меркантилизм, социокультурную ограниченность. По своей стратификационной природе синеворотничковые самозанятые возрождают архаическое российское городское сословие с его специфическим менталитетом, привычками, образом жизни. Синеворотничковые самозанятые демонстрируют гедонистическую, престижную форму потребления. Благодаря своим доходам они сделали физический труд в форме свободной самозанятости весьма престижным в современной России.

Ключевые слова: артельность, атономизация, меркантилизм, неформальная самозанятость, новое мещанство, прекаризация, самоэксплуатация, стиль потребления, теневая самозанятость

Для цитирования: Юрасов И.А., Танина М.А., Юдина В.А., Кузнецова Е.В. Анализ трудовых и досуговых практик теневых самозанятых на рынке физического труда в России // Вестник университета. 2021. № 1. С. 172–180.

ANALYSIS OF LABOR AND LEISURE PRACTICES OF SHADOW SELF-EMPLOYED IN THE PHYSICAL LABOR MARKET IN RUSSIA

Abstract. Blue-collar self-employment occupies about 23 – 25 % in the structure of the Russian economy and is the most difficult for sociological analysis due to its isolation from the outside world. The most acceptable methods of sociological analysis of the self-employed in the field of physical labor are observation, observation is included, an unstructured interview in a relaxed atmosphere, since they are very closed and careful, understanding the secrecy and illegality of their employment. The blue-collar self-employed demonstrate a specific “kulak” mentality that combines hard work, social flexibility, a low horizon for strategic planning of personal and work life, adventurism, mobility, self-exploitation, greed, mercantilism, and socio-cultural limitations. By their stratification nature, the blue-collar self-employed are reviving the archaic Russian urban class with its specific mentality, habits, and way of life. The blue-collar self-employed exhibit a hedonistic, prestigious form of consumption. Thanks to their income, they have made physical labor in the form of free self-employment very prestigious in the modern Russia.

Keywords: artfulness, atonization, informal self-employment, mercantilism, new philistinism, precarization, self-exploitation, shadow self-employment, style of consumption

For citation: Yurasov I.A., Tanina M.A., Yudina V.A., Kuznetsova E.V. (2021) Analysis of labor and leisure practices of shadow self-employed in the physical labor market in Russia. *Vestnik universiteta*, no. 1, pp. 172–180. DOI: 10.26425/1816-4277-2021-1-172-180

Благодарности. Публикация подготовлена по результатам выполнения исследования в рамках в рамках поддержанного РФФИ научного проекта № 20-011-00310 на тему «Самозанятые работники физического и умственного труда России: исследование новейших тенденций социальной стратификации, социокультурный анализ жизненных стратегий прекариата».

Acknowledgements. The publication was prepared according to the results of the study within the framework of the scientific project No. 20-011-00310 supported by the Russian Foundation for Basic Research scientific project on the issue: “Self-employed workers of physical and mental labor in Russia: a study of the latest trends in social stratification, socio-cultural analysis of life strategies of the precariat”.

© Юрасов И.А., Танина М.А., Юдина В.А., Кузнецова Е.В., 2021.

Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

© Yurasov I.A., Tanina M.A., Yudina V.A., Kuznetsova E.V., 2021.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Введение

Теневая самозанятость в сфере физического труда является наиболее распространенной на рынке труда всех стран от высокоразвитых до развивающихся. Анализируя весь массив теорий в области теневой самозанятости, авторы настоящего исследования пришли к выводу, что при анализе условий труда, образа жизни, профессиональных и кадровых стратегий самозанятого населения необходимо объединять понятия «неформальная» и «теневая экономика» и рассматривать их как синонимы.

Феномен этого сектора экономики заключается в скрытом для государственного статистического учета характере производства, но открытом для всех жителей России рынка товаров и услуг, информация о котором распространяется как по открытым, так и по закрытым каналам. Нелегальная и противозаконная занятость в области производства и продажи криминальных продуктов и услуг остались за рамками интереса авторского коллектива и требуют отдельных специальных социально-экономических, юридических и правовых исследований. Когда говорится о труде самозанятых в неформальном секторе экономики, имеется в виду производство товаров и услуг, оплата которых выполняется либо наличными средствами, либо через перевод с одной банковской карты на другую, со счета мобильного телефона на счет другого телефона, минуя фазы официальных юридических договоренностей, без оформления трудовых отношений, подготовки и подписания акта приемки-сдачи работ. В случае обнаружения недоделок, возникновения претензий к качеству работ, эти недостатки и возникающие претензии удовлетворяются посредством устных договоренностей.

Теневая самозанятость рождает новую социальную тенденцию на мировом рынке труда, а именно «прекаризацию», которая является новой формой трудовой занятости без постоянного, защищенного юридически трудового контракта и сочетает как аспекты добровольного выбора человека, не желающего иметь ничего общего с государственными, правовыми структурами, так и особую новую форму эксплуатации человека. Все формы договоренностей носят устный характер и могут изменяться в любое время в худшую сторону. Иногда и сам самозанятый, понимая свою востребованность на теневом рынке физического труда, может менять условия неформальных договоренностей во время работы.

Для самозанятых на мировом рынке труда свойственна постоянно развивающаяся прекаризация. Для прекарно занятых характерно снижение уровня рациональности, горизонтов планирования, когда для работников становится важна работа и ее оплата, в то время как временный ее характер и уровень правовой защищенности, уровень социальных гарантий мало интересуют работающего на этом рынке человека.

Самозанятый прекариат обладает специфическим сословным менталитетом, который проявляется в специфических социально-психологических качествах, таких как трудолюбие, социальную гибкость, низкий горизонт стратегического планирования личной и трудовой жизни, авантюризм, мобильность, самоэксплуатацию, жадность, меркантилизм, социокультурную ограниченность, которые можно сравнить с типичным российским феноменом «кулацкого» мировоззрения, феноменом нового мещанства.

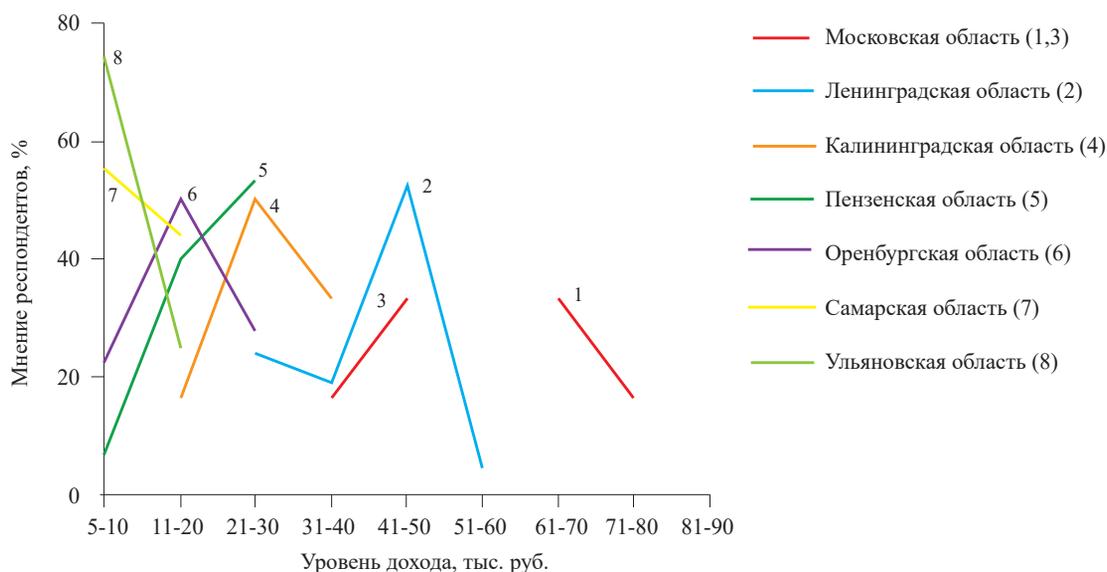
Материалы и методы исследования

Социологическое исследование трудовых и досуговых практик синеворотничковой теневой трудовой занятости проводилось в январе–марте 2020 г. в Московской, Ленинградской, Калининградской, Оренбургской, Самарской, Ульяновской, Пензенской областях, в городах Москве и Санкт-Петербурге (общее число опрошенных – 889). Скрытое включенное наблюдение за синеворотничковыми самозанятыми велось с 2002 г. по 2020 г. в Москве, Пензе, Самаре, Оренбурге. Неструктурированные интервью проводились, начиная с 2009 г. по настоящее время со строителями, водителями, поварами, кондитерами, сиделками.

Социально-экономический, социокультурный анализ практик теневого академического предпринимательства в Российской Федерации

Социологическое исследование показало, что типичными сферами синеворотничковой теневой самозанятости являются строительство, внутренняя отделка помещений, ремонт жилья, услуги в сфере красоты.

Данные на рисунке 1 показывают, что размер ежемесячного дохода на члена семьи респондентов в экономически развитых и богатых регионах (таких как Московская, Ленинградская и Калининградская области) выше, чем в прочих.



Источник:

Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Уровень ежемесячного дохода на члена семьи, тыс. руб.»

Большинство респондентов занимаются своей сферой деятельности от 5 до 20 лет, что свидетельствует о достаточной квалификации, опыте работы и достаточной распространенности теневых практик в России. Среди причин, по которым респонденты заняты в этой сфере деятельности, на первое место выходит стремление к получению высоких доходов, обогащению и удобный график. Большинство самозанятых в сфере физического труда являются прагматиками, мотивированными на труд в первую очередь заработной платой. На втором месте по популярности мотивов самозанятости стоит мотив удобства работы, который коррелирует с желанием независимости, свободы. Эти мотивы конденсируют предпринимательские мотивации и компетенции.

В оценке респондентами своей экономической защищенности в случае потери работы, здоровья, кризиса наблюдаются расхождения по исследуемым областям. Большинство респондентов Московской, Ленинградской и Калининградской областей оценивают свою экономическую защищенность как среднюю. В то время как большинство респондентов Ульяновской, Оренбургской, Пензенской и Самарской областей считают себя экономически незащищенными (табл. 1). Это является основным социальным препятствием для расширения круга самозанятых. Неуверенность в своих будущих доходах, наличии заказов всегда была сильна среди самозанятых, служила источниками самоэксплуатации, стрессов и депрессий. Неуверенность усилилась во время пандемии коронавируса COVID-19 в 2020 г.

Таблица 1

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как вы оцениваете свою экономическую защищенность в случае потери работы, здоровья, кризиса?», %

Ответ	Область						
	Московская	Ленинградская	Калининградская	Ульяновская	Оренбургская	Пензенская	Самарская
Очень низкая	33,3	-	8,3	50,0	22,2	13,3	38,9
Низкая	-	4,8	16,7	50,0	44,5	66,7	38,9
Средняя	66,7	95,2	66,7	-	33,3	20,0	22,2

Ответ	Область						
	Московская	Ленинградская	Калининградская	Ульяновская	Оренбургская	Пензенская	Самарская
Относительно высокая	-	-	8,3	-	-	-	-
Высокая	-	-	-	-	-	-	-
Затрудняюсь ответить	-	-	-	-	-	-	-
Всего, %	100	100	100	100	100	100	100

Составлено авторами по материалам исследования

Ситуацию социально-экономической неопределенности анализировал российский социолог А. Тесля. Он совершенно справедливо считал, что ситуация социальной неопределенности и неуверенности в завтрашнем дне была изначально свойственна низшим по материальному положению, социальному престижу стратам. Для низших слоев общества ситуация неопределенности – социальная норма. Социальная неопределенность более характерна для синеворотничковой занятости и самозанятости. В последние семь лет ощущение социальной незащищенности и неопределенности стала распространяться на российский средний класс, к которому принадлежат большинство самозанятых в области физического труда. Средний класс, который во всех обществах должен производить стабильность и социальный порядок сам очень дезориентирован такими «паузами неопределенности». Кризис социальной неопределенности в этой стране знаменует реальный кризис средних слоев [9].

Проблема социальной неопределенности артикулирует особенно во время пандемии коронавируса COVID-19, и после нее – своеобразный переход от логики воспроизводства социального страха к логике воспроизводства социальных тревог. Если раньше человечество находилось перед лицом ограниченного страха, четко локализованного, конкретного, то в настоящее время глобальный страх сменяется постоянно усиливающейся тревогой. Государственные институты во всем мире не могут погасить тревогу и страх из-за отказа от идеи социальной ответственности в государственном управлении. Однако в последнее время, производя страх, государство отказывалось от тотального контроля социальной ситуации. В последнее время оно все в большей степени начинает производить тревогу и тем самым только усиливает свой контроль, порождающий новый уровень тревоги. Государства во всем мире последовательно дистанцируются от роли главного гаранта всеобщей стабильности.

Большинство респондентов отмечают, что угроза потери работы, заработка очень высока (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Есть ли угроза потери работы, заработка?», %

Ответ	Область						
	Московская	Ленинградская	Калининградская	Ульяновская	Оренбургская	Пензенская	Самарская
Да, очень реальная	16,7	4,8	16,7	25,0	33,3	20,0	22,2
В определенной мере такая угроза есть	66,6	47,6	50,0	25,0	66,7	60,0	55,6

Ответ	Область						
	Московская	Ленинградская	Калининградская	Ульяновская	Оренбургская	Пензенская	Самарская
Потеря работы, заработка возможна, но маловероятна	16,7	47,6	25,0	50,0	-	20,0	11,1
Такой угрозы нет	-	-	-	-	-	-	-
Затрудняюсь ответить	-	-	8,3	-	-	-	11,1
Всего, %	100	100	100	100	100	100	100

Составлено авторами по материалам исследования

Как показывают данные таблицы 3, источники, с помощью которых респонденты находят работу, заказы, самые разнообразные. Как правило, респонденты используют все названные варианты.

Таблица 3

Распределение ответов респондентов на вопрос: «Каким образом вы находите работу, заказы?», %

Ответ	Область						
	Московская	Ленинградская	Калининградская	Ульяновская	Оренбургская	Пензенская	Самарская
Через Интернет	21,0	-	-	-	-	13,3	-
По мобильным приложениям	21,0	-	-	-	-	-	-
Через телеграм-канал	5,5	-	-	-	-	-	-
По старым связям, рекомендации старых клиентов	21,0	-	-	40,0	-	20,0	-
Через обычные объявления в СМИ, листовки, визитные карточки, объявления на остановках транспорта	10,5	-	-	-	-	-	-
Через коллег, когда они не могут исполнить заказ	10,5	-	-	20,0	-	20,0	-
Использую все названные варианты	10,5	100,0	100,0	40,0	100,0	46,7	100,0
Другое	-	-	-	-	-	-	-
Всего, %	100	100	100	100	100	100	100

Составлено авторами по материалам исследования

При ответе на вопрос: «Существуют ли у Вас юридически оформленные трудовые отношения с государством, с работодателем?», большинство респондентов Московской и Пензенской областей отметили, что существуют (83,3 % и 66,7 % соответственно). Большинство респондентов Оренбургской и Самарской областей отказались от ответа на данный вопрос (55,6 % и 61,1 % соответственно), что свидетельствует о теневого характере трудовой деятельности.

В основном респонденты не могут себе позволить не работать без ущерба для своего материального положения, а если и могут, то только на протяжении 1–2 месяцев. Таким образом, длительный карантин более двух месяцев будет катастрофичным для самозанятых в области физического труда.

При ответе на вопрос: «Существует ли сезонность в вашей сфере занятости?», мнения респондентов разошлись. Причиной являются различные сферы занятости опрошенных. Сезонность однозначно существует в строительстве, уходе за детьми.

Особого внимания заслуживает рассмотрение трудовых, досуговых практик и жизненных стратегий в сфере синеворотничковой самозанятости в области сельского хозяйства, производства продуктов питания. Сельские жители, находящиеся в тени, производят продукты питания в правовой форме приусадебных хозяйств, не спешат организовывать крестьянско-фермерские хозяйства, переходить в область индивидуального предпринимательства. По мнению самих респондентов и экспертов, причинами предпочтительности теневых форм самозанятости в сельском хозяйстве являются:

- 1) страх брать кредиты из-за высокого риска невозврата, так как большинство территорий России находятся в зоне рискованного земледелия;
- 2) дефицит предпринимательских компетенций, коммерческой крестьянской жилки;
- 3) страх тружеников сельского хозяйства перед ведением бухгалтерии, делопроизводства в силу отсутствия у них экономических и делопроизводственных компетенций;
- 4) отсутствие финансовой возможности приобретения сельскохозяйственной техники, технической и технологической компетенций ее обслуживания;
- 5) разобщенность большинства сельских жителей, вызванная потерями традиционного общинного уклада, существовавшего до революции 1917 г. и при колхозном строе СССР. Разобщенность и атомизация не позволяют организовать на селе многие виды сельскохозяйственных работ в форме «помощи», такие как пахота и сев весной, заготовка сена летом, сбор урожая в садах и огородах осенью, сбыт своей продукции во все времена года;
- б) нехватка рабочих рук из-за малочисленности семей и миграции сельских жителей в города [8].

По данным экспертов РБК, в сельском хозяйстве, а также в охоте, рыболовстве формируется около 1,4 % неучтенного валового внутреннего продукта Российской Федерации. Примерно столько же производят секторы оптовой и розничной торговли, грузовых и пассажирских перевозок [8]. Кроме того, к теневым трудовым, неформальным практикам в области сельского хозяйства и производства продуктов питания относят сезонную трудовую сельскохозяйственную активность большинства жителей городского населения России, который выращивают на своих дачных участках картофель, овощи, разводят мелкую домашнюю птицу, режут скот, так как домашнее приусадебное скотоводство является крайне неэффективным занятием из-за дороговизны кормов. По мнению эксперта, в области сельского хозяйства А. Пономаренко: «В Западной Европе, Соединенных Штатах никому не придет в голову выращивать картошку для себя, поскольку это экономически необоснованно: ее можно легко купить в магазине, а деньги зарабатывать в другом месте. А в России все сельское население и половина городских жителей выращивают для себя продукты питания» [7; 8].

Это по-новому ставит вопрос «самоэксплуатации» во всех формах теневой самозанятости. В отличие от классической марксистской эксплуатации труда, под которой понимается присвоение другим человеком результатов своего труда без обмена, финансовой оплаты из-за экономической зависимости работника от работодателя, «самоэксплуатация» проявляется в форме избыточной трудовой активности, когда работник, зарабатывает финансовые средства за счет своего здоровья, образования, личной жизни. Впервые этот термин использовал Дж. Гэлбрайт в своей книге «Экономические теории и цели общества», под которым он понимал деятельность работодателя или работающего в своей фирме предпринимателя [6]. До настоящего времени понятие самоэксплуатации еще не до конца концептуализировано, но продолжает использоваться в качестве синонима «трудоголизма», очевидно этот феномен будет использоваться далее в отношении теневой трудовой деятельности самозанятых.

Артельность как социокультурная и социально-экономическая специфика теневой самозанятости в области физического труда

Трудовые практики самозанятых в теневом секторе физического труда в современной России, организованных в небольшие производственные бригады, коллективы, демонстрируют любопытный социально-экономический, социокультурный феномен, такой как «артельность», под которым понимается народная, патриархальная

организация труда, форма взаимопомощи, самоорганизации общества. До революции артельная форма организации труда была широко распространена в России. Перед революцией, в эпоху наивысшего капиталистического, рыночного развития Российской империи, пролетариата (то есть собственно наемных рабочих) насчитывалось только несколько процентов от всего российского населения: в 1913 г. – 14,6 % вместе с семьями, а в XIX в. – чуть ли не на порядок меньше. На основании этого можно сделать вывод, что в дореволюционной России промышленность развивалась в форме артелей. В настоящее время в экономике, экономической и исторической социологии существует традиция рассмотрения артельности вместе с такими концептами как «общинность» и «соборность» как одного из важнейших качеств российского экономического менталитета России [1; 2; 10].

Различные артели были при социалистической экономике СССР. Однако деятельность артелей в плановой, социалистической экономике постепенно сокращалась. Со второй половины 1960-х г. единственными законными артелями были артели в сфере золотодобычи, хотя колхозы по уставу также именовались сельскохозяйственными артелями, но это название представляло собой юридическую фикцию, так как самый важный принцип артели – добровольность участия в ней – в колхозах отсутствовал.

Согласно мнению авторского коллектива артель – добровольное товарищеское объединение с приоритетом личного трудового вклада участников, которое создается для совместной деятельности на принципах самоуправления, солидарности и взаимной ответственности, которые характерны низовой самоорганизации русского народа.

Артельность представляет собой соединение в одном лице собственника, хозяина и работника, что-то вроде рабочих ассоциаций, самостоятельных кооперативных предприятий. Современные историки, исторические социологи придерживаются мнения, что артель является нормальной формой организации труда при технологической отсталости. Артельное производство и в современной России имеет следующие качественные характеристики: самостоятельность работников, добровольность, согласованность действий, совместное распределение функций и работ, самоуправление, неформальный характер договора, распределение дохода пропорционально личному вкладу, жестокое пресечение попыток индивидуальной наживы, сложная система отбора, равноправие работников, коллективная организация труда, отсутствие начального капитала, взаимная ответственность, «круговая порука», подчинение частных интересов общим, добросовестный, честный труд, любовь к своему ремеслу. Круговая порука понимается здесь как форма превосходства внутреннего автономного суверенитета артели над внешними правовыми отношениями [1; 2; 5; 10].

В традиционной и современной артелях теневого рынка физического труда преимущества крупного производства, такие как разделение труда, механизация производства, сочетаются с преимуществами мелкого кустарного производства (самостоятельность производителя). В настоящее время можно выделить разные типы артельных объединений:

- артели синхронного типа;
- отхожие артельные или сезонные промыслы;
- артели, создаваемые на основе полной и постоянной занятости, которые предполагали уход с официального рынка труда;
- переселенческая или колонизационная артели [1; 2; 3; 4].

Важное значение в артельной форме организации труда имели и продолжают иметь и неэкономические факторы и принципы, также развитые в неэкономических, непроизводственных артелях. Неэкономическая сущность института рабочей артели состояла в том, что целью его деятельности не является одна только прибыль. «Рыночные», экономико-центричные трактовки артели, подходы к ней как форме организации, мотивированной на получение прибыли, не могут быть применимы в этом случае. В современной российской теневой артели качественный труд создает деньги, а деньги – предпринимательскую организацию.

Социально-психологические черты личности и анализ социально-профессиональных норм поведения и жизненных стратегий синеворотничковых самозанятых

Теневая экономика в сфере физического труда существует в любых экономических системах с государственной организацией, однако в разных системах она имеет свою специфику. Распространение самозанятости смягчало в России во многом воздействие экономических кризисов. Спад в официальной экономике компенсируется ростом неформальной. Но нелегальный экономический рост обеспечивается сокрытием источника происхождения инвестиций, и теневые, сокрытые денежные средства тратятся на потребление (и на развитие).

Значительная часть неучтенной денежной массы образуется посредством теневого производства продовольствия.

Стиль жизни неформалов физического труда характеризуется следующими социокультурными практиками:

- маятниковым типом в сфере охраны здоровья и здорового образа жизни;
- личный досуг тратится на автотуризм, пеший туризм, охоту, рыбалку;
- часто досуг, отдых связан для самозанятых в области физического труда с потреблением алкоголя, еды у друзей, знакомых, гаражные вечеринки;
- самозанятые, работающие вахтовым методом в крупных городах России, практикуют более либеральные сексуальные отношения, которые объясняются разлукой с семьей;
- жизненные цели – приобретение жилья, другой недвижимости, автомобиля.

Базовая структура досуга самозанятых физическим трудом – домашние вечеринки с родственниками, друзьями, знакомыми, коллегами по артельным бригадам. Стиль жизни, базовые жизненные цели и ценности заключаются в приобретении дорогих вещей, практичных товаров, необходимых в домашнем быту. В товаре ценят высокое качество и готовы платить за него большие деньги. Общая досуговая активность самозанятых рабочих пассивна, связана с бытовыми делами, общением в семье.

Тип потребительского поведения «престижный» и «гедонистический». Самозанятым рабочим свойственно менее культурное потребление, жадность, меркантилизм. Культурная ограниченность даже у людей с высшим образованием и ученой степенью приводит к недооценке важности образования. Досуговая активность направлена на получение сиюминутных удовольствий. Самозанятые «синие воротнички» предпочитают демонстрировать свою состоятельность в покупках престижных вещей.

Заключение

Таким образом, самозанятые физическим трудом в большинстве своем входят в низший средний класс, имеют специфическую культуру социально-трудовых отношений, демонстрируют особый трудовой менталитет, относительно неплохо зарабатывают, формируют специфические артельные отношения в своих социально-профессиональных группах и страдают, так же, как и большинство в России, от нестабильных экономических отношений, им свойственен социальный страх и тревога. Граница между низшим средним классом и средним классом проходит в данном случае по уровню доходов. Низшему среднему классу в мегаполисах соответствует примерно 25 000–35 000 руб. на человека в месяц, среднему классу – 35 000–50 000 руб. на человека в месяц, в провинции соответственно 20 000–30 000 и 30 000–40 000 руб. в месяц. У синеворотничковых самозанятых уровень доходов снижается из-за сезона, когда отмечается невостребованность в их услугах. Кроме того, они воскрешают архаичное российское сословие городских самозанятых и формируют новое мещанство в стратификационной структуре современной России.

Библиографический список

1. Аверьянов, В. В. Русская артель. Невостребованный опыт из прошлого в будущее [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.intelros.ru/pdf/svobodnay_misl/2014_03/9.pdf (дата обращения: 03.12.2020).
2. Белоновская, А. М. Артельная форма хозяйственной организации в исследованиях российских ученых конца XIX – начала XX века [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/artelnaya-forma-hozyaystvennoy-organizatsii-v-issledovaniyah-rossiyskih-uchenyh-kontsa-xix-nachala-xx-v-1> (дата обращения: 03.12.2020).
3. Белоусов, О. А. Самозанятость как действенный ресурс жизнеобеспечения населения современной России // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17, № 17. – С. 2073–2086.
4. Гимпельсон, В. Е., Капелюшников, Р. И. Нормально ли быть неформальным? // Экономический журнал ВШЭ. – 2013. – Т. 17, № 1. – С. 3–43.
5. Гимпельсон, В. Е., Капелюшников, Р. И. Жить в тени или умереть «на свету»: неформальность на российском рынке труда // Вопросы экономики. – 2013. – № 11. – С. 65–88.
6. Гэлбрайт, Дж. К. Экономические теории и цели общества / Под общ. ред. и с предисл. Н. Н. Иноземцева, А. Г. Милейковского. – М.: Прогресс, 1976. – 408 с.
7. Росстат измерил «невидимую» экономику в России. Какие отрасли глубже всего ушли в тень [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/29/08/2019/5d651ed89a79474a0d725030> (дата обращения: 03.12.2020).

8. Сельский предприниматель Александр Уляшов: «Взгляд изнутри на сельское хозяйство, или «рынок слезам не верит» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bnkomi.ru/data/news/6162> (дата обращения: 03.12.2020).
9. Тесля, А. Государство, которое производит тревогу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://expert.ru/expert/2020/01/gosudarstvo-kotoroe-proizvodit-trevogu/> (дата обращения: 03.12.2020).
10. Троицкий, Е. Русская артельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://old-rus.narod.ru/articles/art_21.htm (дата обращения: 03.12.2020).

References

1. Aver'yanov V. V. *Russian artel. Unclaimed experience from the past to the future*. Available at: http://www.intelros.ru/pdf/svobodnay_misl/2014_03/9.pdf (accessed 03.12.2020). (In Russian).
2. Belonovskaya A. M. *Artel form of economic organization in the research of Russian scientists of the late XIX – early XX century*. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/artelnaya-forma-hozyaystvennoy-organizatsii-v-issledovaniyah-rossiyskih-uchenyh-kontsa-xix-nachala-xx-v-1> (accessed 03.12.2020). (In Russian).
3. Belousov O. A. Self-employment as an effective life support resource for the population of modern Russia, *Russian Journal of Entrepreneurship*, 2016, vol. 17, no. 17, pp. 2073-2086. (In Russian).
4. Gimpel'son V.E., Kapelyushnikov R.I. Is it normal to be informal?, *Higher School of Economics Economic Journal*, 2013, vol. 17, no. 1, pp. 3-43. (In Russian).
5. Gimpel'son V. E., Kapelyushnikov R. I. To live in the shadows or die “in the light”: informality in the Russian labor market, *Voprosy Ekonomiki*, 2013, no. 11, pp. 65-88. (In Russian).
6. Galbraith J. K. *Economic theories and goals of society*, under the general editorship and with forewords by Inozemtsev N.N., Mileikovskii A. G., Moscow, Progress, 1976, 408 p. (In Russian).
7. *Rosstat measured the “invisible” economy in Russia. Which industries are most deeply obscured*. Available at: <https://www.rbc.ru/economics/29/08/2019/5d651ed89a79474a0d725030> (accessed 03.12.2020). (In Russian).
8. *Rural entrepreneur Alexander Ulyashov: “An inside view of agriculture, or the market does not believe in tears”*. Available at: <https://www.bnkomi.ru/data/news/6162> (accessed 03.12.2020). (In Russian).
9. Teslya A. *The State that produces anxiety*. Available at: <https://expert.ru/expert/2020/01/gosudarstvo-kotoroe-proizvodit-trevogu/> (accessed 03.12.2020). (In Russian).
10. Troitskii E. *Russian artel'nost*. Available at: http://old-rus.narod.ru/articles/art_21.htm (accessed 03.12.2020). (In Russian).