

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.
Баишмаков 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: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности) (экономические науки), 08.00.12 – Бухгалтерский учет, статистика (экономические науки), 08.00.13 – Математические и инструментальные методы экономики (экономические науки), 19.00.05 – Социальная психология (психологические науки), 22.00.03 – Экономическая социология и демография (социологические науки), 5.2.1 – Экономическая теория (экономические науки), 5.2.4 – Финансы (экономические науки), 5.2.5 – Мировая экономика (экономические науки), 5.3.1 – Общая психология, психология личности, история психологии (психологические науки), 5.4.1 – Теория, методология и история социологии (социологические науки), 5.4.4 – Социальная структура, социальные институты и процессы (социологические науки), 5.4.5 – Политическая социология (социологические науки), 5.4.6 – Социология культуры (социологические науки), 5.4.7 – Социология управления (социологические науки).

Editorial board

Agapov V.S. – Dr. Sci. (Psy.), prof.
Azoev G.L. – Dr. Sci. (Econ.), prof.
Antonenko I.V. – Dr. Sci. (Psy.), prof.
Bazylevich T.F. – Dr. Sci. (Psy.), prof.
Bashmakov V.I. – Dr. Sci. (Soc.), prof.
Voronin V.N. – Dr. Sci. (Psy.), prof.
Galazova S.S. – Dr. Sci. (Econ.), prof.
Groshev I.V. – Dr. Sci. (Econ.),
Dr. Sci. (Psy.), prof.
Efimova M.R. – Dr. Sci. (Econ.), prof.
Iontseva M.V. – Dr. Sci. (Psy.), prof.
Kibakin M.V. – Dr. Sci. (Soc.), prof.
Kleiner G.B. – Dr. Sci. (Econ.), prof.,
corresponding member of RAS
Knyazev V.N. – Dr. Sci. (Psy.), prof.
Krasovskii Yu.D. – Dr. Sci. (Soc.), prof.
Krupnov A.I. – Dr. Sci. (Psy.), prof.
Kryshstanovskaya O.V. – Dr. Sci. (Soc.), prof.
Kuznetsov N.V. – Dr. Sci. (Econ.), prof.
Laptev L.G. – Dr. Sci. (Psy.), prof.
Milyohin A.V. – Dr. Sci. (Soc.), prof.
Mitrofanova E.A. – Dr. Sci. (Econ.), prof.
Novikov V.G. – Dr. Sci. (Soc.), prof.
Patsula A.V. – Dr. Sci. (Soc.), prof.
Razov P.V. – Dr. Sci. (Soc.), prof.
Raichenko A.V. – Dr. Sci. (Econ.), prof.
Smirnova T.V. – Dr. Sci. (Soc.), prof.
Sobolevskaya O.V. – Doctor Sci. (Med.), prof.
Tikhonova E.V. – Dr. Sci. (Soc.), prof.
Filippov A.V. – Dr. Sci. (Psy.), prof.
Fomin P.A. – Dr. Sci. (Econ.), prof.
Cherepov V.M. – Doctor Sci. (Med.), prof.
Chudnovskii A.D. – Dr. Sci. (Econ.), prof.
Eriashvili N.D. – Dr. Sci. (Econ.), Cand. Sci. (Jur.),
Cand. Sci. (Hist.), prof.

The journal is part of the Higher Attestation Commission list of peer-reviewed scientific publications, in which are released the principals scientific results of dissertations for the Degree of Candidate of sciences, but also the Degree of Doctor of Sciences, the following areas are published: 08.00.05 – Economics and national economy management (by industry and activity) (economic sciences), 08.00.12 – Accounting and statistics (economic sciences), 08.00.13 – Mathematical and instrumental methods in economy (economic sciences), 19.00.05 – Social psychology (psychological sciences), 22.00.03 – Economic sociology and demography (sociological sciences), 5.2.1 – Economic theory (economic sciences), 5.2.4 – Finance (economic sciences), 5.2.5 – World economy (economic sciences), 5.3.1 – General psychology, personality psychology, psychology history (psychological sciences), 5.4.1 – Theory, methodology and history of sociology (sociological sciences), 5.4.4 – Social structure, social institutions and processes (sociological sciences), 5.4.5 – Political sociology (sociological sciences), 5.4.6 – Cultural sociology (sociological sciences), 5.4.7 – 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
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Главный редактор

И.В. Грошев

Ответственный за выпуск

Л.Н. Алексеева

Редактор

Ю.С. Никитина

Редактор перевода

А.В. Меньшиков

**Выпускающий редактор
и компьютерная верстка**

Е.А. Гусева

Технический редактор

Д.С. Тарасова

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.

На сайте «Объединенного каталога «Пресса России» www.pressa-ru.ru
можно оформить подписку на 2022 год на печатную версию
журнала «Вестник университета» по подписному индексу 42517,
а также подписаться через интернет-магазин «Пресса по подписке»
<https://www.akc.ru>

ЛР № 020715 от 02.02.1998 г.

Подп. в печ. 09.03.2022 г.

Формат 60×90/8

Объем 28,75 печ. л.

Бумага офисная

Печать цифровая

Тираж 1000 экз.

(первый завод 100 экз.)

Заказ № 193

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>

The articles are available under the Creative Commons Attribution 4.0 International CC BY 4.0, according to which unlimited distribution and reproduction are possible in any medium. The author's name, references and original sources have to be shown in accordance with scientific citation rules
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Editor-in-Chief

I.V. Groshev

Responsible for issue

L.N. Alekseeva

Editor

Yu.S. Nikitina

Translation editor

A.V. Menshikov

**Executive editor
and desktop publishing**

E.A. Guseva

Technical editor

D.S. Tarasova

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

LR № 020715 from 02.02.1998

Signed to print 09.03.2022

Format 60×90/8

Size 28,75 printed sheets

Offset paper

Digital printing

Circulation 1000 copies

(the first factory 100 copies)

Print order № 193

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 peer review procedure

Editor's office:

109542, Russia, Moscow, Ryazansky Prospekt, 99, State University
of Management, 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

Веретёхин А.В. Специфика и актуальные тренды развития цифровой рекламы.....	5
Глаз Р.А., Шамаева Е.Ф. Разработка универсальной модели кодекса профессиональной этики для организаций в сфере интернет-маркетинга	14
Каримова Д.Н. Разработка концептуальной модели профессионально-личностного развития персонала	26
Орлова М.В., Александрова И.Ю. Распределенные команды: вызовы и возможности	33
Рязанова Г.Н. Современные методы управления организацией на основе ценностно-ориентированного подхода	41
Тяпухин А.П. Варианты, структура и алгоритм управления цепями создания ценности	49

СТРАТЕГИИ И ИННОВАЦИИ

Воронцова Ю.В., Кольцов Д.Н. Исследование влияния цифровых технологий на трансформацию процессов в кинематографе	58
--	----

РАЗВИТИЕ ОТРАСЛЕВОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Кириллова А.Н., Мусинова Н.Н. Проблемы организации сбора твердых коммунальных отходов в жилой застройке	64
Мезина Т.В., Зозуля А.В., Зозуля П.В., Чернова Т.Ф., Плетнёва А.В. Влияние Индустрии 4.0 на экономику и производство	71
Мусинова Н.Н. Об организации местного самоуправления в единой системе публичной власти	77
Соломонов А.П. Развитие мировой нефтепереработки в контексте пандемии коронавируса	85
Худько Е.В., Щербак А.О. Государственно-частное партнерство в секторе информационно-телекоммуникационных технологий: взаимосвязь с макро- и мезо-индикаторами	91

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Батурина Е.В. О проблемах мониторинга теневой экономики.....	100
Гилева Д.В. Цифровизация в бухгалтерском учете	108
Голубева В.С., Щербинин В.Н. Контейнерные перевозки: на примере Восточной Африки	114
Мацкуляк И.Д., Мацкуляк Д.И., Нагдалиев Н.З. Существующая модель бизнес-отношений истощила себя: переустройство на научной основе в условиях перемен	124
Морозова Д.Л. Экономика исполнительских искусств до и в период пандемии COVID-19. Часть 1: анализ метода «затраты – выпуск – прибыль» на примере спектакля	132
Рубаева Л.М., Датиева А.А. Зарубежный опыт цифровой трансформации бизнеса	146

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ

Бычкова А.А. Инвестиции в транспортную инфраструктуру России.....	151
---	-----

ФИНАНСЫ И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

Спицына Л.Ю., Грибанова Е.Б., Спицын В.В. Цифровой капитал российских предприятий: тенденции развития в условиях цифровизации экономики и пандемии коронавируса	160
---	-----

CONTENTS

CURRENT ISSUES OF MANAGEMENT

A.V. Veretyokhin Specificity and current trends in the digital advertising development	5
R.A. Glaz, E.F. Shamaeva Development of a professional ethics code universal model for internet marketing organisations	14
D.N. Karimova Creating a conceptual model for staff professional and personal development.....	26
M.V. Orlova, I.Yu. Aleksandrova Distributed teams: challenges and opportunities	33
G.N. Ryazanova Organisation management modern methods based on a value-oriented approach.....	41
A.P. Tyapukhin Variants, structure and value chain management algorithm.....	49

STRATEGIES AND INNOVATIONS

Yu.V. Vorontsova, D.N. Koltsov Investigation of the digital technologies influence on the process transformation in cinema	58
--	----

DEVELOPMENT OF INDUSTRY AND REGIONAL MANAGEMENT

A.N. Kirillova, N.N. Musinova Problems of organising the solid municipal waste collection in residential buildings	64
T.V. Mezina, A.V. Zozulya, P.V. Zozulya, T.F. Chernova, A.V. Pletnyova Impact of Industry 4.0 on the economy and production.....	71
N.N. Musinova On the local self-government organisation in the public authority unified system	77
A.P. Solomonov Development of world oil refining in the context of the coronavirus pandemic	85
E.V. Khudko, A.O. Shcherbak Public-private partnership in the information and telecommunication technologies sector: relationship with macro- and meso-indicators	91

ECONOMICS: PROBLEMS, SOLUTIONS AND PROSPECTS

E.V. Baturina On the problems of monitoring the shadow economy	100
D.V. Gileva Digitalisation in accounting	108
V.S. Golubeva, N.V. Shcherbinin Container traffic: East African case	114
I.D. Matskulyak, D.I. Matskulyak, N.Z. Nagdaliev The existing business relations model has exhausted itself: restructuring on a scientific basis in the face of changes	124
D.L. Morozova The economics of the performing arts before and during the COVID-19 pandemic. Part 1: cost-output-profit analysis on the example of a performance	132
L.M. Rubaeva, A.A. Datieva Foreign experience of digital business transformation	146

INVESTMENT VALUATION

A.A. Bychkova Investments in Russia's transport infrastructure.....	151
---	-----

FINANCE AND BANKING

L.Yu. Spitsina, E.B. Gribanova, V.V. Spitsin Digital capital of Russian enterprises: development trends in the digitalisation of the economy and the coronavirus pandemic.....	160
--	-----

СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПРОЦЕССЫ

<i>Акопян А.Р., Аракелян А.М., Воронцова Ю.В., Крысов В.В.</i> Механизмы продвижения аудиовизуальных произведений на зарубежные OTT-сервисы	170
<i>Антонов С.А.</i> Влияние нравственно-этических аспектов на экономическую безопасность организации	177
<i>Евсегнеева Н.С.</i> Поколение Z и его герои	183
<i>Захаров М.Ю.</i> Китайский путь от традиционного идеала «Сяо кан» к современной модели развития	188
<i>Карсанова Е.С., Волгин О.С.</i> Идея гражданского общества в эпоху просвещения	193
<i>Садыхов Р.М., Ахметов В.Я.</i> Детерминанты и факторы модификации трудового капитала в контексте социализации экономики	200

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПСИХОЛОГИИ

<i>Авдеева А.П., Сафонова Ю.А.</i> Ожидания студентов от инноваций в образовании	209
<i>Елисеева Е.Ю.</i> Повышение уровня самооценки детей подросткового возраста посредством интерактивных форм работы	216
<i>Тетцоева О.А., Тетцоева Е.М.</i> Формирование имиджа преподавателя вуза в новой образовательной среде	223

CONTENTS

SOCIAL TECHNOLOGIES AND PROCESSES

<i>A.R. Akopyan, A.M. Arakelyan, Yu. V. Vorontsova, V.V. Krysov</i> Mechanisms for promoting audiovisual works on foreign OTT services	170
<i>S.A. Antonov</i> The influence of moral and ethical aspects on the organisation's economic security	177
<i>N.S. Evsegneeva</i> Generation Z and its heroes	183
<i>M.Y. Zakharov</i> The chinese way from the traditional ideal of "Xiao Kang" to the modern development model	188
<i>E.S. Karsanova</i> The idea of civil society in the enlightenment age	193
<i>R.M. Sadykov, V.Ya. Akhmetov</i> Determinants and factors of labour capital modification in the context of economic socialisation	200

CURRENT TRENDS IN PSYCHOLOGY

<i>A.P. Avdeeva, Safonova Yu.A.</i> Students' expectations from innovations in education	209
<i>E. Yu. Eliseeva</i> Increasing the self-assessment level of adolescent children through interactive work forms	216
<i>O.A. Tettsoeva, E.M. Tettsoeva</i> Image establishment of a higher education institution lecturer in the new educational environment	223

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 338.4 JEL M37

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-5-13

Веретёхин Андрей Васильевич
канд. экон. наук, ФГАОУ ВО «Крымский
федеральный университет имени
В.И. Вернадского», г. Симферополь,
Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-6287-4091
e-mail: v_a_v_crimea@mail.ru

СПЕЦИФИКА И АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ РЕКЛАМЫ

Аннотация. Рассмотрены особенности и перспективы развития цифровой рекламы в мире и в Российской Федерации в частности. Представлен подход к определению сущности понятия рекламы в цифровом поле. Обобщение результатов научных исследований позволило идентифицировать факторы сдерживания роста отрасли и основные драйверы ее развития, а также определить важность и отличительные черты проведения современных рекламных кампаний в цифровом пространстве. На основе анализа актуальных данных компетентных организаций для рынка цифровой рекламы выявлено увеличение темпов роста в целом, по регионам и странам, а также по отдельным рекламным сегментам.

Ключевые слова: цифровая реклама, рекламные агентства, управление развитием, рынок, экономика отрасли, цифровой маркетинг, Интернет, цифровизация

Для цитирования: Веретёхин А.В. Специфика и актуальные тренды развития цифровой рекламы // Вестник университета. 2022. № 2. С. 5–13.

Andrey V. Veretyokhin
Cand. Sci. (Econ.), V.I. Vernadsky Crimean
Federal University, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-6287-4091
e-mail: v_a_v_crimea@mail.ru

SPECIFICITY AND CURRENT TRENDS IN THE DIGITAL ADVERTISING DEVELOPMENT

Abstract. The digital advertising development features and prospects in the world and in the Russian Federation in particular have been considered. An approach to defining the advertising concept essence in the digital field has been presented. A summary of the scientific research results has made it possible to identify the industry's growth constraints and its main development drivers, as well as define the importance and distinguishing features of modern advertising campaigns in the digital space. Based on analysis of current data from relevant organisations for the digital advertising market, an increase in growth rates has been identified overall by region and country, as well as for individual advertising segments.

Keywords: digital advertising, advertising agencies, development management, market, industry economics, digital marketing, Internet, digitalisation

For citation: Veretyokhin A.V. (2022) Specificity and current trends in the digital advertising development. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 5–13. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-5-13

Введение

Стремительное информационно-экономическое развитие общества привело к тому, что к 2021 г. на цифровую рекламу (англ. digital advertising, далее – ЦР) в мире приходится 56% и в Российской Федерации (далее – РФ) – 55% общих продаж рекламы [6; 7]. Сейчас «цифровые» рекламные бюджеты крупных компаний преобладают многомиллионные рубежи. Так, например, в 2020 г. Amazon инвестировал около 173 млн долл. США в свою ЦР [14]. В то же время на современном этапе информационно-коммуникационные технологии (англ. Information and Communication Technology, далее – ИКТ) позволяют распространять интернет-рекламу без существенных затрат. Тем самым открываются дополнительные возможности в применении ЦР для малых

© Веретёхин А.В., 2022.

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

© Veretyokhin A.V., 2022.

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



и средних предприятий. Однако, для того чтобы ЦР была эффективной, компании должны в своих рекламных стратегиях исходить из актуальных тенденций развития ЦР и учитывать ее специфику.

Целью настоящей работы является рассмотрение трендов и особенностей цифровой рекламы на основе обобщения современных данных по данному виду продвижения.

Методы исследования

В качестве методов исследования применялись анализ и синтез. Использовались сведения из научных трудов отечественных и зарубежных авторов, а также статистические данные компетентных государственных органов, общественных организаций (профессиональных объединений и ассоциаций) и частных предприятий.

Анализ отечественной и зарубежной научной литературы показывает различные подходы к определению сущности ЦР. В исследованиях применяются понятия «интернет-реклама», «цифровая реклама» и «цифровой маркетинг». В первом случае подчеркивается направленность рекламы бренда/продукта на интернет-пользователя. Тем самым объект исследования конкретизируется. Однако если исходить из современных реалий, следует отметить, что он одновременно сужается и ограничивается. Например, мобильная реклама может быть представлена только в усеченном виде, так как исключается из рассмотрения реклама, встроенная в гаджет. В то же время ряд производителей (например, фирменной оболочки MIUI для некоторых устройств Xiaomi или Flyme на продуктах Meizu) отмечают применение такой рекламы как свою особенность и определенное конкурентное преимущество. Разработчики MIUI подчеркивают, что хорошая (контекстная) реклама полезна как для бизнеса, так и для пользователей. Дополнительно отметим, что ЦР не следует ограничивать сетью «Интернет» (далее – Интернет), поскольку она может использовать и другие ресурсы для воздействия, например, такие как: телевидение, радио, прямые продажи, непосредственный контакт и т. п.

Ряд авторов рассматривают ЦР и цифровой маркетинг в тесной взаимосвязи. Зачастую в них ЦР трактуется как современный способ продаж [4], и, по-видимому, с позиции электронной коммерции такой подход вполне оправдан. В то же время отдельные работы, по сути, показывают цифровой маркетинг как более широкое понятие, чем ЦР, подчеркивая обязательное включение в него отношений между покупателем и продавцом и наличие обратной связи [1; 3].

В настоящем исследовании под ЦР будем понимать рекламный контент, доставленный потребителям путем применения цифровых и онлайн-каналов. ЦР использует ресурсы социальных сетей, электронной почты, поисковых систем, мобильных приложений, партнерских программ и веб-сайтов; позволяет компаниям обращаться непосредственно к своей целевой аудитории в наиболее благоприятное время и при этом в сообщениях использовать понятный посыл и востребованный контент [10]; может основываться как на использовании стандартных форм доведения сообщения до потребителя, так и на применении интерактивного контента.

Интерактив в ЦР сейчас используется все чаще, он превращает пользователя в равноправного участника рекламного процесса, позволяет реципиенту влиять на действия рекламодателя и наполнение рекламной площадки (например, путем опроса, заполнения викторины, выбора типа контента, программирование сценарного поведения персонажей и т. д.). Реализация таких технологий позволяет аудитории персонализировать и трансформировать контент под свои предпочтения, что в свою очередь приводит к реакции аудитории, формирует у потребителей рекламы чувство сопричастности и побуждает их к осознанным действиям в той или иной форме. Наличие качественного обучающего и/или развлекающего контента, интегрированного в рекламное поле, как правило, стимулирует рост вовлеченности пользователей. Как следствие, число просмотров увеличивается, это ведет к большей узнаваемости бренда и/или популяризации продукта, что в конечном итоге приводит к большему количеству клиентов.

Основные результаты

На современном этапе на развитие ЦР оказывает влияние бурный рост авангардных технологий, в том числе ИКТ, а также глубокие глобальные социально-экономические трансформации, вызванные, например, распространением COVID-19 и борьбой за безопасность инфополя. Стремление обезопасить свое информационно-экономическое пространство способствует государственному протекционизму в поддержку национальных компаний сферы ИКТ. В то же время в целях защиты информационного поля и недопущения

распространения деструктивного контента практически во всех странах осуществляется подкрепленный законодательными актами контроль в цифровом пространстве [2]. По мнению экспертов, в мире одной из самых масштабных и всеобъемлющих систем контроля национального информационного пространства является «Золотой щит» или «Великий китайский файрвол» (англ. Great Firewall of China) [17]. Она имеет несколько подсистем управления и контроля, отвечающих следующим задачам: информирование о правонарушениях, идентификация пользователей, контроль за контентом, информационный мониторинг и управление трафиком.

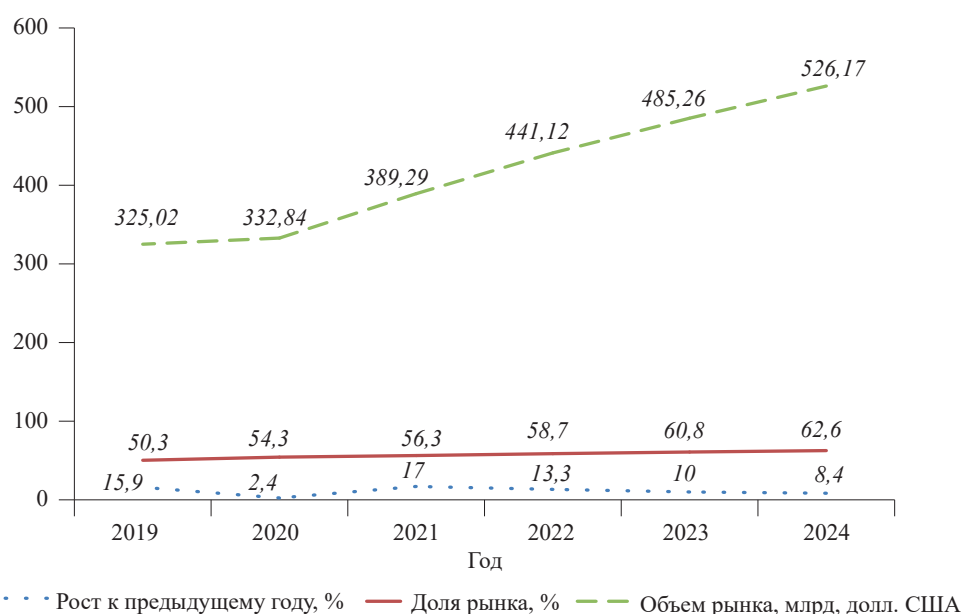
Особенности национального регулирования инфопространства и предпочтения местных пользователей важны для осуществления успешной рекламной деятельности в стране и/или регионе. Рекламодателям следует учитывать специфику локального инфополя при выборе вида, размера и площадки размещения ЦР. Так, реклама, содержащая видеоконтент, как правило, более привлекательна [4]. Однако она не во всех случаях эффективна. Это происходит не всегда только из-за перегрузки видеоинформацией, но и по техническим причинам. Низкая скорость загрузки контента из-за ограниченного трафика является губительной для ЦР, поскольку время ожидания может превысить пределы разумного, и реклама не будет просмотрена и востребована, а значит, она не достигнет цели. Кроме того, площадка размещения ЦР должна не только быть популярной, легитимной, отвечать тематике рекламы, но и соответствовать национальному законодательству в полном объеме. Только в этом случае от ЦР возможен позитивный эффект в течение более-менее длительного периода.

Среди современных трендов развития, прежде всего, необходимо отметить рост рынка ЦР. Причем расширение рынка происходит как в географическом плане, так и по видам рекламы. Одной из основных причин такой ситуации является глобальное распространение Интернета и мобильных гаджетов. Современные исследования показывают, что рекламная кампания, проводимая на основе достижений ИКТ и цифровых методов (то есть с использованием ЦР), имеет не только преимущества перед другими видами рекламы, но и приобретает особую популярность «в век Интернета» [3]. Оценки экспертов исследовательской и консалтинговой компании Strategy Analytics указывают на то, что количество пользователей смартфонов с 30 тыс. ед. (в 1994 г.) выросло до 1 млрд ед. в 2012 г. и рекордных 3,95 млрд ед. в июне 2021 г., и это составляет около половины населения земного шара [13].

По данным авторитетных источников в мире наблюдается перманентный рост количества интернет-пользователей [16]. Причем за 2020–2021 гг. прирост числа потребителей интернет-ресурсов был 1 331,9%. На 31 марта 2021 г. всего население Земли составляло 7 876 млрд чел., из них число интернет-пользователей – 5 169 млрд чел. или 65,6%. Причем из общего количества пользователей в мире наибольшее число приходится на Азию (53,4%), Европу (14,3%) и Африку (11,5%). По проникновению Интернета, которое вычисляется как отношение количества пользователей к числу всего населения региона, первенство принадлежит Северной Америке, Европе, Латинской Америке (Карибский бассейн). Для них проникновение соответственно составляет: 93,9%; 88,2% и 75,6%. На начало 2021 г. РФ занимает первую строчку в списке стран Европы по применению Интернета населением. В РФ количество интернет-пользователей более 116 млн чел., что составляет 16% всех пользователей Европы. По оценочным сведениям Internet World Stats, на начало 2021 г. проникновение Интернета в РФ составляет 80,9%. Таким образом, по этому показателю РФ уступает некоторым странам и находится в четвертом десятке европейских государств. В то же время население РФ является самым активным в Европе пользователем Facebook. Эту социальную сеть применяют более 131 млн граждан РФ [16]. Экспансия Интернета, рост числа пользователей сети, постоянное увеличение количества мобильных гаджетов стимулируют развитие рынка ЦР.

Следует отметить, что в 2011–2019 гг. глобально наблюдался перманентный рост рекламных расходов компаний, который в среднем составлял 5% в год [14]. При этом с 2015 г. среднегодовые темпы роста составили 15,7% [10]. В 2020 г. произошла вспышка коронавируса, а вместе с ней и падение рекламных бюджетов многих фирм, в среднем превысившее 4%. Тем не менее, в 2020 г. мировой рынок ЦР превысил 330 млрд долл. США (рис. 1).

Эксперты прогнозируют увеличение рынка ЦР до 763,6 млрд долл. США и 1 449,0 млрд долл. США, соответственно, к 2025 г. и к 2030 г. При этом среднегодовые темпы роста ожидаются в диапазоне 15,3–15,7% [10].



Примечание: в 2021 г., 2022 г., 2023 г., 2024 г. приведены прогнозные значения.

Источник: [6, с. 88]

Рис. 1. Мировой рынок ЦР: объем, динамика и доля в объеме мирового рынка рекламы

Рассмотрение отдельных сегментов мирового рынка ЦР позволяет выявить наиболее востребованные виды ЦР в интегративных группах. На данный момент в основных сегментах ЦР ситуация по доле (удельному весу) складывается следующим образом:

- при сегментировании по платформам (разделение рекламы на мобильную, десктопную, цифровую, телевизионную и т. д.) – 43,4 % составляет десктопная реклама (англ. Desktop Ads), то есть предлагаемая пользователям на персональных компьютерах и основанная на веб-технологиях;

- при сегментировании по формату (разграничение рекламы на цифровые медийные объявления, платный веб-поиск, социальные сети, онлайн-видео и др.) – 30,7 %, охватывает платный поиск в Интернете (англ. Internet Paid Search);

- при сегментировании по сгруппированным отраслям (СМИ и развлечения; потребительские товары и розничная торговля; банковское дело, финансовые услуги и страхование; сектор телекоммуникаций и ИКТ; индустрия туризма; здравоохранение; производство и цепочка поставок; транспорт и логистика; энергетика, электроэнергетика и коммунальные услуги; другие) – 24,3 % представлено категорией «другие», то есть ни одна из традиционных отраслей-лидеров не является безусловно доминирующей по объемам ЦР на данный момент.

Приведенные данные отображают современные тенденции развития наиболее популярных сегментов ЦР. Есть все основания полагать, что в ближайшем будущем вышеозначенные тренды размещения и трансляции ЦР сохранятся.

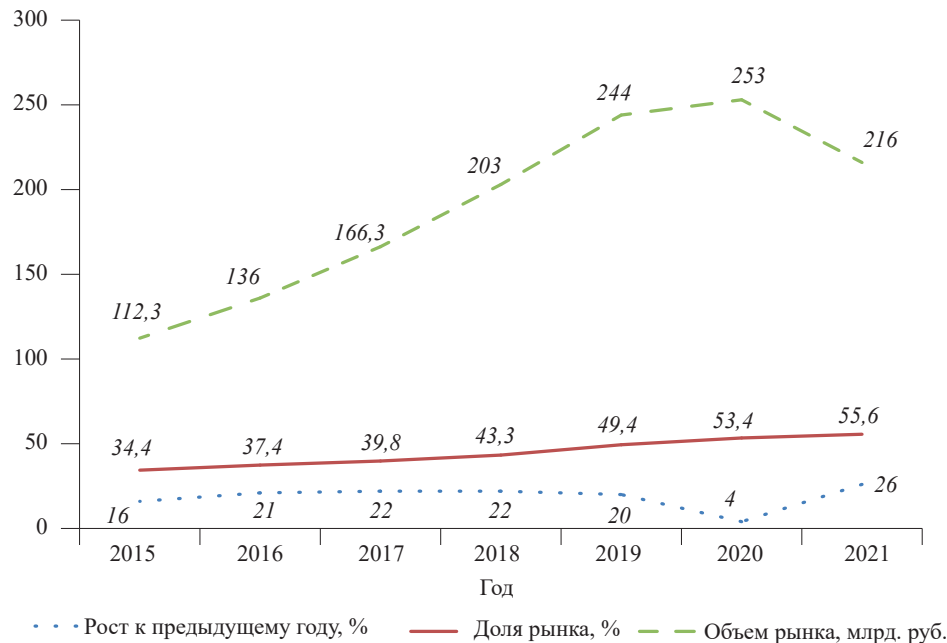
Ожидается, что в ближайшие пять лет самыми быстрорастущими сегментами мирового рынка ЦР будут цифровое телевидение, онлайн-видео и индустрия туризма, их среднегодовые темпы роста соответственно составят 15,6 %, 20,6 % и 17,2 % [10].

Крупнейшим регионом мирового рынка ЦР является Северная Америка. В 2020 г. на нее приходилось 32,0 % от общего объема рынка ЦР. Регионами с наиболее быстрорастущими рынками ЦР признаны Африка и Ближний Восток, где в течение 2020 г. среднегодовые темпы роста составляли соответственно 18,4 % и 16,7 %, и по прогнозу они будут сохранены до 2025 г. В 2020 г. лидерами в ЦР были США, Китай, Великобритания, Япония и Германия. Их рынки ЦР соответственно составляли 134,66 млрд долл. США, 75,33 млрд долл. США, 19,25 млрд долл. США, 15,16 млрд долл. США и 8,22 млрд долл. США [14].

Экспертные оценки результатов 2021 г. свидетельствуют о росте рынка рекламы. Итоги по крупнейшим мировым рынкам рекламы показали наилучший рост в Великобритании (34 %), Бразилии (30 %), Канаде (27 %), США (25 %) и Австралии (23 %). По данным авторитетной аналитической компании Magna, которая входит в сеть

Mediabrandс одной из четырех крупнейших в мире рекламных корпораций The Interpublic Group of Companies, Inc. (IPG), мировой рынок ЦР в 2021 г. по сравнению с 2020 г. вырос на 31 % и достиг 442 млрд долл. США или 146 % от размера рынка 2019 г. (до вспышки коронавируса). Причем в 2021 г. был рост ЦР всех форматов, особенно цифровых видеоформатов (37 %), социальных сетей (34 %) и поиска (33 %). В течении 2021 г. в США рынок ЦР вырос на 35 % до 162 млрд долл. США, и наибольший рост был таких ЦР, как поиск и социальные сети, соответственно на 39 % и 36 %. В дальнейшем расходы компаний на рекламу будут увеличиваться и от уровня 2019 г. достигнут 125 % (а для ЦР – 154 %) на начало 2022 г. и 140 % на начало 2023 г. [12].

По оценкам Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР) в 2020 г. по сравнению с 2019 г. российский рекламный рынок сократился на 4 %, и только рынок ЦР показал рост на 4 % [7]. В 2020 г. рынок ЦР в РФ достиг 253 млрд руб. Причем доля ЦР на российском рынке рекламы стабильно растет в течение всего периода наблюдения (рис. 2).



Примечание: в 2021 г. приведены данные за 9 месяцев 2021 г.

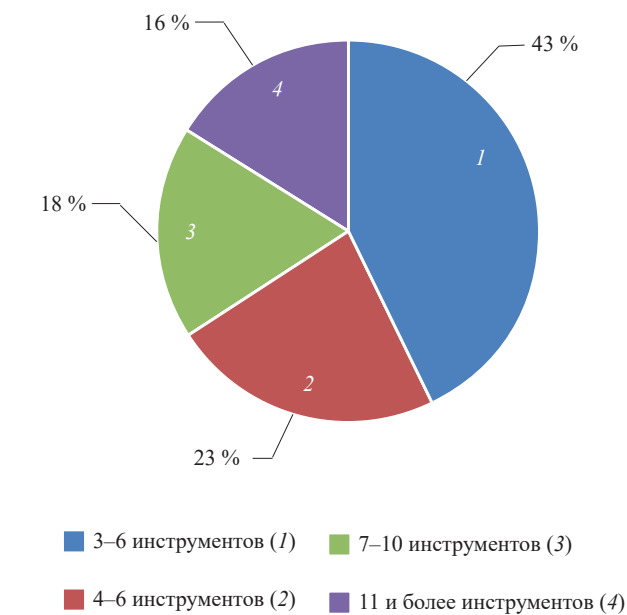
Источники: [4; 6, с. 88; 7]

Рис. 2. Российский рынок ЦР: объем, динамика и доля в объеме рынка рекламы РФ

По итогам 2020 г. в РФ доля мобильной рекламы составляет около 30 % рынка ЦР, для сравнения этот показатель в США – 71 %. В РФ крупнейшим сегментом на рынке ЦР является десктопная (браузерная) реклама с долей в 69,1 % [5]. Исследования демонстрируют рост в 2020 г. доли интерактивной рекламы в рекламных бюджетах у 65 % российских рекламодателей [8]. Причем самым популярным форматом ЦР за последние четыре года является таргетированная реклама в социальных сетях. Ее используют 89 % рекламодателей. Кроме того, в РФ отмечается успех performance-форматов ЦР (обеспечивающих системную консолидацию маркетингового интернет-инструментария в рамках реализуемой стратегии) и снижение применения branding-форматов ЦР. В среде рекламодателей сохраняется тренд на применение нескольких инструментов ЦР в своей деятельности (рис. 3). В среднем это 7–8 инструментов для продвижения бренда и 4–5 инструмента для рекламных кампаний, сфокусированных на целевое действие [6, с. 92].

В 2021 г. российский рынок ЦР показывает хорошие результаты. По экспертным оценкам его объем на конец года составит 303 млрд руб. В 2022–2024 гг. рынок ЦР в РФ продолжит рост, и темпы его роста будут более высокими, чем у мирового рынка ЦР. В 2022 г. по сравнению с 2021 г. рынок ЦР в РФ вырастет на 18 % и составит 327,24 млрд долл. США, а к 2024 г. он достигнет 5,4 млрд долл. США [5].

Огромное количество пользователей, вовлеченных в цифровое пространство, и перманентный рост их числа делают привлекательной ЦР, способствуют заинтересованности рекламодателей в ЦР, что приводит к ужесточению конкуренции на рынке ЦР. В связи с этим предпринимательские структуры тратят все



Источник: [6, с. 92]

Рис. 3. Количество российских рекламодателей, применяющих несколько различных инструментов performance-форматов ЦР в 2020 г.

тения аудитории. Дополнительно следует отметить, что, например, 94 % покупателей B2B (от англ. Business-to-Business – рус. «бизнес для бизнеса») проводят онлайн-исследования прежде, чем начать сотрудничать с конкретным предприятием [11]. Эта особенность поведения потенциальных потребителей создает ожесточенную конкуренцию на рынке цифрового контента (англ. Digital Content Marketing, DCM), где предприятия, в конечном итоге, борются за верхние строчки списка ссылок быстрого доступа в результатах поисковых систем, таких как: Google, Yahoo!, Baidu, Bing, Яндекс и др. Как следствие, ученые отмечают высокую рыночную власть Google и Facebook соответственно в поисковой и медийной рекламе [15]. В то же время исследования показывают, что digital-инструменты продвижения ЦР быстро развиваются, а высокоскоростной поток обмена информацией приводит к изменению потребностей и запросов потенциальных покупателей. Все это требует от разработчиков ЦР перманентно и быстро подстраиваться под тренды ИКТ, адаптироваться к новым дизайнерским возможностям медиаплощадок и предпочтениям аудитории. Сейчас очень важно построить благоприятное инфополе для продвигаемого бренда и продукта. Иными словами, рекламным агентствам необходимо постоянно совершенствовать свои подходы к ЦР и актуализировать свои инструменты разработки ЦР так, чтобы иметь возможность формировать уникальные предложения под каждого клиента. В свою очередь это предполагает определенные финансовые и временные затраты.

В настоящее время производители программного обеспечения разрабатывают и выводят на рынок сравнительно дешевые и простые в эксплуатации программные продукты, не требующие специальных знаний и навыков, которые автоматизируют процесс разработки ЦР, сбора и обработки данных о потенциальных покупателях, их предпочтениях, интересах и контактируют с возможными новыми клиентами. Тем самым предприятиям любой экономической сферы дается возможность практически самостоятельно работать в цифровом пространстве. В частности, предпринимательские структуры могут формировать свою собственную клиентскую базу, а также создавать ЦР, не обращаясь в специализированные агентства. На современном этапе многие компании продуцируют диалоговую ЦР на базе текстовых сообщений в мессенджерах, а также широко используют социальные сетевые платформы (Facebook, Instagram, Twitter и др.).

Дополнительно, фирмы, часто расширяют рекламные возможности, адаптируя свой сайт для голосового поиска, тем самым делая его доступным для голосовых помощников, таких как Amazon Alexa, Google Home, Яндекс Алиса. Для рекламы компании создают видео и загружают их на свой вебсайт, YouTube и в социальные сети. Такая тенденция в развитии ЦР наблюдается во всем мире, в том числе и в РФ.

более значительные средства на установление и развитие цифрового взаимодействия с потенциальными и реальными клиентами [1]. Заинтересованность предприятий в ЦР вызвала рост соответствующих научных изысканий и совершенствование программного обеспечения. В научных трудах практической направленности для цифрового поля рассматривают специфику ЦР, эффективность рекламных кампаний с использованием различных цифровых каналов и платформ, а также особенности поведения пользователей ЦР. Исходя из накопленного опыта, в социальных сетях достаточно эффективны следующие виды ЦР: таргетированная реклама в мессенджерах, на собственных страницах, в Stories и т. п. Однако каждая из них имеет свою специфику и может приобретать особые формы в зависимости от социальной сети, как, например, таргетированная реклама в Facebook, «ВКонтакте» и Instagram существенно отличаются по форме, виду, объему, подаче и т. д. [4].

Исследования, проведенные для различных товарных рынков и поисковых систем, показывают значительную роль сведений, полученных из цифровой среды, в принятии решения о покупке. Интернет-партнерские обзоры, также известные как Zero Moment of Truth, влияют на предпоч-

Так, по данным российского цифрового банка «Точка», ориентированного на обслуживание предпринимательских структур, рекламные бюджеты малого и среднего бизнеса в среднем увеличились на 66% за период с февраля 2020 г. по февраль 2021 г. В то же время для компаний маркетинговой сферы было отмечено сокращение количества сотрудников и зарплат в среднем, соответственно, на 28,4% и 38%. По мнению специалистов, это свидетельствует о желании предпринимателей проводить рекламу своими силами и уменьшить издержки на работу с рекламными агентствами. Компании, желающие работать на разных рынках (например, национальных или продуктовых), все чаще применяют стандартизацию шаблонов для своей ЦР, чтобы создать глобальный имидж себе и своим продуктам, а также сократить рекламные расходы [9]. Однако современные рекламные агентства, как специализированные предприятия, обладают опытом работы в цифровом пространстве и в реализации рекламных кампаний, они могут внести творческие элементы в ЦР. Таким образом, на данный момент целесообразность привлечения рекламного агентства к разработке и осуществлению ЦР сохраняется.

Выводы

Проведенные исследования показали, что на современном этапе общественного развития ЦР достаточно широко распространена. В научной и производственной среде нет единого подхода к определению понятия рекламы в цифровом поле. С авторской точки зрения наиболее полно сущность и специфику такой рекламы отражает термин «цифровая реклама».

Основными ключевыми драйверами развития ЦР являются: современное состояние и развитие ИКТ, а также постоянное совершенствование программного обеспечения; увеличение количества мобильных устройств; распространение и проникновение Интернета; вовлеченность граждан и предприятий в цифровое пространство; рост бюджетов компаний на ЦР.

Тенденция развития ИКТ на удешевление и упрощение программного обеспечения дает возможность сделать вывод, что в ближайшем будущем программные продукты позволят сравнительно недорого и просто создавать персонализированную интерактивную ЦР, выходящую за пределы национальных границ. В результате конкуренция на рынке ЦР усилится.

Факторами сдерживания развития ЦР могут выступать последствия негативных социально-экономических трансформаций (например, обусловленных пандемией COVID-19), а также ограничения, вызванные национальным законодательством в сфере инфо-безопасности.

Анализ актуальной информации позволил выявить высокие темпы роста рынка ЦР как по регионам и странам, так и по рекламным сегментам ЦР. В настоящее время в мире и в РФ на сегмент ЦР приходится больше 50 % объема рынка рекламы, и в дальнейшем доля ЦР будет перманентно увеличиваться. С 2020 г. рынок ЦР в РФ имеет более высокие темпы роста, чем в среднем в мире. По прогнозам этот паритет будет сохраняться, по крайней мере, до 2024 г. Повсеместно наблюдается стремление предприятий к самостоятельности в разработке и проведении рекламных кампаний, а также выделяется тенденция использования рекламоделателями нескольких инструментов ЦР.

Заключение

В будущем в результате процесса глобализации, а также интеграции экономического и информационного пространства значение ЦР для компаний будет увеличиваться. В дальнейших работах нами предполагается изучить влияние ЦР на развитие инфополя предприятия.

Библиографический список

1. Бутковская, Г. В., Статкус, А. В. Цифровой маркетинг: поведение потребителей // Вестник университета. – 2019. – № 5. – С. 5–11. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-5-5-11>
2. Дубинина, Е. Н., Хорошавина, Я. А. Информационный суверенитет Российской Федерации // Advances in Law Studies. – 2021. – Т. 9, №. 3. – С. 66–70. <https://doi.org/10.29039/2409-5087-2021-9-3-66-70>
3. Киреева, М. С., Клевцова, М. Г., Чулакова, А. Л. Особенности формирования цифровых и нецифровых маркетинговых стратегий при управлении организацией в условиях глобализации // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2021. – Т. 11, № 4. – С. 166–180.

4. Пожарицкая, И. М., Пожарицкая, П. С. Особенности рекламы в Инстаграме // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. – 2019. – № 1. – С. 9–17. <https://doi.org/10.18101/2304-4446-2019-1-9-17>
5. Журавлева, М. Интернет-торговля стимулирует рынок рекламы // РБК + [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/6143f8cb7a8aa9a03524ec06> (дата обращения: 15.12.2021).
6. Казарян, К. Р., Плуготаренко, С. А., Воробьева, Е. Н. и др. Интернет в России в 2017 г. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад / под общ. ред. К. Р. Казаряна – М.: Типография «Форвард Принт», 2021. – 96 с.
7. Объем рекламы в средствах ее распространения в 2020 году // Ассоциация коммуникационных агентств России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.akarussia.ru/press_centre/news/id9542 (дата обращения: 15.12.2021).
8. IAB Russia Digital Advertisers Barometer 2020. Перспективы интерактивной рекламы в России: взгляд рекламодателей // Data Insight [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://datainsight.ru/IAB_Barometer_2020 (дата обращения: 15.12.2021).
9. Czinkota, M. R. Kotabe, M., Vrontis, D., Shams, S. M. R. Designing effective promotion and advertising strategies // Marketing Management. Springer Texts in Business and Economics. – Springer: Cham, 2021. – Pp. 553–606. https://doi.org/10.1007/978-3-030-66916-4_12
10. Digital Advertising Global Market Opportunities and Strategies to 2030: COVID-19 Growth and Change // Globe Newswire [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2021/11/18/2337022/28124/en/Global-Digital-Advertising-Market-Analysis-Forecasts-2015-2020-2021-2025F-2030F.html> (дата обращения: 15.12.2021).
11. Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L. et al. Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions // International Journal of Information Management. – 2020. – V. 59, No. 1. – Art. 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
12. Global Advertising Market Reaches New Heights, and Exceeds Pre-COVID Levels // MAGNA [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://magnaglobal.com/global-advertising-market-reaches-new-heights-and-exceeds-pre-covid-levels/> (дата обращения: 15.12.2021).
13. Marsh, C., Guth, D. W., Short, B. P. Digital advertisements // Strategic Writing. Multimedia Writing for Public Relations, Advertising and More. – 5th ed. – New York: Routledge, 2020. – Pp. 217–224.
14. Statista – The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com> (дата обращения: 15.12.2021).
15. Thornton, S., Jenkins, C., Husunu, M.-M. Competition in digital advertising markets // Competition Law Journal. – 2021. – V. 20, No. 2. – Pp. 89–101. <https://doi.org/10.4337/clj.2021.02.05>
16. World Internet Users Statistics and 2021 World Population Stats // Internet World Stats [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm#top> (дата обращения: 15.12.2021).
17. Zhang, X. A geography of the internet in China // Geographies of the Internet / Ed. by B. Warf. – London: Routledge, 2021. – Pp. 214–237.

References

1. Butkovskaya G. V., Statkus A. V. Digital marketing: consumer behavior, *Vestnik universiteta*, 2019, no. 5, pp. 5–11. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-5-5-11>
2. Dubinina E. N., Khoroshavina Ya. A. Information sovereignty in the Russian Federation, *Advances in Law Studies*, 2021, vol. 9, no. 3, pp. 66–70. (In Russian). <https://doi.org/10.29039/2409-5087-2021--9-3-66-70>
3. Kireeva M. S., Klevtsova M. G., Chulakova A. L. Features of digital and non-digital marketing strategies when managing an organization in a globalized environment, *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika, sotsiologiya, menedzhment*, 2021, vol. 11, no. 4, pp. 166–180. (In Russian).
4. Pozharitskaya I. M., Pozharitskaya P. S. Features of advertising on Instagram, *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika i menedzhment*, 2019, no. 1, pp. 9–17. (In Russian). <https://doi.org/10.18101/2304-4446-2019-1-9-17>
5. Zhuravleva M. Internet commerce stimulates the advertising market, *RBC +*. Available at: <https://plus.rbc.ru/news/6143f8cb7a8aa9a03524ec06> (accessed 15.12.2021).
6. Kazaryan K. R., Plugotarenko S. A., Vorob'eva E. N. et al. *Internet in Russia in 2017. Status, trends and development prospects. Industry Report*, gen. ed. K. R. Kazaryan, Moscow, Printing House “Forvard Print”, 2021, 96 p. (In Russian).
7. The volume of advertising in the means of its distribution in 2020, *Association of Communication Agencies of Russia*. Available at: https://www.akarussia.ru/press_centre/news/id9542 (accessed 15.12.2021).

8. IAB Russia Digital Advertisers Barometer 2020. Prospects for interactive advertising in Russia: advertisers' view, *Data Insight*. Available at: https://datainsight.ru/IAB_Barometer_2020 (accessed 15.12.2021).
9. Czinkota M. R., Kotabe M., Vrontis D., Shams S. M. R. Designing effective promotion and advertising strategies, *Marketing Management. Springer Texts in Business and Economics*, Springer, Cham, 2021, pp. 553–606. https://doi.org/10.1007/978-3-030-66916-4_12
10. Digital Advertising Global Market Opportunities and Strategies to 2030: COVID-19 Growth and Change, *Globe Newswire*. Available at: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2021/11/18/2337022/28124/en/Global-Digital-Advertising-Market-Analysis-Forecasts-2015-2020-2021-2025F-2030F.html> (accessed 15.12.2021).
11. Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L. et al. Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions, *International Journal of Information Management*, 2020, vol. 59, no. 1, art. 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
12. Global Advertising Market Reaches New Heights, and Exceeds Pre-COVID Levels, *MAGNA*. Available at: <https://magnaglobal.com/global-advertising-market-reaches-new-heights-and-exceeds-pre-covid-levels/> (accessed 15.12.2021).
13. Marsh C., Guth D. W., Short B. P. Digital advertisements, *Strategic Writing. Multimedia Writing for Public Relations, Advertising and More*, 5th Edition, New York, Routledge, 2020, pp. 217–224.
14. Statista – The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies. Available at: <https://www.statista.com> (accessed 15.12.2021).
15. Thornton S., Jenkins C., Husunu M.-M. Competition in digital advertising markets, *Competition Law Journal*, 2021, vol. 20, no. 2, pp. 89–101. <https://doi.org/10.4337/clj.2021.02.05>
16. World Internet Users Statistics and 2021 World Population Stats, *Internet World Stats*. Available at: <https://www.internetworld-stats.com/stats.htm#top> (accessed 15.12.2021).
17. Zhang X. A geography of the internet in China, *Geographies of the Internet*, ed. by B. Warf, London, Routledge, 2021, pp. 214–237.

УДК 331.108.6 JEL M14

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-14-25

Глаз Роман Алексеевич

студент, Государственный университет «Дубна», менеджер по работе с клиентами ООО «АдЛабс.ру», г. Дубна, Российская Федерация

ORCID: 0000-0003-3787-5321

e-mail: roma_glaz@inbox.ru

Шамаева Екатерина Федоровна

канд. техн. наук, Государственный университет «Дубна», г. Дубна, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-1070-8550

e-mail: shamef-kate@yandex.ru

РАЗРАБОТКА УНИВЕРСАЛЬНОЙ МОДЕЛИ КОДЕКСА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Аннотация. Разобраны и разбиты на две смысловые группы задействованные в работе термины и определения. Приведена историческая справка по истории становления этики как науки. На ее основе сформировано текущее состояние этики и ее проблематика. Разобраны основные тенденции на рынке интернет-рекламы, в результате чего определены основные направления развития сферы и вытекающие из этого проблемы. Проведен семантический и структурный анализ действующих этических кодексов смежных сфер. В результате выявлены существующие недочеты. На основе проделанной работы предложен шаблон, который в дальнейшем может служить основой для создания аналогичных моделей в других сферах.

Ключевые слова: управление организацией, этический кодекс, профессиональная этика, управление персоналом, интернет-маркетинг, маркетинг, менеджмент, деловой этикет

Для цитирования: Глаз Р.А., Шамаева Е.Ф. Разработка универсальной модели кодекса профессиональной этики для организаций в сфере интернет-маркетинга // Вестник университета. 2022. № 2. С. 14–25.

Roman A. Glaz

Student, Dubna State University, Account Manager, AdLabs.ru LLC, Dubna, Russia

ORCID: 0000-0003-3787-5321

e-mail: roma_glaz@inbox.ru

Ekaterina F. Shamaeva

Cand. Sci. (Tech.), Dubna State University, Dubna, Russia

ORCID: 0000-0002-1070-8550

e-mail: shamef-kate@yandex.ru

DEVELOPMENT OF A PROFESSIONAL ETHICS CODE UNIVERSAL MODEL FOR INTERNET MARKETING ORGANISATIONS

Abstract. The terms and definitions involved in the research paper have been analysed and divided into two semantic groups. A historical reference on the history of ethics formation as a science has been given. On its basis the current state of ethics and its problems have been formed. The main trends in the Internet advertising market have been analysed, as a result of which the main directions of development in the sphere and the problems arising from this have been determined. A semantic and structural analysis of the existing ethical codes of related fields has been carried out. As a result, existing shortcomings have been revealed. Based on the work done, a template has been proposed, which in the future can serve as a basis for creating similar models in other areas.

Keywords: organisation management, code of ethics, professional ethics, personnel management, internet marketing, marketing, management, business etiquette

For citation: Glaz R.A., Shamaeva E.F. (2022) Development of a professional ethics code universal model for Internet marketing organisations. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 14–25. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-14-25

Введение

Профессиональная этика – это свод правил, связанный с моралью и этикой, который сопровождал жизнь профессионального сообщества с момента его создания. Каждая сфера деятельности имеет свой собственный кодекс профессиональной этики, основанный на общих принципах работы. Он охватывает специфику, трудности и тонкие детали сферы. Согласно кодексу, внутри команды воспитываются стандарты этики, каждый сотрудник прекрасно знает, что можно и чего нельзя делать. В результате происходит повышение корпоративной культуры, каждый сотрудник чувствует себя частью чего-то большого, что в конечном счете влияет на его качество жизни, повышается качество решения задач, повышается производительность труда в коллективе. При этом существует много моделей оценки качества жизни и проектирования развития. Среди работ можно выделить [12; 13], где представлена формализованная взаимосвязь принципа устойчивого развития, инновационных решений и качества жизни человека.

© Глаз Р.А., Шамаева Е.Ф., 2022.

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

© Glaz R.A., Shamaeva E.F., 2022.

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



На сегодняшний день есть множество специальностей, в которых профессиональная этика только начинает зарождаться. Примером такой отрасли является молодой рынок интернет-рекламы. На сегодняшний день практически нет фиксированных норм составления этических кодексов в этой сфере, однако отрасль растет, и потребность в регламентировании субординации, нормы общения и уровней тайны растет.

Цель исследования – составить универсальный шаблон этического кодекса для организаций в сфере интернет-маркетинга. Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- разобрать и структурировать основные термины, необходимые для проведения исследования;
- изучить историю этики для понимания сегодняшних проблем и причин их возникновения;
- изучить тенденции рынка интернет-рекламы;
- проанализировать опыт создания этических кодексов других организаций.

Литературный обзор

Обзор основных понятий

Можно выделить две группы основных понятий, связанных с предметом исследования. В первую группу относятся все понятия, относящиеся к этике и деловому этикету (табл. 1).

Таблица 1

Термины этики и делового этикета

Термин	Определение
Этика	Философская дисциплина, предметом исследования которой является мораль и нравственность
Практическая философия	Область философии, изучающая философскую деятельность на практике, особенности воплощения мировоззренческих ориентиров людей в их реальной социальной и повседневной жизни
Деловой этикет	Свод правил и норм, общепринятых в сфере бизнеса и международного экономического сотрудничества, регулирующих нормы делового общения
Этический кодекс	Система этических принципов в обществе, выражающих понимание достойного поведения
Этикет	Правила поведения людей в обществе, которые поддерживают представления этого общества о должном поведении

Источники: [1; 2; 3; 6; 9; 27]

Ко второй группе относятся все понятия, связанные с маркетингом (табл. 2).

Таблица 2

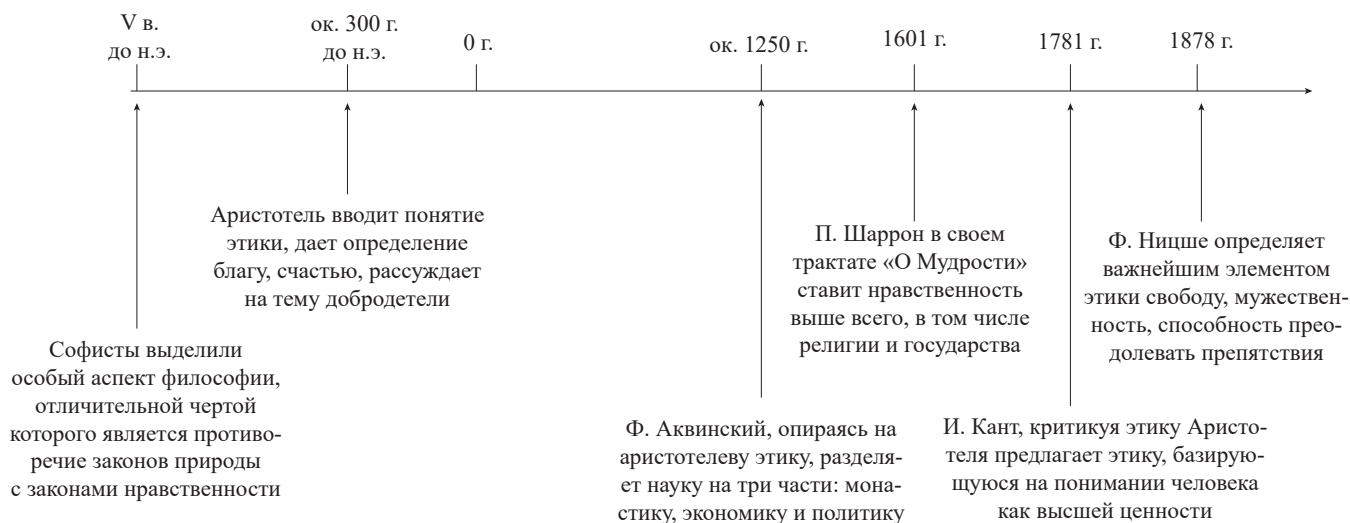
Термины интернет-рекламы

Термин	Определение
Маркетинг	Организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними
Интернет-маркетинг	Использование аспектов традиционного маркетинга для продажи продукта или услуги клиентам в сети «Интернет»
Оmnikanальный маркетинг	Взаимодействие с аудиторией посредством разных каналов
Персонализация	Опыт отношений потребителя с брендом, сформированный на основе некоторого атрибута (или атрибутов) человека
Конверсия	Процент потенциальных клиентов, выполнивших целевое действие

Источники: [4; 5; 8; 24; 25; 26]

Краткая история становления этики как науки

Ввиду европеизации русской культуры, начавшейся в XV в. [9], ниже будут рассмотрены только самые основные периоды и даты становления этики в европейской философии (см. рис. 1).



Составлено автором по материалам источника [7]

Рис. 1. Основные даты в истории этики

Первыми сформулировали основные вопросы этики софисты. Они обратили внимание на то, что законы природы существенно отличаются от моральных норм и во многом им противоречат [7]. Кроме того, Сократ, а затем и Платон занимались этическими вопросами.

Аристотель впервые вводит понятие «этика» в философию как обозначение особого раздела философии – практической. Аристотель называл счастье главной целью нравственного поведения – деятельностью души в полноте добродетели, то есть самореализацией. Самореализация человека – это разумные действия, которые избегают крайностей и придерживаются золотой середины. Поэтому главными добродетелями являются умеренность и благоразумие [7].

После Аристотеля христианская школа начала заниматься изучением этики. В нем поведение человека основано на христианском представлении о природе и предназначении человека, его взаимоотношениях с Богом. Христианскую этику можно назвать теорией христианского действия. Этика христианства выражается в христианском этосе, определенном образе жизни, разнообразном в своих проявлениях и присущем как отдельным людям, так и большим социальным группам христиан [7].

В эпоху Возрождения этика характеризуется освобождением от канонов теологии. Основателем ренессансной этики следует признать Шаррона, который в своем эссе «De la sagesse» говорит: «Мораль – это первое, религия – второе, потому что религия – это нечто усвоенное, приходящее к нам извне, усвоенное из учения и откровения и поэтому неспособное создать мораль» [7].

Этические проблемы Канта получают совершенно новую формулировку. Вся мораль состоит в доброй воле исполнять нравственный закон. Сам закон должен быть абсолютно универсален. Эта формула радикально отличает его мораль от всех существовавших до него этических построений, которые всегда основывались на каком-то эмпирически определенном содержании [7].

На рубеже XIX–XX вв. возникает ницшеанство. Жизненная сила, свобода жизненных проявлений и их внутренняя гармония составляют основные принципы этики как Гайо, так и Ницше. Вся новая этика, в конце концов, тяготела к христианскому мировоззрению с его альтруистическим и универсальным кодексом. Задачей почти всех моралистов было вывести из своих принципов требование любви к ближнему и личного самоотречения [10].

Современная этика включает в себя следующие особенности.

1. Современность ведет, с одной стороны, к релятивизации этики (нигилизму), а с другой стороны, к расширению этического поля: понятие добра распространяется на отношения с природой и научные эксперименты (биоэтика).

2. На волне феминизма этика получила гендерную интерпретацию: вместо абстрактной человечности или человечности добродетели могут быть сгруппированы в соответствии с оппозицией мужественности и женственности.

3. П. Тейяр де Шарден в своей работе «Феномен человека» сочетает традиционную этику с теорией эволюции [7].

4. Развитие биотехнологий привело к развитию биоэтики как анализа этических трудностей, возникающих при принятии медицинских и судебных решений.

5. Логические и математические аспекты морального выбора изучаются в теории игр, примером может служить дилемма заключенного.

Таким образом, можно сделать несколько выводов исходя из анализа основных вех истории этики.

1. Расширение этического поля привело в существенному влиянию науки на современное управление. Это проявляется в появлении менеджмента устойчивого развития, GRI-отчетности и т. п.)

2. Этика как наука дала современному управлению основные нормы проявлений субординации, которые заключаются в человеколюбии, уважении, социальном равенстве в коллективе.

Обзор основных тенденций рынка интернет-рекламы

Основные тенденции, которые выделяются как приоритетные, приведены в таблице 3.

Таблица 3

Основные тенденции на рынке интернет-рекламы

Направление	Текущее состояние	Предполагаемая дальнейшая динамика
Аудиоконтент	В 2020 г. пользователи интерната стали слушать на 12 % чаще музыку и радио. В связи с повышением спроса на аудиоконтент стали появляться новые социальные сети – например, Clubhouse. Многие крупные средства массовой информации, такие как Forbes и РБК, начали выкладывать аудиоверсии своих материалов	В среднем россияне не отстают от западного мира по интенсивности потребления онлайн-контента, и они опережают все остальные страны по потоковой передаче музыки. Это приведет к росту доли рекламодателей, использующих аудиоконтент, которая увеличится с 26 % сейчас до 49 % в 2023 г.
Контент, созданный пользователями (отзывы)	Такой контент является бесплатным для рекламодателя. Работа с отзывами повышает лояльность к бренду у пользователей, которые их оставляют, а также информируют других пользователей о качестве и преимуществах продукта. 90 % отзывов, которые мы видим в интернете, – искусственные	В связи с тем, что данный инструмент бесплатный и эффективный, рекламодатели продолжают работу над лояльностью потребителей. Отзывы на площадках будут становиться кроссканальными. Биржи покупки отзывов будут расти, их количество – увеличиваться
Мессенджеры	Мессенджеры в 2021 г. все чаще используются для рекламы, первичного контакта с потребителем и построения с ним целой системы связи. Это важный этап воронки, на котором заинтересованный подписчик превращается в клиента. Бренд, который общается с человеком в мессенджере, становится ему ближе и понятнее, он направляет и советует ему, при этом ненавязчиво. Он не врывается в его личное пространство, как назойливый сотрудник колл-центра из банка	Интернет-тренды 2021 г. – почти разумные чат-боты. От 70 % до 90 % всех коммуникаций бренда с клиентами могут быть перенесены в чат-боты. Чат-боты экономят время и деньги компании при любом общении: от общения на сайте в онлайн-консультанте до подтверждения заказа в мессенджере

Направление	Текущее состояние	Предполагаемая дальнейшая динамика
Алгоритмы автоматических рекламных стратегий в поисковых системах	На сегодняшний день первопроходцем и главным представителем автоматизированной рекламы является Google Adwords, алгоритмы которого успешно себя показывают. В 2020 г. Яндекс.Директ выпустил в бета-тестирование свой вариант автостратегий. В среднем заявляется о росте конверсий на 20 % по сравнению с ручным управлением ставками. На конец 2020 г. автостратегиями Яндекса пользовались 42 % рекламодателей	Автостратегии Яндекса показывают хорошую эффективность, постоянно дорабатываются, а их результаты эффективности привлекают рекламодателей. По прогнозу, к 2024 г. автостратегиями Яндекса будут пользоваться 93 % рекламодателей. Также, будут появляться новые стратегии оптимизации кампаний. Это неминуемо приведет к подорожанию контекстной рекламы в Яндексе из-за роста конкурентной среды и улучшения качества сервиса, что также повлечет за собой уменьшение рекламных затрат в Google Adwords в русскоязычном сегменте
Голосовой поиск	С 2008 г. по 2018 г. количество голосовых запросов выросло в 35 (раз по данным Google Trends). Также, по результатам аналогичного исследования Google, на сегодняшний день голосовым поиском пользуются 41 % взрослых и 55 % подростков ежедневно. Опрос, проведенный компанией Stone Temple, заявляет о 58 % процентах людей, пользующихся голосовым поиском	Основным трендом интернет-маркетинга в области SEO в 2021 г. является оптимизация сайтов для голосового поиска с использованием микроразметки и дополнительных ключевых слов. Результаты поиска Google по голосовым запросам имеют следующие характеристики: высокая скорость загрузки страницы (в среднем 4,6 сек.), короткие и точные ответы на заданный вопрос, поисковая система предпочитает выбирать ответы из подробного контента, ответы сформулированы простым языком, результаты занимают высокие места в топе поиска Google на рабочем столе
Оmnikanальный маркетинг	Сегодня 93 % рекламодателей используют для продвижения в интернете более одного рекламного канала: от стандартной связки Яндекс.Директ и Google Adwords до подключения Out-of-Stream и тематических рекламных постов в социальных сетях. Используя максимум доступных каналов, рекламодатель с большей вероятностью охватит максимальный процент целевой аудитории	Основная проблема, возникающая в omnikanальном маркетинге – это отслеживание пути пользователя между каналами, так как нет единой системы аналитики. В связи с наличием этой проблемы можно спрогнозировать появление универсальной системы аналитики, которая позволит узнавать движение пользователя, видеть пост-вью аналитику и присваивать каналу категорию эффективности
Персонализация	Персонализация использует пользовательские данные в качестве преимущества. Он показывает, насколько индивидуализировано предложение, продукт и другой контент для ваших посетителей, на основе их предыдущих покупок, демографических данных или любых других персональных данных. Сегодня все больше и больше брендов начинают персонализировать свой контент, и иногда покупатели даже не понимают, почему им показывают некоторые вещи. Это значительно улучшает пользовательский интерфейс, а значит, побуждает людей делать покупки более спонтанно	Так как персонализация предложений в рекламных материалах улучшает эффективность рекламы в целом, в перспективе в этом направлении будут наблюдаться следующие изменения. Улучшение составления портрета целевой аудитории, а именно – ее деление. Повышение спроса на аналитические ресурсы, которые позволят сегментировать трафик на категории и получать больше данных о конкретном пользователе

Составлено автором по материалам исследования

Исходя из представленной информации, можно сделать следующие выводы.

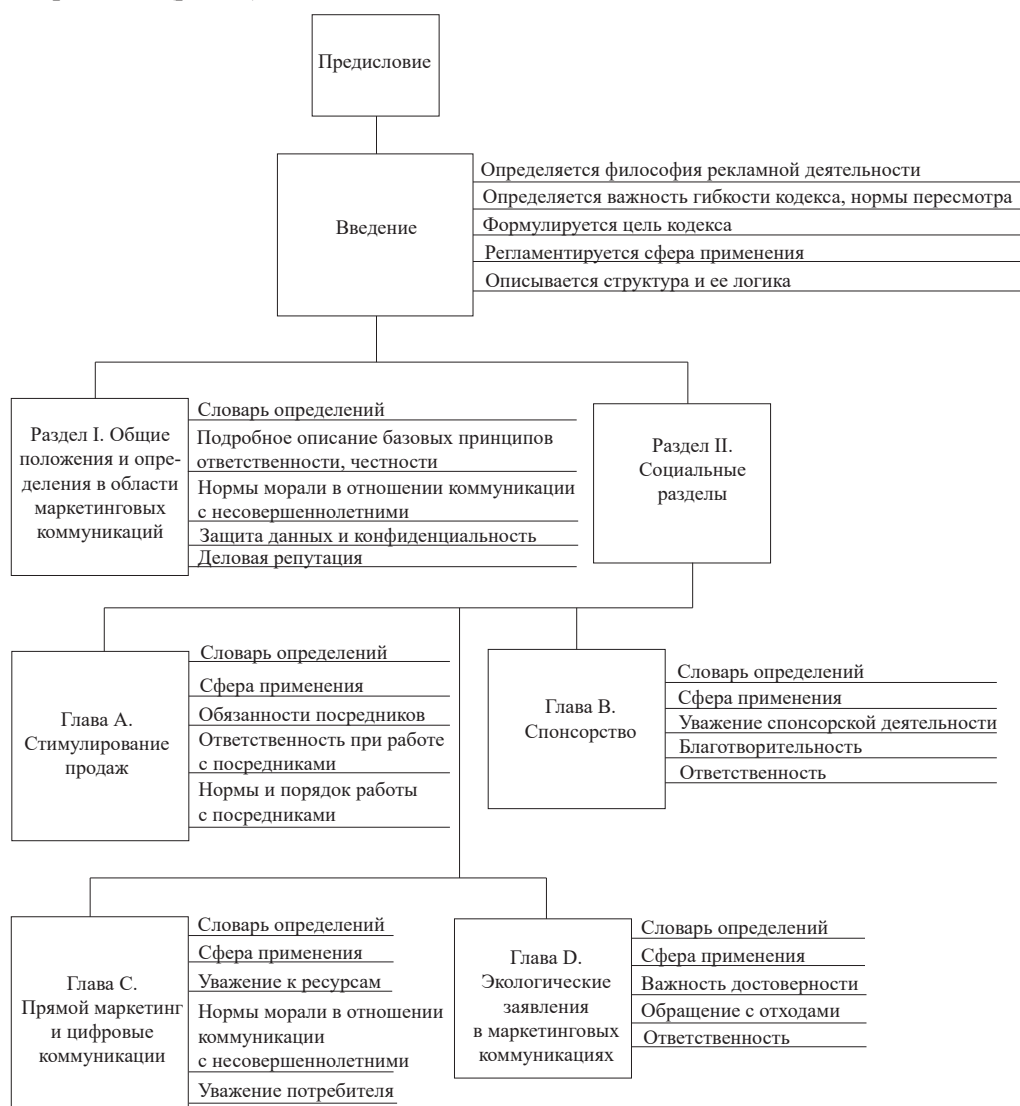
1. Сфера интернет-маркетинга подвержена большому количеству тенденций.
2. Сфера интернет-маркетинга включает в себя множество аспектов, связанных с конфиденциальностью.
3. Сфера интернет-маркетинга сопряжена с аналитикой и программированием.
4. Сфера интернет-маркетинга на текущий момент прирастает в объеме (рекламодателей, бюджета).
5. Формируется культура русскоязычного интернет-маркетинга.

Материалы и методы

Анализ семантической составляющей этического Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты – Всемирной организации бизнеса (ICC)

Кодекс рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты – Всемирной организации бизнеса (ICC) был выбран для исследования из-за своей принадлежности к профессиональной среде, рассматриваемой в работе [14].

Кодекс начинается с предисловия. Здесь говорится о компании, кратко описывается ее история, а также определяется вектор дальнейшего содержания. Далее идет содержание, которое включает в себя 102 пункта, разбитых на разделы (рис. 2).



Составлено автором по материалам источника [14]

Рис. 2. Структура этического кодекса Международной торговой палаты – Всемирной организации бизнеса (ICC)

Рассмотрим содержательную сторону каждого раздела. Здесь регламентируются понятия ответственности, честности, добросовестности. Однако говорится только о внешних процессах: работе с поставщиками, спонсорами, рекламными материалами. Подробнее его структура будет рассмотрена в следующем подпункте.

Очень важным в данном кодексе является обозначение этических норм в отношении рекламного контента для детей: контент для детей должен быть доступным, честным, не пользующимся доверчивостью и внушаемостью детей и т. д.

Также важным разделом является глава D «Экологические заявления в маркетинговых коммуникациях», так как профессиональный этический кодекс маркетолога должен включать в себя не только статьи по уважению к клиентам, посредникам и коллегам, но и к природе.

Данный кодекс является уникальным в отношении утвержденных норм в отношении конечного потребителя, а не только заказчика. Пункт относительно экологии является однозначно важным в условиях определения экологии как одной из глобальных проблем.

С другой стороны, в этом кодексе не прописаны важнейшие положения, являющиеся принципиально важными, – нормы отношения с коллегами, с руководителем, с подчиненными. Поэтому данный кодекс может быть рассмотрен как источник дополнительной информации, но не как модель для составления шаблона.

Анализ структуры документа

В ходе исследования были проанализированы и изучены кодексы этики следующих компаний: ОАО «Ростелеком», ООО «Восток Сервис», ООО «Аквафор», ООО «ПЛК», ДОО «Спецгазавтотранс», ОАО АФК «Система», ООО «Атолл», ООО «Биорост», АО «Почта России», ICC Group [15–23]. Для исследования содержания, а также для составления в дальнейшем единой структуры кодекса этики для шаблона намеренно были взяты кодексы из разных сфер бизнеса. Ниже приведены показатели по наличию определенных глав в каждом этическом кодексе (табл. 4).

Таблица 4

Разделы этических кодексов организаций и их описание

Глава кодекса	Наличие в рассматриваемых кодексах	Описание
Общие положения	9/10	Формирование введения, цели кодекса, назначения, миссия компании
Термины и определения	9/10	Формирование терминологии, связанной с профессиональной этикой
Ответственность	9/10	Описание штрафных санкций за несоблюдение этических норм и определение системы поощрений за соблюдение
Контроль соблюдения норм, правил и процедур	9/10	Определение ответственного за соблюдение этических норм в коллективе, определение формы контроля
Правила коммуникации	8/10	Определение стандартов устного, письменного и электронного общения с клиентами/контрагентами/подрядчиками
Этические принципы сотрудников	7/10	Описание в рекомендательном порядке этических норм взаимодействия между сотрудниками, порядка их взаимодействия, общения с руководством
Этические принципы руководящего состава	7/10	Описание в рекомендательном порядке этических норм взаимодействия между руководителями, порядка их взаимодействия, общения с подчиненными
Нормы общения с клиентами/подрядчиками/поставщиками	5/10	Описание схемы взаимодействия с партнерами организации
Интеллектуальная собственность и коммерческая тайна	4/10	Определение коммерческой тайны и ее уровня, классификация информации в зависимости от уровня тайны. Определение интеллектуальной собственности и права на нее

Составлено авторами по материалам источников [14–23]

Поскольку на момент написания этой работы нет никаких четких норм и стандартов по структуре этического кодекса организации, многие разделы включают в себя абсолютно разные статьи по содержанию. Несколько разделов могут быть объединены в один. Наличие того или иного раздела в этическом кодексе также не является обязательным.

В рассмотренном нами Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты – Всемирной организации бизнеса (ИСС) есть множество структурных недочетов. Перечислим основные.

1. Словарь терминов. Целесообразно использовать единый словарь на весь кодекс, не разделяя его на тематические главы.
2. Сфера применения. Сфера применения должна быть одна – интернет-маркетинг. Отдельные положения могут касаться каких-либо смежных сфер.
3. Ответственность. Этот блок следует вынести в отдельный раздел, так как при текущей структуре этот пункт дублируется в каждом разделе.
4. Нет блока «Конфиденциальность».
5. Недоработки, указанные выше должны, быть учтены при составлении универсальной модели.

Результаты

Исходя из проанализированной выше информации, можно сделать выводы о том, как должен выглядеть универсальный, наиболее полный и логичный по содержанию шаблон (табл. 5).

Таблица 5

Универсальный шаблон этического кодекса в сфере интернет-маркетинга

Раздел	Глава	Описание
Общие положения	Информация о компании	В данной статье описывается деятельность компании, ее руководство, миссия; определяется философия коммерческой деятельности как основа для ее этических норм
	Цель и задачи этического кодекса	Формулируется цель внедрения этического кодекса, а также задачи, которые он призван выполнять
	Введение	Кратко описываются положения кодекса, его разделы и значение каждого из них
	Словарь терминов	Перечисляются все термины, которые относятся к профессии, дается определение каждому из них
Правила внутренней этики сотрудников	Этические нормы в общении с коллегами и руководителями	По пунктам излагаются нормы взаимодействия между коллегами, как профессиональные, так и личностные
	Этические нормы в общении с подчиненными	Регламентируется ответственность подчиненного перед руководителем, обобщается список требований по формулировке задач от старшего сотрудника к младшему
	Контроль соблюдения норм, правил и процедур	Определяется порядок оценки, форм отчетности и их целесообразности, рекомендации по осуществлению контроля за рабочим процессом
	Имидж компании	Определение имиджа компании, перечень мер, направленных на его создание и поддержание, роль каждого сотрудника в формировании имиджа

Раздел	Глава	Описание
Этические нормы в общении с партнерами	Этические нормы в общении с клиентами	Описание специфических этических норм в отношении клиентов
	Этические нормы в общении с подрядчиками	Описание специфических этических норм в отношении подрядчиков
	Этические нормы в отношении рекламных материалов	Определение запрещенного контента, контента с ограниченным доступом; требований к рекламному контенту
	Этические нормы в отношении уважения к конечному потребителю	Формируются этические нормы в отношении конечного потребителя, рекламное сообщение ему, честность и направленность в первую очередь на него
Конфиденциальность	Конфиденциальность в отношении организации	Перечисление информации, которая относится к данному пункту, нормы ее хранения и передачи
	Конфиденциальность в отношении клиентов	Перечисление информации, которая относится к данному пункту, нормы ее хранения и передачи
	Конфиденциальность в отношении подрядчиков	Перечисление информации, которая относится к данному пункту, нормы ее хранения и передачи
	Интеллектуальная собственность и право на нее	Определение интеллектуальной собственности и права на нее
Ответственность	Гарант соблюдения этического кодекса	Ответственный за соблюдение положений этического кодекса и гарант
	Порядок решения конфликтных ситуаций	Определение процесса решения разногласий для разных уровней конфликтов, определение третьей стороны
	Меры поощрения сотрудников за соблюдение этического кодекса	Описываются все меры, которыми можно поощрить сотрудника за эталонное соблюдение этического кодекса
	Меры санкционирования сотрудников за несоблюдение этического кодекса	Определяется список штрафных санкций, которые могут быть применены за несоблюдение
Заключительные положения	Вступление в силу этического кодекса	Дата, начиная с которой данный кодекс начинает действовать

Составлено автором по материалам исследования

Данный шаблон является универсальным для сферы интернет-маркетинга. Помимо этого, он может служить основой для составления аналогичных шаблонов этических кодексов в сфере программирования, дизайна, системного администрирования и т. д.

Заключение

В ходе работы были проанализированы основные термины и понятия, в результате разбора которых составлено две группы терминологии. Далее кратко изучена история европейской этики. Исходя из ее разбора были сделаны выводы о современной проблематике науки. Произведен обзор тенденций, намечена динамика развития отрасли. Также произведен разбор и анализ существующих этических кодексов, были выявлены их недоработки и недочеты. В результате проведенной работы создан универсальный шаблон этического кодекса в сфере интернет-маркетинга. Работа может быть основой для проведения дальнейших исследований в сфере этики, управления в отрасли интернет-маркетинга, управления.

Библиографический список

1. Алексеев, С. Этика // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. – Т. 41 (82): Эрдан – Яйценошение / [начатый И. Е. Андреевским, продолж. под ред. К. К. Арсеньева, Ф. Ф. Петрушевского]. – Санкт-Петербург: Ф. А. Брокгауз, И. А. Ефрон, 1904. – С. 146–164.
2. Баева, Л. В., Глазков, А. П. Практическая философия: от классики – до информационного социума: Всероссийская научная конференция // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия. – 2019. – Т. 23, № 1. – С. 94–100.
3. Байбурин, А. К., Топорков, А. Л. У истоков этикета: этнографические очерки. – Л.: Наука. Ленинградское отделение, 1990. – 168 с.
4. Голубков, Е. П. Маркетинг как концепция рыночного управления (часть 1) // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 1. – С. 89–104.
5. Голубков, Е. П. Маркетинг как концепция рыночного управления (часть 2) // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 2. – С. 95–113.
6. Гусейнов, А. А. Этика // Этика: Энциклопедический словарь / под ред. Р. Г. Апресяна, А. А. Гусейнова. – М.: Гардарики, 2001. – С. 573–581.
7. Гусейнов, А. А., Иррлитц, Г. Краткая история этики. – М.: Мысль, 1987. – 589 с.
8. Маркетинг // Большой толковый словарь русского языка: А–Я / сост., гл. ред. С. А. Кузнецов. – Санкт-Петербург: Норинт, 2000. – С. 521.
9. Михельсон, А. Д. Объяснение 25 000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык, с означением их корней / сост. по словарям: Гейзе, Бешереля, Брокгауза, Александра, Рейфа и др. – М.: А. И. Манухин, 1865. – 718 с.
10. Разин, А. В. Этика: история и теория: учебное пособие для вузов. – М.: Академический проект, 2002. – 496 с.
11. Черникова, Т. В. Процесс европеизации в России во второй половине XV–XVII вв.: автореф. дис. ... д-ра истор. наук: 07.00.02 / Рос. ун-т дружбы народов. – М., 2014. – 44 с.
12. Шамаева, Е. Ф. Комплексная модель расчета качества жизни в регионе // Уровень жизни населения регионов России. – 2015. – Т. 11, № 3 (197). – С. 109–120
13. Шамаева, Е. Ф. Формализация задач мониторинга и оценки новаций в проектировании регионального устойчивого инновационного развития: дис. ... канд. техн. наук: 05.13.01 / ГБОУ ВПО Московской области «Международный университет природы, общества и человека «Дубна». – Дубна, 2012. – 148.
14. Кодекс рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП // Международная торговая палата. Режим доступа: <https://iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2019/11/icc-2019-marketing-code-russian.pdf> (дата обращения: 06.12.2021).
15. Этический кодекс ОАО «Ростелеком» // ПАО «Ростелеком». Режим доступа: https://www.company.rt.ru/ir/corporate_governance/docs/Code_of_Ethics_2014_ru.pdf (дата обращения: 06.12.2021).
16. Кодекс деловой этики // Группа компаний «Восток-Сервис». Режим доступа: <https://vostok.ru/codex/> (дата обращения: 06.12.2021).
17. Этический кодекс Компании «Аквафор» // ООО «Аквафор». Режим доступа: https://www.aquaphor.ru/userfiles/Norms_2_pages_new.pdf (дата обращения: 06.12.2021).
18. Кодекс корпоративной этики и должностного поведения работников ООО «ПЛК» // Первая Лифтовая Компания. Режим доступа: https://www.plk.ru/files/Code_of_corporate_ethics_and_employee_behavior.pdf (дата обращения: 06.12.2021).
19. Кодекс корпоративной этики ДОО «Спецгазавтотранс» // ПАО «Газпром Спецгазавтотранс». Режим доступа: https://spetsgazavtotrans.gazprom.ru/d/textpage/51/81/2011_10_31_kodeks_etiki.pdf (дата обращения: 06.12.2021).
20. Кодекс этики ОАО «Акционерная финансовая корпорация «Система» // ПАО АФК «Система». Режим доступа: <https://sistema.ru/upload/iblock/248/248cea10baa3d7eb6cc8e0b0e00fa4be.pdf> (дата обращения: 06.12.2021).
21. Кодекс этики и служебного поведения работников ООО «АТОЛ» // Компания АТОЛ. Режим доступа: https://www.atol.ru/upload/agreement_files/Kodeks_etiki.pdf (дата обращения: 06.12.2021).
22. Кодекс этики // ООО «Биорост». Режим доступа: https://biorost.ru/images/docs/Code_of_ethics.pdf (дата обращения: 06.12.2021).
23. Этический кодекс АО «Почта России» // АО «Почта России». Режим доступа: https://www.pochta.ru/documents/10231/721745664/Этический+кодекс_АО+Почта+России.pdf/6ca103d3-3aab-44fd-b39a-897a8e876312 (дата обращения: 06.12.2021).
24. Andreasen, A. R. Social marketing: Its definition and domain // Journal of Public Policy & Marketing. – 1994. – V. 13, No. 1. – Pp. 108–114. <https://doi.org/10.1177/074391569401300109>

25. Bowen, J. P., Filippini-Fantoni, S. Personalization and the web from a museum perspective // Museums and the Web 2004: Selected Papers from an International Conference, Arlington, Virginia, USA, March 31 – April 3, 2004. – V. 4. Archives & Museum Informatics. – Toronto, Canada, 2004. – Pp. 63–78.
26. Domazet, I. S., Neogradi, S. Digital marketing and service industry: Digital marketing in the banking industry // Managing Diversity, Innovation, and Infrastructure in Digital Business / ed. by N. Ray. – Hershey, PA: IGI Global, 2019. – Pp. 20–40. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5993-1.ch002>
27. Ladd, J. The quest for a code of professional ethics: an intellectual and moral confusion // Ethical Issues in the Use of Computers / ed. by D. Johnson, J. Snapper. – Belmont, CA: Wadsworth Publ. Co., 1985. – Pp. 8–13.

References

1. Alekseev S. Ethics, *Brockhaus and Efron Encyclopaedic Dictionary*, Vol. 41 (82): Erdan – Yaitsenoshenie, started by I. E. Andreevsky, continued under the editorship of K. K. Arseniev, F. F. Petrushevsky, St. Petersburg: I. F. Brockhaus, I. A. Efron, 1904, pp. 146–164.
2. Baeva L. V., Glazkov A. P. Practical philosophy: from the classics to the information society: All-Russian Scientific Conference, *RUDN Journal of Philosophy*, 2019, vol. 23, no. 1, pp. 94–100. (In Russian). <https://doi.org/10.22363/2313-2302-2019-23-1-94-100>
3. Baiburin A. K., Toporkov A. L. *At the origins of etiquette: ethnographic essays*, Leningrad, Nauka, Leningradskoe otdelenie, 1990, 168 p. (In Russian).
4. Golubkov E. P. Marketing as a concept of market management (Part 1), *Marketing v Rossii za rubezhom*, 2000, no. 1, pp. 89–104.
5. Golubkov E. P. Marketing as a concept of market management (Part 2), *Marketing v Rossii za rubezhom*, 2000, no. 2, pp. 95–113.
6. Guseinov, A. A. Ethics, *Encyclopaedic dictionary*, ed. by R. G. Apresyan, A. A. Guseinov. – Moscow, Gardariki, 2001, pp. 573–581.
7. Guseinov A. A., Irrlitz G. *A brief history of ethics*, Moscow, Mysl, 1987, 589 p. (In Russian).
8. *Marketing*, Big Explanatory Dictionary of the Russian Language: A–Z, comp., ed. S. A. Kuznetsov, St. Petersburg: Norint, 2000, p. 521. (In Russian).
9. Mikhelson A. D. *Explanation of 25,000 foreign words that have come into use in the Russian language, with the meaning of their roots*, Comp. according to dictionaries: Geise, Bescherel, Brockhaus, Alexander, Reif et al., Moscow, A.I. Manukhin, 1865, 718 p. (In Russian).
10. Razin A. V. *Ethics: history and theory: training manual for universities*, Moscow, Akademicheskii proekt, 2002, 496 p. (In Russian).
11. Chernikova T. V. *The process of Europeanisation in Russia in the second half of the XV–XVII centuries*: Abstr. of Diss. ... Dr. Sci. (Hist.): 07.00.02, RUDN University, Moscow, 2014, 44 p. (In Russian).
12. Shamaeva E. F. Complex model of calculation of quality of life in the region, *Living standards of the population in the regions of Russia*, 2015, vol. 11, no. 3 (157), pp. 109–120. (In Russian).
13. Shamaeva E. F. *Formalisation of tasks of monitoring and evaluation of innovations in the design of regional sustainable innovative development*: Diss. ... Cand. Sci. (Tech.), Dubna International University for Nature, Society and Man, Dubna, 2012, 148 p.
14. ICC Advertising and Marketing Communications Code, *International Chamber of Commerce*. Available at: <https://iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2019/11/icc-2019-marketing-code-russian.pdf> (accessed 06.12.2021).
15. Rostelecom Code of Ethics, *Rostelecom*. Available at: https://www.company.rt.ru/ir/corporate_governance/docs/Code_of_Ethics_2014_ru.pdf (accessed 06.12.2021).
16. Code of business ethics, *Group of Companies "Vostok-service"*. Available at: <https://vostok.ru/codex/> (accessed 06.12.2021).
17. Aquafor Company Code of Ethics, *Aquafor Company*. Available at: https://www.aquaphor.ru/userfiles/Norms_2_pages_new.pdf (accessed 06.12.2021).
18. PLK, LLC Code of Corporate Ethics and Official Conduct of employees, *Pervaya Liftovaya Kompaniya*. Available at: https://www.plk.su/files/Code_of_corporate_ethics_and_employee_behavior.pdf (accessed 06.12.2021).
19. Gazprom Spetsgazavtotrans Code of Corporate Ethics, *Gazprom Spetsgazavtotrans*. Available at: https://spetsgazavtotrans.gazprom.ru/d/textpage/51/81/2011_10_31_kodeks_etiki.pdf (accessed 06.12.2021).
20. Sistema PJSFC Code of Ethics, *Sistema PJSFC*. Available at: <https://sistema.ru/upload/iblock/248/248cea10baa3d7eb6cc8e-0b0e00fa4be.pdf> (accessed 06.12.2021).
21. ATOL, LLC Code of Ethics and Conduct for employees, *Kompaniya ATOL*. Available at: https://www.atol.ru/upload/agreement_files/Kodeks_etiki.pdf (accessed 06.12.2021).
22. Code of Ethics, *Kormovye dobavki Biorost*. Available at: https://biorost.su/images/docs/Code_of_ethics.pdf (accessed 06.12.2021).
23. Pochta Rossii's Code of Ethics, *Pochta Rossii*. Available at: https://www.atol.ru/upload/agreement_files/Kodeks_etiki.pdf (accessed 06.12.2021).

24. Andreasen A. R. Social marketing: Its definition and domain, *Journal of Public Policy & Marketing*, 1994, vol. 13, no. 1, pp. 108–114. <https://doi.org/10.1177/074391569401300109>
25. Bowen J. P., Filippini-Fantoni S. Personalization and the web from a museum perspective, *Museums and the Web 2004: Selected Papers from an International Conference*, Arlington, Virginia, USA, March 31 – April 3, 2004, Virginia, USA, vol. 4. Archives & Museum Informatics, Toronto, Canada, 2004, pp. 63–78.
26. Domazet, I. S., Neogradi, S. Digital marketing and service industry: Digital marketing in the banking industry, *Managing Diversity, Innovation, and Infrastructure in Digital Business*, ed. by N. Ray. – Hershey, PA, IGI Global, 2019, pp. 20–40. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-5993-1.ch002>
27. Ladd, J. The quest for a code of professional ethics: an intellectual and moral confusion, *Ethical Issues in the Use of Computers*, ed. by D. Johnson, J. Snapper, Belmont, CA, Wadsworth Publ. Co., 1985, pp. 8–13.

УДК 331.485 JEL J81, M12

Каримова Дарья Николаевна
студент магистратуры, ФГБОУ ВО
«Башкирский государственный
университет», г. Уфа, Российская
Федерация

ORCID: 0000-0002-4397-2075

e-mail: Stella-tar@yandex.ru

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-26-32

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МОДЕЛИ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА

Аннотация. Чтобы обеспечивать конкурентоспособность на рынке, компании необходим персонал, способный эффективно выполнять свои трудовые функции, гибко реагировать на научно-технический прогресс, повышая при этом производительность труда и увеличивая ее прибыль. Эта проблема может быть решена посредством профессионально-личностного развития персонала. Целью настоящего исследования является разработка концептуальной модели профессионально-личностного развития персонала. Методы исследования: теоретический анализ проблемы, изучение экономической и психологической литературы, системный анализ, теоретическое моделирование. В статье представлена модель профессионально-личностного развития персонала, которая основывается на интегративном подходе и личностно-развивающем принципе. Она раскрывает основные факторы, влияющие на развитие, этапы и методы работы. Внедрение механизмов развития персонала на основе данной модели будет способствовать повышению эффективности деятельности организации.

Ключевые слова: развитие персонала, интегративный подход, эффективная деятельность организации, модель, факторы развития, этапы развития, личностные качества, профессиональные компетенции

Для цитирования: Каримова Д.Н. Разработка концептуальной модели профессионально-личностного развития персонала // Вестник университета. 2022. № 2. С. 26–32.

Daria N. Karimova
Graduate Student, Bashkir State
University, Ufa, Russia

ORCID: 0000-0002-4397-2075

e-mail: Stella-tar@yandex.ru

CREATING A CONCEPTUAL MODEL FOR STAFF PROFESSIONAL AND PERSONAL DEVELOPMENT

Abstract. To be competitive in the marketplace, a company needs a workforce capable to perform its labour functions effectively, respond flexibly to scientific and technological advances, increasing labour productivity and profits of company. This problem can be solved through staff professional and personal development. The aim of the study is to create a conceptual model of staff professional and personal development. Research methods are theoretical analysis of the problem, study of economic and psychological literature, system analysis, theoretical modelling. The article presents a model for staff professional and personal development based on an integrative approach and a personal developmental principle. It reveals the main factors affecting development, stages and work methods. The introduction of staff development mechanisms based on this model will contribute to improving the organisation's efficiency.

Keywords: staff development, integrative approach, effective organisation's activity, model, development factors, development stages, personal qualities, professional competencies

For citation: Karimova D.N. (2022) Creating a conceptual model for staff professional and personal development. Vestnik universiteta, no. 2, pp. 26–32. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-26-32

Введение

В современных экономических реалиях, когда вопрос продолжения ведения бизнеса стоит достаточно остро, организациям приходится прилагать все больше усилий, чтобы выстоять в конкурентной борьбе и оставаться экономически эффективными. В таких условиях важным фактором успешности организации становится ее человеческий капитал. Все больше управленцы организаций приходят к выводу о необходимости постоянного развития и совершенствования навыков персонала для увеличения производительности труда.

© Каримова Д.Н., 2022.

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

© Karimova D.N., 2022.

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



Концепция «обучение и развитие в течение всей жизни» – новый тренд современных жизненных реалий. На сегодняшний день профессиональные знания успевают устареть быстрее, чем они бывают получены в образовательной организации. Чтобы не быть выброшенными за пределы жесткой экономической арены в условиях высокой конкуренции за определенные блага, человек вынужден постоянно развиваться в профессиональной сфере, а также развивать свои надпрофессиональные компетенции и личностные качества, которые играют немаловажную роль в его личной эффективности и успешности. Организации заинтересованы в таких сотрудниках, поскольку они обеспечивают эффективность и рост компании. Профессионально компетентный, открытый инновациям, позитивно реагирующий на изменения, инициативный персонал становится главным конкурентным преимуществом организации, а развитие персонала – важной функцией в системе управления персоналом.

Профессионально-личностное развитие персонала способствует успешному решению проблем, связанных с внедрением новых технологий, открытием новых направлений деятельности, инновационным развитием и обеспечивает ее конкурентоспособность на рынке. Развитие работников следует рассматривать через положительное влияние на жизненные силы, энергию, уверенность в себе, возможность профессионального роста человека, что способствует постоянному совершенствованию и влияет на повышение эффективности труда.

Актуальность проблемы профессионально-личностного развития определяется существующей потребностью организаций в персонале, способном эффективно выполнять свои трудовые функции, гибко реагировать на научно-технический прогресс и подстраиваться под него, снижая убытки от текучести кадров, повышая при этом производительность труда и увеличивая прибыль компании.

Стремление найти пути удовлетворения названной потребности определило тему нашего исследования – это проблема профессионально-личностного развития персонала, направленного на совершенствование личностных качеств, универсальных и профессиональных компетенций, его мотивации и снижения расходов организации.

Проведенный анализ научной литературы показывает, что в настоящее время накоплен определенный объем знаний по проблеме развития персонала. Изучением проблемы профессионального развития персонала занимались ученые в разных научных областях: экономики, социологии, психологии, педагогики, акмеологии. Среди исследователей в области экономики можно назвать следующих: Т. Ю. Базаров, Д. Джой-Метьюз, П. В. Журавлев, А. Л. Кибанов, В. В. Киселев, И. А. Кондаурова, Ю. Г. Одегов, Д. Г. Осипов, С. В. Шекшня [4; 6; 7; 8; 11; 12; 15]. Психологический и педагогический аспекты развития персонала рассматривали Н. В. Григорьева, Э. Ф. Зеер, Л. М. Митина, Т. А. Никольченко [2; 5; 9; 10]. Среди исследователей в области акмеологии можно выделить Т. Н. Балину, А. А. Деркача [1; 3].

В то же время анализ источников по теме исследования показал, что до настоящего времени профессионально-личностное развитие персонала и его влияние на эффективность деятельности организации не являлись предметом специального экономического исследования.

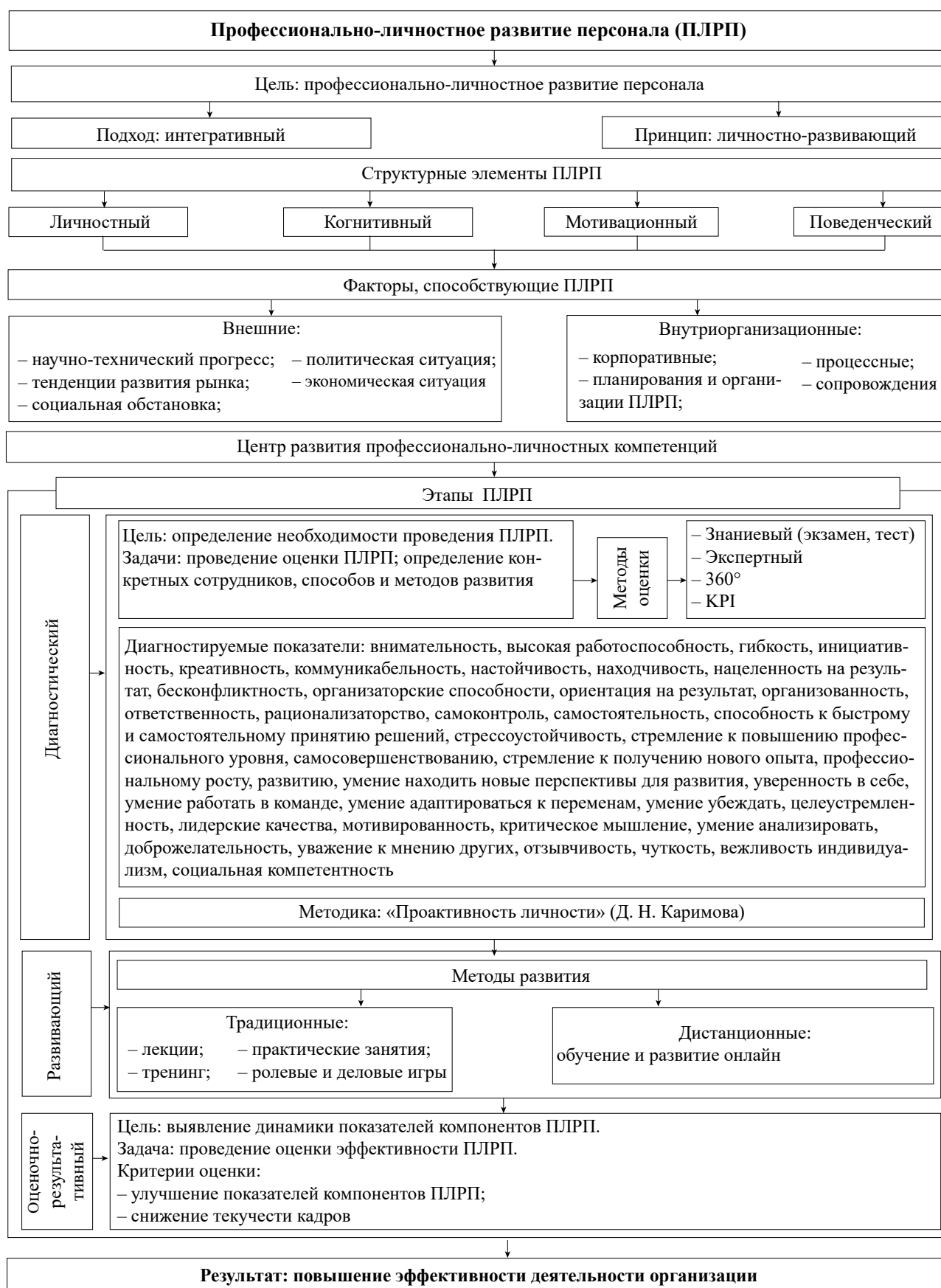
Результаты

Анализ понятия профессионально-личностного развития персонала позволил нам его рассматривать как совокупность взаимосвязанных мероприятий, направленных на совершенствование и раскрытие лучших личностных и деловых качеств работников, мотивации, универсальных и профессиональных компетенций, необходимых для выполнения успешной профессиональной деятельности в условиях постоянных инновационных изменений. В результате реализации этих мероприятий будет повышаться производительность труда, увеличиваться прибыль компании, снижая расходы, связанные с персоналом, а следовательно, повышая эффективность деятельности организации и ее конкурентоспособность на рынке.

Профессионально-личностное развитие персонала может осуществляться в специально созданном Центре развития профессионально-личностных компетенций.

На рисунке 1 представлена концептуальная модель профессионально-личностного развития персонала как фактора эффективной деятельности организации.

Данная модель включает в себя несколько блоков. Концептуальный блок включает теоретико-методологические основания профессионально-личностного развития (подход, принцип), структурные компоненты профессионально-личностного развития (личностный, когнитивный, мотивационный, поведенческий) и цель (профессионально-личностное развитие персонала для улучшения эффективности деятельности организации).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Модель профессионально-личностного развития персонала как фактора эффективной деятельности организации

Процессуальный блок содержит этапы работы с персоналом (диагностический, коррекционно-развивающий, оценочно-результативный), методы оценки и развития, а также критерии оценки результативности проведенных мероприятий. В представленном блоке использованы следующие формы и методы работы: диагностика, лекции, тренинг, включающий групповые дискуссии, практические занятия, ролевые и деловые игры, анализ конкретных ситуаций, беседы. Результативный блок указывает на прогнозируемый результат (повышение эффективности деятельности организации).

Мы избрали интегративный подход в качестве основополагающего нашего исследования. Интегративный подход в экономической теории учитывает личностные качества индивидуумов как составных элементов рыночного развития. Он направлен на обеспечение эффективного будущего, ориентированного на развитие человеческой личности. Основываясь на данном подходе, мы перестаем рассматривать персонал как пассивных объектов организационно-управленческих воздействий со стороны организации, а рассматриваем сотрудников как активных субъектов в развитии своей личности на благо компании, в которой он работает [13]. Интегративный подход является условием эффективного профессионально-личностного развития персонала, так как позволяет применять активные и интерактивные методы обучения и развития, способствующие личностному росту сотрудников, формированию и использованию приобретенных навыков в новых ситуациях, связанных с анализом и решением конкретных проблем в процессе выполнения профессиональной деятельности и обеспечивает целостное развитие необходимых личностных и профессиональных качеств сотрудников. Использование данного подхода в процессе развития персонала позволяет осуществлять не только передачу конкретных предметных знаний, но и формирование системных интегративных знаний, направленных на способность сотрудников решать профессиональные задачи в условиях постоянно изменяющейся действительности.

Важным компонентом концептуальной основы профессионально-личностного развития персонала, как фактора эффективной деятельности организации, является также личностно-развивающий принцип. В соответствии с ним работник развивается и самоопределяется как в личностном, так и профессиональном аспектах. В основе этого принципа лежит учет субъективного опыта каждого сотрудника и оказание помощи в становлении его индивидуальности, саморазвитии и самореализации. Основываясь на личностно-развивающем принципе, процесс развития персонала строится на таких формах и методах обучения и развития, которые обеспечивают эффективное раскрытие индивидуальности каждого сотрудника. При этом необходимо создать такие условия, при которых работники будут проявлять интерес к процессу своего развития, получения новых теоретических и практических знаний и окажутся максимально вовлечены в процесс собственного развития. Процесс развития способствует выработке у персонала таких качеств, как: индивидуальность, способность к обоснованному выбору, умение рефлексировать, самоактуализация, самовыражение, формирование образа «Я», ответственность и умение отвечать за свои действия.

Ситуации, возникающие в процессе выполнения профессиональной деятельности, настолько сложны и непредсказуемы, что нельзя не обладать такими профессионально-личностными качествами, как: бесконфликтность; вежливость; внимательность; высокая работоспособность; гибкость; доброжелательность; индивидуализм; инициативность; коммуникабельность; креативность; критическое мышление; лидерские качества; мотивированность; настойчивость; находчивость; нацеленность на результат; организаторские способности; организованность; ответственность; отзывчивость; стремление к самосовершенствованию, профессиональному росту, развитию; рационализаторство; самоконтроль; самостоятельность; социальная компетентность; способность к быстрому и самостоятельному принятию решений; стремление к повышению профессионального уровня; стремление к получению нового опыта; стрессоустойчивость; уважение к мнению других; уверенность в себе; умение адаптироваться к переменам; умение анализировать; умение находить новые перспективы для развития; умение работать в команде; умение убеждать; целеустремленность; чуткость [16]. Данные качества были структурированы по компонентам: личностный, когнитивный, мотивационный и поведенческий.

В рамках представленной модели проанализированы и выделены факторы, способствующие профессионально-личностному развитию персонала.

К внешним факторам были отнесены:

- научно-технический прогресс;
- тенденции развития рынка;

- социальная обстановка;
- политическая ситуация;
- экономическая ситуация [14].

Среди внутренних факторов можно выделить:

- корпоративные;
- планирования и организации ПЛРП;
- процессные;
- сопровождения [14].

Процесс профессионально-личностного развития персонала можно разделить на несколько этапов: диагностический, коррекционно-развивающий, оценочно-результативный. В соответствии с этими этапами для решения поставленных задач использовались формы работы, основанные на активных и интерактивных методах обучения и развития.

Диагностический этап включает выявление уровня развития профессионально-личностных качеств сотрудников, необходимых для улучшения эффективности деятельности организации до реализации мероприятий по развитию персонала, а также определение способов и методов развития. На данном этапе предлагается, в числе прочих, использовать авторскую методику для диагностики проактивности личности.

Коррекционно-развивающий этап – это реализация мероприятий, направленных на обучение и развитие персонала. На данном этапе с персоналом проводятся развивающие занятия, включающие групповую дискуссию, ролевые и деловые игры, анализ конкретных ситуаций, упражнения, беседы, лекции. Данные занятия представляют собой групповую форму работы. Групповая работа является более эффективной, нежели индивидуальная. Совместная групповая работа предполагает органическую связь деятельности и общения. В некоторых случаях возможно онлайн-обучение и развитие.

Оценочно-результативный этап ориентирован на выявление положительной динамики показателей компонентов профессионально-личностного развития персонала (что в свою очередь будет способствовать снижению текучести кадров и расходов, связанных с наймом новых сотрудников, увеличению производительности труда и, как следствие, эффективности деятельности организации); определение эффективности разработанной модели, эффективности работы Центра развития профессионально-личностных компетенций.

Заключение

Таким образом, внедрение механизмов профессионально-личностного развития персонала на основе представленной модели будет способствовать совершенствованию и раскрытию лучших личностных качеств работников, универсальных и профессиональных компетенций, готовности работать в условиях постоянных инновационных изменений, увеличивая при этом прибыль компании, снижая расходы, связанные с персоналом, а следовательно, повышая эффективность деятельности организации и ее конкурентоспособность на рынке.

Разработанная модель может быть использована в деятельности служб управления персоналом в организациях.

Библиографический список

1. Балина, Т. Н. Акмеологическая модель развития кадрового потенциала организации // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2018. – № 1 (27). – С. 59–66.
2. Григорьева, Н. В., Осипов, Д. Г. Психологическая устойчивость работника как фактор эффективности профессиональной деятельности // Процессы техносферы: региональный аспект: сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции, Чебоксары, 23–24 марта 2019 г. / под ред. А. А. Бабаевой, В. Л. Семенова. – Чебоксары: Чувашский государственный университет имени И. Н. Ульянова, 2019. – С. 138–145.
3. Деркач, А. А., Зазыкин, В. Г. Акмеология: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2003. – 256 с.
4. Джой-Меттьюз, Д., Меггинсон, Д., Сюрте, М. Развитие человеческих ресурсов / Пер. с англ. Р. Л. Ткачука. – М.: Эксмо, 2006. – 432 с.
5. Заводчиков, Д. П., Зеер, Э. Ф., Реньш, М. А., Лебедева, Е. В. Развитие личности в системе непрерывного профессионального образования: монография / под ред. Э. Ф. Зеера, Д. П. Заводчикова. – Екатеринбург: РГППУ, 2013. – 197 с.

6. Кибанов, А. Я., Дуракова, И. Б. Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации: учебное пособие. – М.: КноРус, 2012. – 368 с.
7. Киселёв, В. В., Посыпанова, О. С. Профессионально-личностное развитие управленческой команды как условие повышения эффективности деятельности персонала промышленного предприятия // Вестник Калужского университета. Серия 1. Психологические науки. Педагогические науки. – 2020. – Т. 2, № 3 (8). – С. 109–117.
8. Кондаурова, И. А., Волович, А. В., Русина, В. А. Подходы к управлению развитием персонала предприятия // Сборник научных работ серии «Государственное управление». Вып. 21: Экономика и управление народным хозяйством. – Донецк: ГОУ ВПО «ДОНАУИГС», 2021. – С. 114–120. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5031455>
9. Митина, Л. М. Теоретико-методологическое и научно-методическое обеспечение обучения и личностно-профессионального развития персонала организации // Ученые записки Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы. – 2012. – Т. 17, № 1. – С. 13–22.
10. Никольченко, Т. А., Копылова, Н. В. Психологическая детерминация процесса управления персоналом в ситуации кризиса как один из способов оптимизации личностно-профессионального развития конкурентоспособного специалиста // Конкурентоспособность молодых специалистов: развитие профессионализма и самосовершенствование: материалы Международной научно-практической конференции студентов, магистров, аспирантов, молодых ученых и их наставников, Тверь, 23 мая 2017 г. – Тверь: Тверской государственный университет, 2017. – С. 40–44.
11. Одегов, Ю. Г., Журавлев, П. В. Управление персоналом: учебник для вузов. – М.: Финстатинформ, 2015. – 877 с.
12. Осипов, Д. Г. Кадровый потенциал как внутренняя переменная конкурентоспособности организаций // Качество и инновации в XXI веке: материалы X Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 25–26 апреля, 2012 г. – Чебоксары: Чувашский государственный университет им. И. Н. Ульянова, 2012. – С. 209–211.
13. Парфенова, М. Я. Методологические аспекты интегративного подхода к управлению на основе конвергенции механизмов классических подходов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2013. – № 4. – С. 325–328.
14. Сухорученко, О. В. Оценка и повышение эффективности профессионального развития персонала организации: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления». – М., 2013. – 186 с.
15. Шекшня, С. В. Управление персоналом современной организации: учебно-практическое пособие. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Бизнес школа «Интел-Синтез», 2002. – 368 с.
16. Деловые качества работника агро. Деловые качества: на что обращать внимание при подборе // Profov.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://profov.ru/employee-benefits/delovye-kachestva-rabotnika-agro-delovye-kachestva-na-chto-obrashchat-vnimanie-pri.html> (дата обращения: 10.12.2021).

References

1. Balina T. N. Acmeological model of development the personnel potential of the organization, *Vestnik Taganrogskogo instituta upravleniya i ekonomiki*, 2018, no.1 (27), pp. 59–66. (In Russian).
2. Grigoreva N. V., Osipov D. G. Psychological stability of the employee as a factor in the effectiveness of professional activity, *Processes of the technosphere: a regional aspect: Proceedings of the II All-Russian Scientific and Practical Conference*, Cheboksary, March 23–24, 2019, I. N. Ulyanov Chuvash State University, 2019, pp. 138–145. (In Russian).
3. Derkach A. A., Zazykin V. G. *Acmeology: training manual*, St. Petersburg, Peter, 2003, 256 p. (In Russian).
4. Joy-Matthews D., Megginson D., Surte M. *Human resource development*, transl. from Engl. R. L. Tkachuk, Moscow, Eksmo, 2006, 432 p. (In Russian).
5. Zavodchikov D. P., Zeer E. F., Rensh M. A., Lebedeva E. V. *Personality development in the system of continuous professional education: monograph*, ed. by E. F. Zeer, D. P. Zavodchikov, Ekaterinburg, Russian state vocational pedagogical university, 2013, 197 p. (In Russian).
6. Kibanov A. Ya., Durakova I. B. *Personnel management of the organization: actual technologies of recruitment, adaptation and certification: training manual*, Moscow, KnoRus, 2012, 368 p. (In Russian).
7. Kiselev V. V., Posypanova O. S. Professional and personal development of management team as condition for increasing efficiency of industrial enterprise personnel, *Vestnik Kaluzhskogo universiteta. Psikhologicheskie nauki. Pedagogicheskie nauki*, 2020, vol. 2, no. 3 (8), pp. 109–117. (In Russian).
8. Kondaurova I. A., Volovich F. V., Rusina V. A. Approaches to managing the development of enterprise personnel, *Sbornik nauchnykh rabot serii "Gosudarstvennoe upravlenie"*, vol. 21: Economics and management of the national economy, Donetsk, Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of the Donetsk People's Republic, 2021, pp. 114–120. (In Russian). <https://doi.org/10.5281/zenodo.5031455>

9. Mitina L. M. Theoretical-methodological and scientific-methodical base of personnel education and personality-professional development, *Uchenye zapiski Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta psikhologii i sotsial'noi raboty*, 2012, vol. 17, no. 1, pp. 13–22. (In Russian).
10. Nikolchenko T. A., Kopylova N. V. Psychological determination of the personnel management process in a crisis situation as one of the ways to optimise the personal and professional development of a competitive specialist, *Competitiveness of young professionals: development of professionalism and self-improvement: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference of students, masters, graduate students, young scientists and their mentors*, Tver, May 23, 2017, Tver, Tver State University, pp. 40–44. (In Russian).
11. Odegov Yu. G., Zhuravlev, P. V. *Personnel management: textbook*, Moscow, Finstatinform, 2015, 877 p. (In Russian).
12. Osipov D. G. Human resources as an internal variable of the competitiveness of organisations, *Quality and innovation in the XXI century: Proceedings of the X International Scientific and Practical Conference*, Cheboksary, April 25–26, 2012, Cheboksary, I. N. Ulyanov Chuvash State University, 2012, pp. 209–211. (In Russian).
13. Parfyonova M. Ya. Methodological aspects of the integrative approach to management based on the convergence of the classical approach mechanisms, *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki*, 2013, no. 4, pp. 325–328. (In Russian).
14. Sukhoruchenko O. V. *Assessment and improvement of the effectiveness of professional development of the organization's personnel*: Diss. ... Cand. Sci. (Econ.): 08.00.05, State University of Management, Moscow, 2013, 186 p. (In Russian).
15. Shekshnya S. V. *Personnel management of a modern organization: training and practical manual*, 5th ed., rev. and suppl., Moscow, Biznes shkola "Intel-Sintez", 2002, 368 p. (In Russian).
16. Business qualities of an agro worker. Business qualities: what to look for when selecting, *Profov.ru*. Available at: <https://profov.ru/employee-benefits/delovye-kachestva-rabotnika-agro-delovye-kachestva-na-chto-obrashchat-vnimanie-pri>.html (accessed 10.12.2021).

Орлова Марина Викторовна

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-6570

e-mail: rubinkaira35@mail.ru

Александрова Ирина Юрьевна

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

ORCID: 0000-0003-4728-5747

e-mail: alexandrova27@yandex.ru

Marina V. Orlova

Cand. Sci. (Econ.), Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-3971-6570

e-mail: rubinkaira35@mail.ru

Irina Yu. Aleksandrova

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

ORCID: 0000-0003-4728-5747

e-mail: alexandrova27@yandex.ru

РАСПРЕДЕЛЕННЫЕ КОМАНДЫ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

Аннотация. Географически рассредоточенная рабочая сила ставит перед менеджментом новые задачи, которые смещают акцент с управления проектами на управление распределенными проектными командами. Адаптируя компанию и ее руководство к этой эволюции на рабочем месте, необходимо создать среду, в которой удаленные члены команды продуктивно взаимодействуют. Распределенная работа требует от компаний оперативной гибкости, которая характеризуется большей восприимчивостью к изменениям на своих рынках, к новым возникающим требованиям клиентов и новым конкурентным угрозам. Статья посвящена выявлению факторов, способствующих переходу компаний на использование распределенной рабочей силы, преимуществ данного вида работы, а также сложностей, с которыми компаниям предстоит столкнуться.

Ключевые слова: удаленная работа, распределенная работа, распределенная рабочая сила, распределенные команды, эффективность, поиск талантов, операционная гибкость, социальный контакт

Для цитирования: Орлова М.В., Александрова И.Ю. Распределенные команды: вызовы и возможности // Вестник университета. 2022. № 2. С. 33–40.

DISTRIBUTED TEAMS: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

Abstract. A geographically dispersed workforce poses new challenges for managers, which shift the focus from project management to managing distributed project teams. Adapting the company and its management to this evolution in the workplace, it is necessary to create an environment in which remote team members interact productively. Distributed work requires operational flexibility from companies, which is characterised by greater susceptibility to changes in their markets, to new emerging customer requirements and new competitive threats. The article is devoted to the identification of factors contributing to the transition of companies to the distributed workforce, the advantages of this type of work, and the difficulties that companies will face.

Keywords: remote work, distributed work, distributed workforce, distributed teams, efficiency, talent search, operational flexibility, social contact

For citation: Orlova M.V., Aleksandrova I.Yu. (2022) Distributed teams: challenges and opportunities. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 33–40. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-33-40

Введение

Концепция удаленной работы не нова. В 1990-х гг., когда люди начали владеть персональными компьютерами и получили доступ к сети «Интернет» (далее – Интернет) дома, удаленная работа стала жизнеспособной альтернативой работе в офисе. По мере совершенствования технологий персональных компьютеров, увеличения скорости Интернета и расширения доступа к Wi-Fi, стало понятно, что сотрудники большого количества компаний могут эффективно выполнять свои рабочие обязанности вне офиса. Совсем недавно достижения в области облачных инструментов повышения производительности, видеоконференций и мощных приложений для совместной работы привели к росту популярности удаленной работы. Исследования показывают, что к 2025 г. удаленная работа сравняется или превзойдет традиционную стационарную офисную работу.

© Орлова М.В., Александрова И.Ю., 2022.

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

© Orlova M.V., Aleksandrova I.Yu., 2022.

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



Постановка проблемы

Слово «удаленный» предполагает наличие центра, от которого можно было бы удалиться. Это имеет практические последствия с точки зрения инструментов, которые используются для совместной работы, это также ведет компании и их работников к более глубоким изменениям в их социальных контактах. Компаниям придется выбирать между предоставлением работникам большей автономии и доверия или усилением мониторинга деятельности и производительности. Работники, в свою очередь, должны будут выбрать, в каких компаниях они хотят работать, исходя из того, как эти решения заставляют их чувствовать себя изо дня в день и насколько эффективными, по их мнению, они могут быть в своей работе. В любом случае, адаптация к задачам удаленной работы в условиях глобального экономического кризиса потребует от всех организаций перестройки своих операционных структур, придания им большей гибкости.

Проведенный 451 Research опрос офисных работников показал, что две трети людей работали из дома, по крайней мере, некоторое время, но только 13 % делали это все время [9]. Во всем мире 70 % людей работают не в офисе не реже одного раза в неделю. Все больший процент этих сотрудников постоянно работают на дому. Это выгодно как работодателям, так и работникам. Работодатели имеют возможность экономии материальных ресурсов, и это не единственное преимущество. Для сотрудников работа на дому хороша тем, что дает им гибкий график работы без потери времени из-за поездок на работу и создает комфортную рабочую среду. Некоторым удаленным работникам нравится идея работать в местном кафе или в библиотеке на регулярной основе. Другим сотрудникам может быть трудно придерживаться регулярного рабочего графика или оставаться сосредоточенными из-за множества отвлекающих факторов дома или в общественных местах. Для удаленных сотрудников, которые живут на значительном расстоянии от одного из главных офисов своей компании и которым не нравится идея работать дома или в общественном месте, отличным вариантом является рабочее место. Это позволяет сотрудникам локально перемещаться в общие арендованные офисные помещения, которые часто обеспечивают более структурированную и продуктивную рабочую среду. Кроме того, некоторые компании, у которых есть несколько удаленных сотрудников в определенном географическом местоположении, могут счесть более экономичным и продуктивным, чтобы эти сотрудники работали в одном и том же общем офисе.

Многие компании имеют в своем штате мобильных сотрудников – тех, кто работает на ходу, вдали от главного офиса и своих домов. Мобильные сотрудники посвящают себя работе «в поле», вдали от традиционной офисной обстановки (полевые инженеры, сервисные группы, персонал по доставке, специалисты по техническому обслуживанию).

В настоящее время набирает популярность использование распределенной рабочей силы (англ. distributed workforce). Парадигма распределенной работы означает, что местонахождение сотрудника не должно влиять на его производительность и степень участия. Распределенная работа относится к компаниям, в которых один или несколько сотрудников работают в разных физических местах. Эта смешанная модель работы может включать в себя группы сотрудников на месте в одном или нескольких офисах, а также удаленных сотрудников, которые работают дома, в местах работы сотрудников или общественных местах, или на ходу. Технологические достижения и изменения в мировой экономике увеличивают географическое распределение работы во всех отраслях.

Таким образом, меняется вся инфраструктура интеллектуальной работы, а 38 % компаний ожидают, что эти изменения будут долгосрочными или постоянными [14].

Целью статьи является выявление факторов, способствующих переходу компаний на использование распределенной рабочей силы, преимуществ данного вида работы и перспектив его использования в России, а также сложностей, с которыми компаниям предстоит столкнуться.

Обзор литературы

Тема перехода большинства компаний на использование удаленной, в том числе распределенной рабочей силы, привлекает внимание многих зарубежных и российских исследователей. В литературе широко освещены вопросы управления глобальными командами [1; 5], вопросы мотивации сотрудников в условиях удаленной работы [2; 4; 6]. Однако тема требует более глубокого изучения, так как затрагивает все аспекты деятельности компании.

Методы исследования

В процессе написания статьи были проанализированы зарубежные источники, а также исследования крупных российских и зарубежных компаний, в том числе отчет Work Trend Index 2021, в котором представлены результаты исследования, в котором приняли участие более 30 000 человек из 31 страны, а также проанализированы триллионы совокупных сигналов пользователей Microsoft 365 и LinkedIn. Он также включает мнения экспертов, которые десятилетиями изучали вопросы совместной работы, социального капитала и создания рабочих пространств [7; 12]. Авторами также использованы результаты собственного исследования, проведенного среди московских компаний, которые имеют опыт использования распределенной рабочей силы.

Основные результаты исследования

Феномен распределенной работы обусловлен несколькими тенденциями [10].

Прежде всего, глобализацией бизнеса. Чтобы лучше удовлетворять потребности глобального бизнеса, компании инвестируют в новые методы коммуникации для укрепления внутреннего сотрудничества и улучшения качества обслуживания клиентов. Корпоративная культура и сотрудничество вышли за рамки физического местоположения и теперь осуществляются виртуально с помощью цифровых средств связи [14].

Проблема нехватки талантливых сотрудников для решения неординарных задач в условиях постоянного поступательного движения тоже становится ощутимым фактором влияния на бизнес. Для решения проблемы нехватки талантов компании используют распределенные команды. Поддерживая механизмы удаленной работы, компании теперь могут нанимать лучших специалистов для любой конкретной роли, независимо от их физического местоположения.

Происходит изменение в предпочтениях в работе и мотивации молодых сотрудников. Они ожидают, что работодатели будут поддерживать их и менять алгоритмы взаимодействия. Исследования постоянно показывают, что молодые сотрудники (миллениалы и поколение Z) предпочитают работать там, где им наиболее комфортно и продуктивно [14]. В результате работодатели разрабатывают политику распределенной работы с учетом различных методов сотрудничества. Более 82 % миллениалов, работающих таким образом, сообщают о возросшем чувстве лояльности к своим работодателям [8].

Авангард небольших компаний, в основном в области технологий (Automattic, Help Scout, WordPress, InVision, Evernote, Virgin Group, Zapier, 1password, Ghost и др.) показал, что можно успешно управлять компанией с полностью распределенной рабочей силой [13]. Для этих компаний социальный контакт заключается не в том, чтобы присутствовать в офисе физически, а в том, чтобы ментально и полностью участвовать, где бы сотрудники ни находились. Сотрудники обязуются быть частью команды и выполнять свою работу, а работодатель обязуется сделать это возможным. Пандемия вынуждает владельцев компаний переосмыслить разницу между удаленной (англ. remote) и распределенной (англ. distributed) работой. Директор по исследованиям в 451Research К. Марш исследовал полный спектр инструментов, связанных с производительностью рабочей силы, консультируя компании по их эффективному использованию. Компании, которые просто вынуждены нанимать удаленных работников, редко прилагают усилия, чтобы сделать их частью команды. Удаленным работникам легко выполнять работу (часто с большей сосредоточенностью, чем их коллеги на месте), но все же они не являются полноправными членами команды [9]. Принцип подбора персонала в компаниях, использующих распределенную рабочую силу, основан на выборе сотрудников, проживающих в определенном регионе. В компаниях с распределенной рабочей силой большее значение приобретают компетенции людей, их таланты. Проживать они могут в любой точке мира.

Раньше сотрудники, работающие удаленно из другого региона, не имели доступа к той же информации и социальным возможностям, что и их коллеги на месте. Сейчас внедряемые передовыми компаниями инструменты, технологии, методы работы позволяют обеспечить сотрудникам равные возможности. Однако немедленное стремление многих компаний заменить отсутствующий физический контакт увеличением использования приложений для чата или видеоконференций, лишь маскирует значительно более серьезную проблему – несовершенство систем взаимодействия сотрудников [3], чрезмерная формализация процессов, отсутствие понятных алгоритмов. До кризиса работники уже чувствовали себя подавленными слишком большим количеством разговоров и слишком большим количеством встреч. У удаленных менеджеров, например, на 21 %

больше прямых отчетов, чем у менеджеров на местах. В частности, подавляющее большинство менеджеров хотят больше времени уделять своей работе и меньше времени тратить на электронную почту и телефонные разговоры [11]. Продуктивность сотрудника, работающего не в офисе, во многом зависит от созданного умного рабочего пространства, которое требует меньшего взаимодействия, соответственно, не заставляет сотрудника проводить немалую часть рабочего времени за разговорами в сетях, приложениях, чатах, видеоконференциях. Все эти коммуникации должны служить лишь способом определения контекста проекта.

По мере того как мир будет переходить к распределенному рабочему мышлению, появятся и новые формы социального контакта. Наибольшую важность приобретет доверие к работодателям без постоянного физического присутствия в офисе и близости товарищей по команде. Работники должны будут демонстрировать своим работодателям, что они также достойны доверия.

Использование распределенной рабочей силы дает компаниям огромные преимущества.

Возможность для корпоративных компаний находить и нанимать абсолютно лучших талантов со всего мира. Возможно, самое большое преимущество наличия распределенной рабочей силы. Это означает, что организации не ограничиваются наймом только местных кандидатов, которые живут в пределах досягаемости от их офиса. Расстояние и географические границы больше не имеют значения. Вместо этого организации имеют доступ к огромному количеству квалифицированных работников из всех регионов мира. Использование мирового рынка талантов дает компаниям возможность получить конкурентные преимущества на своих рынках. Кстати, можно найти высококвалифицированных специалистов в определенных регионах мира, которые готовы работать за небольшую плату.

Стимулирование инноваций. Распределенные команды открывают двери для талантов из самых разных слоев общества, знаний и опыта, что приводит к появлению разных идей и способов мышления. Найм людей, которые выглядят, говорят или думают не так, как остальные члены команды, позволяет избежать дорогостоящих ловушек соответствия, которые препятствуют инновационному мышлению. На самом деле, исследование McKinsey показало, что компании с более высоким этническим и расовым разнообразием показали лучшие результаты, чем в среднем по отрасли, увеличили финансовые показатели на 35 %.

Повышение производительности труда сотрудников. Предоставление членам команды гибкого графика и возможности работать там, где им наиболее комфортно, способствует повышению производительности. Двухлетнее исследование, проведенное в Стэнфорде, показало, что при распределенной работе сотрудников наблюдается поразительный рост производительности. Оказывается, участники распределенных команд делают более короткие перерывы, имеют меньше дней болезни и берут меньше отпусков. Фактически, в среднем, они выполняют почти полный рабочий день дополнительной работы каждую неделю по сравнению с коллегами, которые работают исключительно в офисе.

Лучшее региональное покрытие. Наличие распределенной команды, распределенной по нескольким регионам и часовым поясам, обеспечивает компаниям лучший глобальный охват. Удаленные офисы и члены команды, работающие в различных местах, позволяют корпоративным компаниям иметь местное присутствие в этом регионе. Компании, нанимающие сотрудников, которые знают местный язык, культуру и обычаи, могут сформировать более прочные отношения и доверие в определенных географических регионах. Кроме того, компании, работающие по всему миру, выигрывают от того, что сотрудники работают в разных часовых поясах, чтобы оказывать поддержку более высокого уровня международным клиентам. Это также бесценно для компании, которая пытается оказать влияние на новом рынке. Кроме того, нанимая людей из разных часовых поясов, компании могут легко предоставлять услуги 24 часа в сутки по всему миру, а команды могут работать над проектами круглосуточно для более быстрого завершения. Итоги российского исследования показывают, что 35 % генеральных директоров компаний отметили возможность найма персонала из регионов, что позволяет во многих случаях повысить качество, скорость найма, одновременно сократив фонды оплаты труда [7].

Хотя экономия затрат не единственная причина наличия распределенной рабочей силы, это дополнительное преимущество. Для компаний с корпоративными офисами в крупных мегаполисах расширение физических офисных площадей для размещения растущей численности персонала может оказаться дорогостоящим. Вместо этого можно нанять сотрудников без дополнительной аренды офисных помещений, мебели, электричества, расходов на еду и напитки и других расходов. Типичный бизнес экономит

11 000 долл. США на человека в год, позволяя сотрудникам удаленно работать 50 % времени. Полностью удаленные работники в США, например, экономят организациям в среднем 22 000 долл. США в год на одного сотрудника, поскольку компании не нужно предоставлять сотруднику офисную недвижимость, электричество, продукты питания и т. д.

Наличие доступа к информации может помочь командам быстро скорректировать задачу и самоорганизоваться. Способность команд к самоорганизации и созданию собственных структур приобретает еще большее значение в контексте распределенной работы. Баланс между открытым доступом к информации и комфортными защищенными пространствами для общих встреч имеет решающее значение для психологического сближения участников команд. Организациям нужны инструменты и правила, которые позволяют командам и отдельным людям находить собственный баланс, помогая всем решать одну стратегическую цель.

Например, Dropbox smart workspace стремится решить ее с помощью новой гибко структурированной и контекстно-зависимой платформы для асинхронной работы, и пандемия делает эту потребность еще более насущной. Трудно обеспечить последовательное управление информацией, если эта информация находится во многих разных местах, невозможно перейти к самоорганизации с помощью политики сверху вниз. Организационная гибкость возникает благодаря предоставлению людям доступа к инструментам, которые они могут использовать по-своему.

С точки зрения распределенной работы компания – это просто набор ресурсов, объединенных общей миссией. Все чаще компании подталкивают свои команды к работе за пределами основного функционала, дают возможность прямого контакта с клиентами. Если работа согласована и прозрачна для сотрудников и клиентов, это позволяет создавать дополнительную ценность для клиентов и преимущества перед конкурентами. В некоторых компаниях, где много людей работают непосредственно с клиентами, это преимущество означает, что команды могут разрабатывать свои собственные рабочие процессы, отражающие потребности клиентов. В идеале эти структуры включают доступ к достаточному количеству информации, чтобы сотрудники на передовой могли быстро перемещаться, не требуя большой обратной связи в режиме реального времени от членов команды или других команд.

Существует ряд сложностей в управлении распределенными проектными командами.

Управление персоналом, создание и поддержание организационной культуры, создание HR брендов. Люди – самый важный актив любой компании. Следовательно, принятие решений в распределенном рабочем пространстве должно быть ориентировано на человека, на удовлетворение социальных и психологических потребности людей. Люди не только хотят хорошо относиться к своему работодателю, они хотят работать в компании, где они могут быть эффективными и уважаемыми. Огромное преимущество здесь в том, чтобы люди чувствовали себя вовлеченными, связанными с другими членами команды и имели все возможности для того, чтобы сосредоточиться на выполнении конкретных задач. Независимо от того, вернутся ли компании к обычным формам ведения бизнеса или нет, когда кризис утихнет, те, кто получит это право, скорее всего, сохранят лучшие новые методы и, что важно, своих работников. 74 % опрошенных авторами в рамках подготовки данного исследования офисных работников считают, что гибкая работа стала “новой нормой”, 91 % работников отмечают улучшение баланса между работой и личной жизнью.

Языковые и культурные барьеры. Наличие глобально разнообразной рабочей силы с различным происхождением, языками и культурами также может быть сложной управленческой задачей. В рамках межкультурного тимбилдинга членам команды необходимо поделиться информацией и историями о своих родных языках, культурах и еде. Члены команды могут научиться произносить приветствия или короткие фразы на родных языках своих коллег. Это уменьшает недопонимание, связанное с культурой, способствует признанию различных культур и укреплению отношений между членами команды.

Коммуникационные проблемы. В распределенной работе существует значительная неопределенность в прогнозировании в отношении поведения других работников. Чтобы уменьшить неопределенность, членам группы нужна информация о том, что делают другие члены группы. В условиях распределенной работы менеджеры должны систематически проводить обучение удаленных работников и регулярные встречи с распределенными работниками. Процесс принятия решений должен способствовать решению стратегических и операционных проблем организации, обеспечивать продуктивную рабочую среду во всей организации.

Эффективная коммуникация является краеугольным камнем любой функционирующей команды, и это особенно важно для компаний с распределенной рабочей силой. Приложения для обмена мгновенными сообщениями, чата и видеоконференций делают общение, сотрудничество и решение проблем распределенной команды проще. В дополнение к регулярным командным видеоконференциям не менее важны встречи один на один. Это дает членам команды возможность поделиться проблемой, идеей или мыслью в частной и конфиденциальной обстановке. Взаимодействие лицом к лицу в режиме реального времени добавляет человеческий элемент в разговор и помогает понять, что пытаются сообщить члены команды.

Конфликты планирования. Для распределенных команд, разбросанных по нескольким часовым поясам, согласование времени для встреч может быть проблематичным. Необходимо выбирать время для встреч, которое обычно приходится на дневные рабочие часы каждого человека. Для некоторых это может быть утром, а для других – днем или ранним вечером. Для команд, которые находятся на противоположных сторонах полушария, возможна, например, видеозапись совещания для тех, кто не смог присутствовать на собрании в режиме реального времени, чтобы они могли просмотреть его позже. Распространение повесток дня собраний и заметок о собраниях в письменном виде также помогает коллегам быть в курсе событий, когда они не могут присутствовать лично.

Современные компании нуждаются в помощи в разработке и внедрении стратегии распределенной работы, вплоть до уровня проектирования и управления рабочими местами. Задача распределения рабочих мест в распределенной среде заключается в обеспечении и поддержании продуктивной рабочей среды для людей во всей организационной сети. В настоящее время крайне важно разработать комплексные решения, которые могут помочь организациям создавать ценные и эффективные распределенные рабочие механизмы, поддерживающие потребности организации в эпоху знаний.

Современные организации стремятся извлечь выгоду из скорости, масштаба и гибкости, которые облачная инфраструктура может предоставить их распределенным командам. Но по мере того, как популярность облачных вычислений растет и меняется то, как компании собирают, используют и обмениваются данными. В этот момент они становятся привлекательной мишенью для киберпреступников. Благодаря перемещению данных за пределы одного физического офиса и через глобальную сеть устройств и точек доступа управление активами и безопасность стали серьезной проблемой для корпоративных компаний. В ходе опроса, проведенного компанией по безопасности Wi-Fi iPass, 57% ИТ-директоров сообщили, что подозревают, что их мобильные сотрудники были взломаны или стали причиной проблем с безопасностью. Глобальные компании с географически распределенной рабочей силой должны серьезно относиться к безопасности данных и внедрять комплексный план безопасности для защиты своих сотрудников и конфиденциальных данных компании.

Среди практик, которые помогут сохранить информацию сотрудников и конфиденциальные данные компании в безопасности: создание и применение политик безопасности удаленной работы; создание надежных паролей; использование многофакторной аутентификации и т. д.

Другая проблема лежит в отслеживании работы с помощью корпоративных устройств. Это, безусловно, необходимо делать, но в этичной форме и только после того, как будет обеспечена поддержка удаленных работников [7].

Отслеживание и измерение производительности. При управлении распределительной рабочей силой полезно иметь количественный способ оценки вклада каждого члена команды. Используя программное обеспечение для управления проектами и повышения производительности, такое как YouGile, Bitrix24, Pyrus, Jira, Asana, ProjectManager.com, можно легко отслеживать ход выполнения проектов и измерять индивидуальную производительность. Эти инструменты предоставляют бесценную информацию и помогают сотрудникам выполнять поставленные задачи и активно способствовать достижению целей команды. Современные инструменты видеоконференцсвязи также предоставляют подробные данные об участии в собраниях, их использовании и многом другом.

Заключение

Распределенная работа – это дисциплина для всей организации. В настоящее время крайне важно разработать комплексные решения, которые могут помочь организациям создавать ценные и эффективные распределенные рабочие механизмы, поддерживающие потребности организации в эпоху знаний.

Оперативная гибкость с использованием технологий распределенной работы становится новой нормой ведения бизнеса. Цифровые инструменты могут позволить гибким командам дисциплинировать технических и нетехнических сотрудников, работающих вместе кросс-функционально. Новые организационные модели будут гораздо более динамичными и адаптивными, чем традиционные корпоративные модели.

Ключевым изменением с операционной точки зрения станет все большее пересечение ИТ- и HR-команд внутри компаний для разработки инструментов и политики, которые обеспечивают баланс автономии и согласованности работников. Культура выполнения работы, совокупность технологий и моделей поведения, а также методов работы и рабочих процессов, которые обеспечивают эти технологии, становятся гораздо более важной частью опыта сотрудников. Усилия по созданию опыта работы распределенных сотрудников, безусловно, окупятся, когда люди вернутся в офис.

Библиографический список

1. Иконников, С. Д. Управление удаленными командами // Московский экономический журнал. – 2020. – № 9. – С. 255–259. <https://doi.org/10.24411/2413-046X-2020-10606>
2. Ковалёва, И. А., Канке, А. А., Мозговой, А. И. Управление человеческими ресурсами через призму глобальных трансформационных изменений // Вестник МГПУ. Серия: «Экономика». – 2021. – № 1 (27). – С. 71–86. <https://doi.org/10.25688/2312-6647.2021.27.1.6>
3. Орлова, М. В., Пшеничников, В. О. Проектирование онлайн-системы управления малым бизнесом на основе функционально-ролевого моделирования // Менеджмент в России и за рубежом. – 2019. – № 4. – С. 95–100
4. Сущенко, А. О., Портная, А. Д. Актуальность дистанционного управления персоналом в современном мире // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2021. – № 16. – С. 108–113.
5. Табачникова, М. Б., Чеснокова, С. Е. Управление командами при реализации онлайн-проектов в условиях ограничений личного общения // Современная экономика: проблемы и решения. – 2020. – № 11 (131). – С. 112–121. <https://doi.org/10.17308/meps.2020.11/2469>
6. Яхина, Г. Р., Шакирова, Д. М. Как мотивировать сотрудников в условиях удаленной работы // Теоретические и прикладные вопросы экономики, управления и образования: сборник статей II Международной научно-практической конференции, Пенза, 15–16 июня 2021 г. В 2-х т. – Т. 2 / под ред. Б. Н. Герасимова. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2021. – С. 309–311.
7. Исследование: как крупный российский бизнес будет развивать технологии удаленной работы // CNews [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cnews.ru/articles/2021-01-26_cnews_analytics_itogi_udalarki_2020_i_budushchie (дата обращения: 12.01.2022).
8. Reiners, B. 75+ Remote work statistics you should know // Built In [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://builtin.com/recruiting/remote-work-statistics> (дата обращения: 12.01.2022).
9. Marsh, Ch., Forrest, C., Castañón-Martínez, R. Coronavirus will disrupt your workforce: ensure that you have the right tooling strategy for remote workers // 451 Research [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://go.451research.com/2020-micoronavirus-will-disrupt-your-business--remote-worker-tools-and-strategy.html> (дата обращения: 12.01.2022).
10. Smith, D. Distributed work: Its future in the time of a pandemic // Lifesize [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lifesize.com/en/blog/distributed-work-overview/> (дата обращения: 12.01.2022).
11. The Complete Guide to Distributed Work for Enterprises // Lifesize [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.lifesize.com/en/distributed-work-hub/> (дата обращения: 12.01.2022).
12. The Next Great Disruption is Hybrid Work – Are We Ready? Work Trend Index: 2021 Annual Report // Architectural Record [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.architecturalrecord.com/ext/resources/Issues/2021/07-July/Work-Trend-Index-2021-Annual-Report.pdf> (дата обращения: 12.01.2022).
13. Wing Kosner, A. The crucial difference between remote work and distributed work // Work in Progress. Dropbox Blog [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.dropbox.com/topics/work-culture/the-crucial-difference-between-remote-work-and-distributed-work> (дата обращения: 12.01.2022).
14. Zacharia, Ch. Business is becoming more global – and so should business education // University of London [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://london.ac.uk/news-opinion/london-connection/feature/business-becoming-more-global> (дата обращения: 12.01.2022).

References

1. Ikonnikov S. D. Remote team management, *Moscow economic journal*, 2020, no. 9, pp. 255–259. (In Russian). <https://doi.org/10.24411/2413-046X-2020-10606>
2. Kovaleva I. A., Kanke A. A., Mozgovoy A. I. Human resources management through the global transformational changes, *MCU Journal of Economic Studies*, 2021, no. 1 (27), pp. 71–86. (In Russian). <https://doi.org/10.25688/2312-6647.2021.27.1.6>
3. Orlova M. V., Pshenichnikov V. O. Designing online management systems for small business on the basis of functional role modeling, *Menedzhment v Rossii i za rubezhom*, 2019, no. 4, pp. 95–100. (In Russian).
4. Suschenko A. O., Portnaya A. D. The relevance of remote personnel management in the modern world, *Obrazovanie i nauka bez granits: sotsial'no-gumanitarnye nauki*, 2021, no. 16, pp. 108–113. (In Russian).
5. Tabachnikova M. B., Chesnokova S. E. Team management during implementation online projects subject in terms of personal communication restrictions, *Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya*, 2020, no. 11 (131), pp. 112–121. (In Russian). <https://doi.org/10.17308/meps.2020.11/2469>
6. Yakhina G. R., Shakirova D. M. How to motivate the employees of the organization in the conditions of remote work, *Theoretical and applied issues of economics, management and education: Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference*, Penza, June 15–16, 2021, In 2 vol., Vol. 2, ed. by B. N. Gerasimov, Penza, Penza State Agrarian University, 2021, pp. 309–311. (In Russian).
7. Research: how large Russian business will develop remote work technologies, *CNews*. Available at: https://www.cnews.ru/articles/2021-01-26_cnews_analytics_itogi_udaleni_2020_i_budushchie (accessed 12.01.2022).
8. Reiners B. 75+ Remote work statistics you should know, *Built In*. Available at: <https://builtin.com/recruiting/remote-work-statistics> (accessed 12.01.2022).
9. Marsh Ch., Forrest C., Castañón-Martínez R. Coronavirus will disrupt your workforce: ensure that you have the right tooling strategy for remote workers, *451 Research*. Available at: <https://go.451research.com/2020-mi-coronavirus-will-disrupt-your-business--remote-worker-tools-and-strategy.html> (accessed 12.01.2022).
10. Smith D. Distributed work: its future in the time of a pandemic, *Lifesize*. Available at: <https://www.lifesize.com/en/blog/distributed-work-overview/> (accessed 12.01.2022).
11. The Complete Guide to Distributed Work for Enterprises, *Lifesize*. Available at: <https://www.lifesize.com/en/distributed-work-hub/> (accessed 12.01.2022).
12. The Next Great Disruption is Hybrid Work – Are We Ready? Work Trend Index: 2021 Annual Report, *Architectural Record*. Available at: <https://www.architecturalrecord.com/ext/resources/Issues/2021/07-July/Work-Trend-Index-2021-Annual-Report.pdf> (accessed 12.01.2022).
13. Wing Kosner, A. The crucial difference between remote work and distributed work, *Work in Progress. Dropbox Blog*. Available at: <https://blog.dropbox.com/topics/work-culture/the-crucial-difference-between-remote-work-and-distributed-work> (accessed 12.01.2022).
14. Zacharia Ch. Business is becoming more global – and so should business education, *University of London*. Available at: <https://london.ac.uk/news-opinion/london-connection/feature/business-becoming-more-global> (accessed 12.01.2022).

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

ORCID: 0000-0001-9742-3437

e-mail: ryazanovagn63@gmail.com

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА

Аннотация. Автор обозначил роль микроэкономического агента в системе связей в макроэкономическом пространстве; исследовал особенности изменений в российской организации на разных этапах развития страны во взаимосвязи с изменением ценностей эпохи; выявил специфику современного экономического агента, его картины мира и ценностных ориентаций; установил причинно-следственные связи процессов трансформации современного экономического пространства и вызовов, стоящих перед организацией; обосновал необходимость учитывать ценности заинтересованных групп в менеджменте; систематизировал методы управления организацией на основе ценностно-ориентированного подхода. В статье использованы эволюционный и исторический, причинно-следственный методы исследования, метод анализа и синтеза, метод научной абстракции. Результатом исследования являются предлагаемые методы управления современной организацией на основе ценностно-ориентированного подхода.

Ключевые слова: организация, микроэкономический агент, ценностно-ориентированный подход, трансформация экономического пространства, метамодернизм, стейкхолдеры, вызовы экономического пространства, методы управления организацией

Для цитирования: Рязанова Г.Н. Современные методы управления организацией на основе ценностно-ориентированного подхода // Вестник университета. 2022. № 2. С. 41–48.

ORGANISATION MANAGEMENT MODERN METHODS BASED ON A VALUE-ORIENTED APPROACH

Abstract. The author outlined a microeconomic agents role in the connections system in the macroeconomic space; explored the changes features in the Russian organisation at different stages of the country's development in conjunction with changes in the values of the era; revealed the modern economic agent specifics, his worldview and value orientations; established the transformation process causal relationship of the modern economic space and the challenges facing the organisation; justified the need to take into account the stakeholder groups values in management; systematised organisation management methods based on a value-based approach. The article used evolutionary and historical, cause-and-effect research methods, the analysis and synthesis method, scientific abstraction method. The result of the study is the proposed managing methods in a modern organisation based on a value-oriented approach.

Keywords: organisation, microeconomic agent, value-oriented approach, economic space transformation, metamodernism, stakeholders, economic space challenges, organisation management methods.

For citation: Ryazanova G.V. (2022) Organisation management modern methods based on a value-oriented approach. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 41–48. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-41-48

Введение

Развитие научно-технического прогресса неразрывно связано с развитием организации: микроэкономический агент является драйвером роста, а уровень объема производимых товаров и услуг – индикатором развития народного хозяйства. Термин «устойчивое развитие» неразрывно связан с развитием инвестиционного сектора экономики как одного из главных секторов макроэкономики. Современное, эффективное, экологически чистое производство, позволяющее обеспечивать потребителей промежуточными и конечными благами, а также предоставление качественных профессиональных услуг отражает конкурентоспособность государства в мировой экономике. Поэтому проблемы, связанные с управлением организацией, являются актуальными

© Рязанова Г.Н., 2022.

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

© Ryazanova G.V., 2022.

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



в любой период развития общества. Для выявления проблем микроэкономического агента и эффективных методов их решения в современном экономическом пространстве необходимо рассмотреть развитие организации в исторической ретроспективе, сравнить особенности разных эпох и их влияние на состояние организации и раскрыть методы, способные максимально использовать возможности эпохи и нивелировать риски и угрозы.

Особенности развития организаций в России

Во всем мире на протяжении истории развития человеческой цивилизации от истоков появления организации, как микроэкономического агента, до сегодняшнего времени наблюдаются подъемы и спады объемов выпускаемой продукции и оказанных услуг, изменяется динамика загрузки производственных мощностей промышленных предприятий, количество занятых в организациях производственного и непромышленного секторов. Этот феномен связан с изменениями институциональной конъюнктуры, отражающей не только с экономические, но и неэкономические трансформации – нормативно-правовые аспекты, политические перемены, изменения в потребительском поведении [1]. Наибольшее влияние по мнению Р. Аллена на динамику деловой активности инвестиционного сектора оказывают волны экономического цикла [6], Дж. Мазевс связывает развитие предприятий с экономической политикой государства в части поддержки производителя [12; С. 333], М. Хабибула и Б. Дин – с особенностями развития региона [11]. Однако, все трансформации происходят в тесной взаимосвязи с идеологическими концептами, картиной мира и ценностями экономических агентов.

Особенно актуально это для России с ее уникальной траекторией развития, связанной со скачкообразными подъемами и спадами, то сокращающимися, то углубляющими отставание от стран-лидеров. Объективными причинами определенного запаздывающего экономического развития российских организаций от предприятий стран-пионеров являются следующие факторы:

- несмотря на древнюю историю, предпосылки для рывка в сфере производства и оказания услуг возникли лишь с приходом к управлению страной Петра I (особенно в сфере промышленности), что доказывает и донаучный период развития экономического знания, базирующегося на хозяйственной практике;
- огромная и богатая ресурсами территория во все времена привлекала завоевателей, о чем свидетельствуют войны с татаро-монголами, Ливонская, Северная и Русско-Турецкая, Отечественная с французами, Крымская, Первая и Вторая мировая.
- традиции и ценности российских жителей, которые отличаются терпением и некоторой пассивностью; ментальность российского народа, истоки которой заключены в протяженности территории, наличии существенных природных ресурсов, общинных ценностях и особенностях характера.

Развитие организации в России от модерна до метамодерна

Если рассматривать наиболее весомые периоды прорывов российских предприятий, можно обнаружить их несомненную связь с вектором на ценностную ориентацию.

Начало XIX в. характеризовалось переходом от средневекового к классическому периоду, когда ценностные ориентации экономических агентов эволюционировали (уже упоминалось, что западная цивилизация этот период прошла несколько раньше и уже вступила в период расцвета результатов промышленной революции). В это время Петр I, понимая необходимость импорта технологий и человеческих ресурсов для модернизации экономики и ее соответствия новым ценностям, приглашал профессиональных зарубежных специалистов и управленцев для создания новых конкурентоспособных предприятий. В период революционных преобразований организации не смогли бы получить столь динамичное развитие без протекционистской политики и государственной финансовой поддержки. Развивались в большей степени организации промышленного направления (энергообеспечение, транспорт – дорожное и железнодорожное строительство, смежные отрасли), появились новые морские торговые пути, что позволило расширить внешние транзакции. К концу столетия производство паровозов за счет интеграции организаций по добыче полезных ископаемых, металлургической промышленности, машиностроения достигло 1 200 паровозов в год [2; С. 39–40].

В период упадка ценностей модерна, основанных на развитии, конкретности, сбалансированности и рациональности экономических агентов и перехода в посмодернистскую эпоху, разразился мировой экономический кризис, темпы мирового производства упали, и эта тенденция не могла не сказаться на российской экономике. Релятивистские ценности общества стирали модернистскую рациональность и обращали человека

рационального в иррационального агента. В России это период политической нестабильности – войны с Японией, Первой мировой, а затем сменой политического строя. Всплеск деловой активности микроэкономических агентов ввиду высоких урожаев 1909–1912 гг. и возобновление развития строительной отрасли, цепляющей с мультипликативным эффектом рост смежных секторов, угас ввиду территориальных потерь и потерь рынков в 1914–1917 гг.

Ценности советских предприятий были сформированы социалистической идеологией, капиталистическая ориентация на прибыль сменилась целевой функцией объема выпуска продукции. Не важно, сколько зарабатывает организация, важно, сколько тонн, литров, центнеров и т.д. продукта она даст стране, методы управления были направлены на выполнения планов, спущенных сверху партией. Организационно-функциональная структура микроэкономических агентов была выстроена таким образом, что к 1970-м гг. в СССР были сформированы масштабные взаимоувязанные интегрированные кластеры, позволяющие производить все промежуточные и конечные товары для потребителей. Экономическая эффективность добычи углеводородов сместила акцент с производственной экономики на сырьевую, поскольку ценности агентов не были направлены на получение удовольствия от жизни, основные управленческие рычаги были связаны с вертикалью власти, жестким подчинением, классической системой управления. Развивались отрасли тяжелого машиностроения разных отраслевых направлений (энергетическое, ракетостроение, сельскохозяйственное, судостроение и др.).

Очередным вызовом для организации стали 1990-е гг. прошлого столетия. Импорт либеральных институтов застал врасплох индивидуумов, 70 лет плановой экономики, искоренившей предпринимательство, не дали возможности быстро перестроиться как индивидуумам, так и организациям: старые кластерные связи были разрушены, а новые еще не сформировались. Адаптация к новым институциональным условиям произошла только в 2000-е гг., когда российские организации ощутили влияние постмодерна и научились использовать традиционные либеральные методы управления.

Особенности и вызовы современной эпохи для организации

Последнее десятилетие мир наблюдает переход от постмодерна к метамодерну [4]. Философско-идеологическая концепция метамодерна трансформирует картину мира экономического агента – это не рациональный агент модерна, не социальный агент советского периода, не иррациональный постмодернистский агент, а «человек растерянный» эпохи метамодерна [8].



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Вызовы глобального экономического пространства для современных организаций

Растерянность формируется из нестабильности среды, ее изменчивости то в сторону структурированности модерна, то в сторону размытого постмодерна (приставка «мета» в переводе с греческого означает «колебание»). Экономический агент нестабилен – то самодостаточен, то потерян; то общителен, то замкнут; то энергичен, то пассивен; то одного пола, то другого и в других проявлениях. Метамодернистские особенности экономических агентов создают существенные вызовы для организаций, поскольку влияют на все уровни экономической иерархии, включая глобальное экономическое пространство (рис. 1). Тренды метамодернизма, характерные для мирового и национального экономических ландшафтов, отражаются в организации теми же характеристиками: нелинейностью развития и управления,

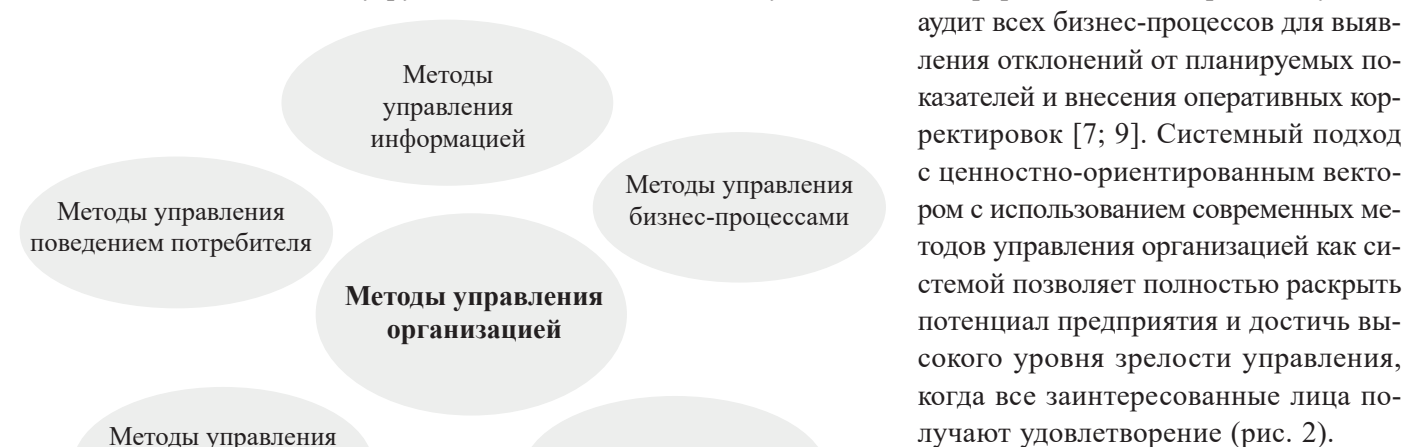
колебаниями конъюнктуры и внутренней среды, отсутствием традиционных причинно-следственных связей. В настоящее время наблюдается молниеносная смена сценариев на товарных рынках и рынках ресурсов, что обуславливает дополнительные риски и является предпосылкой короткого жизненного цикла благ, производимых организаций. Ценностные ориентации потребителей на получение краткосрочных, сиюминутных эмоций, потребности в которых в следующий момент времени могут измениться, ускоряют процесс удовлетворения потребностей и требуют от предприятий высокой скорости изменений. В эпоху метамодернизма как никогда ранее около 70 % производственно-технологического цикла находится в стадии «режима ожидания», то есть производственные мощности простаивают или перестраиваются, что, по оценкам экспертов, на 40 % связано с несвоевременно поступившей руководителю информацией ввиду динамики ее инверсии.

Методы управления организацией на основе ценностно-ориентированного подхода

В новых институциональных условиях методы управления организацией, которые были прежде эффективны, требуют пересмотра и трансформации под новые реалии [5]. Управленцу нужно обладать качествами, которые соответствовали бы ценностям метамодернизма: взвешенностью и быстротой принятия решений, требовательностью и чуткостью в управлении персоналом, навыком удержания огромного количества информации, оперативного ее анализа и стрессоустойчивостью, масштабом мышления и вниманием к мелочам, являющимися индикаторами состояния организации и помогающих предсказать варианты развития дальнейших альтернативных сценариев. В настоящее время лидеру особенно важно понимать ценности всех заинтересованных групп на каждом этапе интегрированного управления организацией:

- при формировании целей и задач организации или конкретного проекта, планируемого к внедрению (важно соотносить их с ценностными ориентациями потребителей и владельцев бизнеса);
- в процессе разработки планов конкретных действий (и их корректировки, которая осуществляется в оперативном управлении) для достижения поставленных целей, а также непосредственных процессов и процедур их обслуживания (важно прописывать с учетом ценностей работников предприятий);
- при обдумывании стратегии взаимоотношений с поставщиками (управление аутсорсингом и поставщиками должно быть основано на понимании картины мира партнеров).

Ценностная ориентация в управлении поможет снять большую часть рисков и сделать их более предсказуемыми. В то же время, важно не забывать, что в текущий период стейкхолдеры подвержены колебаниям в своем поведении, поэтому руководителю необходимо осуществлять непрерывный мониторинг ситуации,



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 2. Сегментация методов управления современной организацией

аудит всех бизнес-процессов для выявления отклонений от планируемых показателей и внесения оперативных корректировок [7; 9]. Системный подход с ценностно-ориентированным вектором с использованием современных методов управления организацией как системой позволяет полностью раскрыть потенциал предприятия и достичь высокого уровня зрелости управления, когда все заинтересованные лица получают удовлетворение (рис. 2).

Цифровизация метамодерна дает возможность применять методы управления организации, позволяющие извлекать нужную оперативную информацию из разных сегментов больших данных и контролировать в режи-

ме онлайн использования ресурсов, все элементы технологических операций, предупреждать оппортунистическое поведение сотрудников и партнеров предприятия, выстраивать долгосрочные взаимовыгодные связи. В современных условиях функционирование сложных систем (а организация относится к ним)

не поддается точному прогнозированию и подвержено влиянию вариативности, однако новые методы управления позволяют сформировать механизм балансировки синхронизации ресурсов в условиях колебательных процессов изменений разнонаправленных факторов от колебаний цен и валютных курсов до изменчивости потребительских предпочтений [10].

Ключевыми точками управления современной организацией являются:

- профессиональное планирование и оптимизация бизнес-процессов для реализации планов;
- бесперебойное измерение и регистрация информационных потоков (внешних и внутренних) как основы определения дальнейших решений руководителем;
- быстрые изменения, а следовательно, быстрые управленческие решения.

Для обеспечения всех трех элементов и их составляющих, необходима системная цифровая управленческая модель управления, объединяющая бизнес-процессы, связанные с внутренними внутрикорпоративными процедурами (документооборотом, технологическими операциями, коммуникациями между подразделениями, управлением персоналом и др.) и с внешними условиями (риски и возможности институциональной среды, особенностями поведения потребителей, поставщиков, конкурентов и др.).

Одним из ключевых современных методов управления, позволяющих осуществить эти связи, является агрегированное управление бизнес-процессами на базе разработанной российскими программистами программы 1C Enterprise resource planning (1C ERP), позволяющей увязать все бизнес-процессы на предприятии на основе системы индикаторов в агрегированном или интегральном формате для стратегического и оперативного управления организацией. 1C ERP способствует оптимизации запасов полуфабрикатов незавершенного производства и готовой продукции; трудовых ресурсов, поскольку обеспечивает эффективное нормирование для обеспечения технологических операций людьми с оптимально рассчитанной заработной платой; расходной и доходной части бюджета с возможностью корректировать одну и другую часть в процессе управления; использования заемных финансовых средств за счет управления дебиторской и кредиторской задолженностью. 1C ERP обслуживает и функционально-операционные и структурные аспекты, включая изменение структуры организации, производительности и загрузки производственных мощностей и сотрудников организации. Дублирование операций не позволяет системе допускать ошибок в управленческом учете. Настройки на достижение промежуточных и конечных целевых показателей производятся на каждом уровне организационной иерархии в зависимости от уровня доступа к данным программы; несоответствие частей системы сигнализируется программой и быстро распознается пользователем.

Когда бизнес стремительно масштабирует, а информация накапливается катастрофически, организация может использовать технологии облачных хранений данных и вычислений [13]. Беспроводные сенсорные сети в несколько раз увеличивают возможности быстрого принятия решений за счет увеличения мощности и емкости цифровых средств управления. Несмотря на недостатки, в большей степени связанные с недоверием организаций к «облакам» в части возможности фальсификации и утери конфиденциальных данных, а также с определенным процентом задержки предоставления вычислений, этот метод открывает большие перспективы роста организации, позволяя перекладывать емкие вычисления на скоростные сети и быстро реагировать на изменения ценностей и потребностей потребителя, а также создавать новые ценности.

В настоящее время существуют разные облачные решения в зависимости от целей и бюджета компании. Организация может приобрести доступ к облачному программному обеспечению Software as a service (SAAS), исключая содержание собственных приложений. Если предприятию необходимо разработать свои приложения под индивидуальные цели «все включено», можно использовать метод Platform as a service (PaaS) – сформировать сетевую платформу, не требующую покупки оборудования для облачных вычислений, а осуществляющую их на базе Google App Engine и других. Другая платформа в виртуальной среде, которая может использоваться как современный инструмент управления информацией Infrastructure as a service (IaaS), работающая без специальных серверов и сетевого оборудования, а также подобная облачная модель Container as a service (CaaS). Облачные модели играют важную роль в процессе быстрой трансформации организации в условиях ценностно-ориентированного подхода. Данные экспортируются в режиме реального времени. Когда происходят отклонения от плана, система сигнализирует ответственному за процесс исполнителю и руководителю сегмента для принятия решения о пересмотре перечня работ для быстрого подтягивания нужных факторов производства и запуска корректирующих процесс действий. Отчеты по входным

и выходным потокам возможно получить как в табличном, текстовом, так и в графическом виде, оперативное сравнение планируемых и фактических индикаторов тоже можно визуализировать. Можно задать системе задачу по оптимизации бизнес-процессов для выявления возможности выделения ресурсов или внедрения программы ресурсосбережения.

Для управления проектами в части согласования результатов и сроков, руководитель организации может применять диаграмму Ганта, которая очень хорошо структурирует цели и задачи проекта и связывает их со временем их выполнения. Строить диаграмму Ганта можно в программах Smartsheet, GanttPRO, Comindware, а также в популярных Google Таблицы, Microsoft Project, Microsoft Excel. Этот метод хорош для управления работой с поставщиками – юридическими лицами и freelancers при совместной разработке и реализации проектов, для сложных многоступенчатых интегрированных проектов и параллельно осуществляемых нескольких проектов. Диаграммы Ганта легко интегрируются в систему управленческого учета.

Другими методами последовательного управления являются методы Waterfall и Critical path method (CPM), которые отличаются жесткой постановкой задач с применением моделирования и ресурсным обеспечением каждого этапа и возможности перехода к следующему этапу при условии завершения предыдущего. CPM предполагает разделение этапов на критические и некритические, в случае отклонения результатов некритических этапов, проект может быть реализован без срывов сроков, если же волатильность внутренней или внешней среды изменяет результат критического этапа, проект может быть отложен на некоторый период времени или приостановлен на неопределенный срок. Разновидностью CPM-метода и инструментом оптимизации управления на основе математического алгоритма и его модификаций является метод Program evolution and review technique (PERT), применяемый для реализации значительных по масштабам проектов. Он представляет собой системную дорожную карту со всеми входящими ресурсами и выходящими результатами в виде сетевых диаграмм. На основе статистических методов и стандартных отклонений, руководитель выявляет ряд возможных вариаций предусмотренного сценария и может своевременно изменить элементы дорожной карты в случае изменившихся реалий.

В условиях постоянных ситуативных колебаний наиболее важным аспектом управления организации метамодерна является построение отношений с клиентами. Помимо традиционных методов количественных и качественных маркетинговых исследований (PEST, SWOT-анализ), методов определения целевой группы и ее реакции на производимых продукт (ABC, XYZ, BCG-group анализ), в современном цифровом маркетинге используются методы Impact confidence ease (ICE) Scoring и reach impact confidence effort (RICE), позволяющие выделить приоритетные функции продукта (и проекта в целом) и реакцию потребителей на них. ICE Scoring дает возможность определить вероятность и легкость влияния продукта на целевую группу, RICE метод добавляет еще и параметр охвата целевой группы. Для формирования новой ценности нового продукта организациями применяется метод генерации новых благ substitute combine adapt modify put to eliminate rearrange/reverse (SCAMPER), сущность которого заключается в составлении банка вопросов, на которые отвечает целевая группа и определении вектора трансформации имеющихся в производстве благ, и в создании новых. С развитием коммуникаций в социальных сетях рычаги управления поведением потребителя во многом переместились в эту сферу. Signal technologies позволяют улавливать сигналы потребителей и определять их изменчивые потребности [3]. Включение маркетологов в коммуникацию способствует ненавязчивому исследованию особенностей портрета целевой аудитории, картины мира потребителей, их ценностную ориентацию и мягкому влиянию на формирование новых ценностей для создания интереса к выпускаемым или планируемым к выпуску благам.

Заключение

Конкурентоспособность современной организации формируется из ценностных ориентаций, то есть адаптации и создания ценности для всех групп, оказывающих влияние на ее развитие. В условиях метамодерна, когда детерминированное моделирование в управлении оказалось недостаточным и неточным, микроэкономическому агенту необходимо применять цифровые методы управления для снижения разнонаправленных рисков и стабильного роста организации. Мониторинг ценностных ориентаций, влияющих на развитие организации агентов, и управление процессом создания новых ценностей являются ключевыми факторами эффективности микроэкономического агента. Практика применения методов управления для каждой группы

заинтересованных лиц на основе ценностно-ориентированного подхода имеет широкий эвристический потенциал, что особенно актуально в условиях изменчивости метамодерна.

Библиографический список

1. Бобрышев, А. Д., Тумин, В. М., Тарабрин, К. М., и др. Построение современных бизнес-моделей в промышленности: монография / под общ. ред. А. Д. Бобрышева, В. М. Тумина. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 226 с. <https://doi.org/10.12737/0>
2. Кафенгауз, Л. Б. Эволюция промышленного производства в России. (последняя треть XIX в. – 30-е годы XX в.) / под ред. Р. С. Головина, К. А. Погосова. – М.: Эпифания, 1994. – 848 с.
3. Рязанова, Г. Н. Управление поведением потребителя в организации метамодерна // Вестник университета. – 2020. – № 11. – С. 39–43. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-11-39-43>
4. Сазанова, С. Л. Вызовы метамодерна и их влияние на современную экономическую науку // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 44. – С. 172–179.
5. Шарипов, Ф. Ф. О необходимости планирования направлений развития производственной инфраструктуры с учетом пространственного фактора // Львовские чтения – 2017: Сборник статей V Всероссийской научной конференции, Москва, 26 апреля, 2017 г. / Под науч. ред. Г.Б. Клейнера. – М.: ГУУ, 2017. – С. 178–180.
6. Allen, R. The high wage economy and industrial revolution: A restatement. – Moscow: Delo RANEPa, 2013. – 36 p.
7. Asah-Kissiedu, M., Manu, P., Booth, C.A., Mahamadu, A.M., Agyekum, K. Integrated safety, health and environmental management in the construction industry: key organisational capability attributes // Journal of Engineering Design and Technology. – 2021. – December 2. <https://doi.org/10.1108/JEDT-08-2021-0436>
8. Chernigovskaya, T. V., Parin, S. B., Parina, I. S., Konina, A. A., Urikh, D. K. Yachmonina, Yu. O., Chernova, M. A., Plevaya, S. A. Simultaneous interpreting and stress: pilot experiment // International Journal of Psychophysiology. – 2016. – V. 108. – Pp. 155–165. <https://doi.org/10.1016/j.ijpsycho.2016.07.472>
9. Ejdy, J., Matuszak-Flejszman, A., Szymanski, M., Ustinovichius, L., Shevchenko, G., Lulewicz-Sas, A. Crucial factors for improving the ISO 14001 environmental management system // Journal of Business Economics and Management. – 2016. – V. 17, No. 1. – Pp. 52–73. <https://doi.org/10.3846/16111699.2015.1065905>
10. Evans, M., Farrell, P., Mashali, A., Zewein, W. Critical success factors for adopting building information modelling (BIM) and lean construction practices on construction mega-projects: a Delphi survey // Journal of Engineering, Design and Technology. – 2020. – V. 19, No. 2. – Pp. 537–556. <https://doi.org/10.1108/JEDT-04-2020-0146>
11. Lee, K. How can Korea be a role model for catch-up development? / United Nations University. World Institute for Development Economics Research. School of Economics. – Seoul, 2009. – WIDER Research Paper No. 2009/34. – Pp. 1–22.
12. Mathews, J. Catch-up strategies and the latecomer effect in industrial development // New Political Economy. – 2006. – V. 11, No.36. – Pp. 313–335. <https://doi.org/10.1080/13563460600840142>
13. Shah, M., Din, B. H., Sanusi, N. A. Economic growth and catch-up effect between the less developed states and the richer state of Selangor // International Journal of Economic Research. – 2018. – V. 14, No. 16. – Pp. 169–174.

References

1. Bobryshev A. D., Tumin V. M., Tarabrin K. M. et al. *Building modern business models in industry: monograph*, ed. A. D. Bobryshev, V. M. Tumin, Moscow, INFRA-M, 2019, 226 p. (In Russian). <https://doi.org/10.12737/0>
2. Kafengauz L. B. *The evolution of industrial production in Russia. (last third of the 19th century - 30s of the 20th century)*, ed. by R. S. Golovin, K. A. Pogosov, Moscow, Epifaniya, 1994, 848 p. (In Russian).
3. Ryazanova G. N. Consumer behavior management in a metamodern organization, *Vestnik universiteta*, 2020, no. 11, pp. 39–43. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-11-39-43>
4. Sazanova S. L. The challenges of metamodern and their impact on modern economic science, *Putevoditel' predprinimatel'ya*, 2019, no. 44, pp. 172–179. (In Russian).
5. Sharipov F. F. On the need to plan directions for the development of industrial infrastructure, taking into account the spatial factor, *L'vov Readings: Proceedings of the V All-Russian Scientific Conference*, Moscow, April 26, 2017, ed. G. B. Kleiner, Moscow, GUU, 2017, pp. 178–180. (In Russian).
6. Allen R. *The high wage economy and industrial revolution: A restatement*, Moscow, Delo RANEPa, 2013, 36 p.

7. Asah-Kissiedu M., Manu P., Booth C. A., Mahamadu A. M., Agyekum K. Integrated safety, health and environmental management in the construction industry: key organisational capability attributes, *Journal of Engineering Design and Technology*, 2021, December 2. <https://doi.org/10.1108/JEDT-08-2021-0436>
8. Chernigovskaya T. V., Parin S. B., Parina I. S., Konina A. A., Urikh D. K., Yachmonina Yu. O., Chernova M. A., Polevaya S. A. Simultaneous interpreting and stress: pilot experiment, *International Journal of Psychophysiology*, 2016, vol. 108, pp. 155–165. <https://doi.org/10.1016/j.ijpsycho.2016.07.472>
9. Ejdy J., Matuszak-Flejszman A., Szymanski M., Ustinovichius L., Shevchenko G., Lulewicz-Sas A. Crucial factors for improving the ISO 14001 environmental management system, *Journal of Business Economics and Management*, 2016, vol. 17, no. 1, pp. 52–73. <https://doi.org/10.3846/16111699.2015.1065905>
10. Evans M., Farrell P., Mashali A., Zewe W. (2021). Critical success factors for adopting building information modelling (BIM) and lean construction practices on construction mega-projects: a Delphi survey, *Journal of Engineering, Design and Technology*, 2020, vol. 19, no. 2, pp. 537–556. <https://doi.org/10.1108/JEDT-04-2020-0146>
11. Lee K. *How can Korea be a role model for catch-up development?*, United Nations University. World Institute for Development Economics Research. School of Economics. – Seoul, 2009. – WIDER Research Paper no. 2009/34., pp. 1–22.
12. Mathews J. Catch-up strategies and the latecomer effect in industrial development, *New Political Economy*, 2006, vol. 11, no. 36, pp. 313–335. <https://doi.org/10.1080/13563460600840142>
13. Shah M., Din B. H., Sanusi N. A. Economic growth and catch-up effect between the less developed states and the richer state of Selangor, *International Journal of Economic Research*, 2018, vol. 14, no. 16, pp. 169–174.

Тяпухин Алексей Петрович

д-р экон. наук, ФГБУН Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук (Оренбургский филиал), ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (Оренбургский филиал), г. Оренбург, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-1819-5905**e-mail:** aptyapuhin@mail.ru;

ВАРИАНТЫ, СТРУКТУРА И АЛГОРИТМ УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ СОЗДАНИЯ ЦЕННОСТИ

Аннотация. Целью исследования является уточнение и дополнение теории и методологии управления цепями создания ценности за счет обоснования его основных вариантов, совершенствования терминологического аппарата и улучшения отношений между звеньями данной цепи. В качестве методов исследования выбраны методы классификации, анализа и синтеза, индукции и дедукции, а в качестве инструмента использованы бинарные матрицы, сформированные на основе классификационных признаков и их дихотомий. В статье изложены следующие новые результаты: обоснована необходимость исследования термина «жизненный цикл ценности»; предложены направления совершенствования концепции «Управление по ценностям» применительно к цепям в статике и динамике; разработаны классификации форм получения ценности потребителем и поставщиком и объектов управления цепями; а также разработан алгоритм создания ценностей потребителя и поставщика. Полученные результаты позволяют сократить упущенную выгоду звеньев цепи создания ценности за счет рационального распределения функций, полномочий, ответственности исполнителей и устранения организационных барьеров на траекториях движения потоков различных форм ценности и сопутствующих им ресурсов.

Ключевые слова: ценность, цепь, управление, предприятие, отношения, процесс, поток, жизненный цикл ценности, управление по ценностям

Для цитирования: Тяпухин А.П. Варианты, структура и алгоритм управления цепями создания ценности // Вестник университета. 2022. № 2. С. 49–57.

VARIANTS, STRUCTURE AND VALUE CHAIN MANAGEMENT ALGORITHM

Abstract. The research purpose is to clarify and supplement the Value Chain Management theory and methodology by substantiating its main variants, improving the terminological apparatus and improving the relationships between the links of this chain. Classification methods, analysis and synthesis, induction and deduction were chosen as research methods, and binary matrices formed on the basis of classification attributes and their dichotomies were used as the research tool. The article states the following new results: the necessity of studying the term “value life cycle”; proposes directions for improving the “Management by value” concept in relation to chains in statics and dynamics; develops forms classifications for obtaining value by the consumer and supplier and Value Chain Management objects; and also develops the algorithm for creating consumer and supplier values. The obtained results make it possible to reduce the lost profit of the links in value chain due to the functions rational distribution, powers, performers’ responsibility and eliminating organisational barriers on the flows trajectories of various value forms and related resources.

Keywords: value, chain, management, enterprise, relationship, process, flow, value lifecycle, management by value

For citation: Tyapukhin A.P. (2022) Variants, structure and value chain management algorithm. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 49–57. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-49-57

Введение

Понятие «ценность», введенное в научный оборот [10], со временем стало приоритетным объектом маркетинга, ориентированного на «создание, передачу, предоставление и обмен предложениями...» [17]. Перечисленные выше процессы могут быть выполнены либо отдельным предприятием, либо их цепями. Совместное использование терминов «ценность» и «цепь» привело к созданию терминов «цепь ценности» [10]

© Тяпухин А.П., 2022.

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

© Tyapukhin A.P., 2022.

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



и «управление цепями ценностей» [8]. Несмотря на длительную историю существования, сущность и содержание данных терминов по-прежнему остаются неясными.

Для решения данной проблемы исследователям необходимо конкретизировать содержание используемых ими терминов «менеджмент», «цепь» и «ценность»; учесть, что традиционные цепи создания ценности, в основном, делают акцент на взаимодействии цепей требований и поставок, не уделяя должного внимания созданию ценностей всеми участниками данного процесса [2]; и использовать унифицированные компоненты интегрированной концепции управления цепями [5].

Если первая задача скорее предполагает создание и выбор того или иного термина, то вторая и третья задачи могут быть решены. Это позволит заложить основу для стандартизации унифицированных компонентов управления цепями, сократить необоснованное многообразие точек зрения на данный тип управления и создать предпосылки для их цифровизации.

Обзор литературных источников

Основным термином данного исследования является термин «ценность», который имеет несколько трактовок. Наиболее востребованные из них приведены в таблице 1, подтверждающей, что термин «ценность» можно рассматривать как с экономической, так и с социальной точки зрения.

Таблица 1

Наиболее востребованные трактовки термина «ценность»

Автор	Трактовка термина «ценность»
Porter, M.E.	сумма, которую покупатели готовы заплатить за то, что предоставляет фирма
Feller, A. и др.	опыт, и он исходит от лица..., которое является получателем ресурсов
Lancaster, K.	...продукты и услуги рассматриваются как совокупность атрибутов
Woodruff, R.B.	восприятие*, которое становится эталоном и оценкой при рассмотрении преимуществ продуктов, характеристик продукта и результатов, возникающих в результате использования...

* Согласно J. Strydom и др., восприятие – процесс интерпретации факторов окружающей среды, таких как запах, осязание, зрение, звук, в рамках системы отсчета клиента.

Составлено автором по материалам источников [6; 10; 13; 16; 19]

Обе точки зрения являются корректными, поскольку прежде чем создать ценность, потребитель должен получить право на ее носитель (продукт и/или услугу) за определенную плату. Если целью потребителя является создание ценности, ощущаемой его органами чувств, то целью поставщика, как правило, является получение прибыли. Поэтому J. Sánchez и др. предложили разграничивать потребительскую ценность до покупки и после покупки [12]. Данная точка зрения поддержана S. Potra, и M. Izvercian, которые выделили желаемую ценность, создание ценности, присвоение ценности и воспринимаемую ценность [11]. Исходя из этого, можно сделать вывод, что помимо традиционного термина «жизненный цикл продукции и/или услуг» целесообразно использовать термин «жизненный цикл ценности», имеющих существенные различия. Данный термин предопределяет необходимость разработки алгоритма создания ценностей как потребителя, так и поставщика с целью повышения эффективности управления цепями различного типа.

Ценности потребителя и поставщика также различаются, что требует их классификации. Решение данной проблемы предложено А. П. Тяпухиным и др. [1]. Данное решение предполагает учет ценностей потребителя: биологическую, физиологическую, познавательную и инновационную, и поставщика: экономическую, экологическую, социальную и моральную. В цепях любого типа, включая цепи создания ценности, любое промежуточное звено одновременно выполняет роли и потребителя, и поставщика, поэтому перечисленные выше виды ценности могут создаваться в различных комбинациях.

Формы создания/получения ценностей также могут быть различными. Ценность может создаваться ее потребителем [14], поставщиком или потребителем и поставщиком совместно [15]. Кроме того, поскольку ценность создается с помощью носителей ценности, то эти носители могут быть: уже готовыми и использоваться

без доработки и с доработкой под требования потребителя; изготовлены в соответствии с имеющимися аналогами или созданы впервые. Данный аспект исследования предполагает несколько вариантов управления цепями ценностей, встраиваемых один в другой в зависимости от требований потребителей.

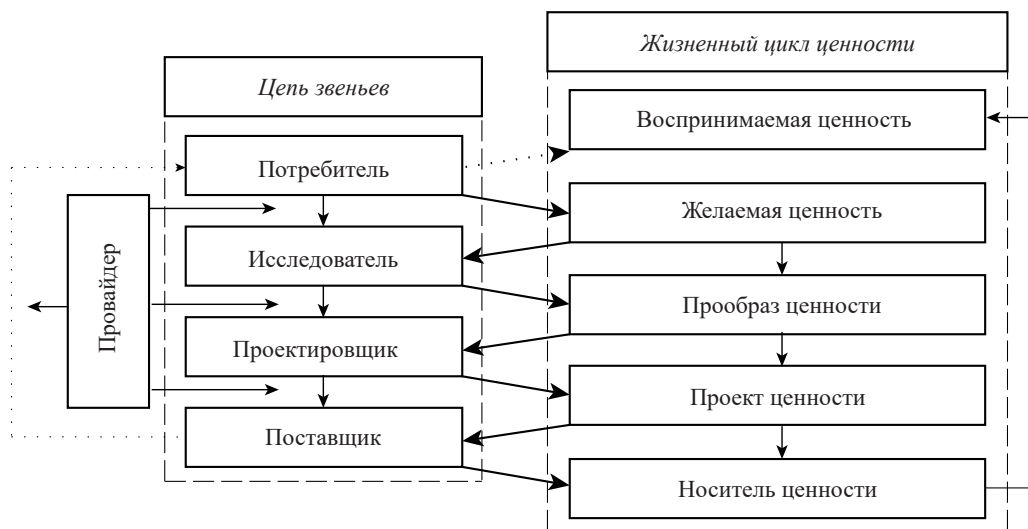
Методология

Достижение цели исследования предполагает использование метода классификаций и его вариантов: дескрипторного метода для определения качественных признаков объектов исследования и установления взаимосвязей между ними и фасетного метода для выделения основных вариантов данного объекта. В результате использования данных методов формируются бинарные матрицы, широко известные среди специалистов в области стратегического менеджмента и маркетинга. Бинарные матрицы в отличие от других инструментов классификации отличаются большей объективностью, связанностью вариантов объекта исследования, возможностью их оптимизации за счет различных сочетаний классификационных признаков, а также перспективой комбинирования с другими объектами исследования.

Основные формы создания/получения ценностей потребителем и поставщиком (звеньями цепи)

Для решения задач исследования необходимо уточнить содержание понятия «жизненный цикл ценности», связав его со структурой цепи звеньев в отличие от структуры цепи процессов.

Поскольку потребитель, создавая ценность, может оценить ее с помощью органов чувств, то приоритетной формой ценности для него является воспринимаемая ценность [11]. Однако, перед тем как создать ценность данного типа, потребителю необходимо понять, что собой представляет желаемая им ценность. Если потребитель не в состоянии ответить на этот вопрос, то он вынужден обратиться за поддержкой к исследователю, который совместно с потребителем способен создать прообраз ценности (рис. 1).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Взаимосвязи жизненного цикла ценности и звеньев цепи

Прообраз ценности представляет собой набор требований к носителям ценности, а также способ, обеспечивающий ее создание. Прообраз ценности передается проектировщику для разработки проекта ценности. Проект ценности является основой для изготовления продукта и/или услуги поставщиками и передачи потребителю, который создает ценность и оценивает ее. Изложенная выше последовательность позволяет сформировать типовую цепь звеньев, а также обосновать этапы жизненного цикла ценности, предусматривающих создание: желаемой, ценности, ее прообраза, проекта, носителей, а также воспринимаемой ценности. Цепь звеньев включает провайдеров, которые могут быть использованы на всех этапах жизненного цикла ценности. Каждое звено данной цепи имеет собственные задачи, качество решения которых оценивается с помощью соответствующих критериев, представленных в таблице 2.

Информация таблицы 2 предполагает активное взаимодействие смежных звеньев цепи, согласование критериев их эффективности и устранение организационных барьеров на траекториях движения не только видов ценности, но и ресурсов, обеспечивающих ее создание.

Таблица 2

Задачи и критерии звеньев цепи создания ценности

Субъект	Задача	Критерии
Потребитель	Описать ценность	Желаемые ощущения и впечатления
	Получить ценность	Реальные ощущения и впечатления, а также опыт
Исследователь	Выявить способ создания ценности	Принцип (технология) получения желаемой ценности
Проектировщик	Создать прообраз носителя ценности	Гарантия получения желаемой ценности
Поставщик	Произвести носитель ценности	Параметры и характеристики носителя ценности
Провайдер	Доставить ресурсы (вид ценности) звену цепи	Время доставки ресурсов (вида ценности) и их сохранность

Составлено автором по материалам исследования

Важной предпосылкой успешного управления цепями создания ценности является создание ценности не только для конечного потребителя, но и для каждого звена цепи. В условиях ориентации цепей на создание ценностей целесообразно использовать концепцию «Управление по ценностям» [3] с поправкой на виды ценностей, присущие как потребителю, так и любому другому звену цепи (см. рис. 1). В данном случае речь может идти об организационных ценностях [9], включающих в том числе «ценности выживания, этические ценности и ценности благополучия» [4]. Используя точку зрения А. П. Тяпухина и др. о том, что каждое звено цепи является как поставщиком, так и потребителем [1], можно идентифицировать желаемые им ценности по аналогии с примером, приведенным в таблице 3.

Таблица 3

Типы ценностей звеньев цепи и пример их комбинаций

Тип ценности	Звено канала цепи				
	Потребитель	Исследователь	Проектировщик	Поставщик	Провайдер
Биологическая	-	-	-	-	-
Физиологическая	+	-	-	-	-
Познавательная	+	+	+	-	-
Инновационная	-	+	+	-	-
Экономическая	-	+	+	+	+
Экологическая	-	-	+		+
Социальная	-	-	-	+	+
Моральная	-	+	-	-	-

Составлено автором по материалам исследования

При управлении различными видами ценности и сопутствующими им ресурсами звенья цепи могут столкнуться с различными формами получения ценности. Для того чтобы обосновать данные формы, необходимо использовать следующие классификационные признаки: «готовность продукта и/или услуги, создающих ценность» (дихотомии: изготовлен и не изготовлен) и «доступность продукта и/или услуги, создающих ценность» (дихотомии: доступен и не доступен). Совместное использование данных признаков и дихотомий позволяет обосновать такие формы получения ценности, как выбор, заказ, доработка и воплощение (см. рис. 2).

Анализ содержания рисунка 2 позволяет сделать следующие выводы.

1. Основными процессами, сопровождающими каждую форму ценности, являются: приобретение при выборе; приобретение и доставка при заказе; приобретение, доставка и изготовление при доработке и приобретении, доставка, изготовление и исследование при воплощении.

2. Как следует из таблицы 1, воспринимаемая ценность потребителя, а также лица, принимающего решения, оценивается его ощущениями, впечатлениями и опытом (рис. 3).

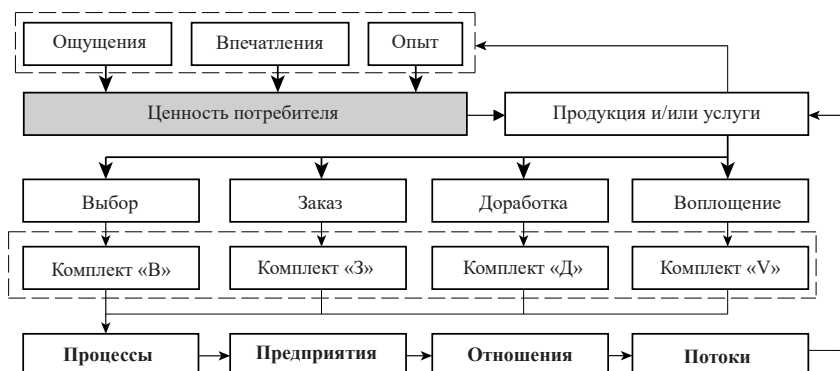
При этом продукция и/или услуги, а также сопутствующие им ресурсы могут быть получены с помощью форм, представленных на рисунке 2. В наиболее сложном случае данная продукция и/или услуги включает четыре базовых комплекта: «В», «З», «Д» и «V».

3. Взаимосвязи данных компонентов отражены на рисунке 4. Как следует из его содержания, ресурсы (продукция и/или услуги) могут быть получены от нескольких поставщиков, которые формируют каналы с субпоставщиками на основе долгосрочных или краткосрочных отношений. Получив необходимые ресурсы, поставщик выполняет процессы, позволяющие создать продукты и/или услуги, которые и формируют их комплекты.

		Готовность продукта и/или услуги, создающих ценность	
		Изготовлен	Не изготовлен
Доступность продукта и/или услуги, создающих ценность	Доступен	Выбор	Доработка
	Не доступен	Заказ	Воплощение

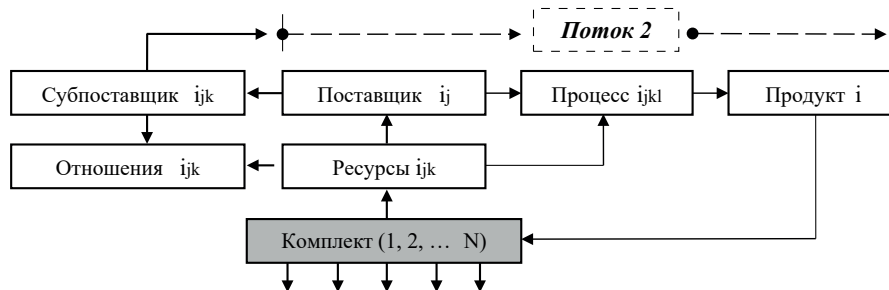
Составлено автором по материалам исследования

Рис. 2. Классификация форм получения ценности потребителем и поставщиком



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 3. Основные объекты управления цепями создания ценностей



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 4. Взаимосвязи объектов управления цепями создания ценностей

Разработка алгоритма создания ценностей потребителя и поставщика

Особенностью алгоритма создания ценностей потребителя и поставщика является определение объектов их управления и их согласование. Для решения первой задачи целесообразно использовать следующие классификационные признаки: «тип субъекта, имеющего отношение к созданию ценностей» (дихотомии: поставщик и потребитель) и «этап оценки ценности субъектом, имеющим отношение к созданию ценностей» (дихотомии: до и после создания и во время создания). Совместное использование данных признаков и дихотомий позволяет выделить такие объекты управления цепями, как стоимость, функциональность, ценность и полезность (см. рис. 5).

Корректность классификации объектов управления цепями (см. рис. 5), подтверждается тем, что на их основе может быть разработана классификация компонентов комплекса маркетинга 4«Р» [7] (см. рис. 6).

Как следует из рисунка 6, дихотомии: «ценность» и «стоимость» формируют компонент маркетинга «цена»; «ценность» и «функциональность» создают основу для «продвижения»; «полезность» и «стоимость» определяют спрос на продукт и/или услугу и, наконец, «полезность» и «функциональность» характеризуют сам товар (продукт и/или услугу).

		Тип субъекта, имеющего отношение к созданию ценностей	
		Поставщик	Потребитель
Этап оценки ценности субъектом, имеющим отношение к ее созданию	До и после создания	Стоимость	Ценность
	Во время создания	Функциональность	Полезность

Составлено автором по материалам исследования

Рис. 5. Классификация объектов управления цепями, в том числе, создания ценности

Объекты управления поставщика		Объекты управления потребителя	
		Ценность	Полезность
		Стоимость	Функциональность
	Цена на продукцию и/или услуги (цена)	Спрос на продукцию и/или услуги (место)	
	Имидж продукции и/или услуг (продвижение)	Ассортимент продукции и/или услуг (товар)	

Составлено автором по материалам исследования

Рис. 6. Классификация компонентов комплекса маркетинга 4«Р»

		Стадия принятия решения о получении ценности	
		Сбор информации	Исследование
Наличие контакта субъекта с видом ценности	Без контакта	Сообщение	Обобщение
	С контактом	Наблюдение	Апробация

Составлено автором по материалам исследования

Рис. 7. Классификация этапов принятия решения потребителем и поставщиком о получении ценности

		Этап получения ценности	
		Оформление владения	Владение
Роль получателя ценности	Личность	Состояние потребителя и/или поставщика	Ощущения и впечатления
	Хозяйствующий субъект	Приобретение продукта и/или получение услуги	Потребление (эксплуатация)

Составлено автором по материалам исследования

Рис. 8. Классификация активностей потребителя и поставщика в процессе получения ценности

Для разработки алгоритма создания ценностей потребителя и поставщика важно учитывать этапы принятия решения о получении ценности, обосновать которые можно с помощью следующих классификационных признаков: «стадия принятия решения о получении ценности» (дихотомии: «сбор информации» и «исследование») и «наличие контакта субъекта с видом ценности» (дихотомии: «без контакта» и «с контактом»). Совместное использование данных признаков и дихотомий позволяет обосновать следующие этапы принятия решения о получении ценности: сообщение, наблюдение, апробация и обобщение (рис. 7).

Каждый из представленных на рисунке 7 этапов может сыграть важную роль при принятии потребителем и/или поставщиком решения о получении ценности. Результат данного решения предопределяется активностями потребителя и поставщика в процессе получения ценности, определить которые можно с помощью следующих классификационных признаков: «этап получения ценности» (дихотомии: «оформление владения» и «владение») и «роль получателя ценности» (дихотомии: «личность» и «хозяйствующий субъект»). Совместное использование данных признаков и дихотомий позволяет обосновать четыре вида активностей потребителя и поставщика при получении ценности (рис. 8).

Информация, представленная на рисунках 5, 7 и 8 позволяет разработать алгоритм создания ценностей потребителя и поставщика (рис. 9).

Анализ содержания рис. 9 позволяет сделать следующие выводы.

1. Потребитель, испытывающий недостаточность чего-либо, обладает платежеспособным спросом.
2. Ценность предполагает по-

требление продуктов и/или услуг, обладающих функциональностью и имеющих определенную стоимость. Ценность, получаемая потребителем, должна превышать стоимость продукции и/или услуг на некоторую

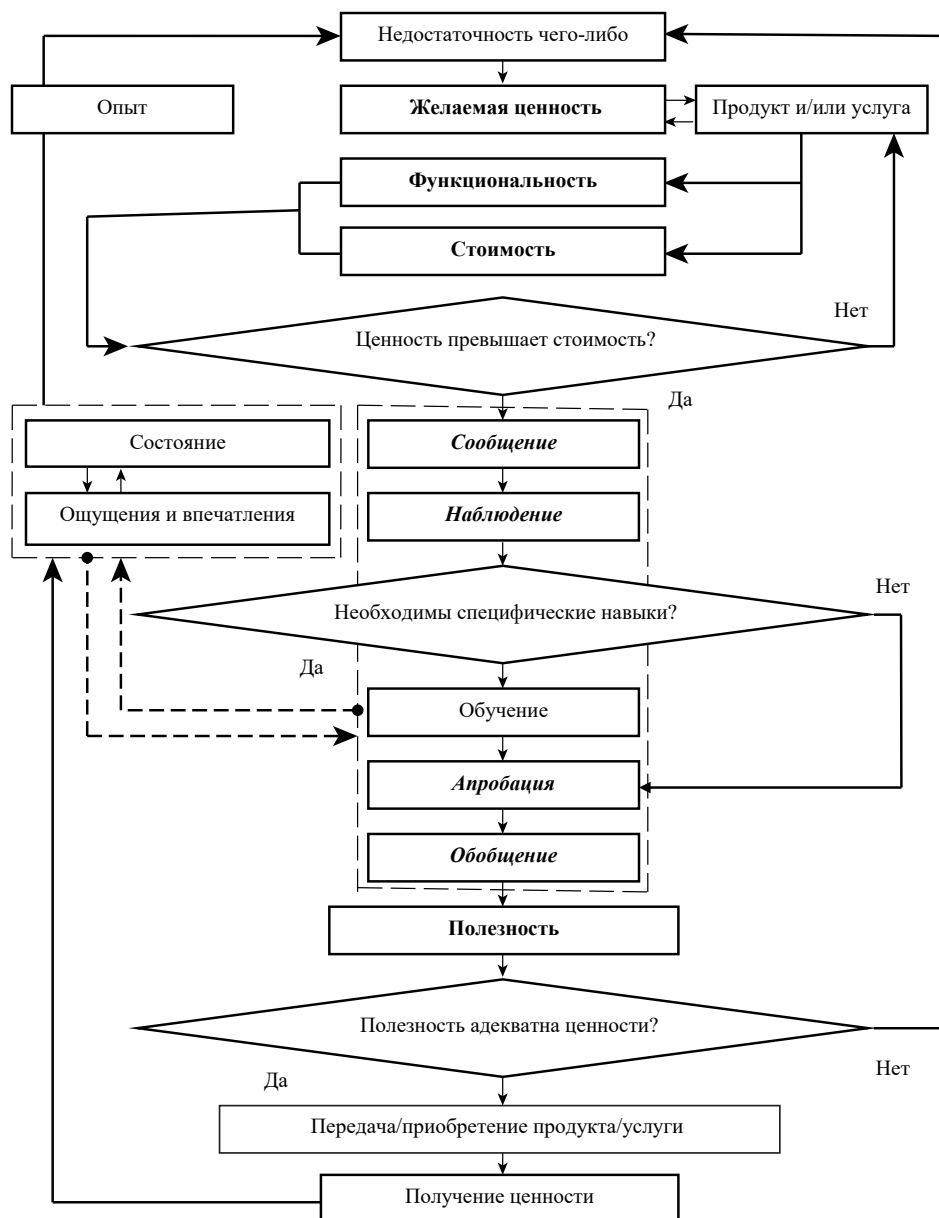
величину, обеспечивающую их реализацию. В ряде случаев потребитель будет вынужден снизить требования к ценности.

3. Если ценность превышает стоимость, то потребитель, как правило, должен пройти четыре этапа принятия решения (см. рис. 7): сбор и обработку информации о функциональности и стоимости продукта и/или услуги; наблюдение, подтверждающее корректность их функциональности и стоимости; апробацию продукта и/или услуги, позволяющую оценить их полезность и ценность. Перед апробацией потребитель может пройти этап обучения. На каждом из этапов потребитель принимает окончательное решение о получении ценности; а также обобщает полученные результаты, следствием которых является либо приобретение, либо отказ от продукта и/или услуги.

4. Каждый из этапов оказывает влияние на ощущения и впечатления потребителя, а также на его состояние. Состояние потребителя, в свою очередь, предопределяет его опыт и последующие ощущения и впечатления от продукции и/или услуг.

5. Принятие решения потребителем зависит от их полезности. Если полезность очевидна, то создаются предпосылки для достижения цели как потребителя (возможность получения ценности), так и поставщика (реализация продукта и/или услуги). Если ценность не подтверждается, то либо потребитель снижает требования к ценности, либо поставщик продукции и/или услуг должен скорректировать свое представление об их функциональности.

6. Фактически существуют два варианта воспринимаемой ценности: после апробации продукции и/или услуг, влияющей на решение об их приобретении (пунктирные линии, рис. 9), и при владении данными продукцией и/или услугами, когда воспринимаемая ценность может быть получена многократно. В первом случае возможно ошибочное решение потребителя под воздействием аргументов продавца и др. Во втором случае ценность может быть нестабильной и со временем терять свою привлекательность. И тот, и другой случай должны находиться в поле зрения специалистов по маркетингу.



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 9. Алгоритм создания ценностей потребителя и поставщика

Заключение

В ходе исследования получены следующие результаты, имеющие признаки научной новизны: обоснование необходимости исследования термина «жизненный цикл ценности» (см. рис. 1); направления

совершенствования концепции «Управление по ценностям» применительно к цепям в статике и динамике; классификация форм получения ценности потребителем и поставщиком (см. рис. 2 и 3); классификация объектов управления цепями (см. рис. 5); и алгоритм создания ценностей потребителя и поставщика (см. рис. 9).

Полученные результаты позволяют четко разграничить функции, полномочия и ответственность исполнителей, формирующих команды, допускающие меньшие потери упущенной выгоды и обеспечивающие лучшее обслуживание конечных потребителей продукции и/или услуг с учетом устойчивости и устойчивого развития человеческого общества и нивелирования негативного воздействия разнообразных факторов внешней среды.

Библиографический список

1. Тяпухин, А. П., Коровин Ю. И., Матвеева О. Б. Ценностный подход к управлению инновационным развитием хозяйствующих субъектов // Вестник Евразийской науки. – 2019. – № 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esj.today/PDF/47ECVN519.pdf> (дата обращения: 21.01.2022).
2. Antoniou, P. H. Levitt, C. E., Schreihans, C. Managing value chain strategy // Journal of Management and Marketing Research. – 2012. – V. 9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aabri.com/manuscripts/11835.pdf> (дата обращения: 21.01.2022).
3. Dolan, S. L., Richley, B. A. Management by values (MBV): a new philosophy for a new economic order // Handbook of Business Strategy. – 2006. – V. 7, No. 1. – Pp. 235–238. <https://doi.org/10.1108/10775730610618873>
4. Jaakson, K. Management by values: are some values better than others? // Journal of Management Development. – 2010. – V. 29, No. 9. – Pp. 795–806. <https://doi.org/10.1108/02621711011072504>
5. Kannegiesser, M. Value Chain management in the chemical industry. Global value chain planning of commodities. – Heidelberg: Springer. – 2008. – 270 p.
6. Lancaster, K. Socially optimal product differentiation // American Economic Review. – 1975. – V. 65, No. 9. – Pp. 567–585.
7. McCharty, E. J. Basic marketing: A managerial approach / 2nd ed. – Richard D. Irwin, Homewood, Ill, 1964. – 770 p.
8. McGuffog, T., Wadsley, N. The general principles of value chain management // Supply Chain Management: An International Journal. – 1999. – V. 4, No. 5. – Pp. 218–222. <https://doi.org/10.1108/13598549910295000>
9. Mowles, C. Values in international development organizations: negotiating non-negotiables // Development in Practice. – 2008. – V. 18, No. 1, Pp. 5–16. <https://doi.org/10.1080/09614520701778306>
10. Porter, M. E. Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. – New York: The Free Press, 1985 – 422 p.
11. Potra, S., Izvercian, M. Customer value placed under scrutiny: New perspectives for an integrative co-creation approach // Proceedings of the 10th European Conference on Innovation and Entrepreneurship. – Genova, Italy, 2015. – Pp. 555–560.
12. Sánchez, J. L., Callarisa L. J., Rodriguez R. M., Moliner M. A. Perceived value of the purchase of a tourism product // Tourism Management. – 2006. – V. 27, No. 3. – Pp. 394–409. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2004.11.007>
13. Strydom, J., Botha, J. A. R., Cant, M. C. Introduction to marketing. – Republic of South Africa: Paarl Print. – 2005. – 216 p.
14. Taheri, B., Coelho, F. J., Sousa, C. M. P., Evanschitzky H. Mood regulation, customer participation and customer value creation in hospitality services // International Journal of Contemporary Hospitality Management – 2017. – V. 29, No. 12, Pp. 3063–3081. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2016-0389>
15. Vargo, S. L., Lusch, R. F. Service-dominant logic: Continuing the evolution // Journal of the Academy of Marketing Science. – 2008. – V. 36, No. 1. – Pp. 1–10. <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0069-6>
16. Woodruff, R. B. Customer value: The next source for competitive advantage // Journal of the Academy of Marketing Science. – 1997. – V. 25, No. 2. – Pp. 139–153. <https://doi.org/10.1007/BF02894350>
17. American Marketing Association. Definition of Marketing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> (дата обращения: 11.01.2022).
18. CSCMP Supply Chain Management Definitions and Glossary. – 2013 // Council of Supply Chain Management Professionals [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cscmp.org/CSCMP/Academia/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms.aspx?hkey=60879588-f65f-4ab5-8c4b-6878815ef921 (дата обращения: 21.01.2022).
19. Feller, A., Shunk, D., Callarman, T. Value Chains Versus Supply Chains // BPTrends. – 2006. – March [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bptrends.com/publicationfiles/03-06-ART-ValueChains-SupplyChains-Feller.pdf> (дата обращения: 21.01.2022).

References

1. Tyapukhin A. P., Korovin Yu. I., Matveeva O. B. Value approach to management of innovative development of economic entities, *Vestnik Evraziiskoi nauki*, 2019, no. 5. Available at: <https://esj.today/PDF/47ECVN519.pdf> (accessed 21.01.2022) (In Russian).
2. Antoniou P. H., Levitt C. E., Schreihans C. Managing value chain strategy, *Journal of Management and Marketing Research*, 2012, vol. 9. Available at: <https://www.aabri.com/manuscripts/11835.pdf> (accessed 21.01.2022).
3. Dolan S. L., Richley B. A. Management by values (MBV): a new philosophy for a new economic order, *Handbook of Business Strategy*, 2006, vol. 7, no. 1, pp. 235–238. <https://doi.org/10.1108/10775730610618873>
4. Jaakson, K. Management by values: are some values better than others?, *Journal of Management Development*, 2010, vol. 29, no. 9, pp. 795–806. <https://doi.org/10.1108/02621711011072504>
5. Kannegiesser M. *Value chain management in the chemical industry. Global value chain planning of commodities*, Heidelberg, Springer, 2008, 270 p.
6. Lancaster K. Socially optimal product differentiation, *American Economic Review*, 1975, vol. 65, no. 9, pp. 567–585.
7. McCharty E. J. *Basic marketing: A managerial approach*, 2nd ed, Richard D. Irwin, Homewood, Ill, 1964, 770 p.
8. McGuffog T., Wadsley N. The general principles of value chain management, *Supply Chain Management: An International Journal*, 1999, vol. 4, no. 5, pp. 218–222. <https://doi.org/10.1108/13598549910295000>
9. Mowles C. Values in international development organizations: negotiating non-negotiables, *Development in Practice*, 2008, vol. 18, no. 1, pp. 5–16. <https://doi.org/10.1080/09614520701778306>
10. Porter M. E. *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*, New York, The Free Press, 1985, 422 p.
11. Potra S., Izvercian M. Customer value placed under scrutiny: New perspectives for an integrative co-creation approach, *Proceedings of the 10th European Conference on Innovation and Entrepreneurship*, Genova, Italy, 2015, pp. 555–560.
12. Sánchez J. L., Callarisa L. J., Rodriguez R. M., Moliner M. A. Perceived value of the purchase of a tourism product, *Tourism Management*, vol. 27, no. 3, pp. 394–409. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2004.11.007>
13. Strydom J., Botha J. A. R., Cant M. C. *Introduction to marketing*, Republic of South Africa, Paarl Print, 2005, 216 p.
14. Taheri B., Coelho F. J., Sousa C. M. P., Evanschitzky H. Mood regulation, customer participation and customer value creation in hospitality services, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2017, vol. 29, no. 12, pp. 3063–3081. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2016-0389>
15. Vargo S. L., Lusch R. F. Service-dominant logic: Continuing the evolution, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2008, vol. 36, no. 1, pp. 1–10. <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0069-6>
16. Woodruff R. B. Customer value: The next source for competitive advantage, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1997, vol. 25, no. 2, pp. 139–153. <https://doi.org/10.1007/BF02894350>
17. American Marketing Association. *Definition of Marketing*. Available at: <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx> (accessed 11.01.2022).
18. CSCMP Supply Chain Management Definitions and Glossary, 2013, *Council of Supply Chain Management Professionals*. Available at: https://cscmp.org/CSCMP/Academia/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms.aspx?hkey=60879588-f65f-4ab5-8c4b-6878815ef921 (accessed 21.01.2022).
19. Feller A., Shunk D., Callarman T. Value Chains Versus Supply Chains, *BPTrends*, 2006, March. Available at: <https://www.bptrends.com/publicationfiles/03-06-ART-ValueChains-SupplyChains-Feller.pdf> (accessed 21.01.2022).

СТРАТЕГИИ И ИННОВАЦИИ

УДК 004.9:791.4

JEL O14

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-58-63

Воронцова Юлия

Владимировна

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

ORCID: 0000-0001-7995-6395

e-mail: jvms2008@yandex.ru

Кольцов Дмитрий

Николаевич

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

ORCID: 0000-0001-9765-2838

e-mail: di.dkn@yandex.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ ПРОЦЕССОВ В КИНЕМАТОГРАФЕ

Аннотация. В рамках отраслевой структуры национальной экономики отрасли аудиовизуальной сферы являются частями индустрии культуры. Кино является особенно действенным средством удовлетворения человеческой потребности в аффективном самовыражении, в установлении эмоциональной коммуникации между людьми. Для повышения конкурентоспособности аудиовизуального продукта был проведен анализ влияния на него цифровых технологий с целью привлечения дополнительной аудитории. Отмечено, что современные технологии проложили путь для многофункциональных устройств: творческий процесс все более приобретает технологичный характер. Использование цифровых технологий привело к созданию высококачественных фильмов. Благодаря технологическому прогрессу оборудование становится доступным для большего количества участников кинобизнеса. Цифровые технологии стали мощным и доступным инструментом, позволяющим непрофессиональным художникам/режиссерам войти в кинематографическое пространство. Однако, для авторского кино цифровые технологии стали лишь инструментом, позволяющим повысить качество изображения, а также расширить возможности для воплощения идей художника/режиссера на экране.

Ключевые слова: виртуальная реальность, моделирование, способ редактирования, процесс кинопроизводства, режим реального времени, трансформация процессов, цифровые технологии, экономическое преимущество

Для цитирования: Воронцова Ю.В., Кольцов Д.Н. Исследование влияния цифровых технологий на трансформацию процессов в кинематографе // Вестник университета. 2022. № 2. С. 58–63.

INVESTIGATION OF THE DIGITAL TECHNOLOGIES INFLUENCE ON THE PROCESS TRANSFORMATION IN CINEMA

Abstract. Within the sectoral structure of the national economy, audiovisual industries are parts of the cultural industry. Cinema is a particularly effective means of satisfying the human need for affective self-expression and establishing emotional communication between people. To increase the audiovisual product competitiveness, an analysis of the digital technologies impact on it was carried out in order to attract an additional audience. It is noted that modern technologies have paved the way for multifunctional devices: the creative process is increasingly becoming technological in nature. The use of digital technologies has led to the creation of high-quality films. Due to technological progress, the equipment becomes available to more participants in the film business. Digital technologies have become a powerful and accessible tool that allows non-professional artists/directors to enter the cinematic space. However, for the author's cinema, digital technologies have only become a tool to improve picture quality, as well as expand the capabilities for the artist / director to bring their ideas to life on screen.

Keywords: virtual reality, modelling, editing method, filmmaking process, real-time mode, process transformation, digital technologies, economic advantage

For citation: Vorontsova Yu.V., Koltsov D.N. (2022) Investigation of the digital technologies influence on the process transformation in cinema. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 58–63. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-58-63

Yulia V. Vorontsova

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

ORCID: 0000-0001-7995-6395

e-mail: jvms2008@yandex.ru

Dmitry N. Koltsov

Graduate Student, State University
of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-9765-2838

e-mail: di.dkn@yandex.ru

© Воронцова Ю.В., Кольцов Д.Н., 2022.

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

© Vorontsova Yu.V., Koltsov D.N., 2022.

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



Введение

Технологии киноиндустрии позволили художникам/режиссерам реализовать свои идеи, создавая живую картинку в глазах зрителя. Изобретателями «движущейся фотографии» считаются братья Люмьер, которые изобрели Cinematographe Leon Bouly, или кинематограф, – аппарат, позволяющий записывать и воспроизводить движущиеся изображения на перфорированной целлулоидной киноплёнке 35-мм [10]. После этого технический прогресс начал оказывать все большее влияние на производство аудиовизуальных продуктов: от фильмов длительностью менее минуты без записи звука, которые состояли всего из одного кадра, к фильмам со звуком; от черно-белых к цветным, за которыми уже последовали широкоэкранные, цифровые, 3D и революционные фильмы VR (от англ. virtual reality – «виртуальная реальность»).

Методология

В рамках отраслевой структуры национальной экономики отрасли аудиовизуальной сферы являются частями индустрии культуры (см. рис. 1). Кино является особенно действенным средством удовлетворения человеческой потребности в аффективном самовыражении, в установлении эмоциональной коммуникации между людьми [7]. На сегодняшний день можно выделить три аудитории, с которыми приходится иметь дело российскому кинематографу. Они отличаются, прежде всего, степенью приверженности к нему: «верная», «потерянная» и «нейтральная». К «верной» аудитории относят ту, для которой российское кино ближе, чем зарубежное; для «потерянной» зарубежное кино приоритетнее отечественного; для «нейтральной» не имеет значения, смотреть отечественные или зарубежные фильмы, главное, чтобы они были интересными. Данные типы аудитории могут изменяться количественно, перетекая из одного типа в другой, в соответствии с определенным показателем (например, ценностной ориентацией). Такое изменение аудитории требует качественного социологического мониторинга динамики различных ее типов.

Российское кинопроизводство зачастую строит свои отношения с публикой на началах некоей эмоциональной оппозиции. Данные, полученные в результате социологических опросов, показывают разницу между предложением российских кинодеятелей и вкусами кинозрителей и лишней раз напоминают о нерешенности вопросов функционального и эстетического самоопределения российского кинематографа. Однако наметился тренд к балансировке этих двух разнонаправленных показателей в сторону их совмещения с ориентацией на рыночную составляющую. Исключением, конечно, является артхаусное (авторское) кино.

Для повышения конкурентоспособности аудиовизуального продукта следует провести анализ влияния на него цифровых технологий с целью привлечения «нейтральной» аудитории, а по возможности и «потерянной». При этом следует четко разделять авторское и массовое (зрелищное) кино, которые можно отнести с позиции менеджмента к рынкам премиум-класса и масс-маркета соответственно. Однако данные рыночные понятия следует рассматривать не с позиции ценовой политики для потребителей аудиовизуального продукта, а с позиции окупаемости кинематографического проекта.

В последние десятилетия научные достижения смогли сильно изменить ситуацию в сфере кинопроката: снизить издержки, связанные с транспортировкой и передачей аудиовизуальных проектов, что удешевило доставку аудиовизуального продукта до потребителя в кратчайшие сроки, а следовательно, дало возможность привлечь зрителя из самых отдаленных уголков и повысить наполняемость кинозалов.

По сравнению с научными революциями в сфере кино, которые были вызваны в результате технологического развития, впечатляет то, как инновационные технологии формировали кино в 1960-х гг. Научные исследования, посвященные взаимосвязи цифровых и традиционных технологий, были сосредоточены на изменениях физической формы, способах передачи, а также непосредственно при производстве аудиовизуального продукта [1; 3].

Эти исследования позволили сформулировать вопросы, требующие дальнейшего изучения.

1. Каковы основные причины смены традиционной камеры на цифровую?
2. Каковы экономические преимущества цифровых технологий?
3. Как будет меняться ситуация с внедрением цифровых технологий для самостоятельных кинематографистов?

4. Каковы барьеры для входа в отрасль для самостоятельных кинематографистов с появлением и внедрением цифровых технологий?
5. Как цифровые технологии меняют процесс подготовки и постпроизводство в современной киноиндустрии?
6. Как развитие цифровых технологий меняет систему видеопроката кинопродукта?
7. Какие изменения произойдут в киноиндустрии после того, как цифровые технологии достигнут своего максимума?
8. Как оценить тенденции изменения в киноиндустрии после того, как цифровые технологии достигнут своего максимума? Будут ли они негативными/разрушительными?



а) Перенесение идеи и художественного образа в кинематограф (от Рембранта «Возвращение блудного сына» к Тарковскому «Солярис»)



б) Повторение приемов, ранее встречавшихся в творчестве Франсиско де Гойи: перенесение «3D модели» (скульптура Лоренцо Медичи Микеланджело) на плоскость в гобеленах Гойи в зеркальном отображении

Источник: [2; 12; 14, с. 103; 15]

Рис. 1. Использование художественных образов в кинематографе

Все эти вопросы требуют дополнительного всестороннего исследования.

Изучение данного предмета позволяет сделать вывод о том, что современные передовые технологии открывают массу возможностей для будущего кинематографа. Их можно разделить на две части: технологии, которые использовались для создания самого фильма, и технологии передачи изображения. Новые технологии дают новые перспективы. Речь идет о принципиально новых тенденциях: появление 3D и интерактивного кино, 5D – кино, которое нужно смотреть в очках виртуальной реальности. Все это стало доступным благодаря компьютерным, «цифровым» технологиям, которые позволяют моделировать и воспроизводить окружающую среду таким образом, чтобы пользователь мог взаимодействовать внутри нее с помощью зрения, осязания, слуха и обоняния [9].

Результаты

В настоящем исследовании для понимания термина «цифровые технологии» мы проанализировали различные источники специальной литературы и выделили ключевые слова и словосочетания, а также частоту их повторений у различных авторов. На основе этого анализа сформулируем свою трактовку данного понятия: цифровые технологии – это дискретная система, которая основывается на методах кодирования и передачи информационных данных для решения множества задач различного рода за короткие промежутки времени и использующая для этих целей современную технику. Также уточним понятие «виртуальная реальность», под которым понимается искусственная, создаваемая техническими средствами реальность, и формирующая у человека иллюзию взаимодействия с внешним динамичным объемным окружением посредством его чувств [3; 9; 13].

Современные технологии проложили путь для многофункциональных устройств: компьютеры становятся все быстрее, портативнее, мощнее, а главное, доступнее. Это существенно снижает барьеры входа в отрасль, так как любительское оборудование на сегодняшний день зачастую имеет функции профессиональной дорогостоящей техники, но доступнее по цене [11]. Сам творческий процесс все более приобретает технологичный характер: ранее, прежде чем снять отдельный кадр, необходимо было тщательно проработать мизансцену, убедившись в правильности ее построения, а сегодня можно снимать большое количество сцен с разных ракурсов в цифровом формате, впоследствии отбирая удачно получившийся материал для дальнейшего монтажа [8; 16]. Данный аспект привлекателен своей низкой стоимостью. Однако, на наш взгляд, это не отменяет правила сценографического построения кадра.

В качестве примера приведем опыт большого мастера эпохи Возрождения Рафаэля Санти. Во всех своих работах он сначала моделировал пространство своих полотен, а затем уже вписывал в это пространство сюжет, то есть действовал, как сценограф. «Бесконечная череда пространственно-временных отражений создаваемого и созданного мира – загадка нескончаемого творчества» [5, с. 64]. Ярким примером такого моделирования может служить картина Рафаэля «Мадонна в кресле», своим построением повторяющая модель нашей вселенной (рис. 2).

Если рассматривать развитие цифровых технологий в контексте авторского кино, то данный аспект никак не повлиял на эстетику фильмов, то есть на повествовательную художественность их природы и, следовательно, никогда не менял их. Например, для Андрея Тарковского самобытность кинематографа заключалась в его способности запечатлеть реальность.

Одним из наиболее очевидных и часто обсуждаемых аспектов современного производства является снижение затрат на производство и распространение фильмов (передача в кинопрокат). Современные камеры и технологии монтажа стали широко доступны с ценовой точки зрения, что в сочетании с наличием домашних компьютеров и мобильных телефонов, дало возможность непрофессионалам снимать в высоком качестве. Еще одно большое преимущество цифровой видеокамеры заключается в том, что автор фильма может



Составлено авторами по материалам источников [4, с. 1; 6, с. 78]

Рис. 2. Сценография в живописи и скульптуре с использованием модели спиральной галактики

сразу же получить и посмотреть отснятый материал, что дает полный контроль над снимаемой сценой. Традиционный же способ съемки на пленку не давал такой возможности: увидеть отснятое могли только через несколько дней после проявки и оцифровки материала. Кроме того, появилась возможность быстрого и многократного копирования, при этом каждая последующая копия получается не хуже первой. Важно, что имеет место существенное сокращение времени от момента съемки до момента передачи видео в постпроизводство.

Благодаря возможности выбора из большого числа предлагаемого рынком программного обеспечения, на этапе pre-production проявляется возможность проектировать и принимать к реализации будущий аудиовизуальный продукт в максимально короткие сроки, так как также есть возможность автоматического форматирования и оформления сценария, соответствующего всем необходимым требованиям. Кроме того, это позволяет создавать сценарий сразу несколькими людьми в режиме онлайн. Все указанные аспекты в совокупности позволяют сократить не только временные, но также трудовые и финансовые ресурсы.

С появлением цифровых технологий почти любой съемочный процесс различной сложности может проходить в специально оборудованном павильоне. Это в значительной мере помогает отрасли снизить себестоимость производства. Возможность смоделировать на компьютере некоторые сцены позволяет экономить на задействованных в съемочном процессе человеческих ресурсах, что, в свою очередь, позволит экономить на заработной плате, а следовательно, и отчислениях в фонды социального страхования и обеспечения.

С приходом цифровизации, появлением digital intermediate (цифровой промежуточной копии) все большее количество фильмов редактируются с использованием компьютеров. По сравнению с классическим редактированием фильма, сейчас данный процесс стал не только простым и удобным, но и экономически более выгодным. Кроме того, раньше огромное влияние на прибыль кинокомпании оказывала высокая стоимость процесса копирования, транспортировки и передачи фильма в кинопрокат. Сейчас, благодаря цифровым технологиям, этот процесс сократился как по времени, так и по затратам.

Однако с активным внедрением цифровых технологий в киноиндустрию производство фильмов не стало дешевле. Особенно это касается создания массового кино, где используется большое количество спецэффектов, например, такого как блокбастеры. Специализированное оборудование для съемки, освещения, звука, и другое, предназначенное для съемок и создания спецэффектов стоит в несколько раз дороже, чем непрофессиональное. Однако с развитием цифровых технологий повысилось качество изображения, и это влияет, в конечном итоге, на повышение конкурентоспособности аудиовизуального продукта.

Заключение

Использование цифровых технологий привело к созданию высококачественных фильмов. Технологический прогресс помогает появлению и развитию новых технологий. Это дает возможность своевременно обновлять оборудование, которое становится доступным для большего количества участников кинобизнеса. Цифровые технологии стали мощным и доступным инструментом, позволяющим непрофессиональным художникам/режиссерам войти в кинематографическое пространство.

Тем не менее, для авторского кино цифровые технологии – лишь инструмент, позволяющий повысить качество картинки, а также увеличить возможности художника/режиссера для воплощения своих идей на экране.

Библиографический список

1. Алексеева, П. А., Будилов, В. М. Особенности применения современных цифровых технологий на разных технико-технологических этапах производства аудиовизуального произведения // Актуальные вопросы экономических наук и современного менеджмента: сборник статей по материалам VIII международной научно-практической конференции, Новосибирск, 7–17 марта 2018 г. № 3 (6) / отв. ред. М. А. Васинович. – Новосибирск: Ассоциация научных сотрудников «Сибирская академическая книга», 2018. – С.15–34.
2. Аракелян, А. М., Воронцова, Ю. В. Управление в сфере кино и телевидения: учебное пособие. – М.: ГГУ, 2021. – 138 с.
3. Артемов, В. В. Цифровые технологии в кино // Вестник ВГИК. – 2010. – Т. 2, № 1. – С. 132–138. <https://doi.org/10.17816/VGIK21132-138>
4. Бонфанте-Уоррен, А. Палаццо Питти: альбом / пер. с англ. Н. Мироновой. – М.: Эксмо. 2008. – 320 с.
5. Волкова, П. Д. Мост через бездну. – Кн. 3. – М.: Зебра Е, 2014. – 240 с.
6. Волкова, П. Д. Мост через бездну. – Кн. 5. – М.: Зебра Е, 2015. – 272 с.

7. Воронцова, Ю. В., Мазур, А. Ю. Исследование особенностей организации съемочного процесса при создании аудиовизуального продукта // Вестник университета. – 2021. – № 9. – С. 28–33. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-9-28-33>
8. Воронцова, Ю. В. Транскультурная трансформация в кинематографе // Вестник университета. – 2021. – № 10. – С. 55–58. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-10-55-58>
9. Куделина, Е. А. Новые тенденции в современном кинематографе // Власть. – 2017. – Т. 25, № 8. – С. 206–208.
10. Мазур, А. Ю. Использование принципа «фотографии» в кинематографе // Актуальные направления повышения доходности социальных и бизнес-проектов – 2021: сборник научных трудов по материалам Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 22 мая 2021 г. / под ред. А. Д. Чудновского, М. А. Жуковой, А. М. Аракеляна и др. – М.: ГУУ, 2021. – С. 79–82.
11. Митин, С. С., Одинец, А. И. Видеокамеры // Наука, образование, бизнес: материалы Всероссийской научно-практической конференции ученых, преподавателей, аспирантов, студентов, специалистов промышленности и связи, посвященной Дню радио, Омск, 29 апреля 2014 г. – Омск: Издательство КАН, 2014. – С. 342–344.
12. Солярис: худ. фильм, реж. Андрей Тарковский. – СССР: Мосфильм, 1972. – длит. 169 мин.
13. Тахиров, Б. Н. Понятие виртуальной реальности // Наука, образование и культура. – 2020. – № 8 (52). – С. 12–14.
14. Эрмитаж. Старые мастера европейского искусства XIV–XIX веков: альбом / под ред. Н. А. Гришиной. – СПб.: Издательство Альфа-Колор. 2012. – 160 с.
15. Albarrán, V. Goya en el Museo del Prado I: Los cartones para tapices de Francisco de Goya [Гойя в Музее Прадо I: Гойя, автор картонов для гобеленов] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=yUCUCdA2srs> (дата обращения: 02.01.2022).
16. Carlos Saura: una trayectoria ejemplar [Карлос Саура: образцовая карьера] / ed. by R. Lefere. – Madrid: Visor Libros, 2011. – 296 p.

References

1. Alekseeva P. A., Budilov V. M. Features of the application of modern digital technologies in the technological stages of the production of an audiovisual work, *Topical issues of economic sciences and modern management: Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference*, Novosibirsk, March 7–17, 2018, ed. by M. A. Vasinovich, Novosibirsk, Assotsiatsiya nauchnykh sotrudnikov “Sibirskaya akademicheskaya kniga”, 2018, pp. 15–34. (In Russian).
2. Arakelyan A. M., Vorontsova Yu. V. *Cinema and television management: training manual*, Moscow, GUU, 2021, 138 p. (In Russian).
3. Artemov V. V. Digital technologies in cinema, *Vestnik VGIK*, 2010, vol. 2, no. 1, pp. 132–138. (In Russian). <https://doi.org/10.17816/VGIK21132-138>
4. Bonfante-Warren A. *Palazzo Pitti: album*, trans. from Eng. N. Mironova, Moscow, Eksmo. 2008, 320 p. (In Russian).
5. Volkova P. D. *Bridge over the abyss*, B. 3, Moscow, Zebra E, 2014, 240 p. (In Russian).
6. Volkova P. D. *Bridge over the abyss*, B. 5, Moscow, Zebra E, 2015, 272 p. (In Russian).
7. Vorontsova Yu. V., Mazur A. Yu. Research of organisation specifics of shooting process in the creation of an audiovisual product, *Vestnik universiteta*, 2021, no. 9, pp. 28–33. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-9-28-33>
8. Vorontsova Yu. V. Transcultural transformation in cinema, *Vestnik universiteta*, 2021, no. 10, pp. 55–58. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-10-55-58>
9. Kudelina E. A. New tendencies in modern cinema, *Vlast'*, 2017, vol. 25, no. 8, pp. 206–208. (In Russian).
10. Mazur A. Yu. Using the principle of “photography” in cinema, *Current directions of increasing the profitability of social and business projects – 2021, Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference with International Participation*, Moscow, May 22, 2021, ed. by A. D. Chudnovskiy, M. A. Zhukova, A. M. Arakelyan et al., Moscow, State University of Management, 2021, pp. 79–82. (In Russian).
11. Mitin S. S., Odinets A. I. Video cameras, *Science, Education, Business: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference of scientists, teachers, postgraduates, students, industry and Communications specialists dedicated to the Day of Radio*, Omsk, April 29, 2014, Omsk, KAN Publ. House, 2014, pp. 342–344. (In Russian).
12. *Solyaris: feature film*, director Andrey Tarkovsky, USSR, Mosfilm, 1972, duration 169 min.
13. Takhirov B. N. The concept of virtual reality, *Nauka, obrazovanie i kul'tura*, 2020, no. 8 (52), pp. 12–14. (In Russian).
14. *Hermitage. Old masters of European art of the XIV–XIX centuries: album*, ed. by N. A. Grishina, St. Petersburg, Alfa-Kolor Publ. House, 2012, 160 p. (In Russian).
15. Albarrán V. *Goya at the Prado Museum I: Francisco de Goya's tapestry cartoons* [Goya en el Museo del Prado I: Los cartones para tapices de Francisco de Goya]. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=yUCUCdA2srs> (accessed 02.01.2022). (In Spanish).
16. *Carlos Saura: an exemplary career* [Carlos Saura: una trayectoria ejemplar], ed. by R. Lefere, Madrid, Visor Libros, 2011, 296 p. (In Spanish).

РАЗВИТИЕ ОТРАСЛЕВОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

УДК 332.872.42 JEL R20

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-64-70

Кириллова Ариадна Николаевна
д-р экон. наук, ФГАОУ ВО «Националь-
ный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», г. Москва,
Российская Федерация
e-mail: kirillova_an@mail.ru

Мусинова Нина Николаевна
канд. экон. наук, ФБГОУ ВО «Финансо-
вый университет при Правительстве
Российской Федерации», г. Москва,
Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-2194-7856
e-mail: 65651951@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СБОРА ТВЕРДЫХ КОММУНАЛЬНЫХ ОТХОДОВ В ЖИЛОЙ ЗАСТРОЙКЕ

Аннотация. Функционирование территориальной инфраструктуры региональных операторов обращения с твердыми коммунальными отходами выявило ряд проблем. В статье рассмотрена начальная фаза жизненного цикла управления твердыми коммунальными отходами – организация раздельного сбора отходов, которая требует совместно принимаемых строительных, технологических, финансовых и социальных решений при тесном сотрудничестве государства, бизнеса и населения. Отмечена необходимость внедрения новых технологий раздельного сбора органических отходов, новых проектных решений в строящихся жилых домах для раздельного сбора твердых коммунальных отходов. С целью мониторинга процессов обращения с отходами, координации и принятия решений по обеспечению их устойчивого функционирования предложено формирование на федеральном уровне автоматизированной информационной системы, позволяющей коммуникационно замкнуть всех региональных операторов в единую отраслевую информационную систему.

Ключевые слова: отходы в жилой застройке, твердые коммунальные отходы, раздельный сбор ТКО, управление коммунальными отходами, организация сбора ТКО, сфера обращения с ТКО, сфера обращения с отходами, система управления ТКО

Для цитирования: Кириллова А.Н., Мусинова Н.Н. Проблемы организации сбора твердых коммунальных отходов в жилой застройке // Вестник университета. 2022. № 2. С. 64–70.

PROBLEMS OF ORGANISING THE SOLID MUNICIPAL WASTE COLLECTION IN RESIDENTIAL BUILDINGS

Abstract. The functioning of the regional operators' territorial infrastructure of solid municipal waste management revealed a number of problems. The article considers the initial phase of the solid municipal waste management life cycle – the organisation of separate waste collection, which requires joint construction, technological, financial and social solutions, with close cooperation between the state, business and the population. The need to introduce new technologies for the organic waste separate collection, new design solutions in residential buildings under construction for the solid municipal waste separate collection has been noted. In order to monitor waste management processes, coordinate and make decisions to ensure their sustainable functioning, it has been proposed to form an automated information system at the federal level allowing communication to close all regional operators into a unified sectoral information system.

Keywords: waste in residential buildings; solid municipal waste; separate waste materials collection; municipal waste management; organisation of solid municipal waste collection; solid municipal waste management sphere; waste management sphere; solid municipal waste management system

For citation: Kirillova A.N., Musinova N.N. (2022) Problems of organising the solid municipal waste collection in residential buildings, *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 64–70. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-64-70

Ariadna N. Kirillova
Dr. Sci. (Econ.), HSE University,
Moscow, Russia
e-mail: kirillova_an@mail.ru

Nina N. Musinova
Cand. Sci. (Econ.), Financial University,
Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-2194-7856
e-mail: 65651951@mail.ru

© Кириллова А.Н., Мусинова Н.Н., 2022.

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

© Kirillova A.N., Musinova N.N., 2022.

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



Введение

Ключевой задачей развития России является переход к замкнутому циклу в сфере обращения с твердыми коммунальными отходами (далее – ТКО), который предусматривает преобразование продуктов потребления в ресурсы повторного применения, тем самым обеспечивая уменьшение негативного влияния на окружающую среду за счет поэтапного снижения появления новых отходов и использования имеющихся на основе реализации современных технологий управления и технологических процессов переработки ТКО.

Под экономикой замкнутого цикла или циклической экономикой понимается жизненный цикл обращения с ТКО совместно с повторным использованием отходов путем восстановления, модернизации и включения новых компонентов в сферу обращения с ТКО, приносящих дополнительный доход и сохранение качества окружающей среды. При этом важнейшим становится этап разработки и создания новых типов товарных продуктов, фрагменты которых возможно более эффективно применять при вторичном производстве с получением дополнительной прибыли из нового продукта. Этот процесс требует использования инновационно-технологических подходов к переработке и созданию новых ресурсов, позволяющих еще на проектной стадии заложить в них целесообразную возможность переработки и минимизации их воздействия на окружающую среду.

Литературный обзор

Число публикаций, авторы которых подчеркивают, что технологические процессы и управление ими должны соответствовать целям устойчивого развития и, прежде всего, обеспечивать возвращение отходов в экономический оборот и построение экономики замкнутого цикла, неуклонно растет. Первые идеи о циркулярной экономике, возникшие в конце XIX в. в научных исследованиях экономической основы устойчивого развития, явились основой формирования новых моделей экономики, которые теперь начинают превращаться в экономические реалии, о чем свидетельствуют, например, принятые программы развития зеленой, низкоуглеродной, циркулярной экономики и биоэкономики, принятые Европейским сообществом до 2030–2050 гг. [7].

В целом смысл экономики замкнутого цикла заключается в использовании элементов бизнес-моделей с тем, чтобы замкнуть «ресурсные петли», обеспечить ресурсный кругооборот и на этой основе дополнительный потенциал для стимулирования экономического роста [8; 10; 11; 12].

В научной литературе описаны бизнес-модели, применяемые в экономике замкнутого цикла, как по отдельности, так и в комбинации. Это модели:

- круговых цепочек добавленной стоимости, в которой ограниченные ресурсы заменяются на полностью возобновляемые источники;
- увеличения жизненного цикла продукта, позволяющего посредством восстановления, ремонта, модернизации или ремаркетинга товаров сохранять экономическую выгоду от использования, как можно дольше;
- обмена и совместного потребления, которая может обеспечить синергетический эффект от обмена активами, имеющими небольшой коэффициент использования;
- продукта как сервисной услуги, в которой клиенты используют продукцию путем аренды с оплатой по факту использования, оставляя за собой право владения и ремонта, что является сервисной составляющей договора;
- восстановления и переработки, когда используются технологические инновации и возможности для восстановления и повторного использования ресурсов.

Теория и методы

Новые вызовы и барьеры, замедляющие переход к экономике замкнутого цикла, ставят задачу активизации и ускорения развития технологических мощностей с максимальной переработкой ТКО и вовлечением их в хозяйственный оборот с сокращением объемов захоронения.

Формируется новая система управления коммунальными отходами, в рамках которой создан государственный реестр объектов размещения отходов и федеральный классификационный каталог отходов. В лицензирование видов работ с отходами дополнительно включена их обработка и утилизация. Создана территориальная инфраструктура региональных операторов обращения с ТКО, которые являются, с одной стороны,

единственными исполнителями услуг для потребителей и, с другой стороны, заказчиками для иных компаний в сфере деятельности по обращению с ТКО [1]. Поэтапно вводится запрет на захоронение отходов, которые не прошли сортировку, механическую и химическую обработку. Введение института региональных операторов связано с образованием локальных монополистов в сфере обращения с ТКО. Это требует государственного регулирования тарифно-ценовой политики в сфере обращения с ТКО [4]. В настоящее время приняты и реализуются стратегии и программы по потенциальному развитию циклической экономики в России, направленные на внедрение новых технологий в сферу обращения с отходами [2; 3; 5; 6].

В 2018 г. на территории Российской Федерации образовалось 275,4 млн м³ ТКО. Согласно нацпроекту «Экология», к 2024 г. будет перерабатываться 36 % бытового мусора, а сортироваться 60 % [6]. В настоящее время полным ходом идет строительство больших мусороперерабатывающих заводов. Так, в 2019 г. в 33 регионах запустили в эксплуатацию 55 современных объектов по обработке и утилизации отходов. До конца 2020 г. в 26 регионах планируется ввести или модернизировать еще 52 объекта инфраструктуры. В 2021 г. планируется построить и ввести в эксплуатацию обрабатывающих мощностей с объемом около 6,3 млн т по сортировке и примерно 2 млн т по утилизации отходов.

При формировании организационно-функциональной структуры управления отходами требуется выбор и использование такой иерархии управления, которая устанавливает приоритетный порядок в рамках комплекса мер в области отходов: в первую очередь, после предотвращения образования отходов идет их повторное использование, переработка, регенерация и только затем, в качестве наименее предпочтительного варианта, – утилизация, в частности захоронение отходов. Такой подход свидетельствует о необходимости формирования комплексности, объединяющей систему управления ТКО и программы утилизации, включая усилия по сокращению образования отходов и увеличению объема ресурсов, используемых в системах переработки отходов [9; 13].

Основные результаты

Основополагающее значение в системе жизненного цикла управления ТКО уделяется начальной фазе – этапу организации сбора, в первую очередь отдельно для органических отходов, что требует совместно принимаемых строительных, технологических, финансовых и социальных решений при тесном сотрудничестве государства, бизнеса и населения. В перечень целевых показателей для территориальных схем необходимо включить показатели обеспеченности и доступности для населения возможности сдать отдельно по видам отходы в шаговой доступности от места проживания. Без развития инфраструктуры для отдельного сбора отходов и их дальнейшей переработки система будет функционировать неэффективно [9]. Еще один аспект – отдельный сбор органических отходов. Пищевые и растительные фракции необходимо собирать отдельно от других отходов, поскольку это напрямую влияет на качество и количество сырья, вовлекаемого во вторичный оборот. Сейчас действующая двухконтейнерная система подразумевает деление потока на «сухие» и «смешанные» отходы.

Исходя из накопленного на практике опыта, из баков для «смешанных» отходов можно отобрать только 8 % вторичных материальных ресурсов. Ни организационно, ни законодательно не ставится вопрос о выделении пищевых отходов в отдельную фракцию и сборе их отдельно (хотя бы для заведений общественного питания и ритейла). Наличие пищевых отходов в составе ТКО существенно снижает эффективность переработки вторсырья и является главным источником парниковых газов и зловонного запаха на полигонах. Если создать систему отдельного сбора органических отходов, то процент выборки «полезного» сырья увеличится до 50–60 %. Однако, если для вывоза, переработки и других работ проектируются и внедряются новые технологии, оборудование и другие новации, то для сбора коммунальных отходов в многоэтажной жилой застройке новых проектных и пилотных решений предлагается недостаточно.

На федеральном уровне периодически обсуждается вопрос о консервации мусоропроводов в многоквартирных домах (далее – МКД) с целью организации отдельного сбора коммунальных отходов непосредственно жителями с последующим их выносом в контейнеры на площадки для сбора ТКО. Предлагаемая консервация мусоропроводов в МКД может существенно снизить качество комфортности проживания и противоречить санитарно-эпидемиологическим требованиям. Поэтому организация и технология сбора коммунальных отходов в жилой застройке являются актуальной проблемой и должны рассматриваться в качестве

важнейшего базового этапа, который в значительной степени влияет на эффективность вторичной переработки отходов. Необходима активизация разработок новых проектных решений в строящихся многоэтажных МКД, связанных с возможностью проектирования вместо одного мусоропровода устройства трех мусоросборных каналов из гибких металлопрочных конструкций для раздельного сбора отходов. В мусоросборной камере раздельно будет собираться мусор в три контейнера и транспортироваться на площадку для сбора отходов или в установленное время сразу загружаться на транспортное средство.

Также следует шире в качестве пилотных проектов внедрять вакуумные системы удаления и транспортировки отходов. Заслуживает внимания опыт Финляндии по развитию и эксплуатации вакуумных систем раздельного сбора и транспортировки отходов, также примером такой технологии может служить созданная почти 50 лет назад вакуумная система сбора и транспортировки мусора в рамках строительства перспективного жилого района Северное Чертаново в Москве.

С этой целью должны создаваться стимулы для привлечения частного капитала в данную сферу. Перспективным направлением в этой сфере выглядит «зеленое» финансирование инфраструктурных проектов, в том числе возможное субсидирование государством ставок по кредитам или купонов по облигационным займам, а также предоставление льготных кредитов институтами развития для повышения привлекательности отрасли и ее активного развития.

Помимо повышения ответственности производителей должна быть повышена ответственность и конечного пользователя продукции, который формирует отходы. Просветительской работы и информирования может быть недостаточно для изменения поведения домохозяйств. Есть интересная статистика, которая свидетельствует, что по мере роста благосостояния в объеме отходов уменьшается доля органических отходов и биомассы и увеличивается доля трудноразлагаемых отходов для переработки и повторного использования. Важно создать реальный механизм ответственности домохозяйств за свои отходы с учетом фактического объема мусора и его морфологии с тем, чтобы появлялся стимул к раздельному сбору ТКО, например, путем приобретения сертифицированных и стандартизированных по объему мусорных пакетов от регионального оператора и на коммерческих условиях сдавать приемщикам отходов или на приемный пункт.

В методическом плане необходимо в перечень целевых показателей для территориальных схем включить показатели:

- снижения образования отходов;
- стимулирования использования одноразовой легко перерабатываемой тары и упаковки;
- сокращения использования одноразовых трудно перерабатываемых товаров и тары;
- создания и обеспечения загруженности создаваемых мощностей утилизации, в том числе формирования стабильного сырьевого снабжения и востребованности готовой продукции;
- расширения мер финансовой поддержки инвестиционных проектов в области обращения с ТКО.

Остается спорным правовой и технико-экономический вопрос, относящий сжигание мусора к утилизации использования отсортированных ТКО в качестве возобновляемого источника энергии.

На современном этапе формирующейся системы обращения с ТКО, очевидно, целесообразно постоянно, базируясь на практическом опыте, проводить корректировки региональных программ обращения с отходами, устраняя неэффективные подходы и дополняя их мероприятиями, в первую очередь, направленными на предотвращение образования отходов, создавая стимулы к снижению их образования и введения принципа «загрязнитель платит», то есть расширения ответственности производителя.

Также необходимо регулировать тарифно-ценовую политику в сфере обращения с ТКО в направлении научно-обоснованных расчетов нормативов накопления отходов и тарифов для населения на услуги региональных операторов. Принятое Правительством Российской Федерации постановление от 29 октября 2019 г. № 1386 «О внесении изменений в Основы ценообразования в области обращения с твердыми коммунальными отходами» призвано снизить тариф за счет сокращения нормативной базы, исходя из которой вычисляется расчетная предпринимательская прибыль [4]. При этом не прослеживается включение инвестиционной составляющей в тариф, что может создать условия для банкротства частных операторов и прекращения на длительный период оказания одной из важнейших коммунальных услуг.

Следующий аспект связан с повышением эффективности управления транспортной логистикой. Региональные операторы зарабатывают фиксированную доходность с объемов понесенных затрат, что не стимулирует

бизнес на сокращение непроизводительных расходов и повышение эффективности переработки отходов. Затраты на перевозку отходов могут составлять основную часть тарифа. В среднем доля затрат на логистику может достигать 80 % в составе общего тарифа.

Выводы

Научные исследования и разработки совместно с ППК «Российский экологический оператор» в опережающем режиме должны предлагать новые инновационные технологии и создавать мотивирующие модели для привлечения в развитие отрасли частных инвестиций на условиях государственно-муниципально-частного партнерства. Достижение организационно-экономического взаимодействия субъектов сферы обращения с отходами должно обеспечиваться государственной поддержкой реализации крупных инвестиционных девелоперских проектов строительства мусороперерабатывающих и мусоросжигательных заводов, применением различных форм государственно-муниципально-частного партнерства, созданием региональных фондов промышленной переработки ТКО.

Оценка рисков, присутствующих в процессе реформирования любой системы, и более широкие экономические и социальные последствия системы управления жизненным циклом обращения с ТКО должны проводиться на долгосрочную перспективу. Это требует постоянного мониторинга основных показателей национального проекта «Экология», выполнения планируемых мероприятий и реализации инвестиционных проектов.

С целью координации управления предлагается формирование на федеральном уровне автоматизированной информационной системы Центр управления Комплексом коммунальных отходов (ЦУ ККО) для ежедневного оперативного отслеживания хода работ и возникающих инцидентов на каждом этапе жизненного цикла обращения с отходами, взаимодействующей и совмещенной с территориальными объединенными диспетчерскими службами региональных операторов. Это позволит коммуникационно замкнуть всех региональных операторов в единую отраслевую информационную систему с целью мониторинга процесса функционирования процессов обращения с отходами, координации и принятия решений по обеспечению их устойчивости и качества.

Также целесообразно, на наш взгляд, разработать для сферы обращения с отходами комплекс кейсов – эталонов нормативной конфигурации применения и оснащения смарт-системами и цифровыми технологиями управленческих и технологических процессов на различных этапах жизненного цикла развития системы коммунальных отходов, которые могут быть использованы для разработки практических решений, синхронизированных с проектными подходами по повышению эффективности функционирования отрасли коммунальных отходов.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 24.06.1998 № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» (с изменениями и дополнениями на 02.07.2021) // СПС «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/12112084/paragraph/59112:0> (дата обращения: 11.12.2021).
2. Указ Президента Российской Федерации от 19.04.2017 № 176 «О Стратегии экологической безопасности Российской Федерации на период до 2025 года» // Президент России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201704200016.pdf> (дата обращения: 11.12.2021).
3. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» // СПС «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/71937200/> (дата обращения: 11.12.2021).
4. Постановление Правительства Российской Федерации от 29.10.2019 № 1386 «О внесении изменений в Основы ценообразования в области обращения с твердыми коммунальными отходами» // СПС «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/72973122/paragraph/1:0> (дата обращения: 11.12.2021).
5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 25.01.2018 г. № 84-р «Об Утверждении Стратегии развития промышленности по обработке, утилизации и обезвреживанию отходов производства и потребления на период до 2030 года» // Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201801300015> (дата обращения: 11.12.2021).
6. Паспорт Национального проекта «Экология» // Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.mnr.gov.ru/activity/directions/natsionalnyy_proekt_ekologiya/ (дата обращения: 11.12.2021).

7. Бобылев, С. Н. Новые модели экономики и индикаторы устойчивого развития // Экономическое возрождение России. – 2019. – № 3 (61). – С. 23–29.
8. Ветрова, М. А. Перспективы развития циркулярной экономики РФ в условиях цифровой трансформации // Экономическая повестка 2020-х годов: сборник тезисов Ежегодной научной конференции «Ломоносовские чтения – 2020», Секция экономических наук, Москва, 20–24 октября 2020 г. / науч. ред. А. И. Худокормов, Л. А. Тутов, А. А. Пороховский и др. – М.: МГУ им. М. В. Ломоносова. – С. 782–785.
9. Кириллова, А. Н., Мусинова, Н. Н. Структуризация проблем, технологий и механизмов реализации стратегий в сфере обращения с отходами // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 10–1 (87). – С. 910–914.
10. Машукова, Б. С. Основные принципы цикличной экономики (экономика замкнутого цикла) // European Science. – 2016. – № 7 (17). – С. 14–16.
11. Семянникова, О. А. Циклическая экономика в России и странах зарубежья // Актуальные исследования. – 2020. – № 8 (11). – С. 115–117.
12. Скобелев, Д. О. Эволюция технологий и построение экономики замкнутого цикла // Экономическая повестка 2020-х годов: сборник тезисов Ежегодной научной конференции «Ломоносовские чтения – 2020», Секция экономических наук, Москва, 20–24 октября 2020 г. / науч. ред. А. И. Худокормов, Л. А. Тутов, А. А. Пороховский и др. – М.: МГУ им. М. В. Ломоносова. – С. 849–851.
13. Kirillova, A., Zotov, V., Musinova, N. Engineering solutions in the construction of production facilities for waste processing // MATEC Web of Conferences. 2018 International Scientific Conference Environmental Science for Construction Industry – ESCI 2018, Ho Chi Minh City, Vietnam, March 2–5, 2018 / ed. by A. Mottaeva and B. Melović. – V. 193. – Les Ulis Cedex A, France: EDP Sciences, 2018. – Art. 02010. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201819302010>

References

1. Federal Law dated on June 24, 1998, No. 89-FZ “On Production and Consumption Waste” (with amendments and supplements as of July 2, 2021), *Legal reference system “Garant”*. Available at: <http://ivo.garant.ru/#/document/12112084/paragraph/591120> (accessed 11.12.2021)
2. Decree of the President of the Russian Federation dated on April 19, 2017, No. 176 “On the Strategy of the Environmental Safety of the Russian Federation for the Period up to 2025”, *The President of Russia*. Available at: <http://static.kremlin.ru/media/acts/files/0001201704200016.pdf> (accessed 11.12.2021).
3. Decree of the President of the Russian Federation dated on May 7, 2018, No. 204 “On National Goals and Strategic Objectives of the Development of the Russian Federation for the Period up to 2024”, *Legal reference system “Garant”*. Available at: <https://base.garant.ru/71937200/> (accessed 11.12.2021).
4. Resolution of the Government of the Russian Federation, dated on October 29, 2019, No. 1386 “On Amendments to the Pricing Fundamentals in the Field of Solid Waste Management”, *Legal reference system “Garant”*. Available at: <http://ivo.garant.ru/#/document/72973122/paragraph/1:0> (accessed 11.12.2021).
5. Order of the Government of the Russian Federation, dated on January 25, 2018, No. 84-r “On Approval of the Strategy for the Development of Industry for the Processing, Disposal and Disposal of Production and Consumption Waste for the Period up to 2030”, *Official Internet Portal of Legal Information*. Available at: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201801300015> (accessed 11.12.2021).
6. Passport of the National Project “Ecology”, *Ministry of Natural Resources and Environment of the Russian Federation*. Available at: http://www.mnr.gov.ru/activity/directions/natsionalnyy_proekt_ekologiya/ (accessed 11.12.2021).
7. Bobylev S. N. New economic models and indicators of sustainable development, *Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii*, 2019, no. 3 (61), pp. 23–29. (In Russian).
8. Vetrova M. A. Prospects for the development of the circular economy of the Russian Federation in the context of digital transformation, *Economic agenda of the 2020s: Proceedings of the Annual Scientific Conference “Lomonosov Readings – 2020”*, Moscow, October 20–24, 2020, sci. ed. by A. I. Khudokormov, L. A. Tutov, A. A. Porokhovskii et al., Moscow, Lomonosov Moscow State University, pp. 782–785. (In Russian).
9. Kirillova A. N., Musinova N. N. Structuring of problems, technologies and mechanisms for implementing strategies in the field of waste management, *Journal of economy and entrepreneurship*, 2017, no. 10–1 (87), pp. 910–914. (In Russian).
10. Mashukova B. S. Basic principles of cyclic economy (closed-loop economy), *European Science*, 2016, no. 7 (17), pp. 14–16. (In Russian).

11. Semyannikova O. A. Cyclic economy in Russia and foreign countries, *Aktual'nye issledovaniya*, 2020, no. 8 (11), pp. 115–117. (In Russian).
12. Skobelev D. O. Evolution of technologies and construction of a closed-loop economy, *Economic agenda of the 2020s: Proceedings of the Annual Scientific Conference "Lomonosov Readings – 2020"*, Moscow, October 20–24, 2020, sci. ed. by A. I. Khudokormov, L. A. Tutov, A. A. Porokhovskii et al., Moscow, Lomonosov Moscow State University, pp. 849–851. (In Russian).
13. Kirillova A., Zotov V., Musinova N. Engineering solutions in the construction of production facilities for waste processing, *MATEC Web of Conferences. 2018 International Scientific Conference Environmental Science for Construction Industry – ESCI 2018*, Ho Chi Minh City, Vietnam, March 2–5, 2018, ed. by A. Mottaeva and B. Melović, vol. 193, Les Ulis Cedex A, France, EDP Sciences, 2018, art. 02010. <https://doi.org/10.1051/matecconf/201819302010>

УДК 338.984 JEL O33

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-71-76

Мезина Татьяна Владимировна

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

ORCID: 0000-0003-0908-6659

e-mail: mezinatv@mail.ru

Зозуля Антон Валериевич

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

ORCID: 0000-0002-5617-4857

e-mail: zozula2004@mail.ru

Зозуля Павел Валерьевич

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

ORCID: 0000-0002-6804-5681

e-mail: docent2002@mail.ru

Чернова Татьяна Фёдоровна

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

ORCID: 0000-0001-6108-4349

e-mail: tf_chernova@guu.ru

Плетнёва Алёна Владимировна

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

ORCID: 0000-0001-5662-4347

e-mail: pletneva-ale@mail.ru

Tatiana V. Mezina

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

ORCID: 0000-0003-0908-6659

e-mail: mezinatv@mail.ru

Anton V. Zozulya

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

ORCID: 0000-0002-5617-4857

e-mail: zozula2004@mail.ru

Pavel V. Zozulya

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

ORCID: 0000-0002-6804-5681

e-mail: docent2002@mail.ru

Tatyana F. Chernova

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

ORCID: 0000-0001-6108-4349

e-mail: tf_chernova@guu.ru

Alyona V. Pletnyova

Graduate Student, State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-5662-4347

e-mail: pletneva-ale@mail.ru

**ВЛИЯНИЕ ИНДУСТРИИ 4.0
НА ЭКОНОМИКУ И ПРОИЗВОДСТВО**

Аннотация. В статье обозначены трудности и проблемы, с которыми приходится сталкиваться субъектам хозяйствования, странам и регионам, в целом, на пути внедрения достижений и наработок Индустрии 4.0. Отдельное внимание уделено экономическим и производственным аспектам, а также изменениям в соответствующих системах в контексте радикальных технологических преобразований. В частности, установлено, что рынки приобретают олигополистический характер, значительно повышается роль и значение среднего и малого бизнеса, обостряются проблемы социального неравенства и напряженности в связи с растущей безработицей и потребностях в высококвалифицированных кадрах. Помимо этого, выделены особенности конкурентной борьбы за технологии, инвестиции, рынки сбыта, территории размещения производительных сил. Также акцентировано внимание на основных «революционных» трендах в промышленном развитии, связанных с запуском инновационно-технологического цикла, инициированного Индустрией 4.0. Определены конкретные действия и меры, позволяющие внедрить эти тренды в реальность.

Ключевые слова: экономика, Индустрия 4.0, промышленность, прогресс, риск, технологии, развитие, глобализация, сети, конкуренция

Для цитирования: Мезина Т.В., Зозуля А.В., Зозуля П.В., Чернова Т.Ф., Плетнёва А.В. Влияние Индустрии 4.0 на экономику и производство // Вестник университета. 2022. № 2. С. 71–76.

**IMPACT OF INDUSTRY 4.0 ON THE
ECONOMY AND PRODUCTION**

Abstract. The difficulties and problems faced by economic entities, countries and regions, in general, on the way to implementing the achievements and developments of Industry 4.0 have been designated in the article. Special attention has been paid to economic and production aspects, as well as changes in the relevant systems in the context of radical technological transformations. In particular, it has been established that markets are becoming oligopolistic, the role and importance of medium and small businesses is significantly increasing, the problems of social inequality and tension in connection with growing unemployment and the need for highly qualified personnel are becoming more acute. In addition, the features of competition for technologies, investments, sales markets, territories of productive forces location have been highlighted. Attention has also been focused on the main “revolutionary” trends in industrial development associated with the launch of the innovation and technological cycle initiated by “Industry 4.0”. Specific actions and measures have been identified to implement these trends into reality.

Keywords: economy, Industry 4.0, industry, progress, risk, technology, development, globalisation, networks, competition

For citation: Mezina T.V., Zozulya A.V., Zozulya P.V., Chernova T.F., Pletnyova A.V. (2022) Impact of Industry 4.0 on the economy and production. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 71–76. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-71-76

© Мезина Т.В., Зозуля А.В., Зозуля П.В., Чернова Т.Ф., Плетнёва А.В., 2022.

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

© Mezina T.V., Zozulya A.V., Zozulya P.V., Chernova T.F., Pletnyova A.V., 2022.

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



Введение

После кризиса 2008–2009 гг. практически все развитые страны мира пересмотрели свои взгляды на роль промышленности, вновь делая ее основными инструментом для экономического роста [6]. А с начала 2016 г. все более четко формируется государственная политика этих стран, направленная на развитие ключевых факторов четвертой промышленной революции, о начале которой было объявлено в Давосе на экономическом международном форуме и как сообщает Клаусом Швабом, ведущий экономистом Швейцарии она устранил привычный уклад жизни и трансформирует новые производственные технологические цепочки.

Связано это с тем, что машины могут выполнять монотонные, рутинные операции в производстве с гораздо большей эффективностью, чем люди, в результате линейные процессы будут в основном автоматизированы. А рабочие, вместо того чтобы заниматься грубой, повторяющейся, тяжелой, опасной работой будут выполнять задачи, которые требуют творческих, интеграционных и неалгоритмизированных усилий.

Однако, необходимо отметить, что становление Индустрии 4.0 – сложный, многоплановый и затяжной во времени процесс, который в скором будущем сотрет барьеры между человеком и машинами, что предопределяет кардинальные изменения как в мировой экономике, так и в жизни людей.

Речь идет, прежде всего, о производственно-экономических последствиях четвертой промышленной революции, что заставляет вспомнить открытый К. Марксом закон адекватности (соответствия) уровня развития производительных сил общества характеру производственных отношений. В данном контексте представляется целесообразным согласиться с К. Швабом, который утверждал, что «предстоящие изменения будут настолько значительными, что, в вопросах перспектив развития человеческой истории, никогда не было еще более обнадеживающих или, наоборот, потенциально, более опасных времен». В своей он говорит, что «мы стоим на пороге технической революции, которая полностью изменит наш образ жизни, работы и коммуникации. Нас ждет крупнейшая за всю историю человечества трансформация – крупнейшая по масштабам и сложности. Мы еще не знаем, как именно произойдет этот переворот, но уже ясно: ответ на него должен быть соответствующим по масштабу самой революции; должны измениться все участники глобальной политики, все игроки, от частных до государственных секторов, должен измениться и академический мир, и само общество, кардинальные трансформации ожидают экономические и производственные системы» [4].

Уже сегодня можно наблюдать как происходит слияние цифрового, физического и производственного миров. Под воздействием ускоряющихся инноваций возникают новые типы экономики, в рамках которых претерпевают кардинальные изменения модели бизнес/процессов конкурентоспособных предприятий.

Актуальность данной статьи в том, что проанализированы возможности и угрозы, связанные с четвертой промышленной революцией, которые непосредственно отразятся на экономических и производственных системах и минимизации негативных процессов.

Исследованию перспектив и проблем промышленных революций, в частности третьей и четвертой, посвящены труды многих ученых: Э. Тоффлера, К. Шваба, Дж. Рифкина, Ф. Хатча, Д. Аджемоглу, Дж. Робинсона, А. В. Росту, П. Друкера, Дж. Гэлбрейта, Й. Шумпетера, Г. Арона, С. Коваля, Д. Белла. Необходимо отметить научный вклад в исследование будущего социально-экономического развития и отечественных ученых: Л. Л. Антонюка, А. Ю. Березиной, В. М. Гейца, С. С. Гринкевича, Б. М. Данилишина, С. М. Иляшенко, Е. М. Либановой, Е. Б. Николаева, В. П. Семиноженко, Л. И. Федуловой, М. А. Хвесика и др.

Разработкой понятийного аппарата институциональной палитры системных преобразований «Индустрия 4.0» занимаются В. Вовк, В. Галасюк, И. Гужва, А. Жмеренецкий, К. Краус, А. Максута, Ю. Пивоварова.

Несмотря на значительные наработки по исследуемой проблематике, вопросы влияния четвертой промышленной революции на уровень благосостояния инновационно-отсталых отраслей и секторов экономики остаются еще недостаточно освещенными в научной литературе.

Таким образом, цель статьи заключается в проведении анализа особенностей внедрения четвертой промышленной революции в производственные и экономические системы, рассмотрении ключевых факторов воздействия и точек их соприкосновения, обозначении перспектив реализации субъектами хозяйствования стратегии опережающего развития с учетом результатов использования концепции «Индустрия 4.0».

Теория и методы

Прежде всего, влияние четвертой промышленной революции на экономику проявляется в том, что ведущие мировые лидеры разработали и утвердили цифровые повестки дня, которые определяют направления развития экономических систем в контексте внедрения технологий Индустрии 4.0. Крупные производственные компании, такие как Siemens, General Electric, SAP, Intel реализуют стратегии развития, направленные на внедрение программ Индустрия 4.0 во все сферы производственного процесса и потребления. Европейский союз утвердил программу «Цифровая Европа 2020» где подробно описаны пути перехода к цифровым технологиям. В результате следствием Индустрии 4.0 может стать постепенное изменение лидерского «ядра» глобальной системы по показателю выработки инновационных технологий, товаров, систем управления и аккумулярованию значительной части добавленной стоимости. В последнее время лидерами в области цифровизации признаны страны Северной Америки и Европейского союза (ЕС), однако их быстро догоняют другие страны мира. Например, Китай, в котором доля использования цифровых технологий выросла на 35 % [7].

Речь идет о развивающихся и промышленно-отсталых странах, которые в случае быстрого освоения и распространения инновационных технологий будут иметь все предпосылки для того, чтобы войти в команду стран-лидеров и составить им конкуренцию. Конкуренция между странами будет обостряться за создание наиболее благоприятных условий не просто для развития любого бизнеса, а для развития производств, основанных на автоматизации, роботизации и интеллектуализации, produцирующих товары и услуги, которые пользуются повышенным спросом в международном масштабе [8].

В этой гиперконкурентной борьбе эпохи четвертой промышленной революции выиграют те страны, которые не только будут обладать уникальными активами, способными обеспечить им динамическое и качественное производство новых знаний и технологий, но и те, которые в кратчайшие сроки смогут воплотить их в конкретные продукты и предложить на мировых рынках. Результат будет зависеть от скорости реакции на изменения в окружающей среде, а время приобретет статус одного из решающих факторов конкурентоспособности.

Как никогда ранее, между странами будет развиваться гиперконкурентная борьба за ограниченные инвестиционные ресурсы – материальную основу реализации новейших технологий. Конкурируя за привлечение иностранных инвестиций, страны на самом деле будут бороться за размещение на своих территориях звеньев глобальных цепочек создания стоимости, стимулируя развитие кластеров с «умной специализацией», уникальной в масштабах глобального рынка [3].

Несомненным экономическим эффектом развития концепции Индустрия 4.0 является усиление влияния малого и среднего бизнеса на мировую экономику. Если первую волну глобализации в XIX в. и в начале XX в. контролировали руководители мощных и успешных государств, а вторую волну – транснациональные корпорации, то третья волна, которая приходится как раз на распространении «Индустрии 4.0», полностью находится во власти малых и средних компаний.

Проникновение цифровизации во все сферы человеческой деятельности будет способствовать быстрым и глубоким трансформациям архитектоники экономики рынков, бизнес-моделей и организационных структур. Рынки начинают приобретать все черты олигополии, что связано с двумя тенденциями.

С одной стороны, этому способствует тот факт, что в условиях четвертой промышленной революции малые и средние предприятия могут выйти из кооперации производителей высокотехнологичной продукции (крупных ТНК и многонациональных корпораций) из-за существенного роста затрат на информационную безопасность, что приведет к снижению гибкости и потере независимости в стратегическом масштабе, появятся риски нарушения целостности наработанных кооперационных связей. Следствием этого станет укрупнение бизнес единиц и усиление концентрации производства. С другой стороны, развитие информационных технологий, как части концепции «Индустрии 4.0» меняет условия функционирования отдельных рынков, все больше глобализуя их. Национальные монопольные организации будут вступать в интенсивную конкурентную борьбу с другими подобными субъектами [5].

Однако абсолютная монополизация глобального рынка практически невозможна, поскольку маловероятной является способность одной компании удовлетворить весь глобальный спрос. Кроме того,

информационные технологии позволяют обеспечить запросы любого потребителя за пределами национальных границ его страны. С учетом модернизации транспорта, логистических цепей доставка товара из любой точки мира становится быстрой, доступной и сравнительно недорогой. Безусловно, с экономическими трансформациями неразрывно связаны и производственные изменения [1].

Анализ результатов

На ближайшие 20 лет представленный прогноз развития производства и соответствующих технологий, в результате внедрения концепции «Индустрия 4.0» будет выглядеть так:

- глубинное обучение – обработка изображений;
- специалист по обработке данных «все в одном»;
- сотрудничество человек-машина;
- квантовые вычисления;
- распознавание рукописного текста и голоса;
- домашние и сервисные роботы;
- нейроморфные вычисления;
- эмоциональные роботы;
- обработка природных языков, использование больших данных;
- беспилотные автомобили;
- интерфейс «мозг-компьютер».

С учетом вышеизложенного, не подлежит сомнению тот факт, что дальнейшее промышленное развитие будет связано с проведением трех связанных «трансформаций», которые способны запустить следующий инновационно-технологический цикл (изменением технологической парадигмы), содержание этих трансформаций представлено в таблице 1.

Таблица 1

Основные «революционные» тренды в промышленном развитии, связанные с запуском инновационно-технологического цикла, инициированного Индустрией 4.0

Трансформации	Содержание
Организация производственных процессов	Проведение технологического и организационного реинжиниринга, основанного на цифровизации операционных процессов
Совершенствование материалов	Переход к автоматизированным системам производства, объединение производства и составляющих
«Умные» среды	Выведение на рынок «умных» платформ, заменяющих ручной труд во многих сферах жизни

Составлено авторами по материалам исследования

По прогнозам авторитетных мировых институтов, (ОЭСР, Всемирный банк) и международных промышленных ассоциаций, а также исследовательских научных центров, запустить эти три революции в промышленном производстве к 2030 г. можно только путем внедрения новых информационных технологий, которые подчеркивают их революционизирующее влияние на структуру производства [6].

С учетом вышеизложенного, в таблице 2 представлены обобщенные приоритеты в сфере внедрения технологий «Индустрии 4.0» в странах ЕС, США и Китае и России.

Таблица 2

Приоритеты в передовых производственных технологиях ЕС, США, Китая и России

ЕС	США	Китай	Россия
замена производства современными технологиями; развитие биотехнологий; нанотехнологии; умные и гибкие производственные системы; применение цифровизации на рабочих местах; мобильные и гибкие предприятия; ориентация на потребителя	применение сенсорных технологий в производстве; интеграция синтеза высоких технологий в производстве; создание цифрового пространства; рациональное использование технологических процессов; нанотехнологии; применение электроники в производственных процессах; 3D-печать; современные контроль качества с применением высоких технологий; применение роботов в производственных процессах	цифровизация производственных процессов; биоинженерия; применение высокопроизводительного оборудования в технологических процессах; использование современных материалов при производстве конечного продукта; «умные технологии»	цифровизация производственных процессов; нанотехнологии; использование современных высоких технологий в производстве; применение математического моделирования в производственном процессе; развитие космоса и космических разработок

Составлено авторами по материалам исследования

Заключение

Итак, промышленное производство стран, а в особенности развивающихся, в ближайшие 10–20 лет в контексте внедрения достижений четвертой промышленной революции будет вынуждено решать целый пакет фундаментальных задач, связанных с:

- старой базой сырья (дефицит сырья, его высокая стоимость, что требует новых конструкционных и функциональных материалов);
- возрастающей сложностью производства (сложность при организации производственного процесса, огромные затраты на производство, необходимость в качественном инженеринговом скачке и в управлении производственными процессами в направлении нелинейности);
- устаревшей индустриальной инфраструктурой (дороговизна и негибкость инновационных систем будут требовать все более новых, гибких и открытых инфраструктур).

Итак, в ходе проведенного исследования, можно сделать следующие выводы. С точки зрения экономики четвертая промышленная революция открывает перед субъектами хозяйствования широкие возможности роста, а с другой - одновременно продуцирует абсолютно новые вызовы. Самым главным вызовом современности является скорость изменений и управление ими. Меняются отношения между странами, рынками, трансформируются хозяйственные связи, на смену доминирующим глобальным гигантам – ТНК, приходят представители среднего и малого бизнеса, которые гораздо более эффективно продуцируют и внедряют новые технологии [2]. Успешные представители рынка должны постоянно, непрерывно модернизироваться чтобы быстро адаптироваться к четвертой промышленной революции.

Правительства национальных государств, независимо от их места в рейтингах глобальной конкурентоспособности, вынуждены перманентно осуществлять поиск путей и инструментов технологического обновления, а соответственно и геополитического выживания.

Для преодоления вызовов и использования возможностей четвертой промышленной революции с целью сохранения основных принципов устойчивого экономического развития субъекты хозяйствования, общество в целом, правительства и страны должны быть ориентированы на:

- поиск дополнительных резервов финансирования промышленных хайтек-сегментов, приоритетных для Индустрии 4.0 (в том числе разработка проектов в контексте получения грантового финансирования, создание команды фандрейзинга);

- расширение экспортной активности Индустрии 4.0, поскольку потенциальные разработки в данном сегменте экономики в разы превышают емкость внутреннего рынка;
- усиление роли и значения государства как главного стейкхолдера в развитии Индустрии 4.0.

Библиографический список

1. Коготкова, И. З., Гусева, М. Н., Лялин, А. М. и др. Концепция проектного управления: теория, методология и современная оценка: монография. – Часть 1. – М.: КнигИздат, 2021. – 378 с.
2. Лялин, А. М., Зозуля, А. В., Еремина, Т. Н., Зозуля, П. В. Современные тенденции развития угольной промышленности с учетом влияния пандемии // Уголь. – 2021. – № 5 (1142). – С. 62–65. <https://doi.org/10.18796/0041-5790-2021-5-62-65>
3. Павловский, П. В., Халимон, Е. А. Проектное мышление – ключевой фактор успеха для внедрения циркулярной экономики // Актуальные проблемы управления – 2020: Материалы 25-й Международной научно-практической конференции, Москва, 5 ноября 2020 г. / под ред. С. М. Нечаевой и др. – М.: Государственный университет управления, 2021. – С. 107–111.
4. Dastbaz, M., Cochrane, P. Industry 4.0 and engineering for a sustainable future. – Cham: Springer, 2019. – 235 p. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-12953-8>
5. Frank, A. G., Dalenogare, L. S., Ayala, N. F. Industry 4.0 technologies: Implementation patterns in manufacturing companies // International Journal of Production Economics. – 2019. – V. 210. – Pp. 15–26. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.01.004>
6. Kumar, K., Zindani, D., Paulo Davim, J. Industry 4.0: Developments towards the Fourth Industrial Revolution. – Singapore: Springer, 2019. – 59 p. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-8165-2>
7. Schwab, K. The Fourth Industrial Revolution. What it means and how to respond // Foreign Affairs. – 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution> (дата обращения: 17.12.2021).
8. Xu, L. D., Xu, E. L., Li, L. Industry 4.0: state of the art and future trends // International Journal of Production Research. – 2018. – V. 56, No. 8. – Pp. 2941–2962. <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1444806>

References

1. Kogotkova I. Z., Guseva M. N., Lyalin A. M. et al. *The concept of project management: theory, methodology and modern assessment: monograph*, Part 1, Moscow, KnigIzdat, 2021, 378 p. (In Russian).
2. Lyalin A. M., Zozulya A. V., Eremina T. N., Zozulya P. V. Current trends in the development of the coal industry, taking into account the impact of the pandemic, *Ugol'*, 2021, no. 5 (1142), pp. 62–65. (In Russian). <https://doi.org/10.18796/0041-5790-2021-5-62-65>
3. Pavlovskii P. V., Khalimon E. A. Design thinking – a key success factor for the implementation of circular economy, *Current problems of management – 2020: Proceedings of the 25th International Scientific and Practical Conference*, Moscow, November 5, 2020, ed. by S. M. Nechaeva et al., Moscow, State University of management, 2021, pp. 107–111. (In Russian).
4. Dastbaz M., Cochrane P. *Industry 4.0 and engineering for a sustainable future*, Cham, Springer, 2019, 235 p. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-12953-8>
5. Frank A. G., Dalenogare L. S., Ayala N. F. Industry 4.0 technologies: Implementation patterns in manufacturing companies, *International Journal of Production Economics*, 2019, vol. 210, pp. 15–26. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.01.004>
6. Kumar K., Zindani D., Paulo Davim J. *Industry 4.0: Developments towards the Fourth Industrial Revolution*, Singapore, Springer, 2019, 59 p. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-8165-2>
7. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution. What it means and how to respond, *Foreign Affairs*, 2015. Available at: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution> (accessed 17.12.2021).
8. Xu L. D., Xu E. L., Li L. Industry 4.0: state of the art and future trends, *International Journal of Production Research*, 2018, vol. 56, no. 8, pp. 2941–2962. <https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1444806>

УДК 352.075.1 JEL H70

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-77-84

Мусинова Нина Николаевна
канд. экон. наук, ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-2194-7856
e-mail: 65651951@mail.ru

ОБ ОРГАНИЗАЦИИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В ЕДИНОЙ СИСТЕМЕ ПУБЛИЧНОЙ ВЛАСТИ

Аннотация. Значимой формой реализации россиянами своих конституционных прав является институт местного самоуправления, призванный играть важную роль в формировании гражданского общества. Федеральный закон от 21 декабря 2021 г. № 414-ФЗ «Об общих принципах организации публичной власти в субъектах Российской Федерации» раскрывает конституционные положения организации единой системы публичной власти в субъектах Российской Федерации. В настоящее время обсуждается проект федерального закона, отражающий общие принципы организации местного самоуправления в единой системе публичной власти. В статье проанализированы основные положения этого законопроекта, связанные с развитием общественного самоуправления, гражданского общества и формированием представительной власти на муниципальном уровне, выявлены их недостатки.

Ключевые слова: муниципальное образование, публичная власть, система публичной власти, местное самоуправление, организация местного самоуправления, органы государственной власти, региональная власть, органы публичной власти

Для цитирования: Мусинова Н.Н. Об организации местного самоуправления в единой системе публичной власти // Вестник университета. 2022. № 2. С. 77–84.

Nina N. Musinova
Cand. Sci. (Econ.), Financial University, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-2194-7856
e-mail: 65651951@mail.ru

ON THE LOCAL SELF-GOVERNMENT ORGANISATION IN THE PUBLIC AUTHORITY UNIFIED SYSTEM

Abstract. A significant form of constitutional rights implementation by Russians is the institution of local self-government, which has an important role to play in the civil society formation. Federal Law dated on December 21, 2021, No. 414-FZ "On the General Principles of the Organisation of Public Power in the Constituent Entities of the Russian Federation" reveals the constitutional provisions for the public power unified system organisation in the constituent entities of the Russian Federation. Currently, a draft federal law reflecting the general principles of the local self-government organisation in the public power single system is being discussed. The article analyses the main provisions of this draft law related to the public self-government development, civil society and the representative power formation at the municipal level and identifies their imperfections.

Keywords: municipality, public authority, public authority system, local self-government, local self-government organisation, government authorities, regional authority, public authorities

For citation: Musinova N.N. (2022) On the local self-government organisation in the public authority unified system. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 77–84. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-77-84

Введение

Начало процессов всестороннего обсуждения проблем организации местного самоуправления (далее – МСУ) и поиска направлений его развития связывается с заседанием Совета при Президенте Российской Федерации (далее – РФ) по развитию местного самоуправления, состоявшемся 30 января 2020 г., итогом которого стало поручение Президента РФ Правительству РФ о разработке основ государственной политики по развитию МСУ. В качестве координатора выступила созданная на базе существующих межмуниципальных ассоциаций и их объединений (а также общественных организаций муниципальной направленности) Всероссийская ассоциация развития местного самоуправления (ВАРМСУ), обеспечивающая концентрацию

© Мусинова Н.Н., 2022.

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

© Musinova N.N., 2022.

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



внимания общественности, муниципального сообщества, представителей науки, различных партий, ключевых государственных органов исполнительной власти на важнейших направлениях развития МСУ. В результате вопросы совершенствования МСУ, став одним из государственных приоритетов, нашли отражение в поправках, внесенных в июле 2020 г. в Конституцию РФ [1], а в декабре 2021 г. конституционные положения нашли отражение в Федеральном законе от 21 декабря 2021 г. № 414-ФЗ «Об общих принципах организации публичной власти в субъектах Российской Федерации» (далее – Закон № 414-ФЗ) [4].

Центральным вопросом в федеративном государстве является разграничение полномочий между уровнями публичной власти. На территории субъекта РФ согласно недавно принятому Закону № 414-ФЗ органы региональной власти самостоятельно осуществляют свою деятельность, руководствуясь основополагающими принципами, среди которых гарантированность МСУ, его самостоятельность в пределах своих полномочий, гарантии финансового обеспечения исполнения полномочий и др. [4].

Конституционная природа МСУ, как уровня власти, обуславливает необходимость учета его особенностей. Характер местной власти и степень ее самостоятельности во многом определяется способом ее формирования – это всегда компромисс между государством и местным сообществом. Полностью автономного МСУ быть не может – об этом убедительно свидетельствует исторический опыт формирования муниципальной власти, поэтому вопрос может ставиться лишь о степени автономности МСУ [10]. При этом его организационное обособление не предполагает обязательности функциональной обособленности, что предопределяет необходимость его взаимодействия с органами госвласти для достижения общих целей социально-экономического развития. Исходя из этого должна быть определена компетенция муниципального уровня власти, базирующаяся при этом на учете российского опыта организации МСУ. Настало время не только определить модель современного местного самоуправления с учетом сложившихся государственных и общественных отношений, но и выстроить систему МСУ так, чтобы его полномочия были реальными и выполнимыми.

Начало очередного этапа – выстраивания единой системы публичной власти – связывается с принятием федерального закона по МСУ, законопроект которого внесен 16 декабря 2021 г. в Государственную Думу [5].

Вопросы становления и развития МСУ в различные периоды существования российского государства привлекают внимание ученых разных научных направлений: историков, правоведов, экономистов, управленцев и других. Системные представления о МСУ, его истории и современности, его правовой, территориальной и финансово-экономической основах, о технологии муниципального управления в отдельных сферах муниципальной деятельности изложены в работах Р. В. Бабуна, В. Б. Зотова [7]. Вопросы формирования и эффективности единой системы публичной власти рассмотрены в работах Г. Г. Фастович, Т. В. Шитовой [12] и К. И. Коваленко [9]. Проблемы институциональной недостаточности системы взаимодействия органов государственной власти субъектов РФ и органов МСУ определены в статье А. А. Ашина, Б. В. Карцева [6]. Исторические аспекты и современные проблемы формирования муниципальной власти рассмотрены в работе Н. Н. Мусиновой [10]. Существующие на начало 2020 г. проблемы становления института МСУ убедительно представлены в статье Б. В. Карцева, Н. Н. Мусиновой [8]. Критический анализ норм законопроекта по МСУ представлен А. Н. Широковым и С. Н. Юрковой [13]. Со многими из представленных ими замечаний трудно не согласиться, но осталось еще не отмеченное ими.

Теория и методы

Опираясь на Конституцию РФ, теорию государственного и муниципального управления, общепринятую терминологию (местное самоуправление, муниципальное образование (далее – МО) и др.), используя метод анализа источников, а также изучения ключевых положений законопроекта по МСУ, выявим основные дискуссионные положения организации МСУ в единой системе публичной власти с учетом его определенной самостоятельности и организационной обособленности в системе органов государственной власти [5].

Прежде всего, отметим, что указанные конституционные нормы направлены на укрепление вертикали публичной власти, и, как следствие, определенную централизацию МСУ. Вместе с тем поправка в Конституцию РФ лишь окончательно зафиксировала этот тренд, первые признаки которого начали появляться еще 7–8 лет назад с внесением в федеральное законодательство о местном самоуправлении изменений, не только прямо расширяющих полномочия органов госвласти, но и способствующих укрупнению МО. Еще в 2013 г. на Всероссийском съезде советов МО, проходившем в городе Суздале, собравшиеся говорили о необходимости принятия нового федерального закона по МСУ, поскольку поправок в действующий Федеральный закон

от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (далее – Закон № 131-ФЗ) вносилось столько, сколько не вносилось ни в какой другой. Так с внесением в 2014 г. поправок в ст. 2 Закона № 131-ФЗ, изменяющих понятие городского округа, процессы централизации МСУ не только приобрели массовый характер, но и запустили механизмы его трансформации [2]. В результате в ряде субъектов РФ был осуществлен переход от двухуровневой модели организации МСУ к одноуровневой. Глубинная причина этих процессов – необеспеченность местной власти финансовыми и материальными ресурсами. Низкая финансовая самостоятельность муниципалитетов сохраняется из года в год. В 2020 г. доходы местных бюджетов выросли на 11 %, но и расходы увеличились на 12 %. Почти 66 % муниципальных доходов – это межбюджетные трансферты. Муниципальный долг превысил 380 млрд рублей (70 % – это коммерческие кредиты). В связи с этим законопроектом предусматривается формирование только трех видов МО (вместо восьми, существующих в настоящее время): городских округов, муниципальных округов и внутригородских МО в городах федерального значения.

Действительно, укрупнение территорий МО в ряде случаев оправдано, поскольку позволяет укрепить финансовую автономию МО и значительной части городских округов выйти на бездотационный уровень, а большей части остальных муниципалитетов – вместо закредитованности иметь стабильные и растущие доходы бюджетов [11]. Однако, необходимо отметить, что чиновники госаппарата, ратующие за укрупнение МО, в преддверии грядущих преобразований на территории субъектов РФ зачастую используют упрощенный подход к расчету ожидаемой экономии административно-управленческих расходов от сокращения численности муниципальных служащих, забывая о том, что в упраздняемых поселениях вместо поселенческих администраций необходимо будет создавать территориальные структурные подразделения администраций как в городских, так и муниципальных округах. Как свидетельствует опыт территориальных преобразований в Московской области, где в настоящее время имеются только городские округа, реальная экономия оказалась значительно ниже ожидаемой. Но территория Московской области относится к густонаселенной с высокой плотностью транспортной сети, чем не могут похвастаться многие другие субъекты РФ. Однако положения представленного законопроекта по МСУ касаются всех субъектов РФ, не считая тех, на территории которых организация МСУ в соответствии с законодательством имеет особенности.

Учитывая вышеотмеченное, проведем диагностический анализ положений проекта федерального закона по МСУ с позиции их направленности на обеспечение организационного единства публичной власти и соответствия Конституции РФ.

Основные результаты и рекомендации

Российская Федерация является федеративным государством, устройство которого основано, в том числе, на разграничении предметов ведения и полномочий между органами государственной власти РФ и органами государственной власти субъектов РФ: за федеральным уровнем власти закреплены свои предметы ведения, для субъектов РФ установлены предметы совместного ведения РФ и субъектов РФ, МСУ обеспечивает самостоятельное решение вопросов местного значения [1].

Знакомство с законопроектом позволяет отметить, что перечисленные в нем полномочия МО не отграничены строго от полномочий субъекта РФ. Законопроект вводит новый термин «полномочия по решению вопросов обеспечения жизнедеятельности населения». Это очень обширное понятие, но, видимо, законодатель исходит из того, что в процессе своей деятельности органы МСУ тесно взаимодействуют с региональными органами власти, образуя сферу совместного ведения по решению проблем социально-экономического, политического и правового характера, затрагивающие обоюдные интересы. В законопроекте представлен перечень безусловных полномочий МСУ («перечень вопросов непосредственного обеспечения...») и перечень полномочий, которые могут закрепляться законом субъекта РФ, но при этом принципы и механизм формирования этих перечней непонятны, а многие из них, как отмечают эксперты, не имеют первостепенного значения для непосредственного обеспечения жизнедеятельности населения или требуют конкретизации [13].

На наш взгляд, у муниципального уровня власти должен быть свой круг задач и отграниченные финансовые средства для их решения. Целесообразно в новом законе для обозначения предметов ведения муниципального уровня власти использовать уже привычный и понятный термин вопросы местного значения, тем более что Конституция РФ в ч. 1, ст. 130 именно его и использует [1].

Согласно ст. 1, ч. 2 Конституции РФ, местное самоуправление – в основном публично-властная деятельность, осуществляемая гражданами путем прямых форм волеизъявления населения и через органы МСУ [1]. Заметим, что сход граждан, осуществляющий полномочия представительного органа, согласно ст. 25 Закона №131-ФЗ, относившийся к прямой форме волеизъявления граждан малочисленных сельских поселений, теперь перестает быть таковым, так как поселенческие МО упраздняются [2].

При этом представляется, что более плотное встраивание органов МСУ в единую систему публичной власти повлечет ускорение темпов развития прямого местного самоуправления. Этот процесс можно наблюдать уже сейчас: во многих субъектах РФ активно развиваются институты территориального общественно-го самоуправления (далее – ТОС), инициативного бюджетирования, появился интерес к внедрению практики самообложения граждан на основании государственно-муниципального партнерства. Уместно заметить, что из факультативных форм наибольшее распространение на территории России получило ТОС, но в региональном разрезе эта форма используется крайне неравномерно (разница может составлять до 10 раз).

В настоящее время важным институтом гражданского общества, обеспечивающим взаимодействие жителей МО с органами МСУ являются общественные палаты (советы). Они сформированы и действуют в достаточно большом числе городских округов (их ориентировочное число – 475 единиц). Их деятельность на муниципальном уровне приобретает особую значимость, когда необходимо оперативно донести до местных органов власти мотивированную позицию граждан по существу проектируемых или действующих социально значимых решений. Они, являясь основными субъектами общественного контроля, организуют и обеспечивают проведение общественного контроля в МО в формах, установленных Федеральным законом от 21 июля 2014 г. № 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации» [3]. Обеспечение деятельности общественных палат в большинстве случаев осуществляется в пределах средств, выделенных в местном бюджете на эти цели. Проблемы их деятельности решаются структурами местной администрации.

Необходимо отметить, что подходы к созданию, правовому статусу и функционированию общественных палат отличаются разнообразием и зависят как от территориальных особенностей МО, так и от позиции руководителей органов МСУ. На наш взгляд, муниципальные общественные палаты должны выступать платформой для представления интересов ТОС и иных форм организованных местных сообществ, пользующихся доверием населения, действующих на территории МО и участвующих в решении вопросов местного значения. Данные сообщества в целях наиболее полного охвата всех слоев и всех интересов населения следует максимально широко привлекать к формированию и деятельности общественных палат. Цель такого объединения – выдвижение общественных инициатив, выбор наиболее приоритетных проектов по обеспечению жизнедеятельности и развитию своих территорий. Новый закон должен повысить роль старост сельских населенных пунктов и вдохнуть вторую жизнь в ТОС [5]. Этому будет способствовать предложение по закреплению организационно-правовой формы ТОС в качестве юридического лица в виде некоммерческой организации.

Общенациональной ассоциацией территориального общественного самоуправления в 2020 г. принята стратегия развития этого важнейшего института гражданского общества до 2030 г. [14]. Поскольку общепризнано, что институт ТОС является связующим звеном между населением и муниципальным уровнем публичной власти, ТОС – резерв демократии, без него МСУ вряд ли будет эффективным.

В СССР вопросы общественного самоуправления получили не только конституционное закрепление, но и стали одной из обязанностей местных советов народных депутатов (поселкового, сельского, городского и районного советов народных депутатов) по развитию общественных инициатив и самодеятельности граждан. Органы общественной самодеятельности, осуществляя деятельность в различных сферах (в основном занимаясь организационной и воспитательной работой по месту жительства), были подотчетны избирателям и местным советам. Использование этого опыта приобретает особое значение в условиях предлагаемого законопроектом укрупнения МО [10].

В этой связи решение задачи повсеместного развития ТОС и иных форм организованных местных сообществ на столь огромной территории РФ, требует существенного увеличения количества муниципальных депутатов, поскольку работа с населением – это один из важнейших аспектов их деятельности, но с другой стороны, ТОС, на наш взгляд, необходимо рассматривать еще и как резерв депутатского корпуса.

В этой связи разработчики законопроекта не учли еще один важный аспект, оставив нормативы численности депутатов представительного органа МО, установленные Законом № 131-ФЗ в зависимости

от численности населения, прежними (без изменений), без учета того что процессы укрупнения МО в связи с переходом к одноуровневой модели организации МСУ приведут к значительному снижению депутатского корпуса.

На основе расчетов, исходя из представленной концепции законопроекта о территориальной организации МСУ, определим в какой степени изменится численность депутатского корпуса в связи с укрупнением МО, используя для этой цели опубликованные Министерством юстиции РФ данные результатов последнего мониторинга организации и развития МСУ в России [15], а также имея в виду, что городские и сельские поселения будут упразднены, а бывшие территории муниципальных районов поменяют свой статус на городские или муниципальные округа.

Таблица 1

Изменение численности депутатов в результате территориальных преобразований

В настоящее время				По законопроекту	
Виды МО	Кол-во составов представительных органов МО	Среднее число депутатов в одном составе	Общее число депутатов	Ожидаемые изменения	Общее число депутатов в МО
Муниципальный район	1 678	19	31 882	преобразование	31 882
Городское поселение	1 398	13	18 174	упразднение	-
Сельское поселение	16 769	9	150 921	упразднение	-
Муниципальный округ	27	16	432	без изменений	432
Городской округ	631	22	13 882	без изменений	13 882
Внутригородской район	19	27	513	упразднение	-
ВМО города федерального значения	267	13	3 471	без изменений	3471
Итого:	20 792	-	219 275	-	49 667

Составлена автором по материалам источника [15]

Как видно из проведенных несложных расчетов, практическая реализация положений законопроекта относительно территориальной организации МСУ приведет к снижению численности муниципальных депутатов как минимум в 4,4 раза, но учитывая, что территориальные преобразования, сопровождающиеся сокращением численности депутатского корпуса на практике уже осуществляются не первый год, эта цифра выглядит более внушительной.

Однако, законопроект [5] лишь копирует нормы численности депутатов представительного органа, установленные для поселений и городских округов 6 ст. 35 Закон № 131-ФЗ [1 ч.]. На наш взгляд, при формировании единой системы публичной власти в РФ недопустимо умаление роли муниципальных депутатов, поскольку, во-первых, это идет вразрез с конституционными принципами, а во-вторых, увеличение количества жителей приходящихся на одного депутата, затруднит взаимодействие депутатов с активными жителями, на которые он должен опираться, представляя их интересы. В этой связи представляется необходимым увеличение проектируемой численности депутатов представительного органа городского и муниципального округа в 1,5–2 раза от предлагаемой, с установлением «вилки» и возможностью определения конкретной численности депутатов уставом МО [5, ч. 6 ст.15].

С укрупнением МО в структуре местной администрации городских и муниципальных округов, как правило, будут формироваться территориальные и отраслевые органы администрации. В законопроекте при их наличии предусматривается формирование местной администрации в виде коллегиального органа [5, ч. 18 ст.22]. Однако данная норма не согласуется с частью 2 статьи 22 законопроекта, предусматривающей, что местной администрацией на принципах единоначалия руководит глава местной администрации.

Кроме этого, законопроектом определено, что руководители территориальных и отраслевых (функциональных при наличии) органов местной администрации замещают муниципальные должности (тем самым они приобретают публичный статус). Непонятно, как это соотносится с непубличностью обретения главами территориальных и отраслевых (функциональных при наличии) органов местной администрации, которые не являются органами местного самоуправления по своему статусу, а также с их соподчиненностью главе местной администрации. Вообще возникает сомнение, что лица, не возглавляющие органы местного самоуправления могут занимать муниципальные должности.

В тексте законопроекта часто встречаются такие обороты, как «вправе», «могут» и т. п., которые допускают неоднозначность. Например, если в соответствии с Законом № 131-ФЗ при наличии восьми видов МО контрольно-счетный орган не входил в число обязательных для каждого МО (в небольших городских и сельских поселениях контрольные полномочия могут осуществляться представительным органом). Теперь в результате укрупнения МО контрольно-счетные органы, на наш взгляд, должны (а не «могут») создаваться в каждом городском и муниципальном округе.

Заключение

Концептуально проект закона понятен. Он детально регламентирует наиболее важные для МСУ институты. Рассмотренные в этой статье вопросы (ввиду ее ограниченности по объему) составляют лишь малую часть от изложенных в законопроекте. Его обсуждение в самом широком формате, организованное ВАРМСУ с участием экспертного сообщества, Общественной палатой Российской Федерации с участием Российской муниципальной академии, Академии общественных наук и др. вселяет надежду на скорейшее принятие качественного Закона, призванного стать базой развития местного самоуправления и мощным фактором развития Российской Федерации.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе голосования 01.07.2020) // Информационно-правовой портал «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/10103000/> (дата обращения: 29.12.2021).
2. Федеральный закон от 06.10.2003 г № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями от 1, 2 июля 2021) // Информационно-правовой портал «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/186367/paragraph/3555106:0> (дата обращения: 29.12.2021).
3. Федеральный закон от 21.07.2014 № 212-ФЗ «Об основах общественного контроля в Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102355867> (дата обращения: 25.12.2021).
4. Федеральный закон от 21.12.2021 № 414-ФЗ «Об общих принципах организации публичной власти в субъектах Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202112210031?rangeSize=%D0%92%D1%81%D0%B5> (дата обращения: 29.12.2021).
5. Законопроект № 40361–8 «Об общих принципах организации местного самоуправления в единой системе публичной власти» // Система обеспечения законодательной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/40361-8> (дата обращения: 25.12.2021).
6. Ашин, А. А., Карцев, Б. В. Проблемы институциональной недостаточности системы взаимодействия органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления и пути их решения // Вестник Владимирского юридического института. – 2017. – № 1 (42). – С. 93–96.
7. Зотов, В. Б., Сапожников, А. А., Семкина, А. С. и др. Система муниципального управления: учебник / под ред. В. Б. Зотова. – 6-е изд. испр. и доп. – М.: КНОРУС, 2018. – 680 с.
8. Карцев, Б. В., Мусинова, Н. Н. Современные тренды местного самоуправления в Российской Федерации. // Вестник университета. – 2020. – № 6. – С. 17–22. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-6-17-22>
9. Коваленко, К. И. Государственная власть и местное самоуправление в системе единой публичной власти: проблемы и перспективы конституционных поправок // Вестник Сибирского юридического института МВД России. – 2020. – № 1 (38). – С. 121–124.

10. Мусинова, Н. Н. О некоторых аспектах формирования муниципальной власти: история и современность // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 1–1 (66). – С. 372–377.
11. Сираждинов, Р. Ж. Сравнительный анализ эффективности муниципального управления в городских округах // Муниципальная академия. – 2016. – № 2. – С. 63–67.
12. Фастович, Г. Г., Шитова, Т. В. К вопросу об эффективности единой системы публичной власти // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. – 2020. – № 4 (18). – С. 76–88. <https://doi.org/10.36718/2500-1825-2020-4-76-88>
13. Широков, А. Н., Юркова, С. Н. Местное самоуправление: большая реформа или упразднение // Журнал Бюджет. – 2022. – № 1 (229). – С. 70–74.
14. В России приняли стратегию развития территориального самоуправления до 2030 года // ТАСС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/11368051> (дата обращения: 25.12.2021).
15. Доклад о результатах ежегодного мониторинга организации и развития местного самоуправления в Российской Федерации (за 2019 год и первое полугодие 2020 года) / Под общ. ред. Первого заместителя Министра юстиции Российской Федерации Ю. С. Любимова. – М.: Министерство юстиции Российской Федерации, 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minjust.gov.ru/ru/activity/directions/977/#section-description> (дата обращения: 17.12.2021).

References

1. Constitution of the Russian Federation (adopted by popular vote on December 12, 1993 with amendments approved by voting on July 1, 2020), *Legal reference system "Garant"*. Available at: <https://base.garant.ru/10103000/> (accessed 29.12.2021).
2. Federal Law, dated on October 10, 2003, No. 131-FZ "On the General Principles of Organisation of Local Self-Government in the Russian Federation" (with amendments and additions, dated on July 1, 2, 2021), *Legal reference system "Garant"*. Available at: <http://ivo.garant.ru/#/document/186367/paragraph/3555106-0> (accessed 29.12.2021).
3. Federal Law, dated on July 21, 2014 No. 212-FZ "On the fundamentals of public control in the Russian Federation", *Official Internet Portal of Legal Information*. Available at: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102355867> (дата обращения: 25.12.2021).
4. Federal Law, dated on December 21, 2021, No. 414-FZ "On General Principles of the Organisation of Public Authority in the Constituent Entities of the Russian Federation", *Official Internet Portal of Legal Information*. Available at: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202112210031?rangeSize=%D0%92%D1%81%D0%B5> (accessed 29.12.2021).
5. Draft Law No. 40361–8 "On General Principles of Organisation of Local Self-Government in a Unified System of Public Power", *Legislative Support System*. Available at: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/40361-8> (accessed 25.12.2021).
6. Ashin A. A., Kartsev B. V. Institutional insufficiency problems of the interaction system of state power bodies of subjects of the Russian Federation and bodies of local self-government and the ways of their solution, *Vestnik Vladimirskogo yuridicheskogo instituta*, 2017, no. 1 (42), pp. 93–96. (In Russian).
7. Zotov V. B., Sapozhnikov A. A., Semkina A. S. et al. *Municipal governance system: textbook for undergraduate and master studies*, team of authors, ed. by V. B. Zotov, chief of team of authors R. V. Baboon, 6th ed. rev. and add, Moscow, KNORUS, 2018, 680 p. (In Russian).
8. Karzev B. V., Musinova N. N. Current trends of local self-government in the Russian Federation, *Vestnik universiteta*, 2020, no. 6, pp. 17–22. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-6-17-22>
9. Kovalenko K. I. State power and local self-government in the system of unified public power: problems and prospects of constitutional amendments, *Vestnik Sibirskogo yuridicheskogo instituta MVD Rossii*, 2020, no. 1 (38), pp. 121–124. (In Russian).
10. Musinova N. N. Some aspects of the municipal authority formation: history and the present, *Journal of economy and entrepreneurship*, 2016, no. 1–1 (66), pp. 372–377. (In Russian).
11. Sirajdinov R. J. Comparative analysis of the efficiency of municipal management in urban districts, *Munitsipal'naya akademiya*, 2016, no. 2, pp. 63–67. (In Russian).
12. Fastovich G. G., Shitova T. V. To the question of the efficiency of a unified system of public government, *Sotsial'no-ekonomicheskii i gumanitarnyi zhurnal Krasnoyarskogo GAU*, 2020, no. 4 (18). (In Russian). <https://doi.org/10.36718/2500-1825-2020-4-76-88>
13. Shirokov A. N., Yurkova S. N., Local self-government: big reform or abolition, *Zhurnal Byudzheta*, 2022, no. 1 (229), pp. 70–74. (In Russian).

14. Russia adopted a Strategy for the Development of Territorial Self-Government until 2030, *TASS Russian News Agency*. Available at: <https://tass.ru/obschestvo/11368051> (accessed 25.12.2021).
15. *Report on the results of the annual monitoring of the organisation and development of local self-government in the Russian Federation (for 2019 and the first half of 2020)*, ed. by First Deputy Minister of Justice of the Russian Federation Y. S. Lyubimov, Moscow, Ministry of Justice of the Russian Federation 2020. Available at: <https://minjust.gov.ru/ru/activity/directions/977/#section-description> (accessed 17.12.2021).

Соломонов Алексей Павлович

канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Рязанский государственный
радиотехнический университет»,
г. Рязань, Российская Федерация
ORCID: 0000-0003-4636-294X
e-mail: elena_solomonov@mail.ru

РАЗВИТИЕ МИРОВОЙ НЕФТЕПЕРЕРАБОТКИ В КОНТЕКСТЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

Аннотация. Статья посвящена обобщению и анализу ключевых тенденций развития мировой отрасли нефтепереработки в современных условиях пандемии коронавируса, когда происходят значительные структурные и организационные изменения как на мировых энергетических рынках, так и в экономике государств в целом. В контексте нынешней ситуации стратегии крупнейших нефтеперерабатывающих компаний изменяются, учитывая риски локдауна. В статье показано, что накопление больших запасов нефти выступает одним из наиболее значительных вызовов для мирового производства нефтепродуктов, но основным риском все же выступает снижение мирового спроса на моторные топлива. Автор полагает, что прогнозы показателей развития мировой нефтепереработки необходимо делать осторожно, с учетом различных траекторий постпандемического развития мировых рынков, поэтапного снятия ограничений на транспортное сообщение между странами, изменений в структуре некоторых секторов, в частности международного туризма. В рамках исследования оценены дальнейшие варианты развития глобальных цепочек создания стоимости в отрасли, которые будут иметь тенденцию к локализации, а «цифровой» фактор в их развитии станет определяющим.

Ключевые слова: мировая нефтепереработка, пандемия, коронавирус, государственное регулирование, нефтепродукты, экспорт, нефтеперерабатывающие заводы, производственные мощности, международная конкуренция

Для цитирования: Соломонов А.П. Развитие мировой нефтепереработки в контексте пандемии коронавируса // Вестник университета. 2022. № 2. С. 85–90.

Alexey P. Solomonov

Cand. Sci. (Econ.), Ryazan State Radio
Engineering University, Ryazan, Russia
ORCID: 0000-0003-4636-294X
e-mail: elena_solomonov@mail.ru

DEVELOPMENT OF WORLD OIL REFINING IN THE CONTEXT OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC

Abstract. The article is devoted to the generalisation and analysis of key trends in the global oil refining industry development in the current conditions of the coronavirus pandemic, when significant structural and organisational changes are taking place both in the world energy markets and in the states economies as a whole. In the context of the current situation, the largest oil refineries strategies are changing, taking into account the current lockdown risks. The article shows that the large oil reserves accumulation is one of the most significant challenges for the petroleum products global production, but the main risk is still a decrease in global demand for motor fuels. The author thinks that forecasts for the world oil refining development should be done carefully, taking into account the various trajectories of the post-pandemic world markets development, the gradual removal of restrictions on transport links between countries, changes in the some sectors structure, in particular, international tourism. As part of our study, further options for the global value chains development in the industry have been assessed, which will tend to localise, and the “digital” factor in their development will be decisive.

Keywords: world oil refining, pandemic, coronavirus, state regulation, petroleum products, export, oil refineries, production capacity, international competition

For citation: Solomonov A.P. (2022) Development of world oil refining in the context of the coronavirus pandemic, *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 85–90. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-85-90



Введение

Современные тренды развития мировой экономики, широко описанные в специальной литературе, ведут к тому, что одним из важных факторов развития мирового рынка нефти является вытеснение из массового потребления традиционной нефти, что сказывается на стратегиях нефтеперерабатывающих компаний, стремящихся, в частности, создавать стратегические альянсы [4]. В данном случае необходимо отметить, что создание альянсов детерминировано необходимостью консолидировать активы компаний-переработчиков и добывающих компаний, создавать инновационные кластеры для упрощения работы на внешних рынках.

Целью нашего исследования явился анализ основных тенденций развития мировой и российской нефтепереработки под влиянием ключевых изменений, происходящих в современной мировой энергетике, в том числе в условиях пандемии коронавируса.

Общеизвестно, что в первой половине 2020 г. мировой спрос на топливо ввиду пандемии коронавируса существенно снизился, и это не могло не отразиться на функционировании нефтеперерабатывающих заводов, поскольку ограничения, введенные всеми странами, обусловили беспрецедентное снижение потребления нефтепродуктов (авиатоплива, дизельного топлива и бензинов) в 2020 г., что особенно выразилось в секторе транспорта. При этом в условиях второй волны коронавируса пока не наблюдается стабильного восстановления мощностей нефтепереработки в большинстве стран. Вместе с тем, если в 2020 г. маржа нефтепереработки была отрицательной, то во второй половине 2021 г. этот показатель восстановился до докризисного уровня, что во многом было обусловлено продолжающимся снижением запасов топлива на основных рынках.

Структурные изменения в мировой нефтепереработке в условиях пандемии

В целом под влиянием нынешней пандемии коронавируса мы отмечаем ряд следующих структурных изменений в отрасли нефтедобычи, прямым образом влияющих на мировую нефтепереработку, как-то: накопление огромных запасов нефти, растущих в условиях запуска новых скважин; существенный прирост затрат на лицензирование нефтедобычи; значительное снижение использования нефтепродуктов авиационной отраслью и автомобильным транспортом; усиление ценовой волатильности на мировом рынке нефти. Не все из указанных изменений следует считать негативными для нефтепереработки, поскольку, например, низкие цены на нефть позволяют сохранять высокой маржу прибыли нефтеперерабатывающих заводов (далее – НПЗ) в условиях того, что цены на нефтепродукты остаются относительно стабильными. Более того, в текущей конъюнктуре рост предложения сырой нефти на мировом рынке, наблюдающийся в условиях высокого уровня запасов нефти, продолжает оказывать понижающее давление на цены, а глобальный спрос на нефть имеет тенденцию к замедлению.

Отдельной проблемой для нефтеперерабатывающих компаний в ближайшие годы будет сохранение чрезмерно высокого уровня запасов, накопившихся в период первой волны коронавируса. Данный аспект будет дополнительно воздействовать на цены. При этом восстановление запасов продукции нефтепереработки до докризисного уровня будет обусловлено динамикой мирового спроса. Последний, по мере того, как ограничения, введенные в условиях пандемии, будут снижаться, будет восстанавливаться, но это будет происходить крайне медленно и нестабильно. По данным экспертов ООО «НКР», в 2020 г. по сравнению с 2019 г. произошло снижение экспортной выручки России по нефти и нефтепродуктам до 60 %, однако уже в 2021 г. ожидается некоторое восстановление этого показателя (по базовому сценарию прогноза – с 95 млрд до 100 млрд долл США в 2020–2021 гг.). По мнению экспертов, уже в 2022 г. возможен выход на докризисный уровень спроса на нефть [10].

Вместе с тем необходимо чрезвычайно осторожно относиться к различным прогнозным оценкам восстановления мирового спроса на нефтепродукты. С одной стороны, после снятия карантинных ограничений произойдет рост использования личного транспорта по сравнению с общественным (поскольку это безопаснее), что вызовет рост спроса на топливо. С другой же стороны, люди будут отказываться от необязательных поездок, а налаженная удаленная работа во многих сферах жизнедеятельности позволит отказаться от использования транспорта [2]. Пока пандемия не пойдет на спад, развитие мировой нефтепереработки будет находиться в состоянии неопределенности, которая будет возрастать по мере продления сроков карантинных ограничений ключевыми странами-импортерами нефтепродуктов.

В целом ожидается, что мировой спрос на нефть и нефтепродукты в ближайшие годы будет устойчивым, однако эта тенденция не будет длительной, поскольку эффективность использования нефтепродуктов растет, а кроме этого появляются альтернативные источники топлива и альтернативные транспортные средства. При этом, по авторитетным прогнозам, в Северной Америке и Европе в 2018–2035 гг. ожидается падение спроса на нефтепродукты в среднегодовом выражении на 0,3 %, что особенно отчетливо выразится в секторе эксплуатации автомобильного транспорта. В то же время, в странах Юго-Восточной Азии ожидается рост указанного показателя на 2 % в год [11]. Значимую роль в данном контексте играет Китай, то есть долгосрочная динамика с его стороны на средние и легкие нефтепродукты.

В последние, докризисные годы в мире наблюдался постоянный рост мощностей по нефтепереработке, поэтому мы ожидаем усиления международной конкуренции в отрасли и поиска компаниями новых стратегий повышения эффективности своей деятельности. Этот аспект представляется объективно значимым с учетом одной из ключевых тенденций мировой экономики последнего десятилетия – цифровизации. Объективно в условиях последовательной цифровизации трансформация нефтепереработки происходит не только в контексте модернизации самой отрасли, но и через призму «...поиска новой парадигмы развития международной торговли» [8, с. 38]. Применение искусственного интеллекта в нефтеперерабатывающей отрасли обусловлено его общими преимуществами, в частности, на его основе возможно осуществлять интеллектуальную автоматизацию, упрощающую связанность производства и сбыта по каналам глобальных цепочек создания стоимости [9]. Мы полагаем, что спрос на нефтепродукты после пандемии восстановится, однако постепенно, под влиянием цифровой трансформации мирового автомобилестроения и частичного замещения традиционных двигателей автомобилей электрическими в мире будет наблюдаться частичное снижение спроса на бензины и дизельное топливо.

Изменение международной конкуренции в отрасли нефтепереработки

Говоря о глобальных цепочках создания стоимости в нефтегазовой отрасли и производстве нефтепродуктов, следует отметить стратегию локализации производств внутри национальных границ, которая может быть использована компаниями с целью предотвращения рисков дальнейшего закрытия границ. Компании уже модифицировали цепочки поставок, изыскивая возможные варианты по замене комплектующих и материалов. Поэтому как и в других отраслях, в нефтепереработке, видимо, использование международного аутсорсинга и офшоринга в ближайшие годы будет снижаться. В России это является актуальным также ввиду продолжающегося курса на импортозамещение, поскольку санкционное давление западных стран на отечественную экономику остается стабильно высоким.

В условиях пандемии востребованность инструментов цифровизации в нефтепереработке возрастает не только ввиду перевода офисных работников на режим удаленной работы. Значимым представляется также усиление использования цифровых технологий (в частности, технологий машинного обучения) для повышения нефтеотдачи нефтяных пластов. Это будет способствовать росту грузовой базы для нефтепереработки. Кроме того, в период пандемии особо актуальной представляется роботизация отрасли, поскольку уменьшение числа людей на производственных объектах стало фактором снижения рисков заражения. В частности, потенциал роботизации высок в использовании беспилотной техники в логистических процессах

Российская нефтепереработка в новых условиях

В России нефтепереработка находится в более сложном положении, чем в зарубежных странах, поскольку помимо падения спроса на топливо ее НПЗ испытывают последствия введения так называемого налогового маневра, ставившего под сомнение доходность многих предприятий. Дело в том, что налоговый маневр предполагает, что в условиях высоких мировых цен на нефть нефтеперерабатывающие предприятия получают компенсацию, однако если цены низкие, то они должны платить государству за получение высоких прибылей.

Когда весной стал сокращаться спрос на отечественные нефтепродукты, аналогично начало снижаться и предложение (производство) по всем видам топлива. Ожидается, что в перспективе производство топлива будет сокращаться не только вследствие сжатия спроса, но и в результате принятых Россией обязательств в рамках сделки ОПЕК+, предполагающих сокращение нефтедобычи до беспрецедентного для нее уровня.

Ввиду опережающего падения потребления моторных топлив над их производством (многие предприятия не могут просто технически остановить производство) возник также дефицит мощностей по хранению продукции нефтепереработки, что актуально для всех вертикально-интегрированных нефтяных компаний. В этих условиях НПЗ могут прибегнуть к временной стратегии изменения товарной структуры производства, производя, например, больше бензинов меньшего экологического класса. Такой подход приведет к снижению глубины переработки. В условиях снижения мирового спроса на топливо и перенасыщения некоторых региональных рынков, например европейского, российские экспортеры могут также временно отказаться от некоторых направлений поставок продукции нефтепереработки.

Если в целом обозначить основные текущие проблемы выхода российских нефтепереработчиков на мировой рынок в современных условиях, то во-первых, отметим, что участие России в международной торговле нефтепродуктами имеет выраженную специфику. Так, важную роль в стратегиях российских экспортеров нефтепродуктов играет использование офшорных схем в виде двойных контрактов, ввиду чего затрудняется статистический учет товаропотоков во внешней торговле продукцией нефтепереработки. Кроме того, в двустороннем сотрудничестве России и стран СНГ объективной проблемой остается обеспечение беспошлинной торговли продукцией нефтепереработки в рамках Таможенного союза [7]. Наконец, актуальной проблемой является разработка надежных механизмов противодействия экономическим санкциям. В частности, по мнению экспертов, в рамках отраслевой экономической политики предпочтительным является не введение контрсанкций в отношении западных партнеров, а разработка мер в отдельных отраслях, которые нивелировали бы негативные последствия действующих санкций, что является актуальным и для отрасли нефтепереработки [1].

Эксперты отмечают необходимость наращивания ресурсного потенциала нефтепереработки, преодоление зависимости от импорта оборудования и катализаторов [5]. В этой связи значительный потенциал развития отрасли содержится в стратегическом развитии инфраструктуры исследований и разработок, которые могли бы осуществляться в тесной кооперации (в том числе и с привлечением зарубежных партнеров), а также энергетической инфраструктуры, которая способствовала расширению экспорта нефтепродуктов через порты Балтийского и Черного морей [6]. Некоторым ограничением для развития отрасли можно считать и отмечаемый ее высокий уровень консолидации, а также монополизации, что выступает некоторым ограничителем конкуренции и инновационного развития нефтепереработки [3].

В целом мы отмечаем неоднозначные перспективы для развития мировой нефтепереработки с учетом нынешних кризисных условиях, когда реализация новых проектов должна осуществляться с осторожностью, поскольку удлинение глобальных цепочек создания стоимости в отрасли будет означать новые риски и неопределенность. С одной стороны, экономический рост стран существенно замедлился, что объективно является барьером для развития мировой нефтепереработки. Серьезное давление на отрасль продолжает оказывать известный экологический фактор, который будет вести к последовательному улучшению качественной структуры мирового производства нефтепродуктов.

В России продолжается строительство нефтеперерабатывающих производств, что, на наш взгляд, ведет к росту конкуренции и является стимулом для оптимизации издержек отечественными производителями. Полагаем, что в ближайшие годы вряд ли возможны барьеры со стороны Европейского союза на импорт российского топлива. Вместе с тем для отечественной нефтепереработки важными направлениями развития являются отмена импортных пошлин на ввоз высокотехнологичного отраслевого оборудования, применение политики ускоренной амортизации, а также всемерное участие государства в ряде приоритетных проектов по строительству новых НПЗ.

Нами было установлено, что эффективность государственного регулирования нефтепереработки в России остается низкой и до настоящего времени фактически не обеспечивало ускоренное развитие отрасли, что усугубляется высоким налогообложением нефтедобычи и неэффективностью действующей фискальной схемы расчета экспортных пошлин на нефть. В этой связи в качестве ключевых направлений государственного регулирования российской нефтепереработки на долгосрочную перспективу считаем необходимым: дальнейшую модификацию таможенного режима экспорта нефтепродуктов; улучшение качества производимых моторных топлив с приближением его к новым европейским стандартам; наращивание глубины переработки на основе внедрения новейших технологий (даже с учетом угрожающей зависимости

от их импорта); наращивание экспорта избытков производимых автомобильных бензинов в страны Азиатско-Тихоокеанского региона и Европейского союза; интенсификацию сроков обновления ввода новых мощностей и замены имеющихся технологических установок.

Заключение

Учитывая изменяющийся формат международной конкуренции в нефтепереработке, необходимо указать на разные позиции различных предприятий, поскольку комплексные НПЗ будут обладать большими конкурентными преимуществами, чем простые. Крупные компании будут стремиться нарастить свою конкурентоспособность, глобально интегрируясь с компаниями, производящими продукцию нефтехимии, спрос на которую более устойчив, чем на нефтепродукты. Кроме того, НПЗ могут интегрировать в свои глобальные цепочки создания стоимости производство жидкого биотоплива, тем более, что его производство имеет господдержку в ряде стран (Бразилия, США, страны Европейского союза). Важную роль в обеспечении условий конкуренции на мировом рынке сыграет также государственное стимулирование путем применения мер таможенно-тарифной и налоговой политики.

Библиографический список

1. Атурин, В. В. Антироссийские экономические санкции и проблемы импортозамещения в условиях современной международной конкуренции // Вестник евразийской науки. – 2019. – Т. 11, № 2. – С. 5.
2. Громов, А. И., Титов, А. В. Влияние пандемии COVID-19 на мировой нефтяной рынок // Бурение и нефть. – 2020. – № 7-8. – С. 10–15.
3. Кузнецов, В. П., Романовская, Е. В., Шабаров, А. А. Становление и развитие нефтеперерабатывающей промышленности в Нижегородской области и России // Московский экономический журнал. – 2020. – № 5. – С. 74.
4. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник для бакалавров / под ред. Р.К. Щенина, В.В. Полякова. – М.: Юрайт, 2013. – 363 с.
5. Погожева, С. Ю. Стратегические аспекты управления разработкой и внедрением новых технологий на предприятиях нефтепереработки // Сборник научных трудов вузов России «Проблемы экономики, финансов и управления производством». – 2020. – № 46. – С. 166–169.
6. Салыгин, В. И., Гулиев, И. А., Литвинюк, И. И. Перспективы экспорта нефтепродуктов из России на рынки европейских стран // Наука и технологии трубопроводного транспорта нефти и нефтепродуктов. – 2016. – № 5 (25). – С. 110–118.
7. Смагулова, С. М. Современный этап позиционирования Республики Казахстан в энергетической архитектуре Каспийского региона // Вестник университета. – 2017. – № 2. – С. 42–47.
8. Смирнов, Е. Н. Детерминанты развития международной торговли в условиях гиперглобализации и цифровизации // Российский внешнеэкономический вестник. – 2019. – № 5. – С. 26–40.
9. Смирнов, Е. Н., Терелянский, П. В. Отраслевые и функциональные аспекты развития мирового рынка систем и технологий искусственного интеллекта // Вестник университета. – 2017. – № 10. – С. 30–34.
10. Шураков, А. Прогноз развития рынка нефти. Рынок нефти на распутье / Аналитический обзор. – М.: ООО «НКР», 2020. – 7 с.
11. Billing, E., Fitzgibbon, T. Global refining: Profiting in a downstream downturn. – McKinsey&Company, 2019. – 5 p.

References

1. Aturin V. V. The anti-Russian economic sanctions and problems of import substitution in the conditions of the modern international competition, *Vestnik Evraziiskoi nauki*, 2019, vol. 11, no. 2, pp. 5. (In Russian).
2. Gromov A. I., Titov A. V. Influence of the COVID-19 pandemic on the world oil market, *Burenie i nefi*, 2020, no. 7-8, pp. 10–15. (In Russian).
3. Kuznetsov V. P., Romanovskaya E. V., Shabarov A. A. Formation and development of the oil refining industry in the Nizhny Novgorod region and Russia, *Moscow economic journal*, 2020, no. 5, pp. 74. (In Russian).
4. *World economy and international economic relations: textbook for undergraduate studies*, ed. R. K. Shchenin, V. V. Polyakov, Moscow, Yurait, 2013, 363 p. (In Russian).
5. Pogozheva S. Yu. Strategic aspects of the development and implementation of new technologies in oil refinery, *Sbornik nauchnykh trudov vuzov Rossii "Problemy ekonomiki, finansov i upravleniya proizvodstvom"*, 2020, no. 46, pp. 166–169. (In Russian).

6. Salygin V. I., Guliyev I. A., Litvinyuk I. I. Perspectives of oil products exports from Russia to the European markets, *Science and technologies: oil and oil products pipeline transportation*, 2016, no. 5 (25), pp. 110–118. (In Russian).
7. Smagulova S. M. The present stage of positioning the Republic of Kazakhstan in energy architecture of the Caspian region, *Vestnik universiteta*, 2017, no. 2, pp. 42–47. (In Russian).
8. Smirnov E. N. Determinants of the development of international trade in the context of hyperglobalization and digitalization, *Rossiiskii vneshneekonomicheskii vestnik*, no. 5, pp. 26–40. (In Russian).
9. Smirnov E. N., Tereliansky P. V. Industry and functional aspects of development of the world market of artificial intelligence systems and technologies, *Vestnik universiteta*, no. 10, pp. 30–34. (In Russian).
10. Shurakov A. *Oil market development forecast. Oil market at a crossroads*, Analytical Review, Moscow, OOO “NKR”, 7 p. (In Russian).
11. Billing E., Fitzgibbon T. *Global refining: Profiting in a downstream downturn*, McKinsey&Company, 2019, 5 p.

Худько Елизавета Валерьевна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-7375-4231

e-mail: khudko-ev@ranepa.ru

Щербак Анна Олеговна

студент, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-9702-1307

e-mail: ann19052000@gmail.com

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В СЕКТОРЕ ИНФОРМАЦИОННО- ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ: ВЗАИМОСВЯЗЬ С МАКРО- И МЕЗОИНДИКАТОРАМИ

Аннотация. В статье обоснована актуальность стимулирования развития информационно-телекоммуникационных технологий для экономики и рассмотрен опыт применения механизма государственно-частного партнерства для инвестирования в этот сектор в России и за рубежом. Сделаны выводы о специфике и динамике реализации данных проектов в развивающихся странах мира. С помощью регрессионного анализа выявлены макроэкономические факторы, воздействующие на объем вложений в сектор информационно-телекоммуникационных технологий посредством механизма государственно-частного партнерства, и на основе выборки по развивающимся странам изучено влияние специфических отраслевых детерминант на активность государственно-частного партнерства. Сформулированные в статье выводы могут служить практическим ориентиром для частных инвесторов и государственных органов власти при запуске проектов государственно-частного партнерства в секторе информационно-телекоммуникационных технологий.

Ключевые слова: инвестиции, государственно-частное партнерство, ИТ-сектор, развивающиеся страны, макроэкономическое влияние, отраслевое влияние, ГЧП-проект, цифровая инфраструктура

Для цитирования: Худько Е.В., Щербак А.О. Государственно-частное партнерство в секторе информационно-телекоммуникационных технологий: взаимосвязь с макро- и мезо-индикаторами // Вестник университета. 2022. № 2. С. 91–99.

Elizaveta V. Khudko

Cand. Sci. (Econ.), Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-7375-4231

e-mail: khudko-ev@ranepa.ru

Anna O. Shcherbak

Student, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-9702-1307

e-mail: ann19052000@gmail.com

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE INFORMATION AND TELECOMMUNICATION TECHNOLOGIES SECTOR: RELATIONSHIP WITH MACRO- AND MESOINDICATORS

Abstract. The article substantiates the importance of stimulating the information and telecommunication technologies development for the economy and considers the experience of using public-private partnership tool for investment in the IT technologies field in Russia and abroad. Conclusions about the specifics and dynamics of implementation of these projects in developing countries of the world have been made. Using regression analysis, the macroeconomic factors influencing the investments volume in the information and telecommunication technologies sector through public-private partnership tool have been identified and, based on a sample of developing countries, the specific sectoral determinants influence on public-private partnership activity has been studied. The conclusions formulated in the article can serve as a practical guide for private investors and government authorities when launching public-private partnership-projects in the information and telecommunication technologies sector.

Keywords: investments, public-private partnership, IT-industry, developing countries, macroeconomic impact, industry impact, PPP-project, digital infrastructure

For citation: Khudko E.V., Shcherbak A.O. (2022) Public-private partnership in the information and telecommunication technologies sector: relationship with macro- and meso- indicators. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 91–99. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-91-99



Введение

В современном мире сложилась ситуация, когда неотъемлемым элементом функционирования экономического субъекта стало качественное инфраструктурное обеспечение телекоммуникационными технологиями. Это подтверждается тем, что на протяжении нескольких лет практически во всех странах наблюдается стабильный рост доли сектора информационно-телекоммуникационных технологий (далее – ИТ) в показателе валового внутреннего продукта (далее – ВВП), хотя нельзя не отметить, что в данном контексте развивающиеся экономики пока отстают от развитых стран. Так, в период с 2015 г. по 2020 г. включительно доля ИТ-сектора в ВВП развитых стран выросла с 4,3 % до 5,5 %, развивающихся – с 3,6 % до 4,9 %, а лидером по показателю является Великобритания, где доля ИТ-сектора достигла 12,4 % ВВП [7]. Ускорению данного процесса способствовала пандемия коронавирусной инфекции COVID-19, которая одновременно выявила и недостатки существующей телекоммуникационной инфраструктуры.

Говоря о России, следует отметить, что несмотря на относительно высокий спрос на цифровые технологии со стороны частного бизнеса и отдельные инициативы государства, направленные на активизацию данного вида деятельности, инвестиции в ИТ-сектор не превышают 3,1 % от ВВП [7]. Более того, распределение финансирования по регионам крайне неравномерно: объем бюджетного финансирования ИТ-сферы на душу населения за 2020 г. в пяти регионах – «лидерах» рейтинга (Ненецкий и Ямало-Ненецкий автономные округа, Москва, Чукотский автономный округ, Санкт-Петербург) в 40 раз превысил показатель в пяти «отстающих» регионах (Брянская, Костромская, Владимирская, Томская области, Ставропольский край) [6]. Оперативно нарастить объемы инвестиций в ИТ-сектор в «отстающих» регионах за счет государства вряд ли получится ввиду того, что бюджетные вложения в развитие сектора на данный момент незначительны (около 10 % от общего объема инвестиций в отрасль за 2020 г. [5]). Одним из вариантов решения проблемы может стать применение механизма государственно-частного партнерства (далее – ГЧП), который давно распространен в развитых странах и уже достаточно активно применяется в других отраслях экономики России. В российском законодательстве, под ГЧП понимается «юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, ... в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти и органами местного самоуправления доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества» [1].

Постановка проблемы

Механизм ГЧП используется для вовлечения частных партнеров в долгосрочное финансирование социально-значимых проектов. В странах с развитым механизмом ГЧП исторически выделяются некоторые отраслевые специализации: Нидерланды – строительство жилья и ЖКХ; США, Ирландия и Австралия – дорожное строительство; Великобритания, Германия – здравоохранение и образование, Канада – «зеленая экономика» [3; 11]. В последнее время прослеживается тенденция применения механизма в отраслях, которые традиционно считались прерогативой государства (например, в освоении космоса).

Что касается ГЧП-проектов в ИТ-секторе, то основными приоритетами являются обеспечение доступа к широкополосному интернету и мобильной сети в развивающихся странах и повышение качества ИТ-инфраструктуры в развитых, а также разработка разного рода баз данных. Наиболее масштабным ИТ-проектом с применением механизма ГЧП является проект по созданию европейской сети пятого поколения, суть которого заключается в том, что государство создает основу сети, а частный бизнес работает над созданием надстроек 5G-соединения и оказывает услуги по обеспечению связью.

Часто запускаются проекты на стыке двух областей – образования и телекоммуникаций. Так, в Индии запущен ряд ГЧП-проектов по развитию навыков в ИТ-сфере для учащихся школ, получению бесплатного высшего образования в области цифровизации, обеспечению студентов вузов качественными девайсами для обучения. Образовательно-телекоммуникационные проекты также касаются предоставления доступного технического образования (Пакистан), сертификации преподавателей ИТ-специальностей (Индонезия) и др. [15]. Таким образом, образование стремится соответствовать тенденциям цифровизации, но в развивающихся странах препятствием на пути реализации поставленной задачи может

стать отсутствие качественной телекоммуникационной инфраструктуры. Поэтому для трансформации образовательного процесса первоначальным шагом является создание сложной базовой инфраструктуры.

В России до недавнего времени объектом ГЧП-соглашений могло быть только «недвижимое имущество или движимое, неразрывно связанное с недвижимым» (ч. 1 ст. 12 Федерального закона от 13 июля 2015 г. № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» в редакции до 26 июня 2018 г.), чем и объясняется столь малое количество ГЧП-проектов в ИТ-секторе [1]. Однако в 2018 г. был расширен список отраслей, в которых возможно реализовать концессионные и ГЧП-соглашения, в число которых вошли базы данных, информационные системы и сайты в сети «Интернет» (п. 19, 20 ст. 7 Федерального закона от 13 июля 2015 г. № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»; п. 21, 22 ст. 4 Федерального закона от 21 июля 2005 г. № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях») [1; 2]. Внесение изменений в законодательство было обусловлено принятием на 2018–2024 гг. национальной программы «Цифровая экономика».

На данный момент большинство запущенных в России ГЧП-проектов в сфере телекоммуникаций также имеют межотраслевой характер. Большая часть реализована в транспортной сфере – обеспечение фото-видеофиксации дорожных правонарушений, весогабаритный контроль, установка и обеспечение «умных» остановок и др. Ряд проектов связаны, в частности, с техническим сопровождением информационно-образовательных систем, созданием систем безналичной оплаты питания в образовательных учреждениях. Посредством механизма ГЧП реализуются проекты по созданию различных баз данных в социальной и транспортной сфере. После изменений в законодательстве был запущен только один проект, имеющий выраженную телекоммуникационную направленность, – строительство широкополосных сетей связи в Якутии. Но и он находится только на стадии структурирования, что говорит об отсутствии у России опыта реализации подобных проектов [4].

Распространенность механизма ГЧП в той или иной стране в первую очередь обусловлена правовым регулированием, которое определяет ключевые параметры проектного соглашения, касающиеся распределения инвестиций, выгод и рисков между государственной и частной сторонами. Но в то же время на динамику реализации в стране ГЧП-проектов в определенной степени влияет макроэкономическая ситуация, состояние государственных финансов, текущее состояние инфраструктуры. Анализ именно этих внешних аспектов посвящена данная статья.

Обзор научной литературы

Обзор литературы последних лет, посвященной влиянию внешних факторов на ГЧП-активность, показал, что исследователи охватывают только макроэкономические индикаторы, не затрагивая отраслевые характеристики. Рассмотренные авторами труды можно разделить на две группы: статьи, в которых рассматривается влияние только одного выбранного показателя на активность использования механизма ГЧП, и статьи, где изучается совместное влияние нескольких индикаторов.

Работы, где анализируется влияние единичного фактора, в основном сосредоточены на оценке влияния государственного долга, реже – влияния инфляции и иностранных инвестиций. Так, в своих работах М. Нап и др. и L. Alessi и др. делают вывод о положительной связи величины госдолга с ГЧП-активностью, так как механизм ГЧП позволяет распределить объем инвестиций между несколькими партнерами [8; 13].

Экономисты М. Hammami и др. и S. Banerjee и др. проводят исследования на примере развивающихся стран и используют практически идентичный набор макроэкономических переменных [10; 12]. Из исследования М. Hammami и др. было установлено, что плотность и численность населения являются важными показателями активности ГЧП – данный механизм более распространен в густонаселенных странах с высокой численностью населения [12]. Также сделан вывод о том, что страны со значительным бюджетным дефицитом с большей вероятностью будут использовать механизм ГЧП, чем страны, богатые природными ресурсами, поскольку бюджетные ограничения последних не являются столь строгими. S. Banerjee и др. делают вывод о влиянии инфляции и подушевого ВВП на объем частных инвестиций [10]. В работе Н. Yurdakul и др. доказана положительная связь активности использования механизма ГЧП и денежного предложения.

Это объясняется тем, что количественное смягчение может снизить стоимость привлечения финансирования, направляемое, в том числе, на реализацию ГЧП-проектов [17]. В работе С. Sharma предполагается, что увеличение международных резервов способствует макроэкономической стабильности, а значит, снижению риска реализации инфраструктурных проектов [16].

Методология исследования

В данной работе в качестве объясняемой переменной, иллюстрирующей активность применения механизма ГЧП в ИТ-секторе в развивающихся странах, выбран совокупный годовой объем инвестиций в стране в подобные проекты. Из числа макроэкономических индикаторов, возможное влияние которых предполагается исследовать, включены показатели, представленные в табл. 1. Как отмечалось выше, предыдущие исследования при анализе внешних условий реализации ГЧП-проектов не учитывали специфические характеристики отраслей и сфер государственного управления, для которых актуален данный механизм. Однако, по мнению авторов данной статьи, учет отраслевых характеристик представляется целесообразным, и в качестве таких характеристик выбраны два показателя, отражающие развитие ИТ-сектора: «Абоненты мобильной связи, на 100 человек» и «Физические лица, пользующиеся Интернетом, в % от населения».

Источником информации для проведения исследования являются базы данных Всемирного банка: «Private Participation in Infrastructure» (PPI) и «World Development Indicators» (WDI) [18; 19].

Далее сформулируем основные гипотезы исследования. Предполагается, что приток прямых иностранных инвестиций (*FDI*) будет положительно влиять на объем инвестирования в ГЧП-проекты [9], а инфляция (*Inf*) – отрицательно, что подтверждено в большинстве более ранних работ [10; 14]. Плотность населения (*Density*) должна иметь положительное влияние на объем инвестиций [10; 12]. Страны со значительным бюджетным дефицитом (*GenGovBal*) и государственным долгом (*TotalDebt*) будут активнее использовать механизм ГЧП [8; 10; 13], а страны-экспортеры нефти (*FuelExport*) будут демонстрировать отрицательную связь с объясняемым параметром (Hammami и др., Yurdakul и др.) [12; 17]. Также выдвигается гипотеза о положительной связи между ГЧП-активностью и величиной денежного предложения (*MonSupply*) [17] и международных резервов (*IntReserv*) [16].

Рост отраслевых переменных, по мнению авторов статьи, скорее всего, приведет к увеличению объема инвестиций в отрасль, а соответственно и инвестиций в ГЧП-проекты.

Кроме того, для ряда объясняющих переменных будет исследовано влияние их лаговых значений для иллюстрации долгосрочной значимости параметров.

Обобщение выдвигаемых гипотез представлено в таблице 1.

Таблица 1

Перечень переменных и гипотезы исследования

Переменная	Обозначение	Возможное влияние
Общий объем инвестиций в ГЧП-проекты в ИТ-сфере, млн долл. США	<i>InvestPPP</i>	-
<i>Макроэкономические переменные</i>		
Сальдо бюджета расширенного правительства страны, % от ВВП	<i>GenGovBal</i>	+
Государственный долг страны на конец года, % от ВВП	<i>TotalDebt</i>	+
Экспорт топлива из страны, % от товарного экспорта	<i>FuelExport</i>	-
Плотность населения, чел на км ²	<i>Density</i>	+
Реальный ВВП на душу населения в ценах 2010 г., млн долл. США	<i>RealGDPPerCap</i>	+

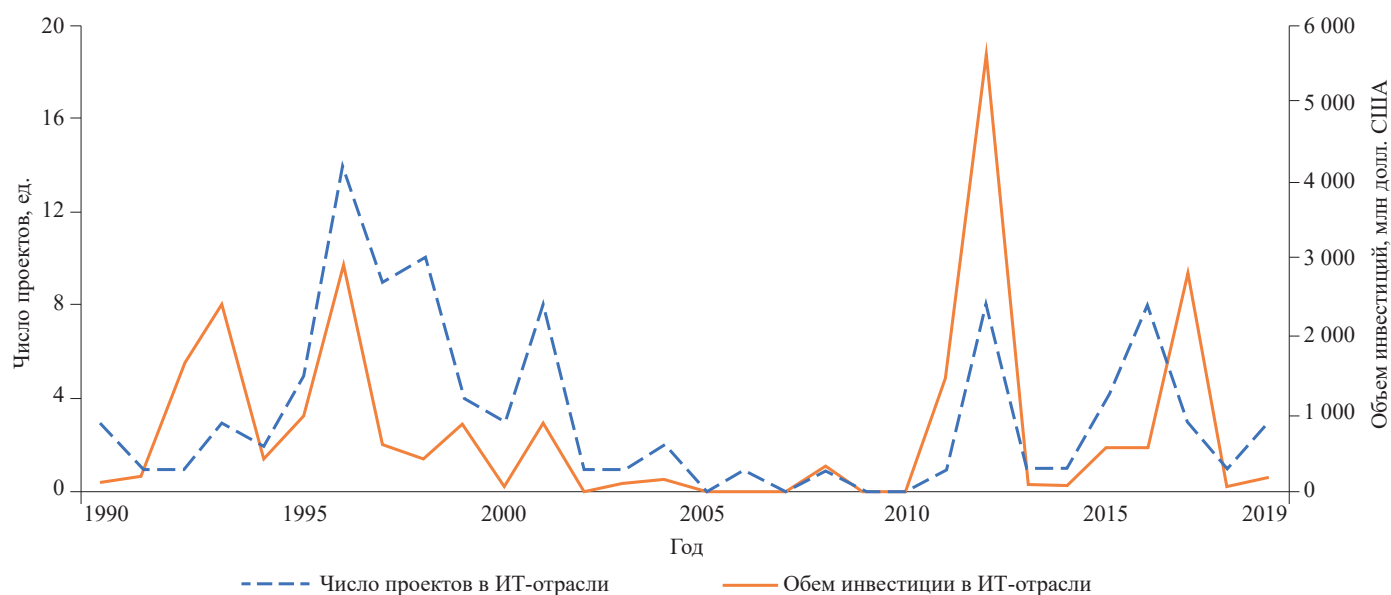
Окончание табл. 1

Переменная	Обозначение	Возможное влияние
Годовая инфляция в стране, %	<i>Inf</i>	-
Широкая денежная масса, % от ВВП	<i>MonSupply</i>	+
Международные резервы страны, долл. США	<i>IntReserv</i>	+
Прямые иностранные инвестиции в страну, % от ВВП	<i>FDI</i>	+
<i>Отраслевые индикаторы</i>		
Численность абонентов мобильной связи, на 100 чел.	<i>Mobile</i>	+
Физические лица, пользующиеся Интернетом, % от населения	<i>Internet</i>	+

Составлено авторами по материалам исследования

Набор данных включает 99 активных и завершенных ГЧП-проектов в ИТ-сфере в 52 странах с низкими и средними доходами за период 1990–2019 гг. Лидерами по числу проектов являются Индонезия (5 проектов) и Индия (4 проекта) [18].

В рамках выборки пиковое значение инвестирования наблюдалось в 1996 г. Во многом это было связано с азиатским кризисом 1996–1997 гг., когда ни частный бизнес, ни государство не могли самостоятельно финансировать проекты, поэтому ГЧП представлялось наиболее рациональным вариантом. В последующем число ИТ-проектов, как и число ГЧП-проектов в целом, уменьшилось (рис. 1), в основном из-за низкой предельной отдачи инвестиций. Последующий рост объема инвестиций обосновывается стратегической ролью ИТ-технологий в обеспечении других отраслей экономики.



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Динамика проектов ГЧП в ИТ-секторе в развивающихся странах

В рамках изучения влияния макроэкономических и отраслевых показателей на ГЧП-активность в ИТ-секторе по данным выборки был проведен регрессионный анализ методом наименьших квадратов. Поскольку отраслевые показатели *Internet* и *Mobile* сильно коррелируют между собой, было принято решение об их отдельном включении в различные спецификации. Выборка имеет панельный характер данных. Посредством теста Хаусмана, *F*-теста и теста Бройша-Пагана выбрана модель со случайными эффектами.

Анализ результатов

Результаты регрессионного анализа приведены в таблице 2.

Таблица 2

Результаты регрессионного анализа по выявлению макроэкономических и отраслевых показателей, влияющих на ГЧП-активность в ИТ-секторе

Переменная	I	II	III	IV	V	VI
	Объясняемая переменная – $\text{Log}(\text{InvestPPPIT})$					
<i>GenGovBal</i>	-0,052 (0,050)	-0,055 (0,051)	-	-	-0,042 (0,049)	-
<i>TotalDebt</i>	0,010 (0,007)	0,009 (0,008)	0,015 * (0,007)	0,013 * (0,007)	-	-
<i>TotalDebt (lag1)</i>	-	-	-	-	0,012 (0,008)	0,016 * (0,007)
<i>FuelExport</i>	0,012 (0,010)	0,014 (0,010)	-	-	0,013 (0,010)	-
<i>Density</i>	0,003 * (0,002)	0,003 * (0,002)	0,003 (0,002)	0,003 * (0,002)	0,003 * (0,002)	0,003 (0,002)
<i>RealGDPPerCap (lag1)</i>	0,0002 * (0,0001)	0,0002 ** (0,0001)	0,0002 ** (0,0001)	0,0003 *** (0,0001)	0,0002 * (0,0001)	0,0002 ** (0,0001)
<i>Inf</i>	0,0001 (0,0002)	0,0001 (0,0002)	-	-	0,0001 (0,0002)	-
<i>MonSupply</i>	0,021 * (0,012)	0,021 ** (0,011)	0,017 * (0,010)	0,020 ** (0,010)	0,019 * (0,010)	0,016 (0,010)
<i>IntReserv</i>	0,034 (0,064)	0,044 (0,064)	-	-	0,064 (0,074)	-
<i>IntReserv (lag1)</i>	-	-	0,121 ** (0,053)	0,130 ** (0,053)	-	0,120 ** (0,053)
<i>FDI</i>	0,094 *** (0,027)	0,102 *** (0,028)	0,095 *** (0,026)	0,103 *** (0,027)	0,095 *** (0,027)	0,092 *** (0,026)
<i>Mobile</i>	-	-	-	-	0,009** (0,004)	0,008 (0,004)
<i>Mobile (lag1)</i>	0,010 ** (0,005)	-	0,008 * (0,004)	-	-	-
<i>Internet</i>	-	0,022 (0,019)	-	-	-	-
<i>Internet (lag1)</i>	-	-	-	0,005 (0,014)	-	-
<i>R-квадрат</i>	0,206	0,176	0,245	0,216	0,221	0,243
Скорректированный <i>R-квадрат</i>	0,103	0,068	0,182	0,151	0,119	0,180
<i>p-value</i> незначимости регрессии	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01	<0,01

Примечание: * – коэффициент значим на уровне 10 %, ** – на уровне 5 %, *** – на уровне 1 %

Составлено авторами по материалам исследования

Как показали полученные результаты, влияние макропоказателей на активность реализации ИТ-проектов с использованием механизма ГЧП не является определяющим: низкий показатель *R*-квадрат говорит о том, что включенные в регрессию переменные недостаточно объясняют условную дисперсию целевого показателя.

В ранее рассмотренной литературе были получены аналогичные результаты. Из этого можно сделать вывод, что ключевыми факторами, которые оказывают влияние на принятие решения о запуске проекта, являются параметры самого ГЧП-соглашения.

Выяснено, что инвестиционная активность ГЧП-проектов в сфере телекоммуникаций не зависит от сальдо государственного бюджета. При этом страны с высоким государственным долгом чаще прибегают к механизму ГЧП для реализации проектов в ИТ-секторе. Более того, при принятии решений об инвестировании в ГЧП-проекты государство ориентируется не только на текущий показатель уровня государственного долга, но и на динамику за предыдущие годы, что подтверждается значимостью коэффициента при лаговом значении.

Положительное влияние на объем инвестиций оказывают показатели объема денежной массы и международных резервов. Что касается объема денежной массы, то оценки совпали с результатами более ранних работ, авторы которых объясняли это тем, что увеличение денежной массы приводит к эффекту «количественного смягчения», то есть снижению стоимости финансирования. Показатель международных резервов подтвердил свою роль как индикатора макроэкономической стабильности, а следовательно, фактора снижения риска реализации долгосрочных ГЧП-проектов. Статистически незначимым оказался показатель инфляции, но результат можно объяснить тем фактом, что часто контракты ГЧП подразумевают определенные ценовые гарантии (фиксированные доходы) от государства частному партнеру, что во многом нивелирует влияние показателя.

Наиболее выраженное влияние на активность реализации ГЧП-проектов ожидаемо показал показатель прямых иностранных инвестиций, что косвенно свидетельствует об интересе к таким проектам и со стороны иностранных инвесторов. А, например, показатель экспорта топливного сырья из страны оказался незначимым.

Относительно значимым оказался коэффициент при показателе плотности населения. Это говорит о том, что густонаселенные страны проявляют большую активность в реализации ГЧП-проектов в ИТ-сфере. Примечательно, что в более ранних работах при анализе ГЧП-проектов по всем отраслям данный индикатор не оказывал влияния на объем инвестиций. Полученный результат можно объяснить тем, что проекты в ИТ-секторе для развивающихся стран имеют в большей степени экстенсивный характер и обусловлены необходимостью предоставления мобильных и интернет-услуг широким слоям населения.

Наконец, анализ отраслевых переменных показал, что росту инвестиций в ГЧП-проекты предсказуемо способствует увеличение численности абонентов, подключенных к мобильной связи, тогда как показатель числа абонентов Интернета не оказывает влияния.

Заключение

Проведенный в статье анализ внешней среды, в рамках которой реализуются ГЧП-проекты в ИТ-сфере в развивающихся странах, позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, ИТ-проекты с использованием механизма ГЧП часто носят межотраслевой характер как в России, так и в ряде других стран, и предполагают создание базовой телекоммуникационной инфраструктуры для обеспечения других социально важных проектов.

Во-вторых, макроэкономическое состояние страны оказывает заметное, хотя и не определяющее влияние на активность инвестирования в ГЧП-проекты. К данному способу активизации инвестирования для государства имеет смысл прибегать в случае существенных бюджетных ограничений (в частности, при устойчиво высоких значениях госдолга), когда нет возможности полностью реализовывать масштабные ИТ-проекты за счет бюджетных средств и требуется объединение финансовых ресурсов с частными инвесторами. При этом фактором макроэкономической устойчивости на фоне высокого госдолга являются достаточные международные резервы. Дополнительным аргументом для запуска ГЧП-проектов является положительная динамика прямых иностранных инвестиций, которая свидетельствует об улучшении делового климата.

Для частного инвестора при принятии решения об участии в ГЧП-проекте имеет значение динамика показателя денежной массы (и, как следствие, процентных ставок), поскольку для выполнения своих обязательств в рамках ГЧП-соглашения нередко требуется привлекать внешнее финансирование.

В-третьих, при принятии решения об инвестировании в ГЧП-проекты в развивающихся странах инвесторам следует ориентироваться не столько на показатель плотности населения, сколько на удельную численность абонентов мобильной связи. Устойчивый рост именно данного показателя позволяет говорить

о целесообразности реализации проектов интенсивной направленности (то есть предполагающих модернизацию созданных ранее инфраструктурных ИТ-объектов).

Таким образом, поскольку в России только недавно законодательно было разрешено заключать ГЧП-соглашения относительно ИТ-объектов, то результаты проведенного анализа могут позволить ускорить процесс успешного запуска подобных проектов в стране. В свою очередь, изучение опыта развивающихся стран показало, на какие макроэкономические и отраслевые показатели стоит ориентироваться властям при реализации ГЧП-проектов в ИТ-отрасли.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 13 июля 2015 № 224-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/ (дата обращения: 17.01.2022).
2. Федеральный закон от 21.07.2005 №115-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О концессионных соглашениях» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54572/ (дата обращения: 17.01.2022).
3. Казале, Б., Фаркухарсон, Э. Практическое руководство по вопросам эффективного управления в сфере государственно-частного партнерства. – Нью-Йорк, Женева: Организация Объединенных Наций, 2008. – 122 с.
4. База проектов // РОСИНФРА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rosinfra.ru/project> (дата обращения: 17.01.2022).
5. Инвестиции в инфраструктуру. Информационные технологии. Где пересекаются интересы бизнеса и государства. Аналитический обзор InfraOne Research // РОСКОНГРЕСС. Пространство доверия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://roscongress.org/upload/medialibrary/d0f/017_Investitsii-v-infrastrukturu.-Informatsionnye-tehnologii.pdf (дата обращения: 17.01.2022).
6. Рейтинг ИКТ-затрат регионов // CNews [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cnews.ru/tables/ea3d3b5d7a548d25b2032a06df3d2122993270c6> (дата обращения: 17.01.2022).
7. Российский ИТ-сектор: новые вызовы и возможности после пандемии // НИУ ВШЭ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/news/440624603.html> (дата обращения: 17.01.2022).
8. Alessi, L., Ghysels, E., Onorante, L., Peach, R. W., Potter, S. Central bank macroeconomic forecasting during the global financial crisis: The European Central Bank and Federal Reserve Bank of New York experiences // Journal of Business & Economic Statistics. – 2014. – V. 32, No. 4. – Pp. 483–500. <https://doi.org/10.1080/07350015.2014.959124>
9. Arbatli, E. C. Economic policies and FDI inflows to emerging market economies // IMF Working Papers. – 2011. – V. 11, No. 192. – 25 p. <https://doi.org/10.5089/9781462306251.001>
10. Banerjee, S. G., Oetzel, J. M., Ranganathan, R. Private provision of infrastructure in emerging markets: do institutions matter? // Development Policy Review. – 2006. – V. 24, No. 2. – Pp. 175–202. <https://doi.org/10.1111/j.1467-7679.2006.00321.x>
11. Boyer, E. J., Scheller, D. S. An examination of state-level public–private partnership adoption: Analyzing economic, political, and demand-related determinants of PPPs // Public Works Management & Policy. – 2018. – V. 23, No. 1. – Pp. 5–33. <https://doi.org/10.1177/1087724X17729097>
12. Hammami, M., Ruhashyankiko, J. F., Yehoue, E. B. Determinants of public-private partnerships in infrastructure // IMF Working Paper. – 2006. – No. 99. – 39 p. <https://doi.org/10.5089/9781451863598.001>
13. Han, M. The global financial crisis: The challenge for central banks // Central Bank Regulation and the Financial Crisis. – London: Palgrave Macmillan, 2016. – Pp. 40–50.
14. Mengistu, T. M. Emerging infrastructure financing mechanisms in Sub-Saharan Africa: Dissertation. – 2013. – No. RGSD-316. – 163 p.
15. Sarvi, J., Balaji, V., Pillay, H. Public-private partnerships in information and communication technology for education // ADB Briefs – 2015. – No. 49. – 7 p.
16. Sharma, C. Determinants of PPP in infrastructure in developing economies // Transforming government: people, process and policy. – 2012. – V. 6, No. 2. – Pp.149–166. <https://doi.org/10.1108/17506161211246908>
17. Yurdakul, H., Kamaşak, R., Öztürk, T. Y. Macroeconomic drivers of public private partnership (PPP) projects in low income and developing countries: A panel data analysis // Borsa Istanbul Review. – 2021. – V. 22, No. 1. – Pp. 37–46. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.01.002>

18. Private Participation in Infrastructure Database: Projects Report // The World Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ppi.worldbank.org/customquery> (дата обращения: 17.01.2022).
19. Data Bank. World Development Indicators // The World Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> (дата обращения: 17.01.2022).

References

1. Federal Law of July 13, 2015 No. 224-FZ (as amended of July 2, 2021) “On Public-Private Partnership, Municipal-Private Partnership in the Russian Federation and Amendments to Certain Legislative Acts of the Russian Federation”, *Legal reference system “ConsultantPlus”*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_182660/ (accessed 17.01.2022).
2. Federal Law of July 21, 2005 No. 115-FZ (as amended of July 2, 2021) “On Concession Agreements”, *Legal reference system “ConsultantPlus”*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54572/ (accessed 17.01.2022).
3. Casale B., Farquharson E. *A Practical Guide to Good Governance in Public-Private Partnerships*, New York, Geneva, United Nations, 2008, 122 p. (In Russian).
4. Base of projects, *ROSINFRA*. Available at: <https://rosinfra.ru/project> (accessed 17.01.2022).
5. Investments in infrastructure. Information technologies. Where the interests of business and the state intersect. Analytical Review of InfraOne Research, *ROSKONGRESS. Building trust*. Available at: https://roscongress.org/upload/medialibrary/d0f017_Investitsii-v-infrastrukturu.-Informatsionnye-tehnologii.pdf (accessed 17.01.2022).
6. Rating of ICT Expenditures of Regions, *CNews*. Available at: <https://www.cnews.ru/tables/ea3d3b5d7a548d25b2032a06df-3d2122993270c6> (accessed 17.01.2022).
7. Russia’s IT Industry: New Challenges and Post-Pandemic Opportunities, *HSE University*. Available at: <https://www.hse.ru/news/440624603.html> (accessed 17.01.2022).
8. Alessi L., Ghysels E., Onorante L., Peach R. W., Potter S. Central bank macroeconomic forecasting during the global financial crisis: The European Central Bank and Federal Reserve Bank of New York experiences, *Journal of Business & Economic Statistics*, 2014, vol. 32, no. 4, pp. 483–500. <https://doi.org/10.1080/07350015.2014.959124>
9. Arbatli E. C. Economic policies and FDI inflows to emerging market economies, *IMF Working Papers*, 2011, vol. 11, no. 192, 25 p. <https://doi.org/10.5089/9781462306251.001>
10. Banerjee S. G., Oetzel J. M., Ranganathan R. Private provision of infrastructure in emerging markets: do institutions matter?, *Development Policy Review*, 2006, vol. 24, no. 2, pp. 175–202. <https://doi.org/10.1111/j.1467-7679.2006.00321.x>
11. Boyer E. J., Scheller D. S. An examination of state-level public – private partnership adoption: Analyzing economic, political, and demand-related determinants of PPPs, *Public Works Management & Policy*, 2018, vol. 23, no. 1, pp. 5–33. <https://doi.org/10.1177/1087724X17729097>
12. Hammami M., Ruhashyankiko J. F., Yehoue E. B. Determinants of public-private partnerships in infrastructure, *IMF Working Paper*, 2006, no. 99, 39 p. <https://doi.org/10.5089/9781451863598.001>
13. Han M. *The global financial crisis: The challenge for central banks*, Central Bank Regulation and the Financial Crisis, London, Palgrave Macmillan, 2016, pp. 40–50.
14. Mengistu T. M. *Emerging infrastructure financing mechanisms in Sub-Saharan Africa*: Dissertation, 2013, No. RGSD-316, 163 p.
15. Sarvi J., Balaji V., Pillay H. Public-private partnerships in information and communication technology for education, *ADB Briefs*, 2015, no. 49, 7 p.
16. Sharma C. Determinants of PPP in infrastructure in developing economies, *Transforming government: people, process and policy*, 2012, vol. 6, no. 2, pp. 149–166. <https://doi.org/10.1108/17506161211246908>
17. Yurdakul H., Kamaşak R., Öztürk T. Y. Macroeconomic drivers of public private partnership (PPP) projects in low income and developing countries: A panel data analysis, *Borsa Istanbul Review*, 2021, vol. 22, no. 1, pp. 37–46. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.01.002>
18. Private Participation in Infrastructure Database: Projects Report, *The World Bank*. Available at: <https://ppi.worldbank.org/customquery> (accessed 17.01.2022).
19. Data Bank. World Development Indicators, *The World Bank*. Available at: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> (accessed 17.01.2022).

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ, РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 338.24.01 JEL O17

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-100-107

Батурина Евгения Владимировна

канд. экон. наук, ФГКОУ ВО

«Санкт-Петербургский университет

Министерства внутренних дел Российской Федерации», г. Санкт-Петербург,

Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-5608-6702

Scopus Author ID: 57195918931

Web of Science ResearcherID: T-9169-2018

РИНЦ AuthorID: 778317

e-mail: ibm600x@mail.ru

О ПРОБЛЕМАХ МОНИТОРИНГА ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В статье представлены основные положения авторской концепции мониторинга теневой экономики через экономико-математический анализ теневого безналичного денежного потока. Согласно авторской концепции конкретизирован объект мониторинга теневой экономики; обозначены его приоритетные направления; раскрыты задачи обеспечения экономической безопасности Российской Федерации. Обоснована необходимость (актуальность) реализации авторской концепции: обозначены недостатки существующих методов оценки теневой экономики, и представлены преимущества предлагаемого авторского научного подхода, позволяющие минимизировать приведенные выше недостатки. Представлен результат критического анализа недостатков самой научной идеи и определены направления дальнейших исследований.

Ключевые слова: теневая экономика, мониторинг, теневой денежный поток, алгоритм, информационно-аналитическая система, угроза, концепция, экономическая безопасность

Для цитирования: Батурина Е.В. О проблемах мониторинга теневой экономики // Вестник университета. 2022. № 2. С. 100–107.

ON THE PROBLEMS OF MONITORING THE SHADOW ECONOMY

Abstract. The article presents the main provisions of the author's Concept of monitoring the shadow economy through the economic and mathematical analysis of the shadow cashless cash flow. According to the author's concept, the object of shadow economy monitoring has been specified, priority areas of shadow economy monitoring have been outlined, the tasks of ensuring economic security of the Russian Federation have been revealed. The necessity (relevance) of implementing the author's Concept has been substantiated: the disadvantages of existing methods of shadow economy assessment have been outlined and the advantages of the proposed author's scientific approach allowing to minimise the above disadvantages have been presented. The result of a critical analysis of the shortcomings of the scientific idea itself has been presented and the further research directions have been determined.

Keywords: shadow economy, monitoring, shadow cash flow, algorithm, information and analytical system, threats, concept, economic security

For citation: Baturina E.V. (2022) On the problems of monitoring the shadow economy. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 100–107. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-100-107

Evgeniya V. Baturina

Cand. Sci. (Econ.), Saint-Petersburg

University of the Ministry of the Interior

of the Russian Federation, Saint-Petersburg,

Russia

ORCID: 0000-0001-5608-6702

Scopus Author ID: 57195918931

Web of Science ResearcherID: T-9169-2018

e-mail: ibm600x@mail.ru

Введение

В целях повышения эффективности реализации государственной политики по обеспечению национальной безопасности Российской Федерации (далее – РФ) разработана авторская концепция мониторинга теневой экономики, которая через экономико-математический анализ теневого безналичного денежного потока

© Батурина Е.В., 2022.

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

© Батурина Е.В., 2022.

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



определяет цели, задачи, приоритетные направления в отношении одной из основных угроз экономической безопасности РФ – сохранения значительной доли теневой экономики и высокого уровня криминализации и коррупции в экономической сфере [1; 2].

В связи с пандемией COVID-19 сейчас не только в России, но и на мировом уровне ведущими аналитиками прогнозируется значительный рост экономических преступлений, связанных с оппортунистическим поведением чиновников, принимающих решения о государственном финансировании различных отраслей экономики, социальной сферы в области здравоохранения и поддержания благосостояния населения. На этом фоне особую актуальность приобретают научные исследования, направленные на предотвращение противоправных действий, совершаемых посредством незаконного получения грантов и субсидий, а также неправомерного присвоения денежных средств федерального и регионального бюджетов в рамках реализации национальных проектов. Обеспечение соответствия аналитических возможностей правоохранительной системы страны возможностям субъектов преступной деятельности обуславливает необходимость создания адекватных автоматизированных информационно-аналитических систем, позволяющих обрабатывать большие массивы данных, в том числе о движении денежных средств на счетах в банках субъектов теневой экономики. Подобные системы должны способствовать выявлению структуры теневых аффилированных субъектов как в банковской сфере, так и в сфере цифровой экономики, в частности электронных денег и виртуальных активов. В свою очередь, как показывает правоприменительная практика расследования экономических преступлений, рост киберпреступности неразрывно связан с извлечением нелегальной экономической выгоды, которая выводится через банковский сектор (в том числе через подконтрольные фирмы, обладающие признаками фирм-однодневок) на подконтрольные счета субъектов теневой экономики, а также за рубеж. Обозначенные тенденции свидетельствуют о необходимости определения приоритетных направлений обеспечения экономической безопасности страны с учетом меняющейся оперативной обстановки, появления новых вызовов и угроз, а также совершенствования форм и методов выявления, пресечения, предупреждения и раскрытия преступлений экономической направленности [7]. В этом контексте, в свою очередь, необходимо выработать качественный научно-концептуальный подход к оценке теневой экономики и на основе полученных результатов принять эффективные управленческие решения, которые позволили бы снизить долю влияния теневого сегмента на экономику страны и обеспечили бы стабильное экономическое развитие государства.

Объект мониторинга теневой экономики

Сегодня вопросу конкретизации понятия теневой экономики уделяется повышенное внимание. Это обусловлено, с одной стороны, масштабами распространения сфер цифровой экономики, ростом виртуализации денежных активов, с другой – расширением сфер теневой экономики и ростом киберпреступности.

В результате анализа научной литературы в рамках оценки масштабов теневой экономики выявлены тенденции, отличительной особенностью которых является поиск альтернативных методик и методологических подходов к анализу данного социально-опасного явления как угрозы экономической безопасности страны.

В современных реалиях в качестве основного определения понятия «теневая экономика» предлагаются следующие варианты.

1. «Теневая экономика, как экономическая категория, это часть экономики, образуемая преступной (незаконной) экономической деятельностью двух типов – предпринимательской и уголовной, масштаб распространения которой зависит от уровня экономического развития страны» [3].
2. «Теневая экономика включает в себя все виды экономической деятельности, которые скрыты от официальных властей по монетарным, регуляторным и институциональным причинам» [4].
3. «Цифровая теневая экономика означает незаконную, несообщаемую или неучтенную деятельность в Интернете, направленную на получение прибыли, уклонение от уплаты налогов или обход правовых норм о торговле или деловой отчетности» [8].

В качестве исходных данных в подобных работах выступают экономические статистические данные или вероятные исследовательские данные, полученные по результатам применения частных методов. Очень часто доступ к исходным данным для оценки теневого сектора закрыт и публикуемые результаты исследований обоснованно подвергаются сомнениям, так как их сложно перепроверить. Открытые обобщенные

сведения о теневой экономике считаются соответствующими существующим экономическим реалиям по причине авторитетности субъектов, которые проводили тот или иной анализ. В связи с этим возникают существенные расхождения между исследованиями представителей различных научных подходов. В то же время в существующих реалиях нельзя игнорировать масштабы теневой экономики в России и не учитывать степень ее распространения при принятии различных управленческих решений. Однако, до сих пор не существует единой методики исчисления величины нелегальной экономической выгоды, извлекаемой субъектами теневого бизнеса. Об этом неоднократно свидетельствуют труды как отечественных ученых-экономистов, так и зарубежных исследователей. Каждый из них предпринимает попытку обобщения методической базы и предлагает свой вариант решения данной проблемы, в той или иной части раскрывая особенности и преимущества перед другими нового научного положения. К сожалению, успешность такой научной тенденции вызывает ряд скептических опасений, так как сам объект исследования является динамическим социально-экономическим опасным скрытым явлением. Стандартные методы анализа экономических процессов здесь не вполне всеобъемлющи, и их результаты являются лишь частично объективными и полными. Основной массив данных скрыт от исследователей. В связи с этим, как правило, при изучении теневой экономики применяются так называемые мягкие методы, основным недостатком которых является их вероятная результативность. Конечно, в разных развитых странах, как и в России, уже накоплен значительный опыт исследования фактов проявления теневой экономической деятельности; разработаны методические рекомендации по исследованию теневого сектора с различных сторон научного познания. Однако в качестве исходных данных о состоянии теневой экономики в той или иной стране, как правило, представлен только показатель доли изучаемого явления относительно величины валового внутреннего продукта (далее – ВВП) и статистических данных об обобщенных показателях преступлений в сфере экономики по нескольким позициям, в частности по количеству преступлений и общей величине нанесенного материального ущерба. С точки зрения развития научного потенциала в контексте исследования теневой экономики имеющийся недостаток исходных данных предопределяет необходимость разработки нового научного подхода и актуальность авторского исследования, посвященного вопросам моделирования информационно-аналитической системы мониторинга теневого денежного потока в России.

Кроме того, оценка масштабов теневой экономики, согласно опубликованным данным ведущего мультимедийного холдинга России информационного агентства ПАО «РБК», и рассчитанные объемы теневого сектора по результатам конъюнктурных исследований Научно-исследовательского университета «Высшая школа экономики» (далее – НИУ ВШЭ), соответствующие относительноному проценту ВВП России, определяют конкретные статистические значения рассматриваемого социально-опасного феномена [9]. При этом представители Федеральной службы по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг) и эксперты финансовой разведки отмечают значительное расхождение в расчетах [11]. Причина этому в качественном структурном различии исходных данных для анализа, а именно в изменении методики Росфинмониторинга (какая-то часть теневой экономики перестала таковой считаться). В таком случае при изменении методики расчетов обоснованность выводов по результатам сравнения по годам вызывает определенные сомнения. Нельзя сопоставлять то, что рассчитывалось по-разному, – это математическая аксиома. При этом Росфинмониторинг не приводит алгоритм и методологию своих оценок. Это сводит к минимуму возможность перепроверить их расчеты и удостовериться в правильности приведенных значений. Информационным агентством ПАО «РБК» также приводятся абстрактные сведения о том, что Росфинмониторинг, помимо прочего, включает в теневую экономику. Важно отметить, что кроме перечисления структурных компонентов никаких отсылок на то, где служба финансовой разведки берет исходные данные, издательством не сообщается. Так, теневая экономика, по версии Росфинмониторинга, включает:

- так называемый серый импорт, под которым понимается импорт продукции по заниженным таможенным пошлинам и таможенным декларациям с указанием недостоверных сведений о ввозимой продукции;
- величину доходов, с которых не удержаны и не уплачены обязательные налоговые и таможенные платежи;
- «серую» зарплату, с которой не удерживается НДФЛ и сведения о выплате которой не фиксируются в документах работодателя [9].

Помимо этого, представители Росфинмониторинга обращают внимание на следующие обстоятельства, которые напрямую связаны с необходимостью пересмотра методики определения масштабов теневой экономики в направлении, предлагаемом автором данной статьи [9]. Финансовая разведка констатирует, что субъекты нелегальной экономической деятельности активно используют фиктивную внешнеэкономическую деятельность для вывода преступных доходов за рубеж. Денежные средства выводятся за рубеж по организованным сложным схемам, с использованием для расслоения и транзита финансовых потоков множества счетов фирм-однодневок, открытых в различных банках. Перечисления за рубеж преимущественно осуществляются под видом внешнеторговых сделок по поставке товаров или купли-продажи ценных бумаг. Далее приведен обзор интервью директора Международного института профессионального статистического образования НИУ ВШЭ А. А. Пономаренко, в котором он дает трактовку понятия «теневая экономика», разделяя его с понятием «ненаблюдаемая экономика», которое, по его мнению, шире. Ненаблюдаемая экономика состоит из:

- скрытой экономики (под этим понимается законная предпринимательская деятельность, налоговые обязательства с дохода от которой ее субъектами не исчисляются);
- криминальной экономики (наркобизнес, проституция, нелегальный оборот оружия);
- неформальной экономики (под этим понимается предпринимательская деятельность частных хозяйств без какой-либо ее официальной регистрации);
- личной экономики (так называемого производства для собственного потребления) [10].

По мнению Росфинмониторинга, в их расчетах участвует только скрытая и криминальная экономика, а неформальный сектор остается без внимания по объективным причинам невозможности его обнаружения. Однако профессор НИУ ВШЭ С. Кордонский считает, отсутствие учета неформальной экономики приводит к занижению объема теневого сектора в целом не менее, чем на 10 % ВВП [10]. Следует также отметить, что в издании информационного агентства ПАО «РБК» приводятся краткие сведения о том, как теневую экономику считает Федеральная служба государственной статистики (Росстат). В частности, с позиции Росстата, теневая экономика включает доходы от скрытой и неофициальной экономик, без учета криминальных доходов [9; 10; 11]. В рассматриваемых публичных материалах отмечается, что Международный валютный фонд при оценке объема теневой экономики не учитывает нелегальный сектор. Таким образом, приведенные сведения свидетельствуют о неоднозначности трактовок ведущих исследовательских служб и международных организаций в понимании самого понятия «теневая экономика», и, как следствие, о разнонаправленности методологических подходов к оценке данного явления.

Отдельные ученые решаются говорить о качественно новом подходе в терминологии теневой экономики, предлагая и апробируя альтернативные научные идеи в своих исследованиях. В частности, в своих работах автор данной статьи, предлагая уйти от традиционного подхода к анализу теневой экономики, выдвигает тезис о необходимости внедрения нового экономико-правового показателя «теневой денежный поток» [6]. Предлагаемая новая научная методика исследования теневой экономики основана на данных, существенно отличающихся от общепринятых в научной среде своей доступностью (при определенных условиях защиты персональных данных клиентов банковской системы) и максимальной достоверностью. Выдвигаемая гипотеза исследования заключается в обосновании авторского алгоритма оценки минимальной величины теневого денежного потока за конкретный период времени как основного экономического показателя оценки масштабов теневой экономики региона или страны в целом. Методический инструментарий исследования включает математические методы обработки экономических данных о движении денежных средств на банковских счетах исследуемых субъектов теневой экономики. Апробация методического инструментария проведена на примерах судебной бухгалтерской экспертизы исследования дальнейшего движения денежных средств, поступивших по интересуемому основанию (назначению платежа) на исследуемый банковский счет. Полученные результаты автор предлагает внедрить и реализовать в виде автоматизированной информационно-аналитической системы мониторинга теневого денежного потока. Под тeneвым денежным потоком (англ. Shadow Cash Flow, SCF) предлагается понимать движение денежных средств в безналичной форме в банковской среде от плательщика к получателю, начиная с момента идентификации источника формирования теневого денежного потока до момента обезличивания теневого денежного потока или обезличивания безналичного денежного потока в целом.

Приоритетные направления мониторинга теневой экономики

Основными угрозами экономической безопасности России считаются:

- высокий уровень криминализации и коррупции в экономической сфере;
- уязвимость информационной инфраструктуры финансово-банковской сферы;
- сохранение значительной доли теневой экономики и др.

С учетом этого наиболее значимыми направлениями авторской концепции являются:

- мониторинг движения бюджетных денежных средств, выделенных на реализацию национальных проектов (программ);
- мониторинг движения денежных средств на счетах в банках субъектов коррупции;
- мониторинг движения денежных средств на счетах в банках субъектов организованной преступности экономической направленности;
- мониторинг движения денежных средств на счетах в банках субъектов криминальных банкротств;
- мониторинг движения денежных средств на счетах в банках субъектов, причастных к совершению преступлений, связанных с использованием информационно-телекоммуникационных технологий (субъектов киберпреступлений);
- мониторинг движения денежных средств на счетах в банках субъектов экономических преступлений, идентифицируемых по отраслевой принадлежности (жилищно-коммунальное хозяйство, оборонно-промышленный комплекс, топливно-энергетический комплекс, сфера недропользования, медицина, лесное хозяйство, финансово-кредитная сфера и др.);
- мониторинг движения денежных средств на счетах в банках субъектов, идентифицируемых по признакам легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма.

Задачи обеспечения экономической безопасности России

Для реализации авторской концепции по вышеуказанным направлениям, предлагается решение следующих задач.

Правовое обеспечение. Для реализации авторской концепции мониторинга теневой экономики безусловно необходимо создание соответствующей ее потребностям правовой основы, которая помимо Конституции России, общепризнанных принципов и норм международного права, международных договоров России, федеральных конституционных законов и федеральных законов, актов Президента России и Правительства России и других нормативных правовых актов в экономической сфере будет включать нормы, регламентирующие порядок взаимодействия субъектов, практически реализующих предлагаемые алгоритмы анализа фактов проявления теневой экономики.

Организационно-методическое обеспечение. Решение задачи должно включать разработку регламента функционирования информационно-аналитической системы мониторинга теневого денежного потока.

Кадровое обеспечение. Решение задачи должно обеспечивать подготовку квалифицированных специалистов, способных на соответствующем уровне доступа к исходным данным о движении денежных средств на счетах в банках интересующих лиц – субъектов теневой экономики:

- обеспечить функционирование информационно-аналитической системы мониторинга теневого денежного потока;
- проанализировать результаты идентификации теневого денежного потока;
- предложить эффективные управленческие решения, направленные на нейтрализацию потенциальных и реальных угроз экономической безопасности России.

Техническое обеспечение. Решение данной задачи видится в техническом обеспечении практической реализации авторской идеи, на основе специальных программных продуктов создания и администрирования баз данных. В качестве наглядного примера в других работах автора представлена визуализация исходных и результирующих данных информационно-аналитической системы в виде таблиц анализа движения денежного потока и итоговых показателей, которые количественно и качественно характеризуют исследуемую величину [5].

Выводы

В настоящем исследовании автором представлены основные элементы концепции мониторинга теневой экономики, основанной на авторском алгоритме расчета минимальной величины денежного потока, вовлеченного в теневой оборот [6]. Такой подход позволяет оценивать масштабы теневой экономики посредством создания информационно-аналитической базы данных о движении денежных средств, поступивших или расходуемых по интересующим, в данном случае, теневым основаниям.

В указанном контексте следует акцентировать внимание на недостатках, которыми обладают существующие методы оценки теневой экономики:

- многообразие альтернативных методов оценки и отсутствие сопоставимости получаемых различных результатов. В основном используется статистический инструментарий и методы «мягкого моделирования»;
- отсутствие единого математического инструментария для оценки;
- множественность факторов, влияющих на искомый результат, перечень которых в существующих реалиях не представляется возможным закрыть;
- отсутствие доступа к входной информации по причине скрытого характера самой теневой деятельности;
- невозможность рассчитать величину (долю в ВВП) теневой экономики в полном объеме по причине разнообразия форм проявления теневой экономики и отсутствия единого понимания того, что должно быть включено в этот показатель.

В связи с этим ниже представлены преимущества предлагаемого авторского научного подхода, позволяющие минимизировать приведенные выше недостатки:

- разработанный математический алгоритм оценки, автоматизированный в виде информационно-аналитической системы, позволяет производить расчеты независимо от знаний и умений пользователя данной системы;
- уход от статистических методов оценки, где из генеральной совокупности производится выборка исходных данных, на основе которых делается вывод в отношении всего исследуемого явления/процесса. При реализации методики мониторинга в автоматизированном режиме анализу подвергаются все входные данные. Это позволяет уйти от вероятностных значений;
- конечный состав переменных факторов, влияющих на результаты расчетов;
- четкая регламентация того, что включается в понятие теневого денежного потока.

Однако существуют недостатки, которые непреодолимы на современном этапе развития экономики и информационных технологий:

- отсутствие входных данных в полном объеме: исследуется только часть теневого сектора, следы деятельности субъектов которого отражены в документах бухгалтерского учета банковского сектора;
- не учитывается движение денежных средств в пространстве электронных платежных систем Интернета, наличного движения по причине отсутствия доступа к этим данным, их неуникального характера (интернет-платежи осуществляются с максимальной анонимностью плательщика/получателя) и низкой достоверности в связи с наличием высокой угрозы искажения фактических данных.

Существенными преимуществами предлагаемой концепции мониторинга теневой экономики являются:

- достоверность и прозрачность расчетов конечного результата. Величина теневого денежного потока определяется по математической формуле. Это минимизирует влияние субъективных факторов на искомый результат. В случае обеспечения должной защиты входных и выходных данных и эффективного администрирования предлагаемой информационно-аналитической системы, получаемые расчетные значения, показывающие структуру теневого сектора, являются достаточно прозрачными и достоверными. Все расчеты можно перепроверить;
- доступность входных данных. Функция теневого денежного потока представляет собой зависимость результирующего показателя от конечного числа переменных, значения которых в достоверной и доступной форме хранятся в виде расширенных выписок банков страны в течение 5 лет.

Заключение

Таким образом, обоснована необходимость (актуальность) реализации авторской концепции мониторинга теневой экономики. Принимаемые на основе полученных результатов управленческие решения должны стать точными шагами к цели нейтрализации теневой экономики как угрозы экономической безопасности России.

Библиографический список

1. Концепция развития национальной системы противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (утв. Президентом РФ 30.05.2018) // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_299375/ (дата обращения: 08.12.2021).
2. Методические рекомендации Банка России от 21 июля 2017 г. № 18-МР «О подходах к управлению кредитными организациями риском легализации (отмывания) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма» // Информационно-правовой портал Гарант [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/IPO/prime/doc/71629876/> (дата обращения: 08.12.2021).
3. Авдийский, В. И., Дадалко, В. А., Синявский, Н. Г. Теневая экономика и экономическая безопасность государства: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 538 с. <https://doi.org/10.12737/0>
4. Афанасьева, А. О. Особенности теневой экономики в различных по уровню развития экономики группах стран // Научные записки молодых исследователей. – 2019. – Т. 7, № 3. – С. 74–82.
5. Батурина, Е. В., Литвиненко А. Н. Информационно-аналитическая система: «Спектр распределения теневого денежного потока» // На страже экономики. – 2021. – № 2 (17). – С. 15–21. <https://doi.org/10.36511/2588-0071-2021-2-15-21>
6. Батурина, Е. В., Литвиненко, А. Н. Мониторинг теневых денежных потоков инструментами компьютерного моделирования // Экономика региона. – 2018. – Т. 14, № 1. – С. 326–338. <https://doi.org/10.17059/2018-1-26>
7. Батурина, Е. В. Оценка эффективности правоохранительной деятельности во взаимосвязи с созданием благоприятной экономической среды // Экономическая безопасность. – 2021. – Т. 4. – № 3. – С. 731–754. <https://DOI.10.18334/ecsec.4.3.112024>.
8. Сахбиева, А. И. Особенности потребительского восприятия «теневого» формата цифровой экономики // Modern Economy Success. – 2021. – № 1. – С. 175–179.
9. Солопов, М., Старостина, Ю., Ткачёв, И. Финансовая разведка оценила в ₽20 трлн объем теневой экономики в России // Официальный сайт информационного агентства ПАО «РБК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/22/02/2019/5c6c16d99a79477be70257ee> (дата обращения: 08.12.2021).
10. Солопов, М., Старостина, Ю., Ткачёв, И. ВВП отбрасывает тень Росфинмониторинг зафиксировал снижение объема скрытой экономики // Официальный сайт информационного агентства ПАО «РБК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/newspaper/2019/02/22/5c6c16d99a79477be70257ee> (дата обращения: 08.12.2021).
11. Фейнберг, А., Макаров, О. Россия вошла в пятерку стран с крупнейшей теневой экономикой // Официальный сайт информационного агентства ПАО «РБК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/30/06/2017/595649079a79470e968e7bff> (дата обращения: 08.12.2021).

References

1. Concept of Development of the National System of Counteraction to Legalization (Laundering) of Proceeds from Crime and Financing of Terrorism (approved by the President of the Russian Federation on May 30, 2018), *Legal reference system "ConsultantPlus"*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_299375/ (accessed 08.12.2021).
2. Methodical Recommendations of the Bank of Russia of July 21, 2017, No. 18-MR "On Approaches to the Management of Credit Institutions Risk of Legalisation (Laundering) of Proceeds from Crime and Terrorist Financing", *Information and legal portal Garant*. Available at: <https://www.garant.ru/products/IPO/prime/doc/71629876/> (accessed 08.12.2021).
3. Avdiyskiy V. I., Dadalko V. A., Sinyavskiy N. G. *Shadow economy and economic security of the state: training manual*, Moscow, INFRA-M, 2019, 538 p. (In Russian). <https://doi.org/10.12737/0>
4. Afanas'eva A. O. The features of the shadow economy in groups of countries with different level of economic development, *Nauchnye zapiski molodykh issledovatelei*, 2019, vol. 7, no. 3, pp. 74–82. (In Russian).
5. Baturina E. V., Litvinenko A. N. Information and analytical system "Spectrum of shadow cash flow distribution", *The economy under guard*, 2021, no. 2 (17), pp. 15–21. (In Russian). <https://doi.org/10.36511/2588-0071-2021-2-15-21>

6. Baturina E. V., Litvinenko A. N. Monitoring of shadow cash flows using computer modelling, *Economy of regions*, 2018, vol. 14, no. 1, pp. 326–338. (In Russian). <https://doi.org/10.17059/2018-1-26>
7. Baturina E. V. Assessment of the effectiveness of law enforcement activities in connection with the creation of a favorable economic environment, *Economic security*, 2021, vol. 4, no. 3, pp. 731–754. (In Russian). <https://DOI 10.18334/ecsec.4.3.112024>
8. Sakhbieva A. I. Features of consumer perception of the “shadow” format of the digital economy, *Modern Economy Success*, 2021, no. 1, pp. 175–179. (In Russian).
9. Solopov M., Starostina Yu., Tkachev I. Financial intelligence estimated the volume of the shadow economy in Russia at ₺20 trillion, *The official website of the information agency of PJSC "RBC"*. Available at: <https://www.rbc.ru/economics/22/02/2019/5c6c16d99a79477be70257ee> (accessed 08.12.2021).
10. Solopov M., Starostina Yu., Tkachev I. GDP casts a shadow Rosfinmonitoring recorded a decrease in the volume of the hidden economy, *The official website of the information agency of PJSC "RBC"*. Available at: <https://www.rbc.ru/newspaper/2019/02/22/5c6c16d99a79477be70257ee> (accessed 08.12.2021).
11. Feinberg A., Makarov O. Russia has entered the top five countries with the largest shadow economy, *The official website of the information agency of PJSC "RBC"*. Available at: <https://www.rbc.ru/economics/30/06/2017/595649079a79470e968e7bff> (accessed 08.12.2021).

УДК 330.101.22 JEL M41

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-108-113

Гилева Дарья Валерьевна

студент магистратуры, ЧОУ ВО ЮУ

«Южный университет (Институт

управления бизнеса и права)»,

г. Ростов-на-Дону, Российская

Федерация

ORCID: 0000-0002-5220-860X**e-mail:** d.giliova@yandex.ru**ЦИФРОВИЗАЦИЯ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ**

Аннотация. Целью статьи является выявление проблем, возникающих в процессе цифровизации в бухгалтерском учете, рассмотрение способов внедрения цифровой трансформации, и предложения по повышению качества и эффективности работы бухгалтерского аппарата предприятия. В соответствии с поставленной целью, определены следующие задачи исследования: обосновать необходимость внедрения цифровизации в сферу бухгалтерского учета, определить ключевые цифровые технологии, выявить проблемы и преимущества трансформации. В ходе исследования предложены способы решения актуальных проблем, таких как планирование цифровой трансформации и отсутствие квалифицированных сотрудников в данной сфере. Научная новизна данной статьи заключается в предпосылках внедрения цифровых технологий в бухгалтерию предприятия. В качестве результатов исследования выявлена необходимость составления компетенций по цифровым технологиям и внедрения цифровизации в бухгалтерию. Основным выводом статьи является необходимость цифровизации аспекта бухгалтерского учета с целью формирования достоверных данных о финансовом положении компании.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровые технологии, цифровая трансформация, цифровизация, диджитализация, бухгалтерский учет, цифровые компетенции, дорожная карта

Для цитирования: Гилева Д.В. Цифровизация в бухгалтерском учете // Вестник университета. 2022. № 2. С. 108–113.

Darya V. Gileva

Graduate Student, Southern University

(Institute of Business Management and

Law), Rostov-on-Don, Russia

ORCID: 0000-0002-5220-860X**e-mail:** d.giliova@yandex.ru**DIGITALISATION IN ACCOUNTING**

Abstract. The aim of the article is to identify the problems encountered in the digitalisation process in accounting, consider ways of implementing digital transformation, and proposals to improve the enterprise's accounting apparatus quality and efficiency. In accordance with this aim, the following research objectives have been defined: to justify the need to introduce digitalisation in the accounting field, determine key digital technologies, identify the transformation problems and advantages. In the course of the study, ways to solve urgent problems have been proposed, such as planning for digital transformation and the qualified employees lack in this field. The scientific novelty of this article lies in the prerequisites for the digital technologies introduction into the enterprise accounting department. As the results of the study, the need to compile competencies in digital technologies and introduce digitalisation into accounting has been identified. The main conclusion of the article is the necessity to digitalise the accounting aspect in order to generate reliable data on a company's financial position.

Keywords: digital economy, digital technologies, digital transformation, digitalisation, digitalisation, accounting, digital competencies, roadmap

For citation: Gileva D.V. (2022) Digitalisation in accounting. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 108–113. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-108-113

Введение

Преобразования, осуществляемые в нашей стране, направлены на формирование эффективной экономической системы. В этом плане актуальным остается вопрос создания рынка на микроуровне, то есть на уровне деятельности предприятий. В данном отношении рынок следует рассматривать как экономическую среду, в которой функционирует предприятие.

© Гилева Д.В., 2022.

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

© Gileva D.V., 2022.

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

Новые условия организации реализации бизнеса потребовали, как внедрения принципиально новых способов хозяйствования, так и изменения взглядов на сущность и содержание основных функций, для обеспечения ритмичной и доходной деятельности предприятия.

Экономика любой страны представляет собой сложный экономический механизм, различные элементы которого взаимодействуют между собой и обуславливают взаимное развитие друг друга. Она представляет собой огромное число хозяйствующих субъектов, создающих разнообразные товары и услуги.

В современном информационном зависимом обществе, любые вопросы решаются только через информационные системы, а прогресс требует перехода на новейшие технологии. О необходимости осуществлять экономическую деятельность с помощью цифровых технологий уже никто не спорит, но вопрос о том, как это реализовать и какой должна быть цифровая экономика остается открытым.

Цифровизацию рассматривают как тренд мирового развития, в том случае, если данная трансформация охватывает все сферы деятельности (производство, бизнес, наука, обычная жизнь граждан) [2].

Основным фактором, влияющим на деятельность бизнеса в условиях цифровой экономики, становится обработка значительных массивов данных, представленных в цифровом формате. Применение результатов анализа этих данных, может повысить эффективность бизнеса и вывести его на качественно новый уровень [7].

В статье будет рассмотрена цифровизация основного сегмента бизнеса – бухгалтерского учета.

Теория и методы

Стратегия цифровизации успешно реализуется по всему миру руководителями ИТ-организаций и предприятий различного уровня. Она порождает технологический сдвиг, в короткие сроки преобразая бизнес-среду, выявляя новых лидеров, и заставляя компании расти и бороться на конкурирующем рынке [6].

Первым этапом цифровизации должно стать изменение бизнес процессов в компании. Следует изучить слабые места в текущих решениях и составить список недостатков, для дальнейшей их ликвидации, от которых впоследствии отталкиваться при принятии решений о трансформации бизнеса [6].

Необходимо отметить, что в первую очередь цифровизация бизнеса необходима для компаний, работающих в жесткой конкурентной среде. Для таких компаний задержка в этапе цифровизации или отказ от нее, может привести к поражению в конкурентной среде. Во-вторых, это компании, которые в своей отрасли прибегают к большим массивам данных [6].

На сегодняшний день стоимость цифровой трансформации бизнеса велика, однако она оправдывает затраты уже в первые месяцы после инноваций. Это происходит за счет уменьшения издержек на традиционное обслуживание и ресурсозатраты со стороны персонала и материалов [6].

Значение контроля в условиях цифровой экономики усиливается, в связи с использованием в процессе управления больших баз данных интернет носителей. Контроль является важным функциональным элементом любой системы управления. В корпоративной системе управления внутренний контроль позволяет выявить и оптимизировать мало результативные бизнес процессы [7].

Бухгалтерский учет, является значимым показателем экономической политики компании, и отражает полную картину ее имущественного и финансового состояния.

К ведению бухгалтерского учета на всех предприятиях, независимо от форм собственности предъявляются одинаковые требования. Они вытекают из нормативно-правовых документов, так как время и научно-технический прогресс не ведут себя размеренно, что обусловлено следующими признаками: автоматизация и внедрение цифровизации в сферу бизнеса.

Квалифицированный бухгалтерский учет способен предоставить информацию не только о структуре имущества и финансовом положении фирмы, но и отразить эффективность финансово-хозяйственной деятельности, и дать объективную оценку стоимости бизнеса.

Исходя из вышеизложенного, в современных и быстроизменяющихся условиях развития экономики, предприятия должны за короткое время уметь адаптироваться к новым способам ведения бизнеса.

Цифровизация бухгалтерского учета – это создание новых, и модернизация устаревших программ для систематизации, анализа и расчета показателей [3].

Цифровизация сектора бухгалтерского учета способствует внедрению и раскрытию комплекса цифровых технологий (рис. 1).



Источник: [8]

Рис. 1. Цифровые технологии в бухгалтерском учете

В современном мире цифровая трансформация является одним из основных факторов мирового экономического роста. Использование информационно-коммуникационных технологий, как ведущего инструмента цифровизации во многих отраслях не только изменяет жизнь людей, но и трансформирует экономические структуры [4].

Одним из показателей успешности бизнеса является рост его стоимости, который не только обуславливает долгосрочное и устойчивое функционирование компании, но и трансформируется в показатели социально-экономического благополучия всего общества.

Постановка проблемы

На пути цифровой трансформации данной сферы, возникают следующие проблемы: отсутствие комплексной программы цифровизации, недостаточность компетентных специалистов, низкий уровень автоматизации, отсутствие бюджета, низкий уровень ИТ-грамотности.

Наряду с вышеперечисленными причинами для беспокойства в условиях модификации, выявляют риски информационной безопасности и снижение количества рабочих мест.

Основные результаты

На основе приведенных сведений, основные препятствия цифровизации – это недостаточная зрелость текущих процессов, низкий уровень автоматизации, отсутствие компетенций и низкий уровень ИТ-грамотности сотрудников.

Для решения выявленных проблем предприятиям необходимо разработать и внедрить «дорожную карту», повысить квалификацию сотрудников и ввести новую позицию руководителя программ цифровизации.

«Дорожная карта» – это документ, в котором отображены основные этапы реализации стратегии, указаны исполнители и сроки завершения каждого этапа.

А для дальнейшего урегулирования вопроса низкого уровня автоматизации и отсутствия бюджета существует программа поддержки цифровизации малого и среднего бизнеса, которая предоставляет возможность работы с более доступными программами-аналогами для цифрового учета.

Согласно исследованию Организации экономического развития и сотрудничества (OECD), выделяются два ключевых фактора, которые оказывают влияние на скорость внедрения цифровых технологий [8].

Первый фактор – это внутренние способности организации, которые подразумевают процессы управления кадрами, наличие и правильное распределение ресурсов. Второй фактор, стимулирующий цифровую трансформацию включает уровень конкуренции в индустрии, доступность технологий и капитала, а также развитие законодательства [8].

Для успешной реализации цифровых инициатив необходимы сильные лидерские качества и современные практики управления. Эффективное слияние технологий и бизнес-процессов внутри компании требует базовых ИТ-навыков среди сотрудников, программ для поддержания и развития данных навыков, а также соответствия характера работы их компетенциям [8].

Для большинства российских компаний, понятие цифровой трансформации связано с внедрением новых технологий, ставших возможными в последние годы: аналитика больших данных, оптическое распознавание документов, искусственный интеллект, интернет платформы, роботизация и другие. Предпосылками для внедрения и эволюции цифровизации в России стала необходимость в хранении и аналитике больших данных, скорости обработки процессов и повышения эффективности. Цифровая трансформация становится более доступной, за счет снижения стоимости зарубежных технологий, в следствии развития отечественных программ поддержки цифровизации малого и среднего бизнеса.

Российские компании готовы проводить цифровую трансформацию бизнеса, однако следует учитывать мнение руководителей о том, какой экономический эффект может быть получен по итогам внедрения [8].

Цифровизация – это новшество, которое внесет изменения в бухгалтерию, с помощью новых технологий и сервисов [5]. Пути усовершенствования цифровизации повышают эффективность и качество работы бухгалтерского учета компаний. Изменения в данной области отражаются в повышении эффективности работы аппарата бухгалтерии.

Ключевым эффектом от внедрения цифровых технологий компании является повышение

Источник: [8]



Рис. 2. Факторы цифровой трансформации

производительности и сокращение издержек. Наибольший экономический эффект, принесет решение по созданию и развитию анализа больших данных и предиктивной аналитике, так как данная технология позволяет повысить производительности и вывести на новый уровень качество принимаемых человеком решений. Это находит свое отражение в большей эффективности взаимодействия с клиентами и лучше качестве планирования. Факторы, влияющие на скорость цифровой трансформации, отразим на рисунке 2.

Наиболее эффективный подход к реализации цифровой трансформации – это использование методики «от бизнес-задач», которая предполагает, что сначала определяется результат, который нужно увидеть, и источники создания ценности, а лишь затем предприятия занимаются выбором конкретной технологии для внедрения. Это в корне отличается от традиционной технологии большинства компаний, когда сначала реализуют пилотный проект по той или иной технологии и только потом оценивают эффект от нее и ее необходимость внедрения.

Заключение

В современном мире цифровизация определяется, как преобразование информации в цифровой формат, что в свою очередь способствует повышению эффективности, снижению издержек предприятия и развитию новых направлений.

В цифровизации бухгалтерского учета выявлены положительные стороны.

1. Снижение затрат на содержание бухгалтерского аппарата. Стоит отметить, что данный показатель не говорит о сокращении численности организации, наоборот, свидетельствует о повышении квалификации или переквалификации сотрудника в профессию будущего, например из профессии бухгалтер переобучиться на финансового инженера. Новые экономические и технологические условия требуют создания и реализации подходов по содействию гражданам в освоении ключевых компетенций цифровой экономики, обеспечении массовой цифровой грамотности и персонализации образования. В этих целях реализуется федеральный проект «Кадры для цифровой экономики» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Основная цель федерального проекта – обеспечение подготовки высококвалифицированных кадров для цифровой экономики [1].

2. Эффективность финансово-хозяйственной деятельности.

3. Скорость обработки данных и информации.

4. Налаживание удаленной работы.

5. Информационная безопасность. С ростом цифровизации, возрастает необходимость в безопасности и надежности хранения данных. В рамках национального проекта, разработано направление по кибербезопасности. В результате реализации данного направления будут обеспечены устойчивость и безопасность информационной инфраструктуры, конкурентоспособность отечественных разработок и технологий информационной безопасности, и выстроена эффективная система защиты прав и законных интересов личности, бизнеса и государства от угроз информационной безопасности [1].

Исходя из вышеизложенного видим необходимость цифровой трансформации бизнеса, и в особенности такого важного отдела, как бухгалтерия, ведь на основе своевременности учета финансовых данных формируется достоверная информация как для инвесторов, так и собственников бизнеса о финансово-хозяйственной деятельности компаний.

Библиографический список

1. Национальная программа «Кадры в цифровой экономике» // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/866/> (дата обращения: 09.01.2022).
2. Опубликован паспорт Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» // Правительство России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/info/35568/> (дата обращения: 02.01.2022).
3. Будович, Ю. И. Цифровизация корпоративного учета // Человеческий капитал в формате цифровой экономики. Международная научная конференция, посвященная 90-летию С. П. Капицы, Москва, 16 февраля, 2018 г. – М.: Российский новый университет, 2018. – С. 117–125. <https://doi.org/10.25586/RNU.CONF.18.02.P.117>
4. Евсеева, С. А., Евсеева, О. А., Кальченко О. А. Возможности цифровизации российского малого и среднего бизнеса на региональном уровне // European Social Science Journal. – Т. 2, № 12. – С. 136–142.
5. Ермилова, Ю. А. Аспекты учетно-аналитического обеспечения инновационной деятельности на предприятии // Региональная инновационная экономика: сущность, элементы, проблемы формирования, новые вызовы: сборник трудов Шестой Всероссийской Научной Конференции с Международным Участием, Ульяновск, 26–28 октября, 2016 г. / ред. кол.: Белый Е. М., Иванова Т. Ю., Рожкова Е. В. – Ульяновск: Ульяновский государственный университет, 2016. – С. 18–21.

6. Позмогов, А. И. Цифровая трансформация российского бизнеса: монография. – М.: Кнорус, 2019. – 456 с.
7. Рогуленко, Т. М., Агеева, О. А., Горлов, В. В. и др. Цифровая экономика – драйвер развития бухгалтерского учета, аудита, контроля: монография. – М.: ООО «Кнорус», 2020. – 230 с.
8. Цифровые технологии в российских компаниях. Результаты исследования // КПМГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2019/01/ru-ru-digital-technologies-in-russian-companies.pdf> (дата обращения: 02.01.2022).

References

1. National Programme “Personnel in the Digital Economy”, *Ministry of Digital Development, Communications and Mass Media of the Russian Federation*. Available at: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/866/> (accessed 09.01.2022).
2. Passport of the National Programme “Digital Economy of the Russian Federation” has been published, *The Russian Government*. Available at: <http://government.ru/info/35568/> (accessed 02.01.2022).
3. Budovich Yu. I. The digitalization of corporate accounting, *Human capital in the digital economy format. International Scientific Conference, dedicated to the 90th Anniversary of S. P. Kapitsa*, Moscow, February 16, 2018, Moscow, Russian New University, 2018, pp. 117–125. (In Russian). <https://doi.org/10.25586/RNU.CONF.18.02.P.117>
4. Evseeva S. A., Evseeva O. A., Kalchenko O. A. Digitalization possibilities of Russian small and medium business at the regional level, *European Social Science Journal*, vol. 2, no. 12, pp. 136–142. (In Russian).
5. Ermilova Yu. A. Aspects of accounting and analytical support of innovation activity at the enterprise, *Regional innovation economy: essence, elements, problems of formation, new challenges: Proceedings of the Sixth All-Russian Scientific Conference with International Participation*, Ulyanovsk, October 26–28, 2016, Ed. Board Belyi E. M., Ivanova T. Yu., Rozhkova E. V., Ulyanovsk, Ulyanovsk State University, 2016, pp. 18–21. (In Russian).
6. Pozmogov A. I. *Digital transformation of Russian business: monograph*, Moscow Knorus, 2019, 456 p. (In Russian).
7. Rogulenko T. M., Ageeva O. A., Gorlov V. V. et al. *Digital economy – the driver of accounting, audit, control development: monograph*, Moscow, ООО “Knorus”, 2020, 230 p. (In Russian).
8. Digital Technologies in Russian Companies. Results of the Study, *KPMG*. Available at: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2019/01/ru-ru-digital-technologies-in-russian-companies.pdf> (accessed 02.01.2022).

УДК 338.47

JEL R41

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-114-123

Голубева Варвара Сергеевна

ст. преподаватель, ФГБОУ ВО «Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С. О. Макарова», г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-9320-1730

e-mail: golubevavs@gumrf.ru

Щербинин Никита Вячеславович

студент, ФГБОУ ВО «Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С.О. Макарова», г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-7457-5403

e-mail: scherbi.nik@yandex.ru

Varvara S. Golubeva

Senior Lecturer, Admiral Makarov State University of Maritime and Inland Shipping, St. Petersburg, Russian Federation

ORCID: 0000-0001-9320-1730

e-mail: golubevavs@gmail.ru

Nikita V. Shcherbinin

Student, Admiral Makarov State University of Maritime and Inland Shipping, St. Petersburg, Russian Federation

ORCID: 0000-0001-7457-5403

e-mail: scherbi.nik@yandex.ru

КОНТЕЙНЕРНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ: НА ПРИМЕРЕ ВОСТОЧНОЙ АФРИКИ

Аннотация. Статья раскрывает исторические особенности внешней торговли Восточноафриканского региона и ее транспортного обеспечения. В ходе исследования выполнен анализ структуры экспортно-импортных грузопотоков Восточной Африки как в колониальный период, так и в настоящее время. Рассмотрены объекты инфраструктуры региона, в том числе морские порты, учтена их привлекательность для инвестиций и ведения бизнеса. Показан текущий уровень сервиса контейнерных линий по обслуживанию транспортной составляющей внешнеэкономических сделок, выделены главные порты Восточной Африки по уровню линейного сервиса и по контейнерообороту. Выявлены основные проблемы и возможности наращивания торговых поставок Восточной Африки и их логистического обслуживания.

Ключевые слова: Восточная Африка, контейнерные перевозки, контейнерная линия, внешняя торговля, морской порт, контейнерный терминал, грузопоток, транспортная инфраструктура

Для цитирования: Голубева В.С., Щербинин Н.В. Контейнерные перевозки: на примере Восточной Африки // Вестник университета. 2022. № 2. С. 114–123.

CONTAINER TRAFFIC: EAST AFRICAN CASE

Abstract. The article reveals the historical features of foreign trade and its transport support in the East African region. In the course of the study an analysis of the export-import cargo flows structure in East Africa both in the colonial period and at the present time has been carried out. The region infrastructure facilities, including seaports, have been considered, their attractiveness for investments and doing business has been taken into account. The current level of container line service for providing the foreign economic transactions transport component has been shown and the main East African ports by level of line service and container turnover have been identified. The main problems and opportunities for increasing East African trade supplies and their logistics services have been revealed.

Keywords: East Africa, container traffic, container line, foreign trade, seaport, container terminal, cargo flow, transport infrastructure

For citation: Golubeva V.S., Shcherbinin N.V. Container traffic: East African case. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 114–123. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-114-123

Introduction

East Africa is a unique region due to its unrivalled geographic location between East and West, as well as to its wide range of opportunities, such as human resources, national economic integration, significant agricultural export supplies and industrial development prospects. Nevertheless, East Africa is considered as an impoverished area with a large number of obstacles to the realisation of the above opportunities, including frequent war conflicts, piracy, social problems, weak infrastructure network, low liner carriers' activity level in East African ports, investment drought, etc.

Despite the above, East Africa does have significant trade flows in the world market, with a certain amount of the commodities being delivered in containers from East African traders to foreign buyers and vice versa. When it comes to the agricultural products grown in the region, their value is estimated at dozens of USD billions. Thus, the question arises: how the growing demand for goods transportation in containers can be met?

East African foreign trade requires a productive transport system along with improved liner shipping. The main objectives of the paper are a sequential consideration of inbound and outbound trade structure, a research of East

© Голубева В.С., Щербинин Н.В., 2022.

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

© Golubeva V.S., Shcherbinin N.V., 2022.

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



African container ports and port hinterlands as well as the certain position of the region in global shipping industry in relation to container line services. Another objective is to define regular liner routes between East Africa and the rest of the world. Other equally important purposes of the study are to compare container handling volumes of East African states to assess the current market situation, to define the key maritime transport hubs and to point out their competitive advantages.

Historical background and overview of East African trade

Most African territories were ruled by European Colonial Powers until the second half of the 20th century, the same applying to East Africa. In 1913 almost all African territories belonged to the Europeans with the exception of the Ethiopian Empire, which could save its independence for a long period and resist the European influence. East Africa was divided into colonies ruled by Italy, France, Germany, Great Britain and Portugal.

The lands of East Africa were predominantly agricultural [18], therefore their foreign trade was based on raw materials export. Moreover, in the epoch of industrialisation East African colonies kept falling behind strong economies of the time (the USA, France, Great Britain) and the dominions (Canada, Australia, New Zealand). In addition, East African local population had no autonomy to make decisions about its international trade and manufacture. As a result, the mentioned colonies had to strengthen trade relations with their metropolitan country, but their producing market was primarily domestic, even though some of the East African goods were included in the commodity turnover of entire Africa. Animal husbandry was one of the most traditional economic activities in East Africa, while plant growing was a complicated work because of poor soils, drought and technological backwardness. The main colonial products of East Africa were coffee, tea, oil seeds, nuts, wheat, corn, cattle meat, cattle skins, tobacco and others. The most significant production of East Africa domestic export was bagged coffee beans, its share in export structure being estimated as one third [11; 21].

Table 1

East African colonial goods

Territory	Colonial goods
South Sudan	Cotton, animal skins, peanut products
Eritrea	Beeswax, animals, skins, fish, canned meat, salt, shells, pearls, vegetable ivory
Djibouti (French Somaliland)	Coffee, tobacco
Ethiopia	Khat, coffee, durra, corn, beans, bananas, peanut products, peaches, melons
British Somaliland	Animal products, live sheep
Italian Somaliland	Sheepskins, goatskins, cereals, fruits, vegetables, sugar, coffee, tea, spices, cocoa, fish, sesame, cotton
Kenya	Coffee, sisal, tea, animal skins, meat, canned food, cement, textiles, glass, paint, chemicals, paper, metal, footwear, brewing products, sugar, tobacco, soda ash, beans
Tanganyika (Tanzania)	Coffee, cotton, sisal, tea, oilseeds, bananas, canned food, brewing products, sugar, tobacco, paint, textiles, metal, sunflower seeds, cashew nuts, timber
Uganda	Coffee, cotton, animal feed, animal skins, sugar, tobacco, canned food, textiles, metal
Mozambique	Cotton, tropical foodstuffs, copper, tea, tobacco, sugar, copra, rice, sisal
Nyasaland (Malawi)	Tung oil, ivory, rubber, tobacco, tea, coffee, cotton
Northern Rhodesia (Zambia)	Copper, peanut products, zinc, tobacco

Territory	Colonial goods
Southern Rhodesia (Zimbabwe)	Tobacco, tea, animal skins, bananas, sugar, asbestos, chromite
Ruanda-Urundi (Ruanda, Burundi)	Coffee, cotton, palm oil, rubber, peanuts, tea, beans, peas, sugar, tropical food
Madagascar	Tobacco, vanilla, coffee, graphite, cloves
Zanzibar	Cloves, copra, coconuts, coconut oil, oilcake, shells, animal skins, chillies, fibres
Comoros	Vegetables, groundnuts, cotton, meat, animal skins, timber, cereal, tobacco
Mauritius	Sugar, tea, tobacco, sackcloth, fibre

Sources: [5; 8; 10; 12; 13; 20; 28; 32; 33; 34]

The lack of mineral resources and low-developed mining industry enhanced the technological and economical gap. There are lodes of copper, gold, diamonds, soda ash located in the area. This region has also wood and water resources. Nevertheless, there is a shortage of coal and oil, which causes obvious problems to East African heavy industry development [29]. Of course, when it comes to overseas trade, it is necessary to define all transport details in the considered area. The colonies of East Africa owned extremely useful railway network, it partially replaced horse transport and portage. Maritime infrastructure also had some developments during the colonial period when new deep water berths were put into operation at the East coast of Africa [9; 27]. The essential factor for East Africa transport system development was the construction of roads, which allowed to reduce time of the ports delivery. What is more, congestion and logistics delays also decreased (figures 1, 2). It is necessary to notice, though, that the roads quality was unsatisfactory, since they had no surfacing material. By the way, tropical climate conditions bring significant costs to East African road constructing and maintenance, as this region infrastructure is liable to floods and water level change [25].



Source: [6]

Fig. 1. African railway network: existing lines, 1979



Source: [19]

Fig. 2. African railway network: existing lines, 2009

Therefore, by the 21st century East African export trade flow comprised mostly agricultural products and natural resources. Colonialism effect assumed the development of primitive mining and farming economic activity,

while maintenance and improvement of the industrial sphere used to play minor roles. The infrastructure problems are still felt in East Africa causing shipping delays, turnover limits, common ineffectiveness. But it should be noted that there have been some positive developmental changes of the region, such as a strong increase in foreign trade volume, specifically in exports [1].

General analysis of East African trade turnover

Between the colonial period and today the region's foreign merchandise trade flows have undergone only slight changes. It is necessary to sort out the details: most of the economies in question are still based on agricultural and pastoralist activities, and are classified as least developed countries. The most prospective market player in East Africa is Kenya, its export commodities include construction materials, cement, lime, plastic, paper, cardboard, metal products, medications, soap, chemicals, footwear and textile, as well as farming products: fruit, sugarcane, cut flowers, coffee, tea, etc. Tanzania, Rwanda, Mozambique, Ethiopia, Uganda and others still export the same raw goods. However, the most common import goods for entire East Africa are: machinery, electronics, motor vehicles, transportation equipment, pharmaceutical products, foodstuff, metal work, palm oil, constructing materials, etc. Of course, import cargo flows involves bulk and breakbulk cargoes as well, e.g. fertilizers, tubes, coal, oil and ore [4]. It is obvious that such exported and imported containerized cargo flows are compulsory to be serviced by container terminals. As in the past, the external trade relations of the central East Africa are maintained by Kenyan and Tanzanian ports, of the north East Africa – by Djibouti, of the south part of the region – by Beira and Maputo, the East Africa island countries – by their own national ports.

In compliance with Africa infrastructure index, the most advanced transport network in East Africa is in Mauritius, Kenya, Zimbabwe and Djibouti [2].

The current state of East African maritime trade and container ports

Maritime transportation infrastructure is a vital part of the region's export-import commodity flows coming from supply and demand in the hinterland. Thus, ports are able to maintain sufficient turnover, depending on several conditions, e.g. investment and enterprising, port facilities and performance, liner connectivity and cargo volumes. Of course, there is a competitive environment in trade gateway services, with ports competing for domestic outbound and inbound cargoes, so every market player has its own specific volume of traffic and freight to attract. Everyone who manages supply chains – freight forwarders or other customers of the carrier and the port (more precisely, a container terminal) – requires highly skilled handling and shipping services. The above might be provided by a developed container line shipping network in the area and progressive infrastructure, superstructure and terminal cargo works.

Table 2

East African container ports in terms of trade importance and hub attractiveness

Port	Country (LSCI)	Terminal	Container lines, direct services	Direct connection with foreign (non-African) countries
Mombasa	Kenya (17.24)	Mombasa Terminal KPA (Kenya Ports Authority), Kilindini Container Terminal	ONE, OOCL, CMA CGM, MSC, COSCO, Maersk: East Africa – East Asia Service, East Africa – South Asia, East Africa – Middle East, East Africa – Red Sea, Feeder service	Shri Lanka, Malaysia, Singapore, China, India, Jordan, Saudi Arabia, Egypt, UAE, Oman
Dar Es Salaam	Tanzania (15.47)	Tanzania International Container Terminal Services Ltd (TICTS), Conventional Terminal	ONE, OOCL, CMA CGM, MSC, COSCO, Maersk: East Africa – East Asia Service, East Africa – South Asia, East Africa – Middle East, Feeder service	Maldives, Shri Lanka, Malaysia, Singapore, China, UAE, Oman

Port	Country (LSCI)	Terminal	Container lines, direct services	Direct connection with foreign (non-African) countries
Djibouti	Republic of Djibouti (35.10)	Doraleh Container Terminal (DCT)	CMA CGM, MSC, COSCO: East Africa – Red Sea, East Africa – Southeast Asia, East Africa – East Asia, East Africa – Middle East	Saudi Arabia, China, Singapore, Jordan, Egypt, Oman, UAE
Beira	Mozambique (14.36)	Cornelder de Mocambique (CdM)	MSC, CMA CGM: East Africa – Southeast Asia, Feeder service	Singapore, Malaysia
Port Reunion	France (Reunion 22.37)	Pointe des Galets Terminal	MSC, CMA CGM: East Africa – Middle East, East Africa – Oceania, East Africa - Southeast Asia, Feeder service	UAE, Australia, Singapore
Port Louis	Mauritius (33.55)	Mauritius Container Terminal	MSC, CMA CGM: East Africa – South Asia, East Africa – Oceania, East Africa - Southeast Asia, Feeder service	China, Shri Lanka, Malaysia, China, Australia
Port Victoria	Seychelles (8.53)	Land Marine Terminal (Victoria Port Terminal)	CMA CGM, Maersk: East Africa – South Asia, East Africa – Southeast, East Africa – Middle East, Feeder Service	Maldives*, Shri Lanka*, Malaysia*, Singapore*, UAE, Oman
Port Longoni	France (Mayotte 5.32)	Longoni Terminal Smart	CMA CGM, MSC: East Africa – Middle East, Feeder Service (*Mozambique)	UAE
Maputo	Mozambique (14.36)	DP World Maputo Container Terminal	MSC, CMA CGM, Maersk: East Africa – South Asia, East Africa – Southeast, Feeder Service	Singapore, Malaysia
Nacala	Mozambique (14.36)	Terminal de contentores (PDN)	CMA CGM, Maersk: East Africa – South Asia, East Africa – Southeast, Feeder Service	Singapore, Malaysia
Toamasina	Madagascar (7.48)	MICTSL (Madagascar International Container Terminal Services Limited)	MSC, CMA CGM: Feeder Service	-
Berbera	Somalia (9.99)	Berbera Terminal (Berbera Sea Port)	MSC, CMA CGM, Maersk: East Africa – Red Sea, Feeder Service	Saudi Arabia, *Egypt, *Oman, *UAE
Massawa	Eritrea (3.46)	Massawa Port Authority	CMA CGM: East Africa – Red Sea, Feeder Service	Saudi Arabia

Note: * – one-sided liner service (only import/export branch).

Sources: [15], official websites of the given container lines

LSCI – Liner Shipping Connectivity Index, is an indicator of a country's access to the global maritime liner container shipping network and therefore has a significant impact on containerised trade flows. The UNCTAD LSCI is calculated on the basis of five statistics: the number of calls on liner scheduled services, number of liner carriers providing the service, number of vessels on these service routes, total carrying capacity of the vessels in TEUs and the capacity of the largest vessel on the route. The LSCI UNCTAD may be used to estimate manufactured and agricultural goods in containerised trade flows between particular countries [7].

According to table 3, East African ports have incredibly limited container line service. The largest ones having the listed transport links with Asia, Mauritius and Reunion are specific cases, all of them having connection with Oceania. Most East African continental ports have stable liner connections with Middle East, including Saudi Arabia (Jeddah Red Sea Gateway Terminal, NCT King Abdullah Port), Oman (Salalah APM Terminal) and UAE (DP World Jebel Ali Port Terminal). Till present time, in the region there is a large number of ports having only feeder services, e.g. Zanzibar, Vohemar, Nosy-Be, Port d'Ehoala, Tulear, etc. This level of container lines service increases delivery costs, and the main reason for this is the cost of sea transportation, which in its turn is caused by the need to transship in the world's busiest ports. In some cases, transshipment in the big regional ports is required (in Durban, Mombasa, etc.).

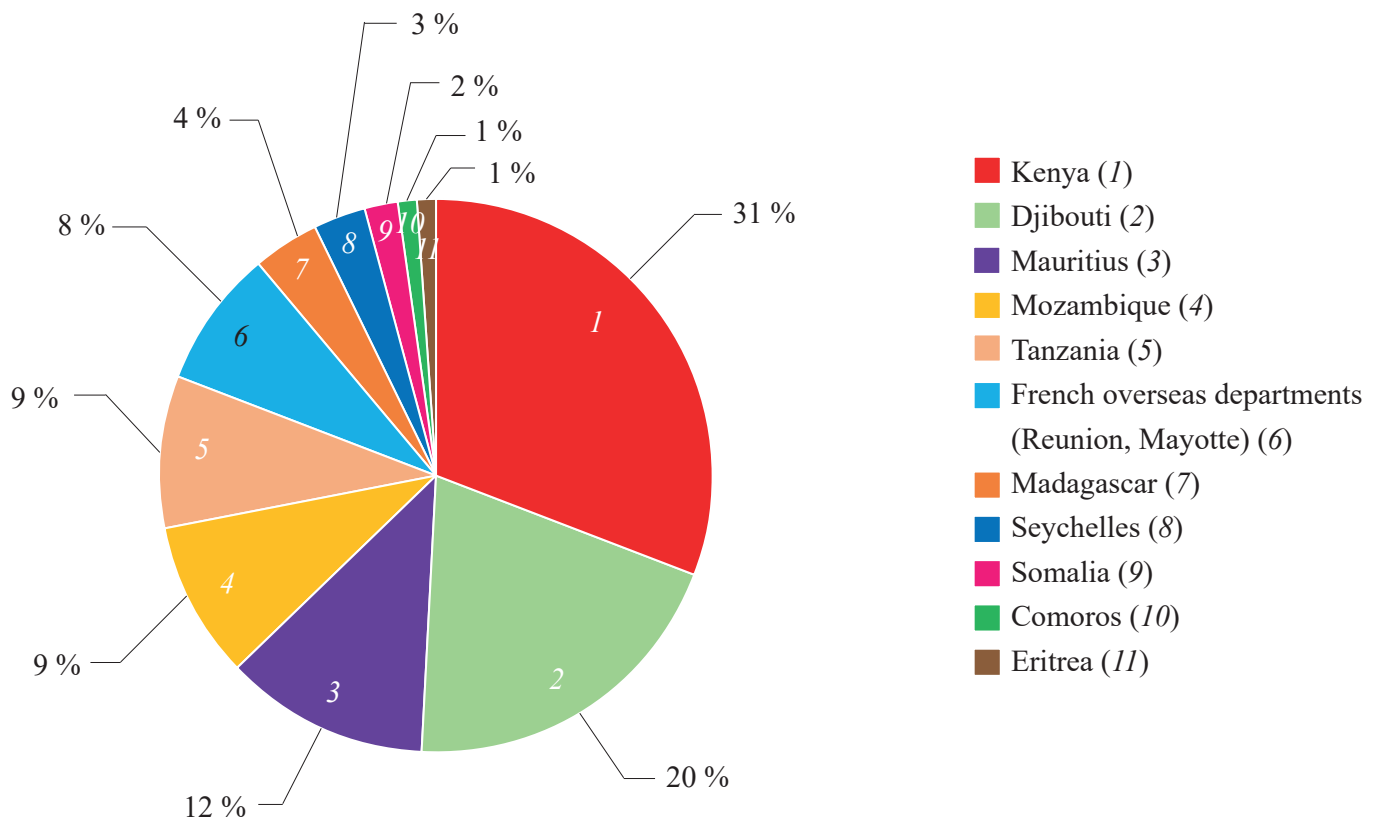
Table 3

Overview of East African container ports throughput dynamics

Port	Container throughput, TEU (thousands)			
	2012	2014	2016	2019/2020
Mombasa	903	1012	1091	1416.654//2019
Djibouti	791	856	987	932//2019
Dar es Salaam	562	665	622	450.775 (Tanzania in total)//2019
Port Louis	576	554	511	570.8 (Mauritius in total)//2019
Port Reunion	210.957	225.938	324.673	374.869//2019
Toamasina	182	207	209	199.713 (Madagascar in total)//2019
Beira	171	207	197	427.3 (Mozambique in total)//2019
Port Victoria	133	150	132	154
	(Seychelles in total)	(Seychelles in total)	(Seychelles in total)	(Seychelles in total)//2019
Maputo	88	125	97	427.3 (Mozambique in total)//2019
Berbera	36	53	92	92.238 (Somalia in total)//2019
Nacala	65	97	71	427.3 (Mozambique in total)//2019
Zanzibar	65	79	77	450.775 (Tanzania in total)//2019
Moroni	17	18	18	54.3 (Comoros in total)//2019

Sources: [3; 16; 22; 24; 30]

The statistics indicates that the largest proportion of containerised cargo handling is shared by the ports of Mombasa, Djibouti and Dar es Salaam, which can be explained by the fact that the above ports, apart from advanced superstructure, are provided with developed auto- and railroads connecting the ports with their hinterland. Well-developed auto infrastructure reduces drive time to or from ports, equaling to 24–48 hours for remote hinterland zones. For example, a lorry with cargo from Rwanda can reach Mombasa in this time interval, though transit time from Addis Ababa to Djibouti is up to 18 hours. Hinterland may also be considered as a reason for these three ports' market domination. There are many landlocked states in East Africa: South Sudan, Ethiopia, Uganda, Rwanda, Burundi, Malawi, Zambia, Zimbabwe. Having no access to sea, they generate trade flows that can be maintained in ports. Meanwhile the ports are interested in increasing freight traffic, and normal competitiveness shows that they struggle for cargo flows. Distribution zones of Mombasa are Uganda, South Sudan, Central African Republic, Rwanda, Burundi, DR Congo; the ones of Djibouti are Ethiopia, Sudan, South Sudan; of Dar es Salaam are Zambia, Rwanda, Burundi. In addition, liner services at Mombasa, Djibouti and Dar es Salaam make maritime carriage cheaper and less complicated, since the ports are involved in ocean service routes and the container feeder transshipment is usually not needed. Coastal countries can also be included in the hinterland of a large port, which is caused by poor infrastructure of national transport network and limited container line service. Thus, two options are proposed: compulsory ship call at a hub port (e.g., Durban) or road transportation to a hub port, avoiding sea transshipment.



Source: [14]

Fig. 3. East African ports container handling volumes by country

The total container traffic is estimated at 4,57 million TEUs, the leading positions are occupied by Kenya, Djibouti, Mozambique, Tanzania (coastal countries); Mauritius, Reunion (island countries). Almost 15 % of entire African container traffic is serviced in the East African ports, but such volumes are still relatively small compared to other regions: for instance, the collective market share of Egypt, South Africa and Morocco is 51 %. It is caused by different obstacles including East African ports' and transport network development, as well as low operational efficiency, long dwell time, high cargo operations costs, poor connections to ports by sea and land [26].

Overview of East African trade flow patterns

Table 4

East African exports

Outbound trade flows (export)		
Country	Main commodities	Value, billion USD
Kenya	Agricultural: coffee, tea, spices, cut flowers, plants, vegetables, fruits, nuts, oils, fats, tobacco Manufactured: cigarettes, metalwork, cement, foodstuffs	5.83 (2019) 6.02 (2020)
Tanzania	Manufactured: electronics, equipment, machinery, furniture, metalwork, vehicles, plastic, cement, animal feed, toys, foodstuffs, quicklime Agricultural: tea, cotton	4.97 (2019) 5.21 (2020)
Djibouti	Manufactured: vehicles, machinery, rubber, foodstuffs, electronics, toys, cement, chemicals Agricultural: oils, fats, milk	0.11 (2019) 0.09 (2020)
Mozambique	Manufactured: aluminum products, plastic, machinery, chemicals, pharmaceuticals Agricultural: tobacco, sugar, fats, oils, cereals, cotton	4.72 (2019) 3.46 (2020)

End of Table 4

Outbound trade flows (export)		
Country	Main commodities	Value, billion USD
Uganda	Agricultural: tea, cocoa, cotton, coffee, sugar, corn, plants Manufactured: cement	3.56 (2019) 4.14 (2020)
Ethiopia	Agricultural: cotton, coffee, oil seeds, meat, vegetables, leather, beans, cloth Manufactured: electronics, machinery	2.67 (2019) 2.52 (2020)
Zambia	Manufactured: copper products, cement, chemicals, machinery Agricultural: tobacco, sugar, cotton	6.96 (2019) 7.80 (2020)
Zimbabwe	Manufactured: nickel products, Agricultural: tobacco, sugar, tea, cotton	4.27 (2019) 4.39 (2020)
Rwanda	Agricultural: coffee, tea, rice, wheat, flour Manufactured: tin products, yeasts	1.16 (2019) 0.88 (2020)
Madagascar	Agricultural: coffee, tea, tobacco, vanilla, cloves, crayfish Manufactured: cloth	2.56 (2019) 1.95 (2020)
Mauritius	Agricultural: fish, sugar, cotton Manufactured: cloth, plastic	1.87 (2019) 1.54 (2020)
Seychelles	Agricultural: seafood, fruits, nuts Manufactured: metalwork	0.84 (2019) 0.34 (2020)
Comoros	Agricultural: cloves, vanilla, fish Manufactured: scrap, metalwork	0.04 (2019) 0.01 (2020)
Malawi	Agricultural: tobacco, tea, sugar, soybeans, vegetables Manufactured: scrap, metalwork, animal fodder	0.91 (2019) 0.78 (2020)
Somalia	Agricultural: sesamum seeds, peanuts, seafood, fruits	0.41 (2019) 0.29 (2020)
Eritrea	Agricultural: spices, nuts, fruits, vegetables	0.49 (2019) 0.62 (2020)

Sources: [23; 31]

The above outlook shows that agricultural products still play the essential role in East African foreign trade. Its import commodities comprise a large number of industrial goods: metalwork, machinery, electronics, vehicles, medicine, paper, cardboard, foodstuffs, rubber tires, etc. [17]. The main import trade partners for entire East Africa are China, India, the UAE and the EU, while the ones for export trade include the USA, China, India, the EU, the UK and others.

Practical significance of the research

The paper presents the current state of logistic services for East African trade flows which have a great opportunity for economic growth, increased consumption and production, while the shipping sector still cannot get rid of the ordinary impediments slowing down the trade turnover. The reviewed data helps to successfully solve the key problems and identify potential implementation opportunities. The information concerning liner services and ports characteristics is definitely useful for the participants of East African transportation chains, including suppliers, traders, auto carriers and freight forwarders. On the other hand, the described sustainable cargo flows and volumes might attract a greater supply of maritime transport to fully meet the demand. At the same time, the consideration of East African container handling market competitiveness reveals a conjuncture that distinguishes the local hubs due to their geographic location or major industrial and agricultural areas. The recent increase in liner shipping covering East African ports makes a strong case to consider the region as appealing for private sector investments in ports, infrastructure, industry, local freight forwarding and shipping business.

Results

1. It has been revealed that the colonial period of East Africa has influenced its transport sphere, especially railways, as well as its export commodities represented by agricultural products.

2. The main East African container sea ports and their terminals have been specified: Mombasa (Mombasa Terminal KPA, Kilindini Container Terminal), Djibouti (Doraleh Container Terminal), Dar es Salaam (Tanzania International Container Terminal Services Ltd (TICTS), Conventional Terminal), etc. The competitive advantages of Mombasa, Djibouti and Dar es Salaam ports are: high value of LSCI, hinterland economic opportunities, accessibility to developed infrastructure, high port operations performance, transshipment traffic, investment environment, port security.

3. The most important problems of East African transport network have been highlighted, including the lack of infrastructure and superstructure, long dwell time, counterproductive port management, low level of cargo works efficiency, high costs of cargo handling operations, as well as limited container lines services.

4. Container handling market segmentation has been given. It has been concluded that the market is led by Kenya and Djibouti.

5. Consideration has been given to East African hinterland ports as well as to export and import commodities. The most exported goods are agricultural, while the most imported ones are industrial.

References / Библиографический список

1. Diabate V. Africa and world trade: singularity participation of continent in 1990-2015, *Innovatsii i investitsii*, 2017, no. 5, pp. 91–96. (In Russian). = Диабатэ, В. Особенность участия Африки в мировой торговле 1990–2015 гг. // Инновации и инвестиции. – 2017. – № 5. – С. 91–96.
2. Africa's infrastructure: Great potential but little impact on inclusive growth. Chapter 3, *African Development Bank*, 2018, pp. 72. Available at: https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/2018AEO/African_Economic_Outlook_2018_-_EN_Chapter3.pdf (accessed 24.12.2021).
3. Annual Reports and Statistics, *Grand Port Maritime de La Reunion*. Available at: <https://reunion.port.fr/en/annual-reports-and-statistics/> (accessed 24.12.2021).
4. Ayoki M., Obwona M. *Illicit trade in East Africa: What do we really know?*, IPRA Working Paper no. 8, Kampala, Institute of Policy Research and Analysis, 2005, 42 p.
5. Baker C. A. Nyasaland, the history of its export trade, *The Nyasaland Journal*, 1962, vol. 15, no. 1, pp. 7–35.
6. Bandmann H., Boettiger H., Cheminade J. [et al.] *The Industrialization of Africa*, Conference held by Fusion Energy Foundation, Paris, 1979, June, Campaigner Publ., 1980, 245 p.
7. Bang J. K., Greve M., Westergaard-Kabelmann T. A. *A Leading Trade Nation: The Role of Container Shipping and Logistics in Enhancing Trade and Economic Growth in China. Technical Report*, Copenhagen, Copenhagen Business School, 2014, pp. 55–57.
8. Brooke C. H. Khat (Catha edulis): its production and trade in the Middle East, *The Geographical Journal*, 1960, vol. 126, no. 1, pp. 52–59. <https://doi.org/10.2307/1790429>
9. Brookfield H. C. New railroad and port developments in East and Central Africa, *Economic Geography*, 1955, vol. 31, no. 1, pp. 60–70.
10. Brookfield H. C. Problems of monoculture and diversification in a sugar island: Mauritius, *Economic Geography*, 1959, vol. 35, no. 1, pp. 25–40.
11. Bynum M. L. *The world's exports of coffee*, Washington, US Government Printing Office, 1930, no. 110, pp. 38–41.
12. Comoros. State of the Comoros, *The Economist, The World in Figures*, 1978, pp. 62. Available at: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-1-349-16437-0_53.pdf (accessed 24.12.2021).
13. Davis A. B. *Tobacco production and trade of Madagascar: (Malagasy Republic)*, Washington, D.C., US Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service, 1964, no. 159, 9 p.
14. Data Center. Maritime Transport. Container port throughput, annual, *UNCTAD STAT. United Nations Conference on Trade and Development*. Available at: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=13321> (accessed 24.12.2021).
15. Data Center. Maritime Transport. Liner shipping connectivity index, quarterly, *UNCTAD STAT. United Nations Conference on Trade and Development*. Available at: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=92> (accessed 24.12.2021).
16. Djibouti Container Port Throughput, *CEIC*. Available at: <https://www.ceicdata.com/en/indicator/djibouti/container-port-throughput> (accessed 24.12.2021).

17. Economic Development in Africa. Report 2019. Made in Africa: Rules of origin for enhanced intra-African trade, *UNCTAD. United Nations Conference on Trade and Development*, 2019, pp. 51–159. Available at: https://unctad.org/system/files/official-document/aldcafrica2019_en.pdf (accessed 24.12.2021).
18. *Encyclopedia of the developing world*, ed. by T. M. Leonard, Routledge, 2013, 504 p. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2030.3207>
19. Gwilliam K., Bofinger H., Bullock R. [et al.] *Africa's transport infrastructure: Mainstreaming maintenance and management*, Washington, D.C., World Bank Publications, 2011, pp. 85.
20. Hance W. A., Kotschar V., Peterec R. J. Source areas of export production in tropical Africa, *Geographical Review*, 1961, vol. 51, no. 4, pp. 487–499. <https://doi.org/10.2307/213104>
21. Hoyle B. S. *The seaports of East Africa: a geographical study*, Nairobi, East African Publishing House, 1967, pp. 65–111.
22. Humphreys M., Stockenberga A., Herrera Dape M., Limi A., Hartmann O. *Port development and competition in East and Southern Africa: Prospects and challenges*, Washington, D.C., World Bank Publications, 2019, pp. 17–39. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1410-5>
23. International trade in goods – Exports 2001–2019. International trade in goods statistics by country Exports 2001–2020, *International Trade Centre*. Available at: <https://www.intracen.org/itc/market-info-tools/statistics-export-country-product/> (accessed 24.12.2021).
24. Kenya Sea Transport: Mombasa Port: Containers, *CEIC*. Available at: <https://www.ceicdata.com/en/kenya/sea-transport-port-and-shipping/sea-transport-mombasa-port-containers> (accessed 24.12.2021).
25. Kreimer A., Munasinghe M. *Managing natural disasters and the environment*, Washington, D.C., The World Bank, 1991, pp. 83–84.
26. Maury F., De Feligonde A., Leonard T., Raffi K., Khalfi, M., Navarro-Roch M., Vermeren H. *Africa's ports: fast-tracking transformation*, Africa CEO Forum, OKAN, 2020, 59 p. Available at: https://okanpartners.com/wp-content/uploads/2020/10/Study-Okan-AFC_Ports-in-Africa.pdf (accessed 24.12.2021).
27. Nixon F. I. *Spatial aspects development in East Africa*, Kampala, Makerere Institute of Social Research, 1966, 15 p.
28. Parker J. B. *Africa's tobacco industry*, Foreign Agricultural Report, Washington, D.C., US Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service, 1963, no. 123, 118 p.
29. Pollock N. C. Industrial development in East Africa, *Economic Geography*, 1960, vol. 36, no. 4, pp. 344–354. <https://doi.org/10.2307/142552>
30. *Port de Djibouti. Statistics*. Available at: <https://www.portdedjibouti.com/statistics/> (accessed 24.12.2021).
31. *Resource Trade. Earth*. Available at: <https://resourcetrade.earth> (accessed 24.12.2021).
32. Skinner S. W. *The Agricultural economy of the Belgian Congo and Ruanda-Urundi*, Washington, D.C., Foreign Agricultural Service, US Department of Agriculture, 1960, no. 88, 52 p.
33. Southard A. E. *Eritrea: A Red Sea Italian colony of increasing interest to American commerce*, Washington, US Government Printing Office, 1920, no. 82, pp. 53–55.
34. Tegeler H. H. *The agricultural resources of Somalia*, Washington, D.C., US Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service, 1956, no. 4, pp. 14–19.

Мацкуляк Иван Дмитриевич

д-р экон. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-2550-0250

e-mail: mid48@mail.ru

Мацкуляк Дмитрий Иванович

канд. экон. наук, генеральный директор, ООО «Юкон Лайн», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-5619-4727

e-mail: midio@mail.ru

Нагдалиев Немат Зейнал-Оглы

канд. экон. наук, чрезвычайный и полномочный посланник, торговый представитель Азербайджана в странах Центральной Европы в посольстве Азербайджанской Республики в Польской Республике, г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-5814-9559

e-mail: n_n_zed@mail.ru

Ivan D. Matskulyak

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

ORCID: 0000-0002-2550-0250

e-mail: mid48@mail.ru

Dmitriy I. Matskulyak

Cand. Sci. (Econ.), CEO of LLC Yukon Line, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-5619-4727

e-mail: midio@mail.ru

Nemat Z. Nagdaliev

Cand. Sci. (Econ.), Ambassador Extraordinary and Plenipotentiary, Trade Representative of Azerbaijan in Central Europe at the Embassy of the Republic of Azerbaijan in the Republic of Poland, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-5814-9559

e-mail: n_n_zed@mail.ru

СУЩЕСТВУЮЩАЯ МОДЕЛЬ БИЗНЕС-ОТНОШЕНИЙ ИСЧЕРПАЛА СЕБЯ: ПЕРЕУСТРОЙСТВО НА НАУЧНОЙ ОСНОВЕ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕМЕН

Аннотация. В статье обосновано, что функционирующая модель бизнес-отношений исчерпала себя и в связи с этим возникает насущная потребность общества в научном подходе в организации рыночного хозяйствования. Методология исследования исходит из единства исторического и логического в развитии рыночной экономики, необходимости смены отживших ее форм более развитыми, что возможно на основе современной экономической науки. Результаты включают такие методологические задачи, как модернизация материально-технической базы отечественной экономики, научная организация бизнес-отношений и формирование нового интеллектуально продвинутого и мобильного работника, а также прикладные направления их реализации в виде научного регулирования данных процессов, учета требований системы социально-экономических законов и обновленной миссии государства. В заключении сформулирован вывод о необходимости ускоренного осуществления предложенных стратегических и тактических направлений общественного развития как объективных мер, предлагаемых современной экономической наукой.

Ключевые слова: бизнес-отношения, наука, государство, научная организация экономики, развитая экономика, перемена экономики, система законов, регулирование экономики

Для цитирования: Мацкуляк И.Д., Мацкуляк Д.И., Нагдалиев Н.З. Существующая модель бизнес-отношений исчерпала себя: переустройство на научной основе в условиях перемен // Вестник университета. 2022. № 2. С. 124–131.

THE EXISTING BUSINESS RELATIONS MODEL HAS EXHAUSTED ITSELF: RESTRUCTURING ON A SCIENTIFIC BASIS IN THE FACE OF CHANGES

Abstract. The article substantiates that the business relations functioning model has exhausted itself and in this connection there is an urgent need for society in a scientific approach to the market economy organisation. The methodology of the research proceeds from the unity of the historical and logical in the market economy development, the need to replace its obsolete forms with more developed ones, which is possible on the basis of modern economic science. The results include such methodological tasks as the material and technical base modernisation of the domestic economy, the business relations scientific organisation and the new intellectually advanced and mobile employee formation, as well as applied directions of their implementation in the scientific regulation form of these processes, taking into account the requirements of the socio-economic laws system and the updated state mission. Finally, the conclusion has been formulated about the need to accelerate the implementation of the proposed strategic and tactical directions of social development as objective measures proposed by modern economic science.

Keywords: business relations, science, state, scientific organisation of the economy, developed economy, economic change, system of laws, regulation of the economy.

For citation: Matskulyak I.D., Matskulyak D.I., Nagdaliev N.Z. (2022) The existing business relations model has exhausted itself: restructuring on a scientific basis in the face of changes. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 124–131. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-124-131

© Мацкуляк И.Д., Мацкуляк Д.И., Нагдалиев Н.З., 2022.

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

© Matskulyak I.D., Matskulyak D.I., Nagdaliev N.Z., 2022.

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



Введение

Развитие бизнес-отношений в решающей мере зависит от той политики, которую проводит капиталистическое государство, являющееся сегодня основой общественного устройства в подавляющем большинстве стран мира. Выражаясь иначе, капиталистическая система в наши дни, как и в прошлом, подчиняет и направляет все важные производственные процессы на извлечение прибыли. Несмотря на многообразие общественных форм ее бизнес-отношений, именно прибыль является целью капиталистического предпринимательства [6; 7]. Более того, обеспеченная и комфортная жизнь при капитализме достигнута «вовсе не развитой формой рыночных отношений, а политикой завоеваний и колониальной стратегией» [3, с. 17]. На смену последним фактически пришли санкционные (незаконные, неправовые, по сути, рейдерские) попытки достижения преимущества собственного благополучия.

Глобальные кризисы свидетельствуют, что национальные экономики давно ощущают острую потребность в углублении понимания сути бизнес-отношений, чтобы успешнее формировать более эффективные механизмы дальнейшего созидания. Двадцатка, восьмерка, семерка и прочие попытки развитых стран объединить усилия в поиске новых подходов в модернизации рыночных отношений пока крайне недостаточны.

Во всяком случае, бизнес-отношения, сложившиеся в новой России, – одна из самых извращенных форм рыночной экономики за всю ее историю. Обобщение многолетней практики полностью подтверждает, что бизнес-отношения нынешнего типа не могут стать образцом оптимального хозяйствования, а тем более предпринимательства и социально-экономического обустройства государства. Более того, бизнес-отношения современной эпохи разрушают последние ввиду своего сущностного денационального наполнения. Они способствуют глобальным кризисам, разрушающим рыночную экономику. Глобальный кризис – это кризис собственно сути современной модели бизнес-отношений. Он распространяется далеко за пределы отдельных стран, регионов, конкретных отраслей или секторов экономики.

Изучение теории и практики показывает, что методологические приемы, накопленные наукой, пока также не позволяют полностью использовать рыночную мощь, применять потенциал бизнес-отношений в полную силу.

Применительно к России ситуация усугубляется еще и тем, что ее экономика поражена, как минимум, четырьмя кризисами. Имеются в виду: мировой системный кризис, включающий последствия продолжающейся коронавирусной инфекции; циклический кризис 2008 года; кризис отношений с рядом независимых государств; и кризис, возникший в ходе отечественных реформ. Экономические аспекты каждого из них – это последствия тех отступлений в бизнес-отношениях от научных требований в организации производственных процессов, которые имеют место в хозяйственно-предпринимательской реальности. Это реакция экономики на взаимоотношения субъектов бизнеса, нарушающих (осознанно или нет) требования системы экономических законов. Она наступает автоматически подобно тому, как это происходит при отступлении водителя такси от рекомендаций автомобильного навигатора. Последний, реагируя на изменение маршрута, сразу же предлагает новое направление пути, чтобы добраться к цели. То что при этом меняется километраж, время езды, скорость, происходят другие перемены, улучшающие или ухудшающие ситуацию, он только констатирует, выводя эту информацию на монитор. Воспользуется ею таксист или нет – это не зависит от навигатора. Повторим примерно то же имеет место и в бизнес-отношениях. Экономический кризис (по аналогии с навигатором) – это фактически результат действия «невидимой руки рынка», охватывающей влияние всех объективно-субъективных рыночных факторов, проявляющихся в соответствующих условиях. Он, как результат произошедших перемен, нарушающих требования экономических законов, и выводится на «хозяйственно-предпринимательский монитор».

Подчеркнем, что бизнес-отношения, не соответствующие требованиям законов рынка, противоречащие природе последних, обречены. Именно об этом свидетельствуют повсеместные кризисы и регулярно происходящие как глобальные, так и национальные кризисные потрясения. Фактически их проявление – это результат ошибочного бизнес-управления.

Преодоление таких кризисов в наши дни и перевод экономики на траекторию высокоэффективного и производительного, а то и прорывного развития [6; 7] возможно лишь на пути фундаментальных перемен. А это, в свою очередь, достижимо исключительно на научной основе. Следовательно, Россия нуждается не только в разработке принципиально новых теоретико-методологических подходов совершенствования существующей модели бизнес-отношений, но и в их активной приоритетной реализации в повсеместную практику.

Представляется важным в данной связи решить для начала, хотя бы три стратегические методологические задачи, с учетом требований которых предстоит сосредоточить усилия общества по дальнейшему экономическому развитию наиболее приоритетных прикладных направлений.

Стратегические методологические задачи

Первая из таких задач сводится к научной перестройке существующих бизнес-отношений на всех стадиях создания товара (услуги) в рыночной экономике – проектировании, производстве, распределении, обмене и потреблении.

Речь идет о необходимости распространения опыта такой работы, сложившегося в последние два года в здравоохранении и фармацевтической промышленности страны в ходе противостояния коронавирусной инфекции и ее последствиям. Данная проблема, меры и действия по противостоянию ей весьма показательны. Лишь небольшое отступление от научных требований, например, сразу же дало о себе знать на практике. Так, распространение болезни в России особенно усилилось в середине IV квартала 2021 г., когда она установила антирекорд – свыше 41 тыс. заболевших в сутки [8], лишая при этом жизни свыше 1 240 чел. [10]. А более серьезное игнорирование требований науки в мировом масштабе обусловило смертность более 5,6 млн чел., почти половина из них пришлось на США, Европейский союз, Великобританию и Бразилию, в которых проживает 1/8 населения Земли [9]. Всего же в мире коронавирусной инфекции заразились свыше 378,3 млн чел. [11].

Принимаемые же меры в России по противостоянию инфекции и полученные результаты на основе научного подхода сохранили жизнь людей, как подтверждает мировая практика, на максимально возможном уровне. Этот результат по праву можно назвать ядром антикризисного алгоритма гибких перемен не только в здравоохранении, фармацевтике, но и в тех отраслях и сегментах экономики, что противостояли пандемии.

Научные основы приоритетной перестройки экономики с учетом отечественного опыта стали возможными благодаря научным наработкам о социально-экономических переменных прошлого, содержащиеся в трудах академика Российской академии наук Л. И. Абалкина [1], Д. С. Лебедева [4], автора настоящей публикации [6] и других исследователей.

Опыт же организации производства на научной основе в нашей стране выходит за обозначенные рамки. Фактически так функционирует космическая отрасль. Организуется деятельность атомной отрасли. Разрабатывается, испытывается, и ставится на вооружение новая военная техника. Подобным образом действует геологоразведка и ряд иных сфер.

Объективно существует множество иных примеров организации общественного производства на научной основе. Однако, возникшие на определенном этапе исторического прогресса бизнес-отношения кардинально изменили роль науки, ее достижений в производственно-экономическом обеспечении потребностей человека, включая предметы первой необходимости. Бизнес-отношения отодвинули ее, образно выражаясь, на второй план.

Осознав данное положение, общество призвано принципиально изменить ситуацию, превратить бизнес-отношения в развитую модель, что, безусловно, невозможно без науки. Только на ее основе можно и нужно осуществлять фундаментальные трансформации в бизнес-отношениях [2; 7]. Тем более что в экономике продолжает формироваться стоимость товаров [6; 7], на базе которой вполне уместно создание управляемых бизнес-отношений. Особую роль при этом выполняет как величина стоимости индивидуальной наемной рабочей силы, так и совокупной способности к труду организации (предприятия), компании, отрасли, комплекса [7]. Для реализации отмеченного и нужна разработка методологии соответствующего научного преобразования существующей модели бизнес-отношений. С помощью такой методологии станет возможным раскрытие их новой сути, задач, роли и значения для экономики России, всего общества. На ее базе будет проще обосновать научные основы, принципы научной организации развитой модели бизнес-отношений.

Вторая методологическая задача состоит в выделении основных направлений научной организации бизнес-отношений (далее – НОБО), то есть рыночной экономики как таковой. В их числе, видимо, вполне правомерно рассматривать потребность, во-первых, в научной модернизации материально-технической базы общества с учетом необходимости ее цифровизации и интеллектуализации, приспособления к условиям многоукладности, многообразия форм собственности и хозяйствования. В этом случае материально-техническая база благодаря инновациям претерпит существенную трансформацию. С учетом специфики ее применения в зависимости от уклада, формы или вида собственности и хозяйствования она призвана превратиться

в более эффективную и производительную. Необходимые для осуществления обозначенного процесса методы еще предстоит разработать. Понадобятся также методы его оценки, как и методы, с помощью которых можно будет превратить существующую модель бизнес-отношений в развитую форму. Во-вторых, в превращении существующих бизнес-отношений в развитую форму и создании их новой развитой модели, предполагающей широкое применение ИТ-технологий, роботизации, других инноваций и их комбинаций. Речь здесь о продолжении процесса эволюционного формирования развитой рыночной экономики и одновременно о многообразии методологических подходов достижения данных задач. В-третьих, в формировании нового интеллектуально продвинутого и мобильного работника, обладающего умеренным (здоровым, разумным) консерватизмом, цифровым мышлением, цифровой грамотностью и высокопроизводительными способностями творчески реализовывать стоящие перед ним инновационные задачи. Это достаточно трудоемкий аспект, методологической разработкой которого предстоит заниматься не одному научно-исследовательскому институту и в течение не одного года. Он связан с воспитанием если не всесторонних, то хотя бы многосторонних кадров, способных успешно функционировать в отечественной развитой рыночной экономике, добиваясь ощутимых преимуществ при сопоставлении с их западными аналогами.

Третья методологическая задача – определение системы осуществления и методов работы по проектированию и внедрению НОБО в национальной экономике, управлению данными процессами. Для этого важно выявить методологические подходы минимум по двум аспектам: 1) организационным формам и практическим методам изучения существующих уровней НОБО; 2) обоснованному планированию и внедрению мероприятий НОБО. В обоих случаях имеются в виду многоуровневые срезы по вертикали (микро-, мезо-, макро- и мегауровни; местный уровень – самоуправление, муниципалитет, региональный уровень, или уровень субъекта федерации, федеральный уровень и международный уровень) и горизонтали (индивидуальный предприниматель, семейное хозяйство, фирма, предприятие, компания, отрасль, комплекс).

Таким образом, объективная потребность в научном подходе к дальнейшему совершенствованию отечественной экономики, возникающих в ее условиях соответствующих связей участников, созрела ввиду исчерпания возможностей ныне функционирующей модели бизнес-отношений. Только переход к НОБО позволит устранить накопившиеся противоречия, преодолеть ошибки и минимизировать изъязны в управлении хозяйственной сферой, добиваясь искомых результатов на пути ее дальнейшего прогресса.

Приоритетные прикладные направления развития экономики

Конкретные прикладные направления экономического развития России коррелируются со стратегическими методологическими задачами. Последние ориентируют на острую потребность учета требований системы экономических законов в организации отечественной экономики. Особая роль среди них принадлежит таким общественным законам как перемена труда, перемена производства и перемена экономики [6; 7]. Их проявление в хозяйственной жизни страны нагляднее всего демонстрирует насущную потребность кадров (в первую очередь руководящих) в реакции на повсеместно имеющиеся место перемены. Обобщение самой практики, подтверждает, что успех в отмеченном смысле невозможен без научного обеспечения перемен на всех уровнях экономики.

Одним из целесообразных подходов к научному обеспечению различных перемен могли бы стать целенаправленные исследования по созданию новых материалов и источников энергии. Принципиально новых видов техники, технологий и систем машин, включая ИТ-технологии, цифровизацию, роботизацию, интеллектуализацию (не лишь искусственную) и пр. Понадобится также многостороннее формирование инновационных профессиональных функций, компетенций, ускоренной мобильности, высокой подвижности работников, включая представителей управленческой сферы.

Полагаем, что восприятие перемен в экономике страны, с научной точки зрения, в основном находится в зачаточном состоянии. В ряде же ситуаций его следовало бы охарактеризовать еще жестче – как антагонистическое противостояние научному подходу. Только в некоторых сферах сделаны первые осознанные шаги. Это в лучшем случае. Поэтому целесообразно создание специального научно-практического проекта, который по своему содержательному наполнению, охвату и прочим характеристикам не должен уступать известным всему миру талантливым разработкам. Имеются в виду планы ГОЭРЛО, освоения космоса, химизации и мелиорации народного хозяйства и др. На подобной базе общество сумеет не только продвигаться на пути прогресса, но и интегрировать страну в новую постиндустриальную экономику. Ускоренное

и в то же время качественное принятие такого стратегического проекта, настойчивые многосторонние усилия государства по его прикладной реализации, выделение достаточных для этого средств и сил, безусловно, будут способствовать получению необходимого успеха.

Непрерывное развитие совокупной рабочей силы – неотъемлемое условие функционирования законов перемены труда, производства и экономики, о которых говорилось выше. Ускорение научно-технического прогресса, инновационное обеспечение проявления тенденций экономических трансформаций, достижение полной и эффективной активности занятых без его обеспечения, по сути, невозможны. Практике нужна единая система непрерывного образования всех работающих. Ее особая роль состоит в содействии работнику в сохранении необходимого творческого заряда, способности к поиску, активному влиянию на эффективность общественного производства, качество всей работы. Составляющие данной системы – повышение общей, профессиональной подготовки общекультурной компонент. Именно они в совокупности с ее другими элементами призваны соответствовать прогрессу производительных сил, способствуя неуклонному движению человека вверх по лестнице многоаспектного непрерывного образования.

Второй приоритет прикладного научного обеспечения экономического развития – успешное реформирование хозяйственного механизма, которое в решающей мере в ходе рыночных перемен зависит от управления собственно процессом развития науки и техники, применения их достижений. Причем необходимый полезный эффект достигается не только от внедрения отдельных мер и предпринимаемых обществом действий, а в первую очередь благодаря разработке и реализации систем машин, комплексных программ, передового конструирования, распространения новой техники, формирования кадров, способных ориентироваться в рыночных условиях и, следовательно, в инновационной среде, осуществляющих, по сути, творческий труд.

Применяя мировой опыт с учетом интересов российского общества, в ходе перемены его экономики в части трудоустройства высвобождаемых работников предстоит решать, по меньшей мере, три важные проблемы. Рационально эксплуатировать традиционные и новые производственные конструкции. Оптимизировать сохранение кадрового потенциала. Обеспечить работой всех вытесненных из числа занятых в соответствии с их профессионально-квалификационной подготовкой, образованием, призванием, индивидуальными способностями. Видимо, целесообразно это максимально делать в той же организации (предприятии). Но и вне последней подобной работы не проводить нельзя. Важно, чтобы предпринимаемые усилия были направлены на максимальное использование имеющегося производственного потенциала, повышали его отдачу в трудовых коллективах, на рабочем месте каждого, кто в них занят.

Еще одним приоритетом, как уже отмечалось, выступает научная реализация требований всей системы социально-экономических законов. От того как они учитываются или игнорируются в хозяйственной жизни зависит успех или неудача в развитии страны. При этом важно, каких результатов общество достигнет в ходе управления бизнес-отношениями в условиях перемен, включая упоминавшиеся законы перемены труда, производства и экономики [6, с. 19–24; 7, с. 26–31].

В свете сказанного полагаем целесообразным нормативное обеспечение учета требований системы социально-экономических законов, без которого успех недостижим. Ключевая миссия в такой ситуации должна принадлежать государству. Именно оно в состоянии скорректировать, например, фактически складывающиеся цены, приблизив их к реальной стоимости производимых товаров. Созданные таким образом условия могли бы позволить формировать оптимальные национальные производственные пропорции, которые в наше время фактически повсеместно деформированы, не отвечают научным требованиям жизнедеятельности общества.

Государство, организуя выполнение своих же планов и влияя на аналогичные процессы в негосударственном секторе экономики призвано на научной основе регулировать национальное товарно-денежное производство. При этом обратим принципиальное внимание на то, что учет требований системы экономических законов должен охватывать все бюджетно-рыночные производственно-экономические сегменты хозяйствования. Следовательно, не лишь государственные структуры призваны ориентироваться на необходимость научного регулирования рыночных процессов. Важно, чтобы все рыночные субъекты хозяйствования, включая домохозяйства, различные организации (предприятия), объединения, отрасли и комплексы, а также физические лица нацеливались на подобный подход. Только в этом случае они будут успешно функционировать на благо финансово-экономической устойчивости и безопасности.

Следующим направлением деятельности в таких условиях является необходимость усиления экономического и цифрового мышления руководящих кадров общества. Данный подход, как подтверждают научные исследования, также вызван требованиями системы социально-экономических законов. Без понимания сути обозначенных явлений и процессов, их содержательного наполнения на практике невозможно успешное регулирование экономики. Вот почему предстоит добиваться от ее участников, включая руководящие кадры всех уровней, усиления конструктивного подхода в понимании (и тем более в осуществлении) обозначенных процессов. Авторские социологические опросы подтверждают обозначенное суждение. Среди факторов, сдерживающих реформирование экономики в условиях перемен, включающих последствия коронавируса в наши дни, почти 43 % респондентов, на первое место поставили отсутствие конструктивного экономического, а свыше половины – цифрового мышления у руководящих кадров. Более того, также пессимистично участники опроса оценили готовность многих действующих руководителей на научной основе преодолевать сложные качественные экономические перемены.

Решение вопросов высокого профессионализма руководящих кадров, их компетентности с научных позиций в социально-экономической сфере давно требуют приоритетного статуса. Россия нуждается в скрупулезном анализе федеральных целевых программ и соответствующих им разработок в субъектах федерации. Важную роль при этом могло бы сыграть усиление финансовых аспектов в обеспечении реализации хозяйственных планов. Причем в таком подходе нуждаются как центральные, так и региональные, в том числе местные, органы управленческой власти. Эффективному изменению положения в обозначенном смысле могли бы способствовать радио, телевидение, периодическая печать, Интернет. Это особенно важно в наши дни, когда, по утверждению классика, «в общественной жизни величайший прыжок вперед соединяется с чудовищной робостью перед самыми маленькими изменениями» [5, с. 401], когда требуется, чтобы научный подход в реформировании, модернизации, решительных инновационных сдвигах в хозяйственной деятельности и безопасности существенно наращивался.

Еще одним прикладным приоритетом экономического развития является закрепление устойчивости решения аграрного вопроса. Оно означает, что аграрный сектор полностью удовлетворяет потребности общества в продуктах питания; в необходимом объеме снабжает отечественную промышленность сельскохозяйственным сырьем; преодолел проблемы, появившиеся в связи с зарубежными санкциями; успешно экспортирует за рубеж товары на десятки миллиардов рублей и, наконец, много лет не снижает на практике ни одну из названных позиций. Это базовый критерий обеспечения роста национальной экономики. Фактически аграрный сектор – то звено, на основе которого удастся поднять всю цепь, то есть добившись успеха в нем, можно рассчитывать на подъем всего народного хозяйства.

В числе принципиально необходимых научных мер в отмеченном смысле – перемена вектора государственной политики ценообразования на продукцию аграрного происхождения, с одной стороны, и на товары промышленного производства для села – с другой. Ее суть может быть выражена формулой: «соотношение между ценами на аграрные товары и ценами на продукцию, которую потребляет сельское хозяйство, должно быть постоянным». В действительности такое положение выдерживается не всегда или прямо скажем – редко. Научные рекомендации сводятся к тому, что важен не столько паритет цен, сколько мера их диспаритета. Иначе говоря, нужен, во-первых, паритет доходов соответствующих отраслей и, во-вторых, особая роль государства.

И, наконец, важным прикладным приоритетом экономического развития может выступить необходимость кардинальной корректировки преподавания в высшей школе науки управления бизнес-отношениями. Наука и высшая школа неотрывны от экономических проблем страны. Последние выступают своего рода движущей силой не только социально-экономического прогресса. Соответствующие тенденции распространяются и на управленческую науку, которая тесно переплетается с национальными задачами. Решение таковых предусматривает преодоление, а то и предотвращение вузовских проблем, их экономико-управленческой сферы. И те, и другие важно анализировать не автономно на разных уровнях, а в единстве с учетом их диффузного состояния и корреляционной переменчивости обеих. Следует иметь в виду, что высшая школа, предполагающая и управленческо-экономическое образование, по логике единства системы и подсистемы нацелена на согласованное решение социально-экономических задач общества. В таком случае она сама выступает подсистемой более общей системы, каковой является народное хозяйство в целом. Соблюдение

этого методологического приема позволит развязать соответствующие проблемные узлы. Оно даст возможность обществу добиться оптимального образовательного результата. А для этого, опять-таки, потребуются прибегнуть к рекомендациям науки об управлении экономикой, соединить вызовы отечественного хозяйствования, включая предпринимательство, и возможности их преодоления на научной основе. При этом научные достижения важно интегрировать с экономической реальностью одними интересами. В этом случае становление и развитие необходимого эффективного народного хозяйства будет происходить благодаря не лишь рыночным отношениям, но и накопленным обществом знаниям.

Заключение

В заключение констатируем, что реализация изложенных методологических задач и приоритетных направлений экономического развития – это объективный процесс, в ходе которого оно постепенно превратится в творчество сначала его непосредственных участников, а затем всех тех, во благо кого оно возникло и призвано функционировать. Причем по своей природе данный процесс будет вполне эволюционным и длительным. По характеру – постоянно прогрессирующим и преобразующим как среду и условия обитания человека, так и его самого. По наполнению – содержательно многообразным и богатым. И, наконец, по конечным результатам – принципиально необходимым и общественно значимым, превратившись в неотъемлемое свойство человеческой жизнедеятельности.

Библиографический список

1. Абалкин, Л. И. Проблемы современной России: монография. – М.: Ин-т Экономики РАН, 2011. – 110 с.
2. Глазьев, С. Ю. Рывок в будущее. Россия в новых технологическом и мирохозяйственном укладах: монография. – М.: Книжный мир, 2018. – 768 с.
3. Кочурова, Л. И. Бизнес-рынок – рынок без будущего // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2018. – № 2 (98). – С. 16–29. <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2018-2-16-29>
4. Лебедев, Д. С. Институциональная трансформация социально-экономических систем: теория, методология анализа, практика применения во внешней торговле России: монография. – 2-е изд. – М.: Проспект, 2017. – 192 с.
5. Ленин, В. И. Лучше меньше, да лучше // В. И. Ленин Полн собр соч. – Т. 45. – М.: Изд-во Политической Литературы, 1970. – С. 389–406.
6. Мацкуляк, И. Д. Политико-экономическая природа рыночных отношений: монография. – М.: КноРус, 2020. – 442 с.
7. Мацкуляк, И. Д. Политическая экономия: учебник для вузов. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 477 с.
8. В России установлен новый антирекорд по приросту заболевших COVID-19 // BFM.RU [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bfm.ru/news/485342> (дата обращения: 07.12.2021).
9. Количество смертей от COVID-19 в мире превысило 5 млн // Интерфакс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/world/800728> (дата обращения: 07.12.2021).
10. Скончался 1241 человек: в России зафиксирован антирекорд по смертности от COVID-19 // RT на русском [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russian.rt.com/russia/article/927417-koronavirus-rossiya-antirekord> (дата обращения: 01.12.2021).
11. Число выявленных случаев заражения COVID-19 в мире превысило 378,3 млн // Investing.Com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.investing.com/news/economy/article-2132561> (дата обращения: 07.12.2021).

References

1. Abalkin L. I. *Problems of modern Russia: monograph*, Moscow, Institute of Economics Russian Academy of Sciences, 2011, 110 p. (In Russian).
2. Glazyev S. Yu. *A leap into the future. Russia in new technological and world economic structures: monograph*, Moscow, Knizhnyi mir, 2018, 768 p. (In Russian).
3. Kochurova L. I. Business market as a market with no prospects, *Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics*, 2018, no. 2 (98), pp. 16–29. (In Russian). <https://doi.org/10.21686/2413-2829-2018-2-16-29>
4. Lebedev D. S. *Institutional transformation of socio-economic systems: theory, methodology of analysis, practice of application in foreign trade of Russia: monograph*, 2nd ed, Moscow, Prospect, 2017, 192 p. (In Russian).
5. Lenin V. I. *Better less, yes better*, Lenin V. I. Full Collection of Works, vol. 45, Moscow, Izd-vo Politicheskoi Literatury, 1970, pp. 389–406. (In Russian).

6. Matskulyak I. D. *Political and economic nature of market relations: monograph*, Moscow, KnoRus, 2020, 442 p. (In Russian).
7. Matskulyak I. D. *Political economy: textbook for universities*, Moscow, Yurait, Publishing House, 2021, 477 p. (In Russian).
8. A new anti-record has been set in Russia for the increase in cases of COVID-19, *BFM.RU*. Available at: <https://www.bfm.ru/news/485342> (accessed 07.12.2021).
9. The number of deaths from COVID-19 in the world exceeded 5 million, *Interfax*. Available at: <https://www.interfax.ru/world/800728> (accessed 07.12.2021).
10. 1241 people died: an anti-record for mortality from COVID-19 was recorded in Russia, *RT in Russian*, Available at: <https://russian.rt.com/russia/article/927417-koronavirus-rossiya-antirekord> (accessed 07.12.2021).
11. The number of detected cases of COVID-19 infection in the world exceeded 378.3 million, *Investing.Com*. Available at: <https://ru.investing.com/news/economy/article-2132561> (accessed 07.12.2021).

Морозова Дарья Леонидовназам. нач. отд. проектов и гос. программ
Департамента государственной под-
держки искусства и народного творче-
ства, Министерство культуры Россий-
ской Федерации, г. Москва,
Российская Федерация**ORCID:** 0000-0003-4722-1938**SPIN:** 6030-0382,**e-mail:** dariamorozova87@gmail.com**ЭКОНОМИКА ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ
ДО И В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19. ЧАСТЬ 1:
АНАЛИЗ МЕТОДА «ЗАТРАТЫ – ВЫПУСК – ПРИБЫЛЬ»
НА ПРИМЕРЕ СПЕКТАКЛЯ**

Аннотация. В статье продемонстрированы возможности метода «затраты – выпуск – прибыль» для применения организациями культуры, исследована гипотетическая возможность окупаемости расходов от зрелищных мероприятий, разработаны практические инструменты для их финансовой аналитики. Использованы управленческий и финансовый анализ, эконометрические и графические методы построения функций. Также применены методы «доказательства от противного» для исследования убыточности организаций исполнительских искусств, впервые обоснованной В. Баумолем и В. Боуэном. В отношении организаций культуры в условиях двухлетних эпидемиологических ограничений установлена нормативная пороговая заполняемость зала. Сохранение определенной доли доходов от продажи билетов недостаточно для покрытия текущих прокатных издержек. В этой связи аналитика экономических показателей (расчет операционного левериджа, анализ безубыточности) необходима для анализа убытков организаций исполнительских искусств в условиях пандемии. На примере спектакля «повышенного спроса» отвергнута гипотеза о существовании точки безубыточности, в которой уравниваются доходы и расходы. Новизна исследования заключается в том, что обобщены разные методики калькуляции постановочных расходов театров, представлена методика проверки существования точек безубыточности для организации зрелищных мероприятий в долгосрочном и краткосрочном периоде.

Ключевые слова: анализ затрат, калькуляция затрат, финансовый анализ, окупаемость расходов, влияние пандемии, театры, организации исполнительских искусств, экономика культуры, ивент-менеджмент

Для цитирования: Морозова Д.Л. Экономика исполнительских искусств до и в период пандемии COVID-19. Часть 1: анализ метода «затраты – выпуск – прибыль» на примере спектакля // Вестник университета. 2022. № 2. С. 132–145.

Daria L. MorozovaDeputy of chief executive of projects
and state programs, Department of State
Support of Professional and Folk Arts,
Ministry of Culture of the Russian
Federation, Moscow, Russia**ORCID:** 0000-0003-4722-1938**SPIN:** 6030-0382,**e-mail:** dariamorozova87@gmail.com**THE ECONOMICS OF THE PERFORMING ARTS BEFORE
AND DURING THE COVID-19 PANDEMIC. PART 1:
COST-OUTPUT-PROFIT ANALYSIS ON THE EXAMPLE
OF A PERFORMANCE**

Abstract. The article demonstrates the cost-output-profit method possibilities for use by cultural organisations, studies the hypothetical cost recovery possibility from entertainment events, develops practical tools for their financial analytics. Managerial and financial analysis, econometric and graphical construction functions methods have been used. The “proof to the contrary” methods have been applied to investigate the performing arts organisations unprofitability, first substantiated by W. Baumol and W. Bowen. With regard to cultural organisations in the conditions of two-year epidemiological restrictions, a normative threshold occupancy of the hall has been established. Retaining a certain revenue share from ticket sales is not enough to cover current rental costs. In this context, economic performance analytics (operational leverage calculation, break-even analysis) is necessary to analyse the performing arts organisations losses in a pandemic. On the example of the “increased demand” performance, the hypothesis on the existence of a break-even point in which incomes and expenses are balanced has been rejected. The novelty of the study lies in fact that different methods of calculating production costs for theatres have been summarised and a methodology for checking the break-even points existence for organising entertainment events in the long and short term has been presented.

Keywords: cost analysis, costing, financial analysis, cost recovery, impact of the pandemic, theaters, performing arts organisations, cultural economics, event management

For citation: Morozova D.L. (2022) The economics of the performing arts before and during the COVID-19 pandemic. Part 1: cost-output-profit analysis on the example of a performance. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 132–145. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-132-145



Введение

В основу оценки эффективности деятельности большинства государственных театров в последнее десятилетие были заложены количественные показатели, в первую очередь – число зрителей (как результат максимизации заполняемости зала и публичных выступлений), а также внебюджетных доходов. Вслед за внесением в Бюджетный кодекс Российской Федерации статьи 69.2 «Государственное (муниципальное) задание», ставшей основой для финансирования бюджетных учреждений культуры, последовал ряд правовых актов и управленческих решений на федеральном и местном уровне, закрепивших фактор оптимизации их бюджетов одним из «краеугольных камней» государственной культурной политики, бюджетной реформы и сопутствующих ей изменений на протяжении 2000–2010 гг. [1; 2]. В одном из докладов Министерства финансов Российской Федерации (от 28.10.2015 № 09-08-02/62455) отмечалось, что дальнейшая работа учреждений должна строиться на «рыночных основах предоставления государственных (муниципальных) услуг», логика финансирования организаций уступит место оплате предоставления услуг, для услуг повышенного качества вместо субсидий необходимо задействовать иные бюджетные механизмы (например, гранты) и внебюджетные источники финансирования.

Российские исследователи ранее указывали на тенденции к выталкиванию государственных театров (как и всей системы бюджетных и автономных учреждений) в условия самоокупаемости [6; 10], ими также отмечалась опасность коммерциализации подхода к отрасли культуры, которая, как следствие, может приводить к коммерциализации творческих результатов деятельности: снижению качества и разнообразия постановок, вытеснению «квалифицированной аудитории» и достижению роста посещаемости за счет «упрощения образов, метафор, смыслов» [6, с. 286]. Применяемые на протяжении последней декады подходы к формированию государственного задания в целом не всегда соответствовали ожиданиям творческого сообщества [8]. Государственное задание в целом абсолютизирует идею роста количественных показателей в ущерб представлению о качественном развитии культуры [5]. С экономической точки зрения оно не учитывает причин дефицита дохода производителей опекаемых благ и объективную невозможность обеспечить их самоокупаемость [9].

Однако отношение государства к внедрению критерия экономической успешности в сферу искусства меняется не только в России. Взгляд на культуру «в категориях рентабельности государственных инвестиций» возобладал в Великобритании еще в конце 1980-х гг. [11, с. 194], впоследствии «культурный редукционизм» захватил и другие страны. Значительно менее выраженные традиции государственной поддержки культуры в странах англо-американского типа культурной политики (Великобритании, Ирландии, Австралии, США) по сравнению с континентальной Европой и Россией обязывают культурные институции быть более ориентированными на законы рыночной конкуренции и эффективности менеджмента.

Для исполнительских искусств также актуальны, как и для других сфер деятельности, методики анализа доходов и расходов. Основная функция состоит в «максимизации заполняемости зала на спектаклях репертуара, соответствующего собственным стандартам и представлениям о должном качестве, с учетом ограничения, согласно которому доходы от кассовых сборов и других источников должны быть достаточными для того, чтобы покрывать расходы» [26, с. 120]. Театры по мере возможности могут использовать «экономии на масштабе»: частый прокат одного наименования спектакля экономит организаторам средства на проведение репетиций, оптимизирует процесс монтирования спектакля, кроме того, административные и накладные расходы могут быть распространены на большее количество публичных показов [20]. Американские экономисты предложили рассматривать как коммерческие, так и некоммерческие театральные проекты с точки зрения подхода «затраты – выпуск – прибыль» (англ. cost – volume – profit analysis, CVP analysis) [14]. Расчет точки безубыточности, в которой общие доходы равны общим затратам, обеспечивая нулевую прибыль, наиболее подходит для прокатной модели мюзикла. Вместе с тем CVP может быть информативен и для репертуарных субсидируемых театров, главной мотивацией которых является не достижение окупаемости, а поддержание значительного количества наименований в активном прокате, в том числе низкодходных спектаклей, имеющих художественную ценность и соответствующих принятой репертуарной политике.

Материалы и методы

Проиллюстрируем способы анализа доходов и расходов, структуры затрат на драматический спектакль до и после введения эпидемиологических ограничений деятельности. Для анализа выбран спектакль «Дядя Ваня» с заполняемостью зала свыше 90 % (до введения эпидемиологических ограничений) в постановке французского режиссера при участии коллектива драматического театра федерального значения, расположенного в г. Москве, существующего более 15 лет (далее – Театр).

Расчеты данной статьи основаны на предпосылке о том, что театры демонстрируют определенные признаки поведения монополии и (или) монополистической конкуренции. Отметим также и другие специфические свойства рынка.

Зрители – ценополучатели. Кривая предложения практически отождествляется с кривой спроса, особенно в ситуации, когда заполняемость зала близка к аншлаговой. Производители уже определили выпуск и цену, прежде чем узнать уровень фактического спроса [21].

Множество и неопределенный набор целевых функций. Функция общих издержек зависит от выпуска $TC = f(Q)$. Однако необходимо отметить неоднородность продукции и высокий уровень неценовой конкуренции в сфере театрального искусства, поэтому в действительности затраты TC можно представить не только как функцию от выпуска Q , но и от качества постановки q и усилий по продвижению, затратам на рекламу a : $TC = f(Q; q; a)$, характерную для монополистических конкурентов [4, с. 269]. Мотивация производителей благ в сфере исполнительских искусств может быть разной, в зависимости от предпочтений они максимизируют прибыль, качество или бюджет [19].

Ценовая дискриминация второй степени. Наблюдается отсутствие единой цены и изъятие «потребительского излишка» (англ. consumer surplus) у каждой группы зрителей, то есть установление цен на максимальном уровне, которые они готовы были бы заплатить (англ. maximum willingness to pay). В ценообразовании театральных билетов имеются признаки ценовой дискриминации II степени, поскольку назначаются цены на разные сектора зрительских мест в зависимости от удобства, обзора и расстояния до сцены, при этом дискриминация осуществляется путем «самоотбора» – зрители самостоятельно выбирают ценовую категорию при полной открытости информации о ценовой политике. Театр должен стремиться максимизировать прибыль при условии $MR = MC$ (предельная выручка равна предельным издержкам) на каждом ценовом сегменте [24; 27]. Вместе с тем театр оптимизирует издержки в целом на спектакль. Учитывая, что потребление одновременно и совместно, исследователю необходимо решать, каким образом получить кривые предельных издержек для каждой ценовой зоны, если известны общие издержки. По нашему мнению, театру в таком случае необходимо создать правило для распределения общих издержек на группы потребителей и ценовые сектора зрительских мест, но в таком случае расчет в сильной мере зависит от обоснования исходного теоретического предположения. В настоящей статье будет рассматриваться построение предельной выручки и издержек в общем случае, без деления на ценовые сегменты.

Эффект масштаба. В долгосрочном периоде предельные издержки на показ одного дополнительного спектакля равны средним переменным издержкам: $MC = AVC$ [20, с. 122]. Предельные издержки на показ спектакля быстро снижаются до значения, близкому нулю [19, с. 343]. Общие издержки TC с высокой долей постоянных издержек FC уже сформированы на определенном уровне и распределяются на относительно малое количество показов постановки. Нарастив общее количество показов спектаклей в сезон до максимально возможного, с точки зрения оптимального производственно-календарного планирования, театр применяет эффект масштаба и оптимизирует общехозяйственные расходы. Разные проявления эффекта от масштаба театрального производства отмечены в разных исследованиях [15; 17; 18; 20; 22]. Для того, чтобы обнаружить эффект и оценить управленческую эффективность работы театров, подразумевающую наиболее полное использование ресурсов из всех возможных вариантов, в течение последних пятидесяти лет предпринимались попытки адаптировать производственную функцию для театральной отрасли. В эконометрических моделях в основном применялась функция Кобба – Дугласа [13; 25; 28; 29], стохастическая функция расстояния Шепарда [16; 22], другие непараметрические методы оценки производственных функций, такие как «анализ среды функционирования» (Data Envelopment Analysis; DEA) [7; 23].

Высокие средние издержки. Для большинства некоммерческих театров кривая спроса лежит ниже кривой средних издержек во всех точках – поэтому оптимальных цен на театральные билеты не существует [19].

Результаты и обсуждение

Для начала разобьем все виды затрат на три вида расходов: единовременные (осуществляются в период выпуска), переменные и постоянные издержки (в период организации показа постановки спектакля) (рис. 1).

Отнесение определенных видов затрат к группе «переменных» или «постоянных» нестрого и зависит от обстоятельств. Например, затраты на приобретение грима, ремонт декораций и костюмов, типографские расходы на печать билетов, рекламные расходы имеют квазипеременный характер – их сложно отнести на показ одного спектакля, однако они зависят от частоты проката спектакля и затраты будут производиться периодически в определенном интервале показов [1; n].

На практике в бухгалтерском учете российские бюджетные театры распределяют затраты по трем видам: прямые (непосредственно относящиеся на себестоимость), накладные (относящиеся на себестоимость пропорционально любому финансовому или натуральному показателю) и общехозяйственные (не относящиеся на себестоимость и списываемые на уменьшение финансового результата, согласно п. 138 приказа Министерства финансов Российской Федерации) [3]. Прямые затраты, непосредственно относящиеся на себестоимость новых постановок, принимаются бюджетными театрами к учету практически единообразно, в то время как подходы к признанию затрат накладными или общехозяйственными значительно отличаются друг от друга в локальных правовых актах.



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Структура издержек (затрат) на осуществление постановки и проката нового спектакля

Рассчитав основные показатели затрат, включая все прямые затраты и частично иные (услуги связи, услуги транспорта, содержание имущественного комплекса, коммунальные услуги) (табл. 1), исследуем, как изменился после распространения коронавирусной инфекции коэффициент операционного левериджа показа

постановки Театра, выбранной для анализа. В таблицах 2 и 3 представлены показатели для расчета операционного рычага постановки Театра до и после введения ковид-ограничений.

Таблица 1

**Варианты отнесения расходов по видам затрат в целях ведения бухгалтерского учета
(согласно выборочным локальным актам об учетной политике)**

Виды затрат	Признаются в учетной политике в качестве		
	прямых	накладных	общехозяйственных
Лицензионные договоры на новые постановки, оплата труда артистов в спектаклях (при заключении отдельных договоров) и других работников, непосредственно занятых в процессе создания и показа спектакля	+	-	-
Заработная плата работников, непосредственно не участвующих в создании и организации показа новой постановки	-	+	+
Авторские вознаграждения с каждого спектакля (при наличии)	+	-	-
Материалы для спектакля и договоры подряда	+	-	+
Приобретение (изготовление) бланков билетов	+	-	
Услуги связи, услуги транспорта	-	+	+
Содержание программного обеспечения для осуществления продажи билетов	-	+	+
Услуги страхования, консультационные и юридические услуги	-	+	+
Реклама и маркетинг	-	+	+
Командировочные расходы	-	+	+
Содержание имущественного комплекса (видеонаблюдение, кондиционирование, инженерные сети, пр.)	-	-	+
Коммунальные услуги (теплоснабжение, водоснабжение, водоотведение, электроэнергия)	-	+	+
Уборка, вывоз отходов, охрана	-	-	+
Аренда оборудования	-	+	+
Амортизация основных средств и уплата налогов	-	-	+

Составлено автором по материалам исследования

Таблица 2

**Показатели для расчета операционного рычага постановки Театра
до и после введения ковид-ограничений**

Показатель	Обозначение	До локдауна в период с сентября 2019 г. по февраль 2020 г.	После локдауна в режиме ограничений в период с марта 2020 г. по июнь 2021 г.
Цена одного проданного билета в среднем за 12 показов, тыс. руб.	P	7,926	4,289
Среднее количество проданных билетов на 1 спектакль в среднем за 12 показов, ед.	Q	501	276
Выручка (сбор), руб.	$TR = PQ$	3 970,93	1 183,76
Общее количество показов спектаклей, ед.	N	365 (с 4 кв. 2019 г. по 1 кв. 2020 г.)	546 (с 3 кв. 2020 г. по 2 кв. 2021 г.)

Окончание табл. 2

Показатель	Обозначение	До локдауна в период с сентября 2019 г. по февраль 2020 г.	После локдауна в режиме ограничений в период с марта 2020 г. по июнь 2021 г.
Количество показов в среднем за период, ед.	Nt	183	137
Доля показов спектакля в общем прокате, %	$r_{\text{гип}}$	3,3	2,2

Таблица 3

Показатели для расчета операционного рычага постановки Театра в 2019 г. и 2020 г.

Показатель, тыс. руб.	Обозначение, расчет	2019 г.	2020 г.
Расходы на исходящий реквизит и грим на один спектакль	C_p	20,0	20,0
Средние поспектакльные выплаты артистам (8 ролей, 1 выход) с отчислениями в страховые фонды 27,1%	W_{art}	606,6	606,6
Переменные издержки	$VC = C_p + W_{\text{art}}$	626,6	626,6
Переменные издержки на одного зрителя	$VC_Q = \frac{C_p + W_{\text{art}}}{Q}$	1,251	1,251
Годовые расходы на содержание имущества	C_{prop}	42 447,07	55 115,28
Годовые расходы на оплату коммунальных услуг	C_U	14 849,37	12 276,02
Годовой фонд оплаты труда	C_L	287 564,9	294 233,56
Услуги связи	C_c	1 710,36	1 745,43
Услуги транспорта	C_{tr}	9 456,42	3 116,57
Постоянные издержки в расчете на день	$FC = \frac{C_{\text{prop}} + C_U + C_L + C_c + C_{tr}}{t}$	975,42	1 004,1
Постоянные издержки в расчете на один показ	$FC = \frac{(C_{\text{prop}} + C_U + C_L + C_c + C_{tr}) / t}{N}$	972,75	671,22

Составлено автором по материалам исследования

Коэффициент операционного рычага DOL (от англ. degree of operating leverage) – показатель, который измеряет прирост (убыль) прибыли в процентах при изменении продаж на 1 % [12] для постановки спектакля определяется по формуле:

$$DOL = \frac{Q \cdot (P - VC_Q)}{Q \cdot (P - VC_Q) - FC} = \frac{TR - VC}{\text{Profits}} \quad (1)$$

Коэффициент операционного рычага DOL постановки «Дядя Ваня» до введения ограничений принимает значение 1,41, после введения ограничений становится отрицательным (-5,06). До тех пор пока показатель принимает значения выше 1, имеет смысл наращивать количество показов, в то время как отрицательный показатель указывает на неэффективный масштаб производства.

Действие операционного рычага объясняет увеличение или падение прибыли, непропорциональные изменению объема деятельности. Поскольку постоянные издержки очень высоки для любого государственного

театра, эффект операционного рычага объясняет неравнозначное снижение доходов и даже вход в область убытков при сокращении количества билетов, поступающих в продажу на 50 %. Тем не менее, театры продолжают показывать спектакли при любых финансовых условиях и в основе их мотивации лежат преимущественно неэкономические факторы: поддержание спектаклей в рабочем, «прокатном» состоянии, сохранение квалификации артистов, неразрывность связей и сохранение постоянного контакта со своей аудиторией.

Спектакль «Дядя Ваня» входит в пятерку самых востребованных в репертуаре Театра и имеющих высокие цены (табл. 4).

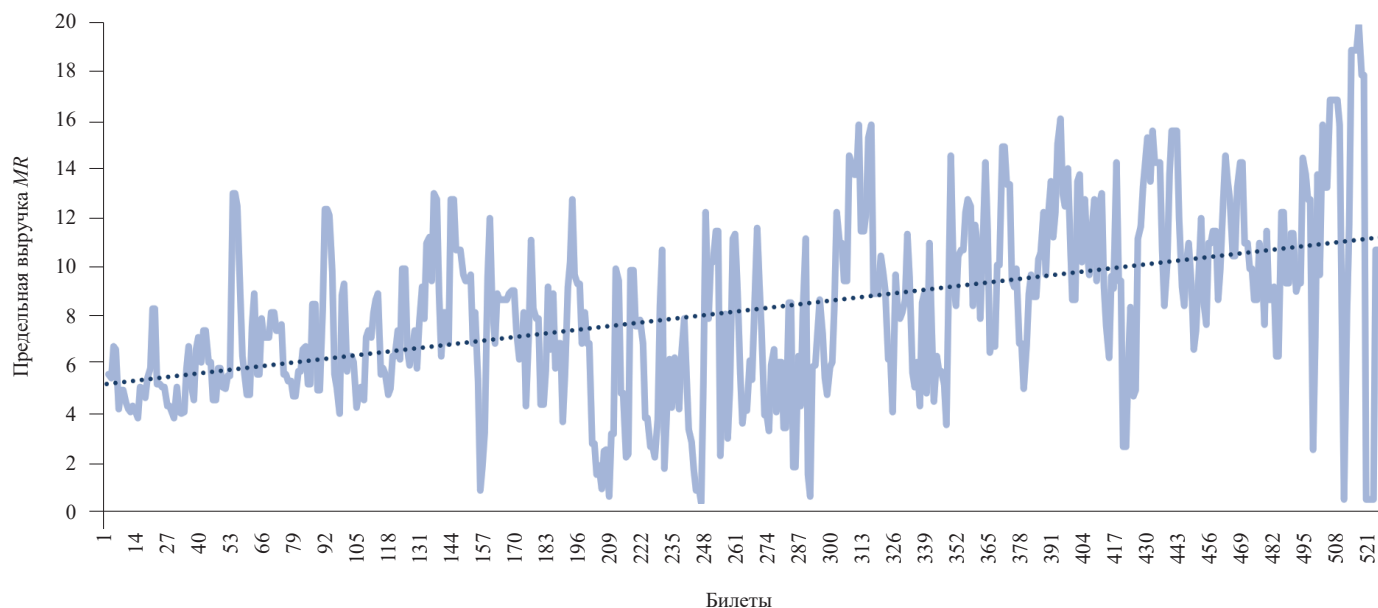
Таблица 4

Статистика по билетам (2 554 наблюдений)

Показатель статистики стоимости билета		Значение
Среднее		8 061,41
Медиана		7 000,00
Мода		18 000,00
Стандартное отклонение		6 001,42
Минимум		500,00
Максимум		20 000,00
Процентили	25	2 000,00
	50	7 000,00
	75	13 000,00

Составлено автором по материалам исследования

При анализе предельной выручки $MR(t)$, где $Q = 1$ соответствует первому купленному билету (рис. 2), наблюдается слабый тренд к повышению средней цены по мере распродажи билетов: после реализации 65 % билетов чаще встречаются высокие ценовые «пики». Амплитуда колебаний MR максимальна при $Q > 450$, когда в продаже остаются либо очень дорогие билеты, либо становятся доступными дешевые билеты по произведенным возвратам.



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 2. Поведение предельной выручки в зависимости от фактического времени покупки (очередности продаж)

Линейный тренд MR с положительным наклоном не согласуется с традиционным представлением о поведении предельной выручки у экономических субъектов. Иными словами, по мере того как раскупаются билеты, и среди оставшихся в продаже остаются только дорогие билеты, спрос не снижается, а заполняемость зала продолжает расти выше 90%. Этот феномен повышенного спроса требует отдельного рассмотрения, однако можно предположить наличие в конкретном случае нефункционального спроса со стороны высокодоходной публики (эффект Веблена).

Анализ точки безубыточности может адаптирован к рынку исполнительских искусств, в том числе при расчете минимального количества билетов, которые необходимо продать на мероприятие для покрытия основных расходов, связанных с его организацией. С учетом расчетов издержек в тысячах рублей (табл. 2), представим их в виде уравнений (табл. 5).

Таблица 5

Уравнения издержек

Краткосрочный период (1 показ, все затраты постоянны)	Долгосрочный период (1/2 сезона)
Постоянные издержки равномерно распределяются равномерно (дневные $TC = 1/365 * TC$ годовых) $TC = 975,4 + 626,6 = 1\ 582$ $AC = 1\ 582 / Q$ $MC = 0$	Постоянные издержки распределяются пропорционально доле проката постановки (3,3% от TC годовых) $TC = 5\ 874,46 + 626,6Q$ $AC = 5\ 874,46 / Q + 626,6$ $VC = 626,6Q$ $MC = AVC = 626,6$

Составлено автором по материалам исследования

Воспользовавшись функцией «Подгонка кривых» (англ. curve estimation) в IBM SPSS Statistics 21, при помощи метода наименьших квадратов также построим несколько уравнений, близко описывающих поведение выручки в краткосрочном и долгосрочном периодах (табл. 6). В долгосрочном периоде необходимо учитывать частоту проката спектакля, поэтому константу уравнения определим как долю показов спектакля в общем прокате ($r_{run} = 3,3\%$) от полугодовых расходов на содержание имущества).

Таблица 6

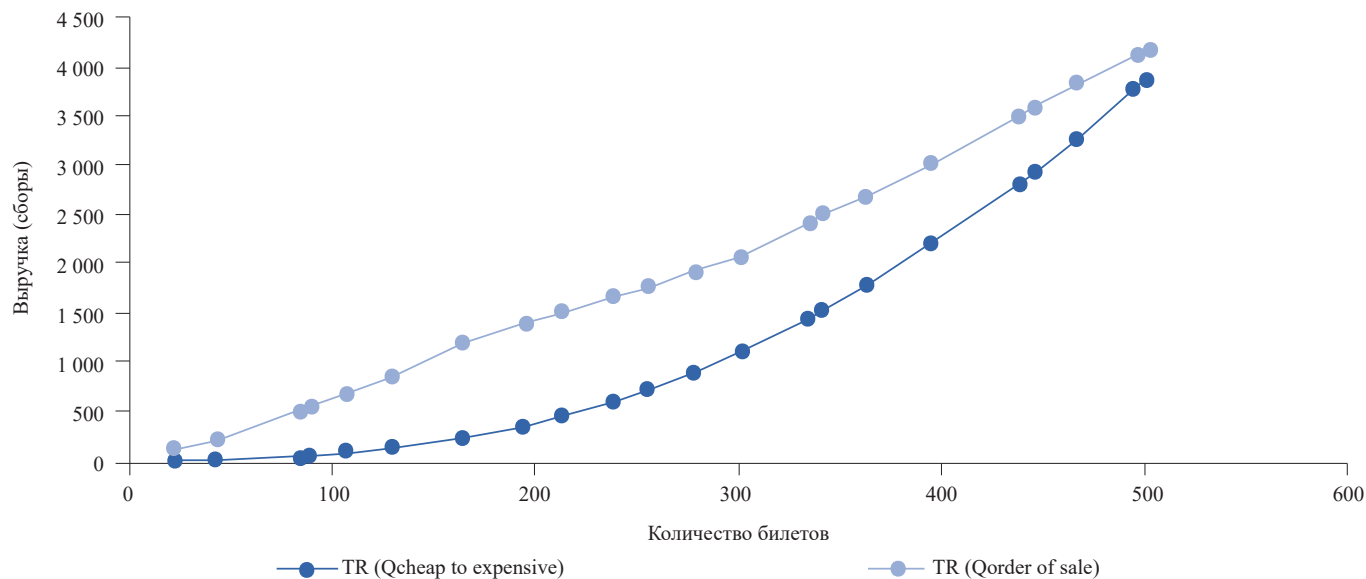
Уравнения выручки

Краткосрочный период	Долгосрочный период
$TR_{Q_{cheap_to_expensive}} = 0,021Q^2 - 2,862Q + 141,206$ ($R^2 = 0,99$; уровень значимости 1 %); $MR = 0,042Q - 2,862$	$TR_{(1/2season)} = 33,126Q^2 + 359,29Q + 3432,5$ ($R^2 = 0,7$; уровень значимости 5%); $MR = 66,252Q + 359,29$
$TR_{Q_{order_of_sale}} = 0,0049Q^2 + 5,6958Q + 33,198$ ($R^2 = 0,99$, уровень значимости 1 %); $MR = 0,0098Q + 5,6958$	

Составлено автором по материалам исследования

Для описания зависимости выручки от Q в краткосрочном периоде выбрано квадратное уравнение, вид которого, как правило, используется в теоретической литературе. Далее используются два метода калькуляции: во-первых, $TR_{Q_{cheap_to_expensive}}$ получено путем суммирования стоимости продаваемых билетов при действии предпосылки о том, что публика всегда выбирает более дешевый билет из оставшихся в продаже (сначала раскупаются дешевые билеты и только потом дорогие в строгой зависимости от цены). Такая кривая выручки имеет нехарактерную выпуклость по отношению к оси Q , поскольку прирост выручки ($\delta(TR)/\delta(Q)$) имеет более высокий темп не в начале,

а в конце кривой. Ее целесообразно сравнить с фактическими данными, построенными на основании электронной системы продажи билетов, в которой фиксируется дата и время продажи билетов в сети «Интернет» или поступления информации из кассы театра, и таким образом устанавливается реальная последовательность распродажи билетов (рис. 3). Эмпирическая кривая выручки $TR_{Q_{order_of_sale}}$ в большей степени стремится к линейной функции. Хотя поведение выручки может быть иным на примере другого мероприятия театрального или концертного жанра: спрос на каждый отдельно взятый спектакль уникален и требует индивидуального анализа и подхода.



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 3. Два метода калькуляции выручки для спектакля Театра

Следует отметить, что $TR_{Q_{order_of_sale}}$ – это среднее значение выручки в определенной точке Q по выборке нескольких показов одного спектакля. $Q = 527$ (максимальное число билетов, которое продавалось на показ выбранного спектакля).

Поскольку значение выручки в целом строится нарастающим итогом, в уравнении регрессии присутствует совершенно ожидаемая автокорреляция, а также гетероскедастичность. На непостоянство необъясненных остатков регрессии указывают как результаты тестов Бройша – Пагана и Дарбина – Уотсона, так и анализ их графического отображения.

Таблица 7

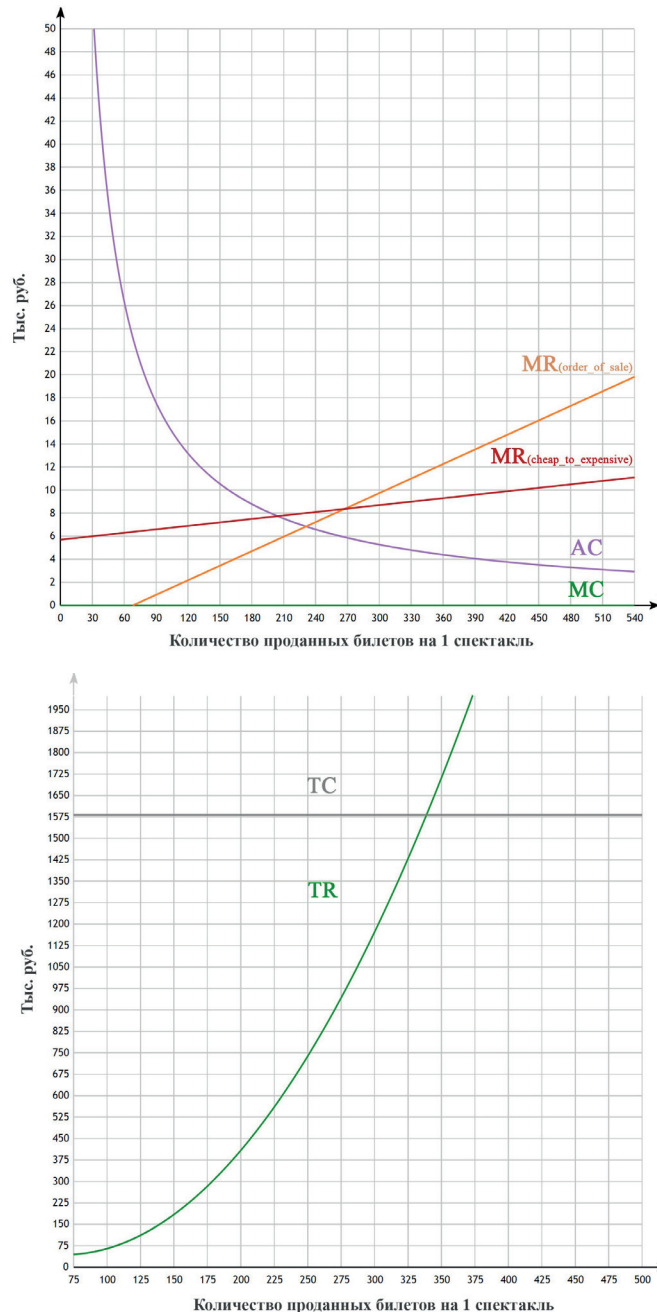
Тесты на гетероскедастичность и автокорреляцию для уравнений регрессий выручки Театра

Тесты	$TR_{Q_{cheap_to_expensive}}$	Вывод	$TR_{Q_{order_of_sale}}$	Вывод
Бройша – Пагана	$BP = 3,51$, $df = 1$, $p\text{-value}$	Гетероскедастичность, автокорреляция первого порядка	$BP = 10,496$, $df = 1$, $p\text{-value} = 0,001196$	Гетероскедастичность, автокорреляция первого порядка
Голдфелда – Кванадта	$GQ = 0,037$, $df_1 = 5$, $df_2 = 4$, $p\text{-value} = 0,9986$		$GQ = 5,869$, $df_1 = 208$, $df_2 = 207$, $p\text{-value} < 2,2e-16$	
Дарбина – Уотсона	$Autocorrelation = 0,39$, $D\text{-}W\text{ Statistic} = 0,39$, $p\text{-value} = 0,002$		$Autocorrelation = 0,99$, $D\text{-}W\text{ Statistic} = 0,003$, $p\text{-value} = 0$	

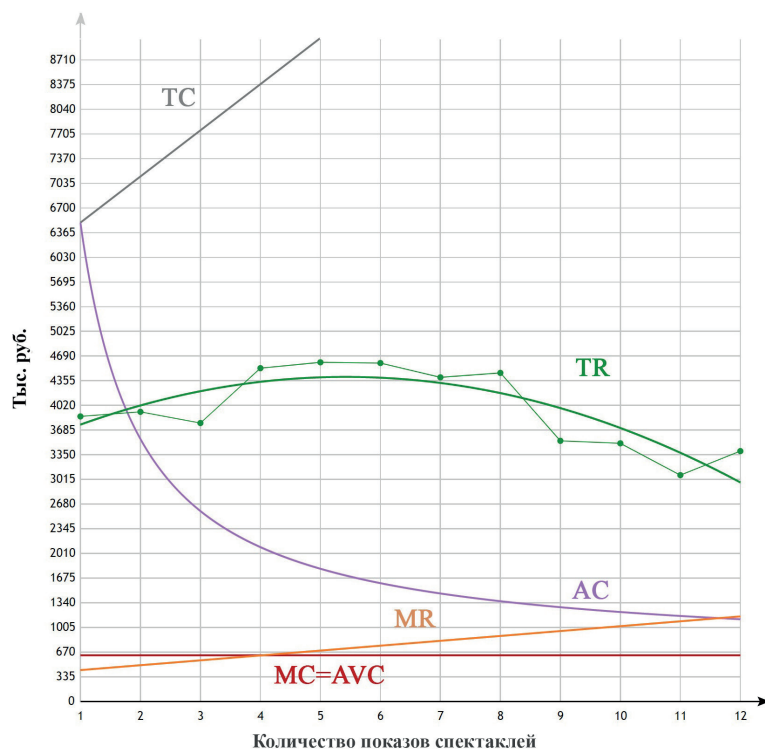
Составлено автором по материалам исследования в программах SPSS и R

Неэффективность статистических оценок не позволяет использовать полученные уравнения для перспективных прогнозов. Однако в рассматриваемом случае коэффициенты не используются для прогнозирования: из уравнений общей выручки путем взятия производной получен тренд предельной выручки, которые впоследствии применяются для построения точек равновесия, если они существуют, графическим методом. Следовательно, для конкретной задачи, которую мы решаем, можно пренебречь неэффективностью статистических оценок, вызванных наличием автокорреляции и гетероскедастичности для уравнений в краткосрочном периоде и небольшим количеством наблюдений для построения уравнения долгосрочного периода.

Для краткосрочного периода условие равновесия для монополиста или монополистического конкурента $MC = MR$ не существует, поскольку кривые не пересекаются (рис. 4). После продажи 330 билетов общая выручка начинает превышать общие издержки на показ спектакля. Иными словами, минимально допустимой следует считать заполняемость зала в 65 %.



Составлено автором по материалам исследования
Рис. 4. Равновесие в краткосрочном периоде на один показ спектакля



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 5. Отсутствие равновесия в долгосрочном периоде

наемостью зала свыше 90 % не существует точек максимизации прибыли, поскольку в театральном сезоне общие издержки значительно превышают выручку от сборов. Выводы, полученные по итогам исследования, еще раз подтверждают гипотезу об убыточности в долгосрочном периоде организации культурных мероприятий, особенно для больших творческих коллективов, которых работают в стационарном здании и несут значительные издержки по содержанию имущественного комплекса.

В долгосрочном периоде также отсутствует точка равновесия, при которой осуществляется максимизация прибыли. На рисунке 5 графически определяется, пересечение MR и MC при четырех показах постановки в сезон, однако при этом TC значительно превышает TR даже в начале кривых, поэтому пересечение предельных издержек и выручки не подлежит интерпретации. Таким образом, в долгосрочном периоде не существует точки равновесия и прокат постановки является убыточным.

Заключение

На примере театральных постановок показаны методы анализа продаж билетов, способы построения функций издержек и выручки для последующей проверки существования точки безубыточности. Пошаговый метод «затраты – выпуск – прибыль» (cost – volume – profit analysis), разобранный на реальных данных ведущего федерального театра, может быть распространен на другие социокультурные мероприятия. Для рассмотренного спектакля-«хита» с большим сегментом дорогих билетов и запол-

Библиографический список

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 28.12.2012 г. № 2606-р «Об утверждении плана мероприятий «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности сферы культуры» (вместе с «Планом мероприятий («дорожная карта») «Изменения в отраслях социальной сферы, направленные на повышение эффективности сферы культуры» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140701/ (дата обращения: 17.01.2022).
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 26.06.2015 № 640 «О порядке формирования государственного задания на оказание государственных услуг (выполнение работ) в отношении федеральных государственных учреждений и финансового обеспечения выполнения государственного задания» (вместе с «Положением о формировании государственного задания на оказание государственных услуг (выполнение работ) в отношении федеральных государственных учреждений и финансовом обеспечении выполнения государственного задания») // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_181991/ (дата обращения: 17.01.2022).
3. Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 01.12.2010 № 157н «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_107750/ (дата обращения: 17.01.2022).
4. Гальперин, В. М., Игнатьев, С. М., Моргунов, В. И. Микроэкономика. В 2-х томах. – СПб.: Институт «Экономическая школа», 2004. – 352 с.

5. Дадамян, Г. Г. Термометр для театра // Сборник: «Зрительская аудитория театра: размышления и исследования» / Под ред. С. М. Апфельбаум. – М.: Российский институт театрального искусства ГИТИС, 2020. – С. 97–115.
6. Дмитриевский, В. Н. Проблемы коммерциализации в постсоветской культуре (на примере театра) // Художественная культура. – 2019. – Т. 2, № 3, (30). – С. 278–289. <https://doi.org/10.24411/2226-0072-2019-00056>
7. Зеленская, Е. М. Применение метода «анализ среды функционирования» в оценке эффективности деятельности учреждений культуры // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Гуманитарные и общественные науки. – 2018. – № 2. – С. 39–51.
8. Кондрашова, К. В. Законодательство о культуре и правоприменение как отражение парадигм Дадамяна // Социально-экономические проблемы культуры и искусства: материалы международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию юбилею Г. Г. Дадамяна и 30-летию Высшей школы деятелей сценического искусства «Школа Г.Г. Дадамяна», Москва, 30 марта – 1 апреля 2018 года. ВШДСИ «Школа Г.Г. Дадамяна» / ред.-сост. Андрейкина М. С. – М.: РОСА, 2018. – С. 123–135.
9. Рубинштейн, А. Я. Могут ли исполнительские искусства быть прибыльными? // Вопросы теоретической экономики. – 2017. – № 1. – С. 88–108.
10. Рубинштейн, А. Я., Урин, В. Г., Апфельбаум, С. М., Рудник, Б. Л., Сундстрем, Л. Г. О финансировании театров по числу проданных билетов // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2016. – № 4. – С. 12–24.
11. Хезмондалш, Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнareвой; под науч.ред. А. Михалевой; НИУ «Высшая школа экономики». – 2-е изд. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. – 456 с.
12. Brealey, R. A., Myers, S. C., Marcus, A. J. Fundamentals of corporate finance. – 3d edition. – The McGraw-Hill Companies, 2001. – 798 p.
13. Castiglione, C., Infante, D., Zieba, M. Technical efficiency in the Italian performing arts companies // Small Business Economics. – 2018. – V. 51, No. 3. – Pp. 609–638. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9931-1>
14. Donahue, T., Patterson, J. Stage money: the business of the professional theater. – University of South Carolina Press, 2010. – 192 p.
15. Fazioli, R., Filippini, M. Cost structure and product mix of local public theatres // Journal of Cultural Economics. – 1997. – V. 21, No. 1. – Pp. 77–86. <https://doi.org/10.1023/A:1007341613767>
16. Fernández-Blanco, V., Rodríguez-Álvarez, A., Wiśniewska, A. Measuring technical efficiency and marginal costs in the performing arts: the case of the municipal theatres of Warsaw // Journal of Cultural Economics. – 2019. – V. 43, No. 1. – Pp. 97–119. <https://doi.org/10.1007/s10824-018-9330-8>
17. Gapinski, J. H. The Production of culture // Review of Economics and Statistics. – 1980. – No. 62. – Pp. 578–586. <https://doi.org/10.2307/1924782>
18. Gapinski, J. H. The Economics of performing Shakespeare // American Economic Review. – 1984. – No. 74. – Pp. 458–466.
19. Hansmann, H. Nonprofit enterprise in the performing arts // The Bell Journal of Economics. – 1981. – V. 12, No. 2. – Pp. 341–361. <https://doi.org/10.2307/3003560>
20. Heilbrun, J., Gray, C. M. The economics of art and culture. – Cambridge University Press, 2001. – 410 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511754135>
21. Holtman, A. G. A theory of non-profit firms // Economica. – 1983. – V. 50, No. 200. – Pp. 439–419. <https://doi.org/10.2307/2554305>
22. Last, A., Wetzel, H. The efficiency of German public theatres: a stochastic frontier analysis approach // Journal of Cultural Economics. – 2010. – V. 34. – Pp. 89–110. <https://doi.org/10.1007/S10824-009-9111-5>
23. Marco-Serrano, F. Monitoring managerial efficiency in the performing arts: A regional theatres network perspective // Annals of Operations Research. – 2006. – V. 145. – Pp. 167–181. <https://doi.org/10.1007/s10479-006-0032-9>
24. Rushton, M. Pricing the arts // A Handbook of Cultural Economics / Ed by R. Towse. – Second edition. – Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar, 2011. – Pp. 350–355.
25. Throsby, C. D. Production and cost relationships in the supply of performing arts services // The Economics of the Australian Service Sector / Ed. by K. Tucker. – London: Groom Helm, 1977. – Pp. 414–432.
26. Throsby C. D., Withers, G. A. Economics of the performing arts. – New York: St. Martins Press, 1979. – 348 p. <https://doi.org/10.1017/9781108368445.010>
27. Varian, H. R. Price discrimination // Handbook of Industrial Organization. – 1989. – V. 1. – Pp. 597–654. [https://doi.org/10.1016/S1573-448X\(89\)01013-7](https://doi.org/10.1016/S1573-448X(89)01013-7)

28. Zieba, M., Newman, C. Understanding the production in the performing arts: A production function for German public theatres // TEP Working Paper. – Dublin: Trinity College, 2007. – No. 0707. – 29 p.
29. Zieba, M. An analysis of technical efficiency and efficiency factors for Austrian and Swiss non-profit theatres // Swiss Journal of Economics and Statistics. – 2011. – V. 147, No. 2. – Pp. 233–274. <https://doi.org/10.1007/BF03399346>

References

1. Resolution of the Government of the Russian Federation dated on December 28, 2012, No. 2606-r “On Approval of the Action Plan “Changes in the Sectors of the Social Sphere aimed at improving the Efficiency of the Cultural Sector” (with the Action Plan (“Road Map”) “Changes in the Sectors of the Social Spheres aimed at increasing the Efficiency of the Sphere of Culture”), *Legal Reference system “ConsultantPlus”*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140701/ (accessed 17.01.2022).
2. Resolution of the Government of the Russian Federation dated on June 26, 2015, No. 640, “On the Procedure for the Formation of a State Task for the Provision of Public Services (Performance of Work) in Relation to Federal State Institutions and Financial Support for the Implementation of a State Task” (with the “Regulation on the Formation of a State Task for the Provision of Public Services (Performance of Work) in Relation to Federal State Institutions and Financial Support for the Fulfillment of a State Assignment”), *Legal Reference system “ConsultantPlus”*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_181991/ (accessed 17.01.2022).
3. Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation dated on December, 1, 2010, No. 157n “On Approval of the Unified Chart of Accounts for Accounting for State Authorities (Government Bodies), Local Self-Government Bodies, Management Bodies of State Extra-Budget Funds, State Academies of Sciences, State (Municipal) Institutions and Instructions for its Application”, *Legal Reference system “Consultant Plus”*. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_107750/ (accessed 17.01.2022). (In Russian).
4. Galperin V. M., Ignat’ev S. M., Morgunov V. I. *Microeconomics*, In 2 vol., St. Petersburg, The School of Economics Institute, 2004, 352 p. (In Russian).
5. Dadamyan G. G. Thermometer for the theatre, *Collection “Theater Audience: Reflections and Research*, ed. S. M. Apfel’baum, Moscow, Russian Institute of Theater Arts GITIS, 2020, pp. 97–115 (In Russian).
6. Dmitrievskii V. N. The process of commercialization in the post-Soviet culture (on the example of theater), *Kudozhestvennaya kul’tura*, 2019, vol. 2, no. 3, (30), pp. 278–289 (In Russian). <https://doi.org/10.24411/2226-0072-2019-00056>
7. Zelenskaya E. M. Application the method of “Data Envelopment Analysis” to performance measurement of cultural organizations, *Vestnik Baltiiskogo federal’nogo universiteta im. I. Kanta. Seriya: Gumanitarnye i obshchestvennyye nauki*, 2018, no. 2, pp. 39–51. (In Russian).
8. Kondrashova K. V. Legislation on culture and law enforcement as a reflection of Dadamyan’s paradigms, *Socio-economic problems of culture and art: Proceedings of the International Scientific Conference dedicated to the 80th Anniversary of G. G. Dadamyan and the 30th Anniversary of the Higher School of Performing Arts “School of G. G. Dadamyan”*, Moscow, March 30 – April 1, 2018, Higher School of Performing Arts “School of G. G. Dadamyan”, ed.-comp. Andreikina M. S., Moscow, ROSA, 2018, pp. 123–135. (In Russian).
9. Rubinshtein A. Ya. Can performing arts be profitable?, *Theoretical Economics*, 2017, no. 1, pp. 88–108. (In Russian).
10. Rubinshtejn A. Ya., Urin V. G., Apfelbaum S. M., Rudnik B. L., Sundstrem L. G. On the financing of theaters by the number of tickets sold, *Spravochnik rukovoditelya uchrezhdeniya kul’tury*, 2016, no. 4, pp. 12–24. (In Russian).
11. Hesmondalgh D. *The cultural industries*, transl. from Engl. I. Kushnareva, ed. A. Mikhaleva, National Research University “Higher School of Economics”, 2nd edition, Moscow, Higher School of Economics Publ. House, 2018, 456 p. (In Russian).
12. Brealey R. A., Myers S. C., Marcus A. J. *Fundamentals of corporate finance*, 3d edition, The McGraw-Hill Companies, 2001, 798 p.
13. Castiglione C., Infante D., Zieba M. Technical efficiency in the Italian performing arts companies, *Small Business Economics*, 2018, vol. 51, no. 3, pp. 609–638. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9931-1>
14. Donahue T., Patterson J. *Stage money: the business of the professional theater*, University of South Carolina Press, 2010, 192 p.
15. Fazioli R., Filippini M. Cost structure and product mix of local public theatres, *Journal of Cultural Economics*, 1997, vol. 21, no. 1, pp. 77–86. <https://doi.org/10.1023/A:1007341613767>
16. Fernández-Blanco V., Rodríguez-Álvarez A., Wiśniewska A. Measuring technical efficiency and marginal costs in the performing arts: the case of the municipal theatres of Warsaw, *Journal of Cultural Economics*, 2019, vol. 43, no. 1, pp. 97–119. <https://doi.org/10.1007/s10824-018-9330-8>
17. Gapinski J. H. The Production of culture, *Review of Economics and Statistics*, 1980, no. 62, pp. 578–586. <https://doi.org/10.2307/1924782>

18. Gapinski J. H. The Economics of performing Shakespeare, *American Economic Review*, 1984, no. 74, pp. 458–466.
19. Hansmann H. Nonprofit enterprise in the performing arts, *The Bell Journal of Economics*, 1981, vol. 12, no. 2, pp. 341–361. <https://doi.org/10.2307/3003560>
20. Heilbrun J., Gray C. M. *The economics of art and culture*, Cambridge University Press, 2001, 410 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511754135>
21. Holtman A. G. A theory of non-profit firms, *Economica*, 1983, vol. 50, no. 200, pp. 439–449. <https://doi.org/10.2307/2554305>
22. Last A., Wetzel H. The efficiency of German public theatres: a stochastic frontier analysis approach, *Journal of Cultural Economics*, 2010, vol. 34, pp. 89–110. <https://doi.org/10.1007/S10824-009-9111-5>
23. Marco-Serrano F. Monitoring managerial efficiency in the performing arts: A regional theatres network perspective, *Annals of Operations Research*, 2006, vol. 145, pp. 167–181. <https://doi.org/10.1007/s10479-006-0032-9>
24. Rushton M. *Pricing the arts*, A Handbook of Cultural Economics, ed. by R. Towse, Second edition, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA, Edward Elgar, 2011, pp. 350–355.
25. Throsby C. D. *Production and cost relationships in the supply of performing arts services*, The Economics of the Australian Service Sector, ed. by K. Tucker, London, Groom Helm, 1977, pp. 414–432.
26. Throsby C. D., Withers, G. A. *Economics of the performing arts*, New York, St. Martins Press, 1979, 348 p. <https://doi.org/10.1017/9781108368445.010>
27. Varian H. R. *Price discrimination*, Handbook of Industrial Organization, 1989, vol. 1, pp. 597–654. [https://doi.org/10.1016/S1573-448X\(89\)01013-7](https://doi.org/10.1016/S1573-448X(89)01013-7)
28. Zieba M., Newman C. *Understanding the production in the performing arts: A production Function for German Public Theatres*, TEP Working Paper, Dublin, Trinity College, 2007, no. 0707, 29 p.
29. Zieba M. An analysis of technical efficiency and efficiency factors for Austrian and Swiss non-profit theatres, *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 2011, vol. 147, no. 2, pp. 233–274. <https://doi.org/10.1007/BF03399346>

УДК 339.9 JEL O31

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-146-150

Рубаева Ляна Махарбековна
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (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» (Владикавказский филиал), г. Владикавказ, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-7605-0069

e-mail: datieva_2000@mail.ru

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА

Аннотация. Цифровую трансформацию в настоящее время можно признать одним из инструментов антикризисного управления. Поэтому актуальность научной работы проявляется в особенностях управления организацией в условиях цифровизации в период пандемии COVID-19. Предметом исследования является опыт применения цифровой трансформации бизнеса в зарубежных компаниях. Проведен анализ новых тенденций развития цифровых технологий, а также их влияния на трансформацию бизнес-процессов происходящих в зарубежных компаниях. Определены основные особенности управления организацией в условиях цифровизации в период пандемии COVID-19. Научная новизна заключается в определении и изучении основных способов освоения цифровых технологий, применяемых зарубежными организациями в период кризиса, с целью поддержания конкурентоспособности бизнеса.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая трансформация, зарубежный опыт, цифровая экосистема, совершенствование цифровой стратегии, бизнес-модель компании, кризис 2020, этапы цифровизации

Для цитирования: Рубаева Л.М., Датиева А.А. Зарубежный опыт цифровой трансформации бизнеса // Вестник университета. 2022. № 2. С. 146–150.

FOREIGN EXPERIENCE OF DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION

Abstract. Digital transformation, at present, can be recognized as one of the crisis management tools. Therefore, the relevance of scientific work is manifested in the peculiarities of organisation management in the digitalisation during the COVID-19 pandemic. The subject of the study is the experience of applying digital business transformation in foreign companies. The analysis of new trends in the digital technologies development, as well as their impact on the business processes transformation, taking place in foreign companies has been carried out. The main features of the organisation's management in the digitalisation during the COVID-19 pandemic have been determined. The scientific novelty lies in the identification and study of the main ways of mastering digital technologies used by foreign organisations during the crisis in order to maintain business competitiveness.

Keywords: digitalisation, digital transformation, foreign experience, digital ecosystem, digital strategy improvement, business model of the company, crisis 2020, stages of digitalisation

For citation: Rubaeva L.M., Datieva A.A. (2022) Foreign experience of digital business transformation. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 146–150. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-146-150

Введение

Цифровую трансформацию в настоящее время можно признать одним из инструментов антикризисного управления. Суть, которого проявляется во внедрении целых механизмов функционирования в деятельность компаний, позволяющих эффективно реализовывать конкурентные преимущества бизнеса [1].

Благодаря существованию компаний с различной степенью развития, которая определяется посредством цифровой зрелости, можно проанализировать не только уровень цифровизации бизнеса на российском рынке, но и дать оценку темпам развития цифровой трансформации компаний в зарубежных странах.

Стоит отметить, что на развитие технологий оказывают влияние как внутренние, так и внешние факторы. Соответственно, как небольшие, так и крупные организации и корпорации формируют в совокупности единые цифровые стратегии, образующие переход от внутренней автоматизации к полной цифровизации бизнес-процессов. Около половины систем, которые используются компаниями, являются морально устаревшими.

© Рубаева Л.М., Датиева А.А., 2022.

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

© Rubaeva L.M., Datieva A.A., 2022.

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



Эпоха цифровой трансформации

Стремительное распространение цифровых технологий разрушает устоявшиеся модели производства и торговли, создавая как возможности, так и проблемы для устойчивого развития организации и региона, в целом.

Большинство компаний в последние несколько лет пытаются войти в поток развитых цифровых компаний, стремящихся стать «Цифровыми чемпионами», притом что большая их доля находится на начальном этапе или вообще не начали свой цифровой путь. Данного рода компании задаются вопросом «Как создать высоко прибыльную компанию, при этом быть похожей на цифровой бизнес?». Поэтому можно считать, что в будущем, большинство малых и средних компаний, настроенных на построение конкурентоспособного дела, будут ориентироваться на освоение и развитие современных экосистем.

В настоящее время, цифровая трансформация в большей степени влияет на сегменты экономики, в которых более жесткие условия конкурентной борьбы; сферы, в которых возникшие задачи должны решаться практически мгновенно. Именно в таких условиях присутствует мотивация для самих компаний, стимулирующая создавать и предлагать новые товары, работы и услуги, соответствующие уровню спроса на рынке. Например, финансы, логистика и другие.

К секторам, которым приспосабливаться намного сложнее, можно отнести традиционные индустрии, промышленность, строительство и другую деятельность, которые сложнее адаптируются к новым бизнес-моделям. У них сохраняется консервативный взгляд на процесс производства. Им трудно понять, что необходимо внедрять и совершенствовать процессы, меняющие старые устои в бизнесе.

Цифровая трансформация бизнеса – комплексный процесс, организующийся под воздействием постоянно совершенствующегося комплекса процедур, формирующегося в различных областях экономики и не только. Для начала осуществляется оцифровка. Оцифровка включает в себя анализ некоторых составляющих бизнеса, а именно: технологии компании, коммуникативную культуру и степень развития бизнеса. Для каждого элемента предлагается составить, соответственно, направления изменений, координацию взаимодействий и стратегический план развития. Затем проводится аудит функций бизнеса, включающий анализ ИТ, проведение бенчмаркинга.

Ключевые компоненты, определяющие особенности цифрового бизнеса можно разделить на несколько этапов, которые приведены на рисунке 2.

Зарубежный опыт трансформация бизнеса в условиях цифровой экономики

В век развития цифровизации особое внимание следует уделять культуре коммуникативного общения внутри бизнеса. Нужно выстраивать эффективные взаимоотношения между работниками старого поколения, деятельность которых ориентирована на консервативный склад с молодыми профессионалами, работающими в ИТ-сфере.



Источник: [2]

Рис. 1. Преимущества цифровой трансформации



Источник: [5]

Рис. 2. Этапы цифровой трансформации бизнеса



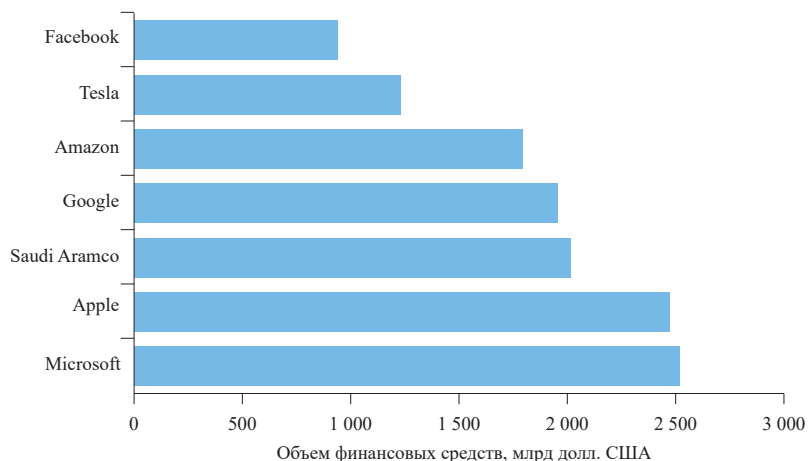
Источник: [5]

Рис. 3. Отличительные особенности цифрового бизнеса

возможность бизнесу адаптироваться к новым условиям и выйти на новый уровень развития [6].

В настоящее время, развитие цифровых технологий не стоит воспринимать как конкретную цель. Основная задача состоит в эффективном внедрении и использовании их в хозяйственной деятельности компаний [4].

В большей степени преимущественно оцифровываются сферы связанные с банковскими операциями, страхованием, отрасли связи, а также компании, занимающиеся программными разработками. Об этом может свидетельствовать рыночная капитализация компаний, позволяющая направлять достаточное количество финансовых ресурсов на освоение цифровых технологий.



Источник: [7]

Рис. 4. Крупнейшие мировые компании по объему рыночной капитализации (по данным, представленным за 2021 г.)

зарубежные компании активно используют цифровые технологии с целью совершенствования своего бизнеса. К ним можно отнести такие бренды Financial Times, Disney World, Nike и др. [7].

В результате снижения продаж бумажных газет, Financial Times была вынуждена найти новые пути совершенствования и развития цифровых каналов связи с потребителями. Поэтому одним из инструментов, позволивших компании повысить спрос на их продукт, стало создание нового, усовершенствованного сайта, способного воспроизводить необходимую информацию с мобильного телефона и компьютерных устройствах всего за несколько секунд.

Всемирно известный парк развлечений Disney World столкнулся с проблемой неудовлетворенности клиентов, что послужило началом освоения комплексной цифровой трансформации бизнеса. Парк развлечений разработал новую программу MyMagic+, которая способствует оптимизации клиентских предпочтений

Прежде чем проводить анализ зарубежного опыта цифровой трансформации бизнеса, необходимо определить, чем отличается цифровой бизнес от традиционной модели ведения бизнеса. Основные отличия приведены на рисунке 3.

Стоит отметить, что кризис 2020 г. внес свои коррективы, которые в некотором роде, стали толчком к ускоренному внедрению цифровых технологий не только в деятельность бизнеса, но и в иные сферы. Пандемия позволила рынку ликвидировать старые консервативные процессы и продукты, неспособные удовлетворять соответствующий уровень конкурентоспособности современных компаний, впоследствии чего, дала

Из рисунка 4 следует, что Microsoft располагает достаточно большим объемом финансовых средств, чтобы направлять их на разработку и внедрение цифровых технологий, способные удовлетворять растущий спрос на потребительском рынке. Постоянно конкурирующая за первое место компания Apple, также имеет достаточно средств, чтобы активно использовать быстро растущий спрос на рынке цифровых технологий.

Идеи цифровой трансформации являются актуальными последние несколько десятилетий. Поэтому большинство развитых стран пристально следят за направлениями развития и внедрения, актуальных в информационном обществе, элементов цифровизации [3]. Так, в последнее время крупные

и повышению уровня лояльности клиентов, что является основной задачей руководства. Преимуществом данной программы является то, что она объединяет в себе совокупный механизм работы больших данных и цифровых технологий, позволивший получить максимальный эффект от вложенных средств.

В 2016 г. Nike создал приложение Nike+, которое позволяет обмениваться данными о здоровье, уведомлять клиентов о новых продуктах. Позже компания открыла фирменный магазин NikeSoho, внутри которого расположены разного рода спортивные площадки. Целью создания подобного магазина является проведение эксперимента с онлайн- и офлайн- площадками.

Однако не стоит пренебрегать анализом платежеспособности компании принимающей решение о проведении цифровизации, так как при неорганизованной тактике рационального использования имеющихся ресурсов, компания может столкнуться с потерей ситуации над платежеспособностью и финансовым положением. Свидетельством тому, может послужить пример компании General Electric. Среди основных ошибок, допущенных ее дочерней компанией GE Digital, которая была создана для продвижения цифрового бизнеса на новый уровень, является то, что у нее отсутствовала система четкого выполнения плана действий по достижению поставленной цели, а ведь для ее реализации были выделены значительные объемы финансовых средств. Это послужило причиной тому, что компания General Electric испытала недостаток средств для дальнейшего развития, тем самым не обеспечив исполнение запланированных мероприятий по внедрению цифровых технологий.

Заключение

Таким образом, можно отметить, что цифровизация является одним из инструментов преодоления кризисной ситуации компании, а также способом повышения уровня конкурентоспособности бизнеса на рынке.

Кроме того, немаловажную роль в активном внедрении цифровых технологий в деятельность, как малых, так и крупных компаний, сыграл кризис 2020 г. В связи с введенными ограничительными мерами во всем мире, люди вынуждены приспосабливаться к самоизоляции, что сопровождается развитием новых условий существования многих компаний, которые вынуждены перейти к этапу цифровой трансформации.

Библиографический список

1. Жаргалсайхан, Н. Особенности цифровой трансформации зарубежных компаний: анализ опыта компании General Electric // Стратегии бизнеса. – 2021. – Т. 9, № 2. – С. 42–48. <https://doi.org/10.17747/2311-7184-2021-2-42-48>
2. Зайченко, И. М., Горшечникова, П. Д., Лёвина, А. И., Дубгорн, А. С. Цифровая трансформация бизнеса: подходы и определение // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2020. – № 2. – С. 205–212. <https://doi.org/10.17586/2310-1172-2020-13-2-205-212>
3. Плотноков, В. А. Цифровизация производства: теоретическая сущность и перспективы развития в российской экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2018. – № 4 (112). – С. 16–24.
4. Рубаева, Л. М., Датиева, А. А. Внедрение цифровых технологий в экономику // Матрица научного познания. – 2019. – № 3. – С. 62–68.
5. Шадченко, Н. Ю. Цифровая трансформация общества: тенденции и перспективы // Базис. 2021. – № 2 (10). – С. 5–9. https://doi.org/10.51962/2587-8042_2021_10_5
6. Паньков, В. Пандемия ускорила цифровизацию бизнеса // РКБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/5f8f191f7a8aa930ddd3c511> (дата обращения: 05.11.2021).
7. Пять примеров цифровой трансформации бизнеса // Orange Business Services [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.orange-business.com/ru/blogs/pyat-primerov-tsifrovoy-transformatsii-biznesa> (дата обращения: 05.11.2021).

References

1. Jargalsaikhan N. Features of digital transformation of foreign companies: analysis of the experience of General Electric, *Strategii biznesa*, 2021, vol. 9, no. 2, pp. 42–48. (In Russian). <https://doi.org/10.17747/2311-7184-2021-2-42-48>
2. Zaychenko I. M., Gorshcnikova P. D., Lyovina A. I., Dubgorn A. S. Digital transformation of business: approaches and definitions, *Scientific journal NRU ITMO. Series Economics and Environmental Management*, 2020, no. 2, pp. 205–212. (In Russian). <https://doi.org/10.17586/2310-1172-2020-13-2-205-212>
3. Plotnikov V. A. Digitalization of production: the theoretical essence and development prospects in the Russian economy, *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, 2018, no. 4 (112), pp. 16–24. (In Russian).

4. Rubaeva L. M., Datieva A. A. Introduction of digital technologies into the economy, *Matritsa nauchnogo poznaniya*, 2019, no. 3, pp. 62–68. (In Russian).
5. Shadchenko N. Yu. Society digital transformation: trends and prospects, *Basis*, 2021, no. 2 (10), pp. 5–9. (In Russian). https://doi.org/10.51962/2587-8042_2021_10_5
6. Pankov V. The pandemic has accelerated the digitalization of business, *RBC*. Available at: <https://plus.rbc.ru/news/5f8f191f7a8aa930ddd3c511> (accessed 05.11.2021).
7. Five examples of digital business transformation, *Orange Business Services*. Available at: <https://www.orange-business.com/ru/blogs/pyat-primerov-tsifrovoi-transformatsii-biznesa> (accessed 05.11.2021).

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ

УДК 338.47.656

JEL O18, E22

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-151-159

Бычкова Анна Андреевна

мл. науч. сотр., ФГБУН Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук, г. Екатеринбург, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-8676-5298

e-mail: bychkova.aa@uiec.ru

ИНВЕСТИЦИИ В ТРАНСПОРТНУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ РОССИИ

Аннотация. В статье рассмотрены источники инвестиций в транспорт, обоснована необходимость финансовых вложений на примере затрат в мировом и российском масштабе. Проанализирована динамика изменений инвестиций по категориям транспортных путей за 2016–2019 гг. Приведены исследования научных трудов авторов по данной тематике. Обновление и оптимизация транспортной структуры приносит в транспортную инфраструктуру России ряд преимуществ. Помимо положительных моментов модернизации инфраструктуры существует процент потерь – риски от инвестиционных вложений. В методологии исследования представлены формулы расчетов, при помощи которых определяется рентабельность инвестиционных программ. В качестве решения недостатка инвестиционных средств предложено создание совокупных источников инвестиций.

Ключевые слова: инвестиции, транспортная инфраструктура, оптимизация, транспортные расходы, транспорт, транспортные пути, финансирование, развитие транспорта

Благодарности. Статья подготовлена в соответствии с планом научно-исследовательских работ для лаборатории моделирования пространственного развития территорий ФГБУН «Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук» на 2022 г.

Для цитирования: Бычкова А.А. Инвестиции в транспортную инфраструктуру России // Вестник университета. 2022. № 2. С. 151–159.

INVESTMENTS IN RUSSIA'S TRANSPORT INFRASTRUCTURE

Annotation. The article considers the investment sources in transport, justifies the need for financial investments on the example of costs on a global and Russian scale. The dynamics of changes in investments by categories of transport routes for 2016–2019 has been analysed. The research of the authors' scientific works on this topic has been given. Renovation and optimisation of the transport structure brings a number of advantages to the Russian transport infrastructure. In addition to the positive aspects of infrastructure modernisation, there is a percentage of losses – these are risks from investments. The methodology of the study presents formulas for calculations, by which the investment programs profitability has been determined. As a solution to the lack of investment funds, the creation of aggregate investment sources has been proposed.

Keywords: investments, transport infrastructure, optimisation, transport costs, transport, transport routes, financing, transport development

Acknowledgements. The article was prepared in accordance with the plan of research works for the Laboratory of modeling of territories' spatial development of the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences for 2022.

For citation: Bychkova A.A. Investments in Russia's transport infrastructure. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 151–159. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-151-159

Anna A. Bychkova

Junior Researcher, Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg, Russia

ORCID: 0000-0001-8676-5298

e-mail: bychkova.aa@uiec.ru

Введение

В настоящее время понятие «инфраструктура» (комплекс взаимосвязанных структур) у большинства населения ассоциируется с транспортом. Инвестиции в транспортную инфраструктуру считаются выгодным вложением, так как от развития транспортной сети зависит успешность развития как для предприятий, так и государства в целом, поскольку транспортная структура, как основной грузо- и пассажироперевозчик, имеет стратегически важное значение в экономической жизни страны. Транспортная инфраструктура – звено,

© Бычкова А.А., 2022.

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

© Bychkova A.A., 2022.

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



позволяющее решать важные социальные и экономические вопросы. Инвестиции позволяют снизить издержки, а следовательно, способствуют развитию экономики регионов, улучшают качество жизни населения. Транспортная отрасль за последние годы «шагнула» далеко вперед, введены новые виды транспорта, закреплённые в нормативно-правовых документах как средства индивидуальной мобильности. Нововведения подразумевают изменения и в транспортной инфраструктуре: подготовку мест специализированных парковок, выделение полосы транспортного движения, внесение скоростных ограничений, внесение изменений в соответствующие правила и др. Чем больше инвестиций, тем быстрее развивается инфраструктура транспортной сети.

Цель исследования выявить источники инвестиций в транспортную инфраструктуру России.

Задачи исследования:

- рассмотреть динамику изменений инвестиций в транспортную инфраструктуру России по видам;
- выявить динамику изменений инвестиций в транспортную инфраструктуру России;
- проанализировать транспортные инвестиции в мире, сопоставить с инвестициями в российскую транспортную инфраструктуру.

Гипотеза исследования состоит в том, что «активные» транспортные инвестиции оказывают заметное влияние на характер развития экономического положения регионов, страны в целом.

Практическая новизна работы состоит в выявлении ключевых тенденций протекания инвестиционно-процесса, а также в разработке рекомендаций по активизации инвестиционной деятельности экономики в условиях пандемии.

Необходимость инвестиций в транспортную инфраструктуру обусловлена стоящей перед государством задачей повысить качество жизни граждан, чтобы она была более комфортной и удобной, с надежным и безопасным транспортным сообщением. Во многих регионах выявлен высокий износ дорожного полотна. Это является следствием климатических катастроф (вымывание дорожного покрытия, сход оползней, потопа и т. д.). Эти факторы провоцируют повышенную опасность дорожно-транспортных происшествий, помимо негативных последствий изменения в транспортной инфраструктуре обусловлены ростом населения и увеличением жилищного фонда. Необходимость реконструкции существующих дорожных покрытий, транспортных развязок, взлетно-посадочных полос международных или внутренних аэропортов, пристаней требует огромных финансовых вложений.

Положительная динамика изменений развития территории России влечет за собой ряд потребностей. С увеличением численного состава населения, с ростом туристических направлений появляется необходимость в строительстве новых объектов транспортной инфраструктуры, реставрации существующих зданий, дорог, железнодорожных полотен. Все вышеперечисленные объекты требуют основных и дополнительных финансовых инвестиций. Стратегия развития транспорта предполагает рост мобильности населения более чем на 80 % к 2030 г. Такой показатель может быть достигнут, в основном, за счет мер по развитию инфраструктуры транспорта путем строительства дорог, развития авиации, пригородных перевозок и других видов сообщения.

Транспортное финансирование в мире занимает одно из важных мест в распределении расходов. Затраты на дорожные развязки, мосты, водные и воздушные порты в мире за год составляют около 96 трлн руб.

Наибольшую категорию транспортных инфраструктурных расходов в мире составляют автодороги. Финансовое содержание и строительство дорог обходится в разы больше, чем в сумме расходы на эксплуатацию железнодорожного полотна, морских, речных пристаней и аэропортов.

Рассматривая долгосрочное развитие инфраструктуры в России до 2040 г., по статистическим данным агентства «РОСИНФРА», в прогнозном планировании расходы по использованию путей сообщения практически не изменятся, сокращения не будет, рост будет зависеть от роста инфляции и иных факторов. При этом затраты на автодороги вырастут в мире примерно до 95,498 трлн руб., поскольку осуществляется программа развития и расширения автодорог, помимо этого прежние дороги требуют большего внимания из-за износа покрытия. В 2021 г. в России на развитие транспортной инфраструктуры выделено 1,300 трлн руб. Строительство новых скоростных дорог, таких как трасса Казань – Екатеринбург, кроме бюджетных субсидий требуют вложения средств инвесторов. В дальнейшем такие трассы принесут в валовой региональный продукт (ВРП) миллиарды рублей. Строительство скоростной трассы до Екатеринбурга должно обойтись примерно в 650 млрд руб., как строительство участка Москва – Нижний Новгород – Казань. Но расходы могут значительно вырасти за счет строительства инфраструктуры новой трассы.

Железнодорожные сети стоят вторыми по величине расходов – 24 408,64 млрд руб. Другие виды транспортной инфраструктуры не превысят 7 352 млрд руб. каждый в отдельности.

На сегодняшний день фактические затраты на транспорт в России составляют 2,8 % от суммы валового внутреннего продукта (ВВП), при планировании спрогнозирована сумма в размере 4,2 % от ВВП.

В стратегическом плане заложены расходы в сумме 5 % к 2024 г. с целью не допустить дефицита бюджета.

Из бюджетных средств на национальные проекты страны направлены инвестиции – 25,7 трлн руб., примерно 15,3 трлн руб. из них направлены на развитие и поддержание транспортной инфраструктуры.

Осуществляя инвестиции в транспортные программы развития, национальные проекты, государство получает благо в виде повышения рентабельности труда, экономии энергоресурсов и иных материальных ресурсов, которые покрывают издержки, способствуют экономическому росту государства, увеличению конкурентоспособности на рынке и др. [3].

Материалы и методы

Исследованиями в области инвестиций, финансирования проектов развития инфраструктуры занимались: Н. Б. Москалева, Т. В. Коновалова [2], С. Л. Надирян, Д. Ю. Дудник, А. О. Гибашева, С. С. Пшеничников, О. В. Малиновская, И. П. Скобелева, Е. А. Сапко и другие.

Н.Б. Москалева описывает влияние качества дорог на дорожно-транспортные происшествия, подчеркивает необходимость инвестиций в транспортную инфраструктуру, как источник, способствующий улучшению дорожных покрытий [4].

С. С. Пшечников, отмечает, что инвестиции в транспортные объекты способствуют совокупному росту экономики страны, повышается объем перевозок пассажиров и товаров различных категорий, уменьшаются расходы, поскольку возникают альтернативные маршруты передвижений, улучшается качество жизни граждан [6].

Соавторы С. Л. Надирян, Д.Ю. Дудник, А.О. Гибашева на примере одного из регионов рассмотрели влияние экономики на транспортную отрасль и наоборот и пришли к выводу, что рост экономики способствует повышению капитальных вложений в инфраструктуру транспорта [5]. В исследовании была сформулирована закономерность региональной инвестиционной деятельности – финансовые вложения являются источником роста экономики, а экономический рост тем самым способствует увеличению инвестиций в транспортную инфраструктуру.

О. В. Малиновская и И. П. Скобелева описывают необходимость инвестиций поскольку транспорт выполняет главную функцию соединения между регионами и зарубежными странами, инвестиции рассматриваются по источникам финансирования не только государственного, но и частных вложений. Финансирование реконструкций или расширения зачастую происходит из двух или трех фондов, собственных резервов транспортных компаний, бюджетных и прочих привлеченных средств [3].

Е. А. Сапко отмечает проблему инвестиции на транспорте, из-за низкого финансирования, снижается эффективность развития транспортной отрасли, экономики страны [7].

Инвестиции напрямую связаны с рисками, поскольку на финансовые вложения влияет ряд неблагоприятных событий: инфляционный рост, снижение стоимости национальной валюты на мировом уровне, увеличение цен на строительные материалы и иные скрытые риски.

С целью благоприятного развития транспорта с минимальными рисками для экономики в государстве, необходимо осуществлять развитие внутренней инфраструктуры, поскольку транспортные сети являются связующим звеном между регионами, а также зарубежными странами. Правительство прилагает невероятные усилия для реализации национальных программ в ситуации лимитированного бюджетного финансирования, стремится по мере возможности привлечь и изыскать дополнительное финансирование. Ограничение в финансовой области побуждает управляющий аппарат разрабатывать рентабельные способы по поддержанию и формированию улучшенной транспортной сети. Зарекомендованные способы координации финансовых потоков для развития транспортной сети предполагают применение стратегических подходов инвестирования, обеспечивающих достижение целей [6].

При обновлении транспортной сети регионы приобретают значительные выгоды:

- новые дороги, которые позволяют использовать «смешанные» виды транспорта, тем самым сокращать время на транспортировку;

- улучшение транспортных сетей приводит к росту деловой и инвестиционной активности территории;
- введение новых объектов инфраструктуры позволяет создать кадровые места, обеспечивая работой население, тем самым снижается уровень безработицы;
- развитие транспортной инфраструктуры позволяет создать новые торговые выходы, как следствие этого повышается конкурентоспособность в различных отраслях, а следовательно, происходит развитие экономики регионов;
- дополнительные транспортные пути способствуют снижению транспортных расходов как для пассажиров, так и для предприятий, улучшаются торговые пути, повышается скорость доставки грузов.

Сегодня в России можно отметить положительную тенденцию роста в развитии экономики. Этому способствует демографический рост. Увеличился экспортный и импортный объем грузовых транспортировок. Однако воздействие пандемии COVID-19 на транспорт сыграло существенную роль в снижении пассажирооборота.

Транспортные инвестиции подразумевают расходы на дополнительное строительство новых объектов инфраструктуры, реконструкцию существующих зданий, обновление транспортных средств, приобретение оборудования, технический осмотр, иные производственные расходы, внедрение новейшей электроники, инвестиции в научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки.

Транспортные инвестиции разделяют по источникам на:

- денежные средства, поступающие из федерального бюджета;
- из фонда национального благосостояния;
- регионального бюджета;
- привлеченные российские и иностранные средства;
- собственные средства транспортных организаций;
- частные инвестиции.

Привлечение иностранных инвесторов, прежде всего, подразумевает реализацию совместных проектов по укреплению взаимосвязей. Примером является развитие международных транспортных коридоров.

В настоящее время существуют несколько категорий иностранных транспортных коридоров: панъевропейские (критские), евро-азиатские, северо-восточной Азии и другие. Пути могут располагаться как на территории России, так и за ее пределами. Международные коридоры охватывают все виды транспорта (наземный, водный, воздушный), управляющий аппарат, который контролирует и причастен к созданию транспортных коридоров состоит из Европейской Конференции министров транспорта, Комитета по внутреннему транспорту Европейской Экономической Комиссии Организации Объединенных наций, Мировой банк, Европейский банк реконструкции и развития, Европейский инвестиционный банк, а также заинтересованных стран.

Изменения транспортной инфраструктуры, связанные с рядом мировых событий, произошли в Казани, Москве, Сочи. Множество проектов осуществляется на сегодняшний день для конкретных мероприятий, например, реконструкция транспортных развязок в Екатеринбурге, связанная с проведением летней Универсиады в 2023 г. Присоединение Республики Крым повлекло необходимость создания новых транспортных дорожных и железнодорожных узлов, соединяющих полуостров с материком. Выполнение крупномасштабных транспортных программ, проектов требует глобальных корректировок в достаточно сложной в условиях пандемии социально-экономической обстановке, возникает необходимость увеличения числа сотрудников для реализации проектов, подготовки научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок. Все это необходимо, в том числе, и для определения необходимых сумм финансирования проектов.

Несмотря на уже реализованные программы, большое внимание уделяется комплексному плану модернизации и расширению магистральной инфраструктуры, повышению качества дорог. Это позволяет улучшить безопасность движения.

Помимо национальных проектов, нацеленных на расширение дорог, действуют программы крупных городов, которые направлены на снижение экологических выбросов от транспорта, подавление шума от транспортных развязок. Транспортные сети по стране играют важную роль в транспортировке и развитии экономики. В случае приостановки функционирования транспорта, экономическое развитие государства замедлится. Примером снижения деятельности других отраслей экономики, не только транспорта, служит 2020 г., когда в России были предприняты меры, ограничивающие перемещение граждан на территории страны и в зарубежные страны. Объемы пассажирооборота снизились на 30 % в условиях пандемии.

Инвестиции в транспорт играют значимую роль, поскольку денежные средства направлены на реконструкции, обновления самого транспорта. Все расходы в транспортной сфере можно сгруппировать по принадлежности к следующим категориям.

1. Дороги – городского и сельского, междугороднего назначения «эксплуатация автомобильных дорог общего пользования» и «эксплуатация дорожных сооружений» (включая данные по внутригородским дорогам).
2. Автомагистрали – трассы федерального значения с повышенным скоростным режимом «эксплуатация автомобильных дорог общего пользования».
3. Железные дороги – железнодорожные пути, привокзальные площади, здания вокзалов и иные объекты инфраструктуры».
4. Внутренние водные пути – водные маршруты внутри страны по рекам, пристани, порты отправления / прибытия.
5. Морские порты приведены данные по виду экономической деятельности «деятельность морского транспорта».
6. Аэропорты – территории воздушных портов, сервисных центров авиакомпаний, здания и иные объекты авиainфраструктуры.

Данные по инвестициям в транспортную инфраструктуру страны за 2016–2019 гг. представлены в таблице 1.

Таблица 1

Инвестиции в транспортную инфраструктуру России

Виды транспортных путей	2016 г.	Темп прироста, %	2017 г.	Темп прироста, %	2018 г.	Темп прироста, %	2019 г.	Темп прироста, %
Автомагистрали	386 099	32	349 423	-10	359 540	3	434 354	17
Автомобильные дороги	563 768	36	540 372	-4	539 416	0	486 453	-11
Аэропорты	44 120	-23	25 443	-73	20 046	-21	34 276	42
Внутренние водные пути	5 460	103	2 874	-90	4 167	45	8 826	53
Железные дороги	358 457	6	237 804	-51	321 894	35	484 065	34
Морские пути	13 223	297	9 325	-42	22 155	138	34 026	35
Итого	1 371 126	24	1 165 240	-15	1 267 218	9	1 481 998	17

Источник [1]

Указанные статистические инвестиционные данные приведены без учета средств субъектов малого предпринимательства. Группировка направления сумм финансовых вложений в основные средства по объектам транспортной инфраструктуры проводится исходя из их прямого назначения использования, той или иной сферы функционирования.

Методы оценки эффективности инвестиций в транспортную отрасль подразумевают анализ отдельно взятой инвестиционной программы и экспертную оценку совокупности всех результатов. Оценка инвестиций производится посредством расчета основных показателей: дисконтирование денежного потока PV , срока окупаемости PP и чистая дисконтированная стоимость NPV , индекс прибыльности PI . У каждого из показателя установлены нормативные значения, в пределах которых проект считается рентабельным.

С помощью показателя PV оценивают денежные вложения с учетом ставки дисконта на заданный период:

$$PV = CF/(1 + r)^i, \quad (1)$$

где CF – денежный поток, r – ставка дисконтирования, i – период (1, 2, 3, ..., n – год).

Показатель PP характеризует период, через который финансовые инвестиции начнут приносить доход. Окупаемость можно рассчитать по следующей формуле:

$$PP = I_{\text{кап.}} / CF_{\text{сред.}}, \quad (2)$$

где $I_{\text{кап.}}$ – инвестиционный капитал; $CF_{\text{сред.}}$ – средние поступления от программы.

NPV – оценка эффективности денежных потоков с учетом ставки дисконтирования за определенный год за вычетом первоначальных вложений:

$$NPV = \sum P_i / (1 + r)^i - \sum I / (1 + r)^i, \quad (3)$$

где n, i – количество временных периодов (1,2,3), P – денежный поток, r – ставка дисконтирования, I – инвестиции.

Если $NPV \leq 0$, то данная инвестиционная программа не обеспечивает покрытие будущих расходов или обеспечивает только безубыточность и ее следует отклонить от дальнейшего рассмотрения.

Если $NPV > 0$ – программа привлекательна для инвестирования и требует дальнейшего анализа.

Если $NPV_1 > NPV_2$ инвестиционная программа (1) более привлекательна по норме приведенного дохода, чем вторая программа (2).

Показатель эффективности инвестиций позволяет оценить меру устойчивости программы. PI – соотношение суммы чистой приведенной стоимости к сумме инвестиций, характеризует доходность программы:

$$PI = NPV / I. \quad (4)$$

Приведенные выше показатели эффективности отражают инвестиционную привлекательность для инвесторов. Потребность модернизации и оптимизации инвестиционного инструментария транспортной системы в целях улучшения рентабельности, уменьшения издержек и решения задач потребностей населения, которые взаимосвязаны с увеличением территориальной инфраструктуры и ограниченными финансовыми возможностями государства.

Результаты

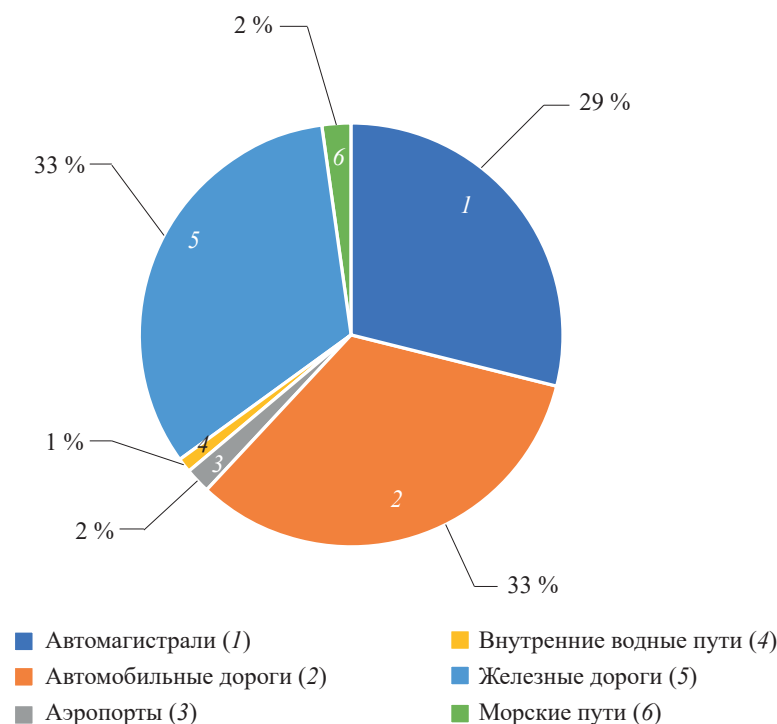
Транспортные инвестиции подразумевают сумму вложений на реконструкцию, модернизацию, создание новых инфраструктурных объектов, в том числе дорожных покрытий.

Иррациональное распределение инвестиций позволяет улучшить определенную инфраструктуру транспорта, завершить стратегические проекты. По сумме инвестиций с 2016–2019 гг. максимальные вложения в развитие приходятся на автомобильные дороги, автомагистрали и железные дороги, поскольку охват протяженностей путей сообщения занимает большую долю и требует большего поддержания качества покрытия по сравнению с другими.

Рассматривая изменения инвестиционного показателя, можно наблюдать как положительную динамику в 2016 г., 2018 г., 2019 г. по исследуемым видам транспорта, кроме аэропортов, так и абсолютно отрицательный темп прироста (убыль) в 2017 г. Тенденцию инвестиций в развитие задает стратегия развития государства, сумма финансовых вложений меняется в зависимости от первичных, экстренных ситуаций, требуемых незамедлительных вложений с целью ликвидации или устранения проблем. Транспортная отрасль имеет свое соотношение инвестиций, (рис. 1).

Самыми крупными видами транспорта по сумме инвестиций являются автодороги и железнодорожные пути. Это обосновано площадью охвата территорий, где расположены дорожные покрытия. На 2019 г. автодороги занимают площадь – 64 км путей на 1 000 км² территории, ж/д полотно – 51 км путей на 10 000 км² территории. Износ дорожных покрытий наземного транспорта требует дополнительных вложений для реставрации или создания нового полотна.

Автомагистрали занимают третье место по максимальному распределению инвестиций, протяженность дорог составляет – 1,529 млн км, трассы располагаются не в каждом регионе, автомагистрали находятся на стадии роста, идет освоение региональных территорий, прокладываются новые инфраструктуры.



Составлено автором по материалам источника [1]

Рис. 1. Процентное соотношение инвестиций в транспорт за 2019 г.

Аэропорты, морские и внутренние водные пути не имеют плотного покрытия и не требуют их обслуживания. Вложения в эти отрасли экономики направлены для поддержания и создания новых инфраструктурных объектов. Потеря времени в морских портах происходит из-за плохих подъездов, необорудованных площадок для погрузки-разгрузки грузов, это приводит к потере клиентов, снижает рентабельность. Данные виды транспорта носят стратегически важную роль не только для внутренних соединений территорий государства, но и важное международное значение.

На сегодняшний день в период пандемии сложилась сложная ситуация, когда инвестиционная деятельность в большей мере направлена на медицину, здравоохранение. Однако транспорт как связующее звено между другими странами и внутренними транспортировками также не остался без внимания. В 2020 г. финансирование по государственному плану в рамках «Развитие транспортной системы» профинансировано из средств федерального бюджета 1 204 429,6 млн рублей [1]. Данные поступления направлены на процессы цифровизации, обеспечения транспортного надзора, развития инфраструктуры, в том числе поддержку межрегионального воздушного транспорта. Роль транспорта в межрегиональных и международных связях огромна, проведена колоссальная работа по грузообороту средств индивидуальной защиты, поставке продуктов первой необходимости, а также деятельность по возврату граждан из других стран во время международных ограничений передвижений в условиях пандемии.

В 2021 г. основными стратегически важными проектами в Свердловской области являются «здравоохранение, демография, образование, культура», сумма инвестиций в эти отрасли – 37 млрд рублей. При этом в транспортную инфраструктуру также запланированы вложения. Например, в Свердловской области 6,9 млрд рублей распределено на реализацию нацпроекта «Безопасные и качественные автомобильные дороги» в 2021 г. из средств федерального бюджета, также Свердловской железной дороге направили 27,7 млрд рублей на развитие пропускной способности магистралей.

Проблема ограниченного объема инвестиций сказывается на общем развитии инфраструктуры транспорта, состояние транспортной отрасли зависит от финансовых вложений. Помимо этого, остается актуальной проблема организационных подрядных структур для поддержания и своевременного обновления дорожных покрытий. Зачастую в процессе ремонта дорог бригады останавливают деятельность из-за нехватки финансирования, поскольку стоимость материалов на момент работ превышает запланированные расходы.

Инвестиционный процесс в транспортной отрасли требует концентрированного внимания к себе, поскольку оценку сумм вложений в тот или иной вид транспорта необходимо корректировать в зависимости от внешних и внутренних факторов. В расчетах стоит учитывать фактор риска и непредвиденных обстоятельств. Как правило, эксперты отмечают, что процент прогнозных потерь составляет около 20–30%, по факту потери имеют повышенный процент 45–60%, в редких случаях риски могут составлять около 5–10%.

Безрисковые ситуации на транспорте практически нереальны, само определение инвестиции несет за собой риск. Риски связаны и с нарушением норм дорожных покрытий, со стихийными бедствиями. Как следствие, возникают дополнительные финансовые издержки, временные границы ремонтных проектов в разы увеличиваются из-за повторного снятия дорожного полотна. Решением рискованных ситуаций в транспорте является своевременный мониторинг и корректировка стратегического плана. Оптимальное финансовое решение – создание финансовой подушки и страхование от ряда высокорисковых возможных потерь.

Заключение

Одной из стратегических задач развития экономики России является улучшение состояния транспортной инфраструктуры. Оптимизация объектов транспортной системы позволяет улучшить транспортно-логистическую связь Европы и Азии. Транспортное состояние повышает инвестиционную привлекательность, увеличивает доходность регионов. Нехватка инвестиций является актуальной проблемой на протяжении нескольких лет, поскольку распределение федерального бюджета основано на первичных потребностях в зависимости от социально-экономической обстановки. Альтернативным решением недостатка денежных средств является объединение инвестиций государственных, частных и других. На сегодняшний день Россия является уникальным местом для привлечения инвесторов, проведение масштабных культурных, спортивных и иных мероприятий позволяет привлечь международных и отечественных инвесторов. Международные события внутри государства дают толчок для развития транспортной инфраструктуры, так как производится строительство новых дорог, развязок, обновление дорожных покрытий, строительство зданий и сооружений транспортной сети, модернизация и реконструкция существующих объектов, обновление транспортных средств для более комфортного передвижения граждан.

Библиографический список

1. Коновалова, Т. В., Надирян, С. Л. Оптимизация инвестиций в транспортно-логистическую деятельность предприятия // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2013. – № 3. – С. 208–210.
2. Малиновская, О. В., Скобелева, И. П. Институт государственно-частного партнерства на транспорте: значение, особенности и проблемы // Вестник государственного университета морского и речного флота им. адмирала С. О. Макарова. – 2010. – № 1 (5). – С. 106–109.
3. Москалева, Н. Б. Инвестиционная привлекательность регионов - основа для повышения качества автотранспортных услуг населению, роста других показателей субъектов Российской Федерации // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 37. – С. 10–21.
4. Надирян, С. Л., Дудник, Д. Ю., Гибашева А. О. Влияние транспорта на инвестиционную привлекательность региона // Вестник Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии. – 2013. – № 5 (33). – С. 146–150.
5. Пшеничников, С. С. Инвестиции в развитие транспортной инфраструктуры России // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2017. – № 4. – С. 31–35.
6. Сапко, Е. А. Императивность активизации инвестиционной деятельности на транспорте // Транспортное дело России. – 2013. – № 4. – С. 122–124.
7. Транспорт России. Информационно-статистический бюллетень январь–декабрь 2020 года // Министерство транспорта Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mintrans.gov.ru/file/463645> (дата обращения: 11.01.2022).

References

1. Konovalova T. V., Nadiryan S. L. Optimizing investments in transport and logistics activities of the company, *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki*, 2013, no.3, pp. 208–210. (In Russian).

2. Malinovskaya O. V., Skobeleva I. P. The institute for public-private partnership in transport: the importance, features and problems, *Vestnik gosudarstvennogo universiteta morskogo i rechnogo flota imeni admiral S. O. Makarova*, 2010, no. 1 (5), pp. 106–109. (In Russian).
3. Moskaleva N. B. The investment attractiveness of regions as a basis to improve the quality of road transport services and other indices of the Russian Federation subjects, *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika*, 2014, no.37, pp. 10–21. (In Russian).
4. Nadiryan S. L., Dudnik D. Yu., Gibasheva A. O. Impact of transport on the region's investment attractiveness, *The automobile and highway industry journal*, 2013, no. 5 (33), pp.146–150. (In Russian).
5. Pshenichnikov S. S. Investments in the development of transport infrastructure of Russia, *Innovatsionnaya ekonomika i sovremennyyi menedzhment*, 2017, no. 4, pp. 31–35. (In Russian).
6. Sapko E. A. The imperative of accelerating investment in transport, *Transport business in Russia*, 2013, no. 4, pp. 122–124. (In Russian).
7. Transport of Russia. Information and Statistical Bulletin January–December) 2020, *Ministry of Transport of the Russian Federation*. Available at: <http://mintrans.gov.ru/file/463645> (accessed 11.01.2022).

ФИНАНСЫ И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

УДК 338.45:004.7:005.334(47+57)

JEL M15, M31, O12, D22, C12

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-160-169

Спицына Любовь Юрьевна
канд. экон. наук, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский политехнический университет», г. Томск, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-3923-984X

e-mail: s_luba_07@mail.ru

Грибанова Екатерина

Борисовна

канд. тех. наук, ФГБОУ ВО «Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники», г. Томск, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-6499-5893

e-mail: katag@yandex.ru

Спицын Владислав

Владимирович

канд. экон. наук, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский политехнический университет», ФГБОУ ВО «Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники», г. Томск, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-8360-7590

e-mail: spitsin_vv@mail.ru

Lubov Yu. Spitsina

Cand. Sci. (Econ.), National Research Tomsk Polytechnic University, Tomsk, Russia

ORCID: 0000-0002-3923-984X

e-mail: s_luba_07@mail.ru

Ekaterina B. Gribanova

Cand. Sci. (Engineering), Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics, Tomsk, Russia

ORCID: 0000-0001-6499-5893

e-mail: katag@yandex.ru

Vladislav V. Spitsin

Cand. Sci. (Econ.), National Research Tomsk Polytechnic University, Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics, Tomsk, Russia

ORCID: 0000-0002-8360-7590

e-mail: spitsin_vv@mail.ru

ЦИФРОВОЙ КАПИТАЛ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИИ И ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

Аннотация. Цифровизация экономики и мировая пандемия коронавируса переводят конкурентную борьбу за потребителя в виртуальную интернет-среду, в которой успех предприятия зависит от его цифрового капитала, включающего систему интернет-коммуникаций с потенциальными потребителями. В статье выявлены закономерности и тенденции развития цифрового капитала предприятий, ориентированных на розничный рынок за период 2017–2021 гг. Проведен экономический и дисперсионный анализ показателей цифрового капитала по сформированным выборкам предприятий. Отмечено, что лидерами по востребованности вебсайтов являются отрасли торговли и сферы услуг. Мощным драйвером роста стала мировая пандемия коронавируса в 2020–2021 гг., причем основной эффект по продвижению вебсайтов предприятий наблюдается с запаздыванием на один год (в 2021 г.). Обнаружено, что предприятия большинства отраслей практически не занимаются развитием платного трафика своих сайтов. Только агентства недвижимости активно взаимодействуют с рекламными интернет-сервисами. Показано, что развитие цифрового капитала предприятий постоянно требует новых импульсов или драйверов роста, при этом предприятия большинства исследованных отраслей не используют полный спектр возможностей для наращивания цифрового капитала.

Ключевые слова: нематериальные активы, цифровой капитал, интернет-коммуникации, пандемия COVID-19, цифровизация экономики, интернет-сайты предприятий, интернет-трафик, потребительский рынок, онлайн-продажи, дисперсионный анализ, Россия

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ в рамках научно-исследовательского проекта РНФ «Цифровой капитал и его влияние на развитие предприятий в условиях санкций и пандемии: Эконометрическое моделирование», проект № 22-28-01795.

Для цитирования: Спицына Л.Ю., Грибанова Е.Б., Спицын В.В. Цифровой капитал российских предприятий: тенденции развития в условиях цифровизации экономики и пандемии коронавируса // Вестник университета. 2022. № 2. С. 160–169

DIGITAL CAPITAL OF RUSSIAN ENTERPRISES: DEVELOPMENT TRENDS IN THE DIGITALISATION OF THE ECONOMY AND THE CORONAVIRUS PANDEMIC

Abstract. The digitalisation of the economy and the global coronavirus pandemic transfer competition for consumers into a virtual Internet environment, in which the enterprise success depends on its digital capital, which includes an Internet communication system with potential consumers. The article reveals the regularities and trends in the development of the enterprises digital capital focused on the retail market for the period 2017–2021. Economic and variance analysis of digital capital indicators based on the enterprises formed samples has been carried out. It has been noted that the leaders in the demand for websites are the trade and services industries. The global coronavirus pandemic in 2020–2021 became a powerful growth driver, with the major effect on enterprise website promotion is observed with a one year lag (in 2021). It has been found that the most industries enterprises are practically not engaged in the paid traffic development for their sites. Only real estate agencies actively interact with advertising Internet services. It has been shown that the enterprises digital capital development constantly requires new impulses or growth drivers and enterprises in most studied industries do not use the full opportunities range for increasing digital capital.

Keywords: intangible assets, digital capital, Internet communications, COVID-19 pandemic, digitalisation of the economy, firms' websites, Internet traffic, retail market, online sales, variance analysis, Russia.

Acknowledgements. The reported study was funded by the Russian Science Foundation as a part of the Russian Science Foundation research project "Digital capital and its impact on enterprise development under sanctions and pandemic: Econometric modelling", Project No. 22-28-01795.

For citation: Spitsina L. Yu., Gribanova E. B., Spitsin V. V. (2022) Digital capital of Russian enterprises: development trends in the digitalisation of the economy and the coronavirus pandemic. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 160–169. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-160-169

© Спицына Л.Ю., Грибанова Е.Б., Спицын В.В., 2022.

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

© Spitsina L. Yu., Gribanova E. B., Spitsin V. V., 2022.

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



Введение

Новая экономическая реальность, связанная с мировой пандемией коронавируса, создает условия для интенсификации процессов цифровизации экономики [4]. Периодическое введение локдаунов или длительных периодов праздничных и выходных дней активно применялось и применяется многими странами и Россией в качестве мер борьбы с мировой пандемией коронавируса. Кроме того, во многих странах действуют рекомендации по ограничению социальных контактов. В этих условиях у предприятий нарушаются традиционные формы контактов с потребителями, однако появляются новые возможности развивать интернет-коммуникации и онлайн-продажи товаров [1; 6; 5].

Создаются предпосылки для перевода конкурентной борьбы за потребителя в виртуальную интернет-среду и интенсификации развития новых форм взаимодействия с потребителями [3; 2]. Этот тренд, вероятнее всего, сохранится и после завершения мировой пандемии, поскольку он соответствует общей тенденции цифровизации экономики. Активное развитие цифровых технологий и внедрение их в практику ведения бизнеса дает основания говорить о цифровых бизнес-возможностях [15] или цифровом капитале [13], который оказывает существенное влияние на результаты деятельности компаний, в особенности тех, которые работают с индивидуальными потребителями, а не с бизнес-контрагентами. Соответственно, актуальной проблемой, от которой будет зависеть успех предприятия в конкурентной борьбе, является формирование цифрового капитала и цифровизация интернет-коммуникаций с потенциальными потребителями продукции. Более того, становится актуальной разработка стратегий формирования и управления цифровым капиталом и рекомендаций по управлению, отражающих наиболее эффективные виды интернет-коммуникаций и показатели цифрового капитала.

Цифровой капитал предприятия – достаточно новое понятие в экономической науке и интерес к нему еще только формируется. Существенный вклад в понимание динамики и эффектов цифровизации сделан рядом европейских ученых. Так, существуют исследования, описывающие основные шаги в процессе цифровой трансформации бизнеса [12], компоненты цифровой стратегии бизнеса, создающие дополнительную стоимость для клиентов [10]. Цифровой капитал относится к нематериальным активам фирмы. При этом процессы цифровой трансформации экономики делают его значимым (одним из важнейших) компонентом нематериальных активов, а также объектом управления и научных исследований [11]. Зарубежными учеными вводится специальный термин *intangible digital capital* (рус. «нематериальный цифровой капитал») [14], который определяется как нематериальные активы, связанные с информационными технологиями (далее – ИТ). Примеры цифрового капитала фирмы включают: обучение сотрудников, связанное с новыми ИТ; человеческий капитал фирмы, связанный с технологическими системами; разработку и внедрение бизнес-процессов и других форм организационной трансформации, необходимых для поддержки или использования новых ИТ; и другие формы ИТ технологий, используемые на предприятии и формирующие вклад в результат его деятельности.

Обобщая вышеизложенное, ИТ и цифровой капитал могут быть связаны со всеми основными компонентами фирмы и ее деятельности: человеческий капитал – навыки работы с новыми ИТ; организационная структура фирмы – цифровая трансформация и электронный документооборот; производство – цифровизация производства и бизнес-процессов, цифровое проектирование; взаимодействие с покупателями – интернет-коммуникаций с потенциальными потребителями продукции с использованием интернет-сайтов, онлайн-продаж, социальных сетей; и т. д.

В рамках данной работы мы сконцентрируемся на исследовании цифрового капитала, обеспечивающего взаимодействие с покупателями, а именно интернет-сайтов предприятий. Соответственно, мы будем оценивать цифровой капитал через интернет-активность предприятий по следующим направлениям:

- востребованность интернет-сайтов предприятий потенциальными покупателями товаров (определяется по интернет-трафику сайтов);
- усилия предприятий по развитию и повышению видимости своих интернет-сайтов (оценивается по количеству ключевых слов, связанных с сайтом предприятия);
- привлечение предприятием платных рекламных интернет-сервисов, перенаправляющих посетителей на интернет-сайты предприятий (оценивается по платному трафику и платным ключевым словам).

Цель нашего исследования – выявление закономерностей и тенденций развития цифрового капитала предприятий в условиях цифровизации экономики и мировой пандемии коронавируса. Объектом исследования выступают российские предприятия, представляющие отрасли экономики, ориентированные на розничного потребителя (население). Период исследования: 2017–2021 гг.

Задачи нашей работы:

- оценить интернет-активность предприятий, представляющих отрасли экономики, ориентированные на розничного потребителя, и определить лидирующие отрасли по показателям интернет-активности;
- исследовать влияние процессов цифровизации экономики и пандемии коронавируса на динамику интернет-активности российских предприятий в разрезе отраслей;
- определить роль привлечения рекламных интернет-сервисов как фактора развития цифрового капитала предприятия.

Гипотезы исследования следующие.

1. Отрасли торговли и сферы услуг являются лидерами по уровню развития цифрового капитала, а другие отрасли (промышленность и строительство) отстают от них.

2. В рамках процесса цифровизации экономики наблюдается ежегодное повышение интернет-активности предприятий в разрезе исследуемых отраслей за период 2018–2021 гг.

3. Мировая пандемия коронавируса привела к усилению интернет-активности предприятий в разрезе исследуемых отраслей в 2020–2021 гг.

4. Рекламные интернет-сервисы являются значимым фактором развития цифрового капитала предприятий.

Указанные выше гипотезы будут протестированы в разрезе исследуемых отраслей экономики России, ориентированных на розничного потребителя (население).

Методология исследования

Объект исследования и данные

По данным системы СПАРК были сформированы выборки предприятий в разрезе отраслей, ориентированных на розничного потребителя (население). Критериями включения предприятия в выборку являлись:

- получение предприятием выручки в размере не менее 100 млн руб. ежегодно в течение периода 2017–2020 гг.;
- соответствие реального вида экономической деятельности (ВЭД) предприятия заявленному основному ВЭД в системе СПАРК;
- ориентация предприятия на розничного потребителя (население) [7].

Были сформированы следующие выборки предприятий.

1. Торговля:

- ELEC – супермаркеты электроники (31 предприятие);
- PROD – продуктовые супермаркеты (47 предприятий).

2. Сфера услуг:

- TELE – телекоммуникации (41 предприятие);
- EST – агентства недвижимости (40 предприятий);
- IT – сектор ИТ (131 предприятие).

3. Промышленность и строительство:

- CAR – автомобильная промышленность (69 предприятий);
- FOOD – пищевая промышленность (80 предприятий);
- CONS – застройщики жилой недвижимости (81 предприятие).

Источником информации по интернет-активности предприятий выступает сервис Serpstat (многофункциональная SEO-платформа) [8], который предоставляет следующую информацию по каждому предприятию.

1. Востребованность сайта предприятия у покупателей:

- органический трафик сайта;
- платный трафик сайта.

2. Развитие сайта предприятием:
 - органические ключевые слова;
 - платные ключевые слова.

Ежемесячные данные по указанным выше показателям были агрегированы нами в разрезе годов исследуемого периода.

Этапы исследования и исследуемые переменные

С учетом сформированных выше гипотез, а также с целью выявления закономерностей и тенденций развития интернет-активности предприятий было реализовано четыре этапа исследования.

1. Сопоставление востребованности сайтов по анализируемым отраслям экономики.

На этом этапе сравнивается востребованность сайтов предприятий между отраслями и определяются отрасли-лидеры. Исследуемые переменные: органический трафик сайта. Метод сравнения – дисперсионный анализ, сравнение независимых выборок.

2. Тенденции развития интернет-активности в условиях цифровизации и пандемии.

На втором этапе сравниваются востребованность сайтов и развитие сайтов в динамике, то есть в сравнении с предыдущим годом. Исследуемые переменные: годовые темпы прироста органического трафика сайта и органических ключевых слов. Метод сравнения – дисперсионный анализ, сравнение повторных испытаний.

3. Соотношение органического и платного трафика между отраслями и в динамике.

На третьем этапе сравнивается соотношение органического и платного трафика между отраслями и в динамике. Исследуемые переменные: доля платного трафика сайта в полном трафике сайта и доля ключевых слов в общем числе ключевых слов сайта. Метод сравнения – дисперсионный анализ: независимые выборки при сравнении отраслей, повторные испытания при сравнении между годами.

Метод исследования

Основной метод исследования – дисперсионный анализ. Он позволяет оценить поведение и тенденции развития большинства предприятий каждой группы. Поскольку распределения по большинству показателей не соответствуют нормальному закону распределения и количество предприятий в группах невелико, для оценки и наглядной интерпретации используются непараметрические характеристики выборок (медиана, 25–75 % квартильный размах), а для сравнения выборок (групп предприятий) применяются непараметрические критерии проверки гипотез. При этом для сравнения показателей между отраслями применяется критерий Краскала – Уоллиса, для оценки динамики показателя исследуемой отрасли применяется критерий Вилкоксона.

Расчеты выполнены с помощью языка программирования R.

Результаты исследования

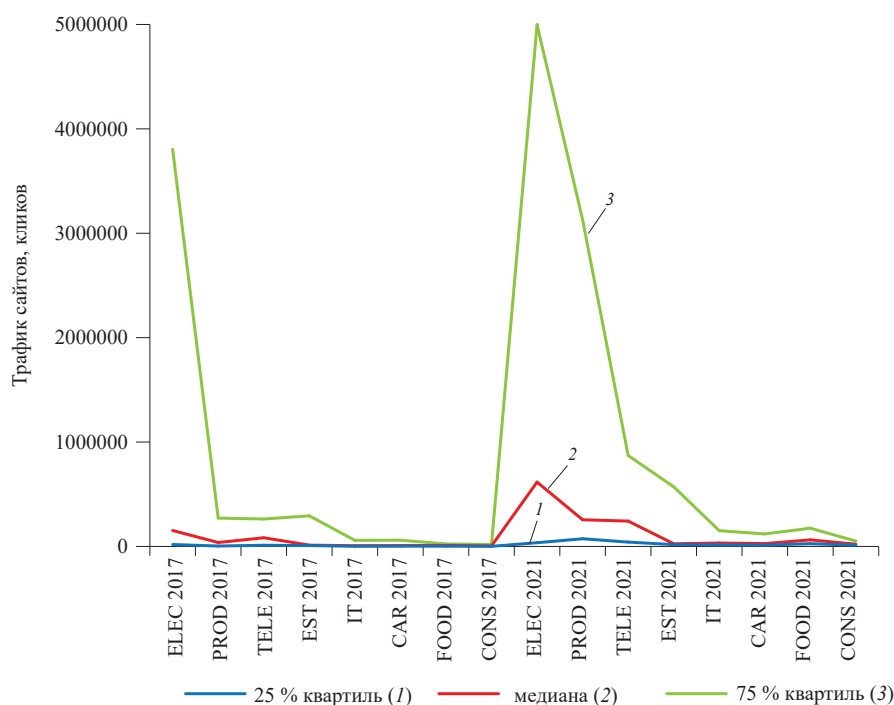
Сопоставление востребованности сайтов по анализируемым отраслям экономики

Визуализация органического трафика сайтов предприятий в разрезе отраслей за 2017 г. и 2021 г. представлена на рисунке 1.

График показывает явное лидерство двух отраслей по востребованности интернет-сайтов: супермаркеты электроники и продуктовые супермаркеты (сфера торговли). За ними следуют компании сферы услуг (телекоммуникации и агентства недвижимости). Остальные отрасли существенно отстают от них.

Чтобы определить статистическую значимость и изменения за 2017–2021 гг. различий в востребованности интернет-сайтов, мы провели сравнение отраслей с помощью дисперсионного анализа и критерия Краскала – Уоллиса. Установлено следующее.

1. Супермаркеты электроники и телекоммуникации являлись лидерами по органическому трафику интернет-сайтов в 2017 г. Различия между ними были статистически незначимыми ($p = 0,21$). В то время как различия между супермаркетами электроники и продуктовыми супермаркетами были статистически значимыми ($p = 0,015$).
2. Супермаркеты электроники, продуктовые супермаркеты и телекоммуникации являются лидерами по интернет-трафику в 2021 г., при этом различия между ними стали статистически незначимыми (супермаркеты электроники и продуктовые супермаркеты – $p = 0,41$; супермаркеты электроники и телекоммуникации – $p = 0,26$).



Составлено авторами по результатам расчетов

Рис. 1. Органический трафик фирм в разрезе исследуемых отраслей

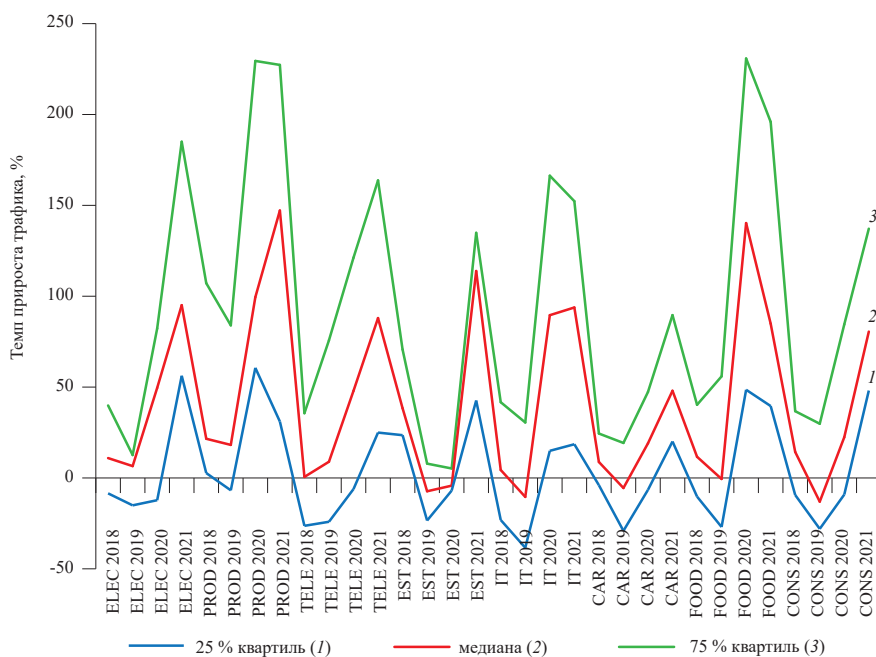
В обоих случаях рассмотрение суммарного трафика (органический и платный) приводит к тому, что в число лидеров добавляются агентства недвижимости.

Небольшие выборки предприятий осложняют применение дисперсионного анализа и, несмотря на существенные визуальные различия, мы обнаруживаем несколько отраслей-лидеров по востребованности сайтов. В качестве закономерностей отметим, что это отрасли торговли и сферы услуг. Таким образом, гипотеза № 1 подтверждается.

Отметим также, что визуально и с помощью дисперсионного анализа мы выявляем существенный и опережающий рост трафика у вебсайтов продуктовых супермаркетов, который может быть объяснен новыми услугами в условиях коронавируса (услуги доставки продуктов на дом).

Тенденции развития интернет-активности в условиях цифровизации и пандемии

Ежегодные темпы прироста органического трафика в разрезе отраслей представлены на рисунке 2.



Составлено авторами по результатам расчетов

Рис. 2. Темпы прироста органического трафика в разрезе отраслей, %

Коронавируса выступила мощным драйвером роста интернет-активности предприятий. У большинства исследуемых отраслей наблюдается существенный прирост трафика в 2020 г. и 2021 г. (медианы темпов прироста около 100 %). При этом мы обнаружили запаздывание реакции на драйвер роста. Более высокие темпы

Рисунок 2 показывает, что процесс цифровой трансформации экономики не приводит к ежегодному повышению интернет-активности предприятий. Более правильным представляется связать рост интернет-активности с экономической ситуацией в стране и отдельных отраслях. Некоторое оживление экономики в 2018 г. отражается повышением трафика и востребованности сайтов предприятий. Продолжение стагнации в 2019 г. приводит к статически значимому снижению трафика у ряда отраслей. Следовательно, гипотеза № 2 не подтверждается. Цифровая трансформация экономики в 2018–2019 гг. уже не обеспечивала существенно прироста интернет-активности предприятий исследуемых отраслей.

Напротив, мировая пандемия коронавируса

прироста у большинства отраслей отмечаются в 2021 г., то есть на второй год пандемии. Гипотеза № 3 подтверждается.

Результаты дисперсионного анализа темпов прироста органического интернет-трафика подтверждают сформулированные выше выводы. Приведем несколько примеров.

1. Супермаркеты электроники.

Сравнение темпов прироста трафика по годам. Различия в темпах прироста трафика в 2018 г. и 2019 г. незначимые ($p = 0,23$). В 2020 г. по отношению к 2018 г. – слабозначимые ($p = 0,08$) по отношению к 2019 г. – значимые ($p = 0,025$). В 2021 г. по отношению к 2018 г. и 2019 г. – высокочисленные ($p < 0,001$), по отношению к 2020 г. – значимые ($p = 0,019$). Таким образом, максимальные темпы прироста трафика наблюдались в 2021 г., затем следует 2020 г., затем на одном уровне находятся 2018 г. и 2019 г.;

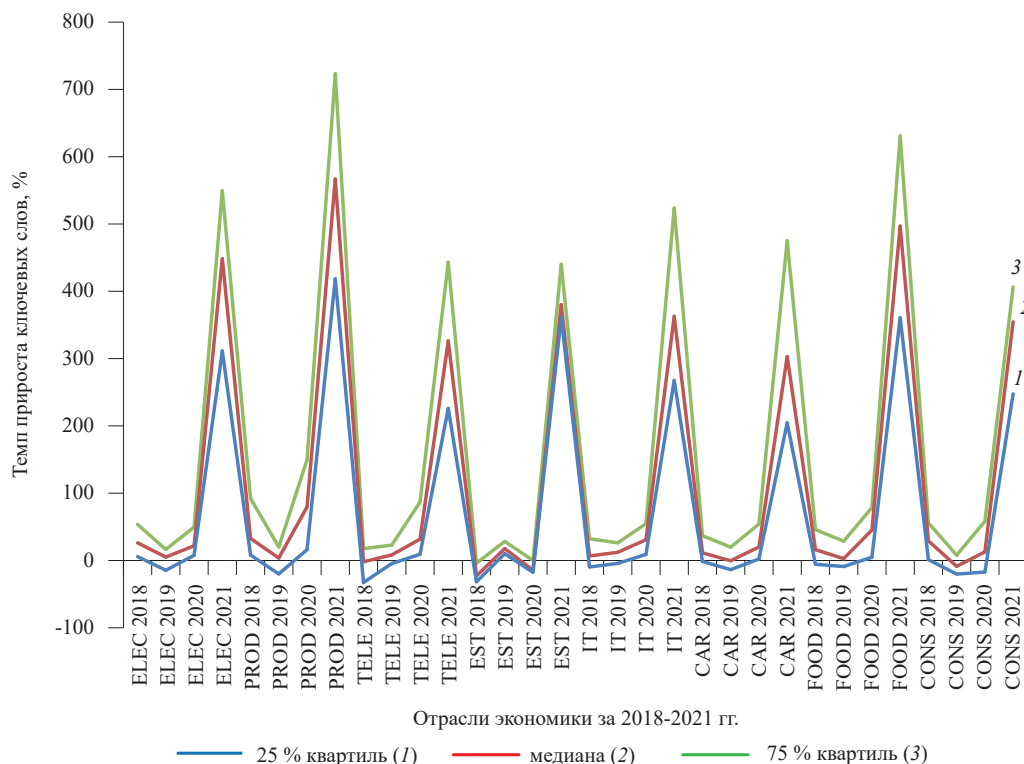
Сравнение темпов прироста трафика с нулевым значением (отсутствие роста). Темп прироста трафика слабо значимо выше нуля в 2018 г. и 2019 г. ($p = 0,07$), сильно значимо выше нуля в 2020 г. ($p = 0,004$) и высокочисленно выше нуля в 2021 г. ($p < 0,001$).

2. Продуктовые супермаркеты.

Сравнение темпов прироста трафика по годам. Различия в темпах прироста трафика в 2018 г. и 2019 г. незначимые ($p = 0,52$). В 2020 г. по отношению к 2018 г. и 2019 г. – высокочисленные ($p < 0,001$). В 2021 г. по отношению к 2018 г. и 2019 г. – сильнозначимые ($p < 0,01$), по отношению к 2020 г. – незначимые ($p = 0,64$). Таким образом, максимальные темпы прироста трафика наблюдались в 2020 г. и 2021 г., затем на одном уровне находятся 2018 г. и 2019 г.;

Сравнение темпов прироста трафика с нулевым значением (отсутствие роста). Темп прироста трафика высокочисленно выше нуля в 2018 г. ($p < 0,001$), значимо выше нуля в 2019 г. ($p = 0,013$), высокочисленно выше нуля в 2020 г. и 2021 г. ($p < 0,001$).

Рассмотрим темпы прироста органических ключевых слов за аналогичный период (рис. 3).



Составлено авторами по результатам расчетов

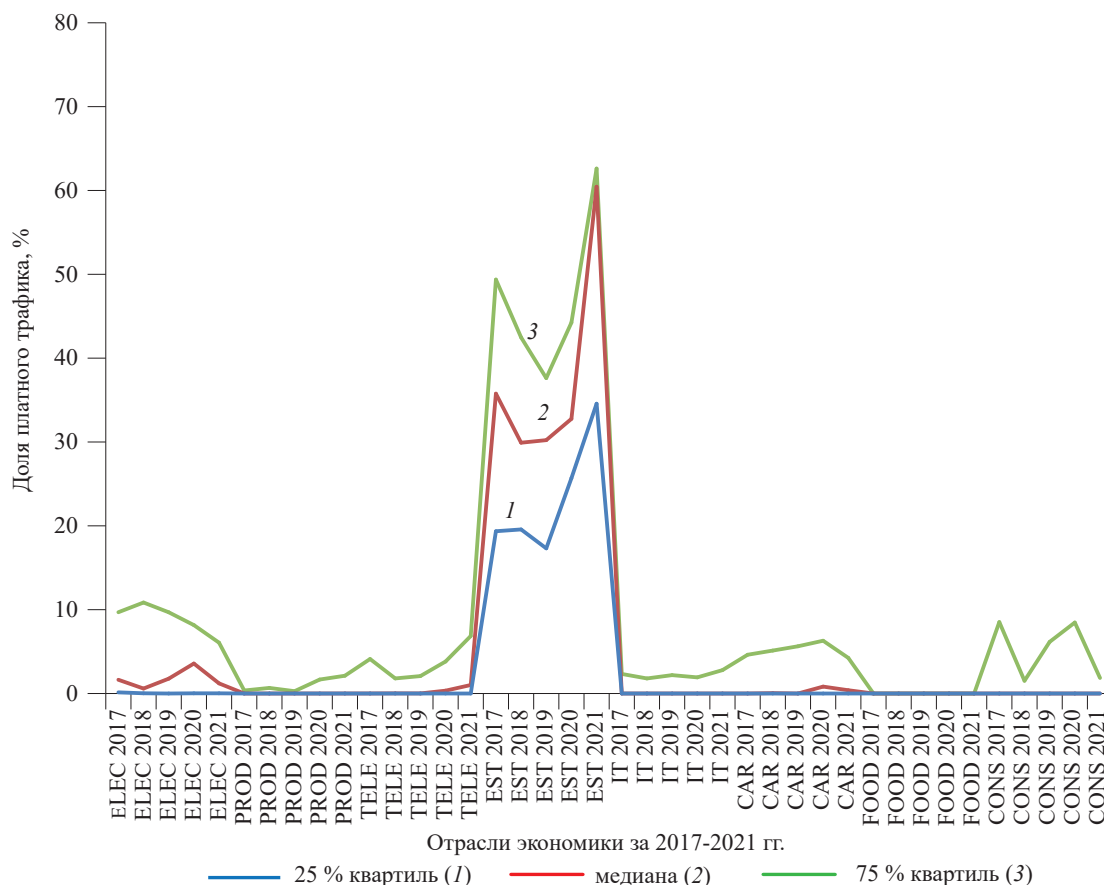
Рис. 3. Темпы прироста ключевых слов в разрезе исследуемых отраслей, %

График темпов прироста ключевых слов подтверждает сделанные выше выводы. Именно мировая пандемия коронавируса оказалась значимым драйвером роста интернет-активности предприятий. При этом наблюдается запаздывание на один год в развитии интернет-сайтов. Многократный рост количества ключевых

слов (для улучшения видимости сайта при поисковых запросах и для роста трафика) у всех исследуемых отраслей происходит в 2021 г., то есть через один год после начала пандемии коронавируса. Гипотеза № 3 подтверждается.

Соотношение органического и платного трафика между отраслями и в динамике

Доля платного трафика в общем трафике в разрезе отраслей представлена на рисунке 4.



Составлено авторами по результатам расчетов

Рис. 4. Доля платного трафика в общем трафике в разрезе отраслей, %

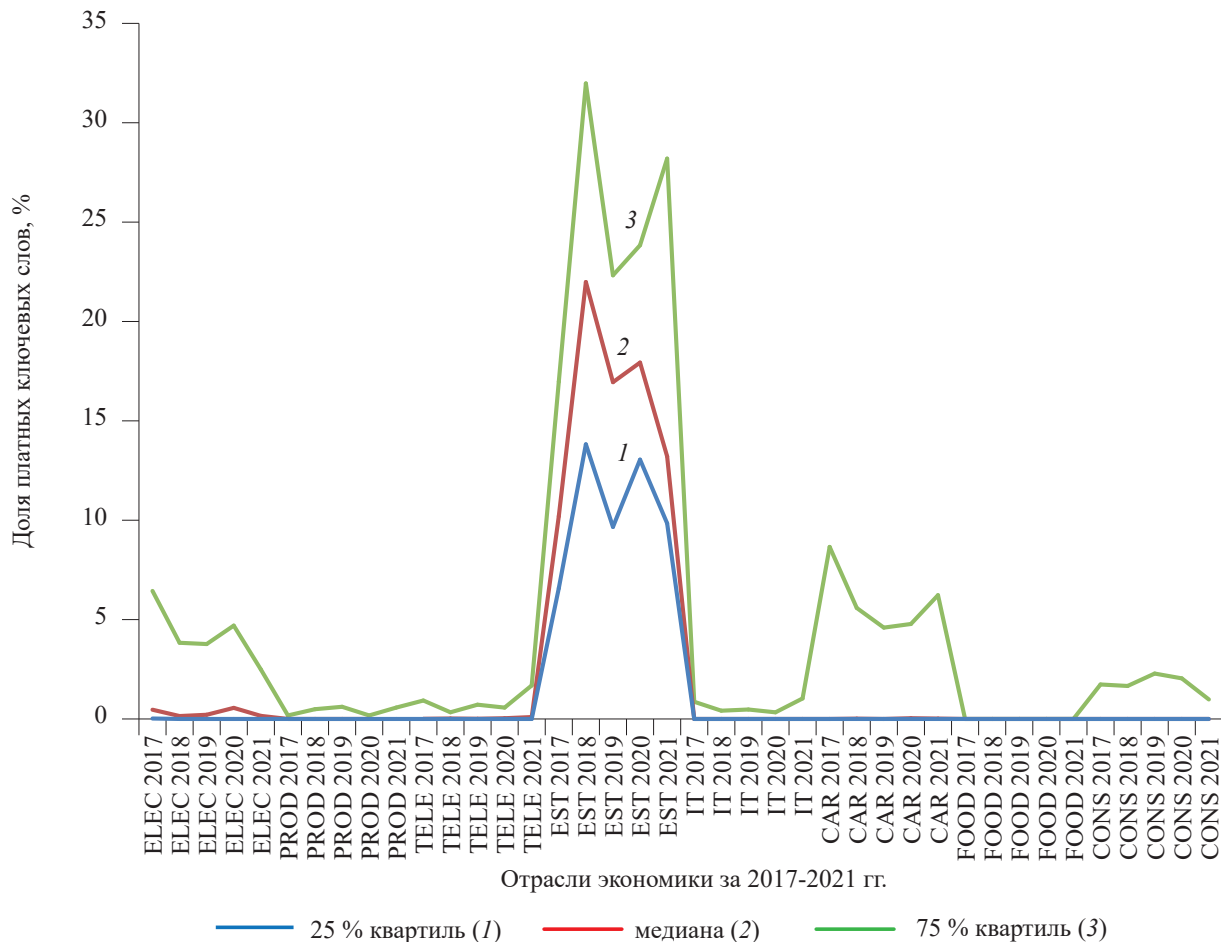
Рисунок 4 показывает, что платный трафик практически не используется в семи из восьми исследуемых отраслей. В этих семи отраслях медианы платного трафика составляют менее 5 % от суммарного трафика, а во многих случаях – 0–2 % от суммарного трафика. Существенного роста платного трафика в условиях коронавируса не наблюдается.

Платный трафик играет значимую роль только в агентствах недвижимости. Здесь он сопоставим с органическим трафиком, а в 2021 г. превосходит его (медиана платного трафика около 60 % от общего трафика, следовательно, медиана органического трафика будет около 40 %). Наблюдается существенный рост платного трафика в условиях коронавируса с запаздыванием на один год (драйверы роста: коронавирус, рост спроса и продаж на рынке недвижимости в 2021 г.).

Аналогичная картина выявлена по показателю «доля платных ключевых слов в общем количестве ключевых слов» (рис. 5).

Здесь также более высокую долю показывают агентства недвижимости, однако она существенно ниже, чем доля платного трафика. Таким образом, агентства недвижимости действуют в двух направлениях:

- сформировали большую долю платных ключевых слов на своих сайтах;
- активно работают с рекламными интернет-сервисами, которые обеспечивают высокую долю платного трафика на их сайты.



Составлено авторами по результатам расчетов

Рис. 5. Доля платных ключевых слов в разрезе отраслей, %

Предприятия остальных исследуемых отраслей практически не занимаются развитием платного трафика своих сайтов. Следовательно, гипотеза № 4 подтверждается только в отношении агентств недвижимости и не подтверждается в отношении остальных отраслей.

Выводы и дискуссия

Проведенное исследование подтверждает закономерности, выявленные в работах зарубежных и российских ученых, а также уточняет, существенно дополняет и расширяет их.

Мы подтвердили, что мировая пандемия коронавируса явилась мощным драйвером для ускорения цифровизации экономики, развития цифрового капитала и интернет-коммуникаций с потребителями. Аналогичные выводы делаются в работах [9; 4; 3]. Более того, мы установили, что цифровизация экономики не обеспечила существенного повышения интернет-трафика и развития вебсайтов предприятий в 2018–2019 гг., а драйвером роста выступила именно пандемия коронавируса. При этом основной эффект и интенсификация усилий предприятий по продвижению своих сайтов наблюдаются с запаздыванием на один год (в 2021 г.). Нами подтвержден факт более быстрого повышения трафика у продуктовых супермаркетов, что соответствует исследованиям [2; 5] и объясняется развитием сервисов онлайн-продаж и доставки продуктов питания. Таким образом, именно мультипликативный эффект от двух драйверов (пандемия коронавируса и новые услуги) дает более сильный импульс для развития цифрового капитала и цифровых технологий.

Результаты нашего анализа охватывают предприятия широкого спектра отраслей, что позволило провести сравнения и определить отрасли-лидеры. Установлено, что лидерами по востребованности сайтов являются отрасли торговли и сферы услуг, а отрасли промышленности, ориентированные на розничного потребителя, отстают от них.

Более того, обнаружено, что предприятия большинства отраслей недостаточно занимаются развитием платного трафика своих сайтов. Только агентства недвижимости активно взаимодействуют со рекламными интернет-сервисами, что обеспечило им долю платного трафика в общем трафике на уровне 60 % в 2021 г.

Заключение

Таким образом, развитие цифрового капитала предприятий постоянно требует новых импульсов или драйверов роста, при этом предприятия большинства исследованных отраслей не используют полный спектр возможностей для наращивания цифрового капитала.

Библиографический список

1. Кукин, М. Ю. Состояние и перспективы электронной коммерции с учетом пандемии коронавируса // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 11. – С. 283–287.
2. Куликов, В. И. Роль IT-решений для предприятий в сфере розничной торговли продуктами питания в период пандемии // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10, № 11-1. – С.380–388. <https://doi.org/10.34670/AR.2020.31.16.043>
3. Наumenko, А. И., Шаповалова, А. В. Мировые тренды цифровой трансформации розничной торговли в период кризиса // Сибирская финансовая школа. – 2021. – № 1 (141). – С. 74–87.
4. Плотников, В. А. Пандемия Covid-19, потребительский рынок и цифровизация // Экономическое возрождение России. – 2021. – № 3 (69). – С. 92–104. <https://doi.org/10.37930/1990-9780-2021-3-69-92-104>
5. Суворова, С. Д., Куликова, О. М. Обзор основных тенденций, изменивших бизнес-процессы в продуктовом ритейле // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2021. – № 7 (57). – С. 90–95. <https://doi.org/10.47581/2021/PS-3/IE.7.57.15>
6. Черникова, В. Е., Солкина, В. Д. О драйверах развития российской онлайн-торговли в современных условиях // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 9 (134). – С. 1035–1039. <https://doi.org/10.34925/EIP.2021.134.9.198>
7. Информационная группа СПАРК Интерфакс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spark-interfax.ru/> (дата обращения: 11.01.2022).
8. SERPSTAT Многофункциональная SEO платформа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://serpstat.com/ru/> (дата обращения: 11.01.2022).
9. Almeida, F., Santos, J. D., Monteiro, J. A. The challenges and opportunities in the digitalization of companies in a post-COVID-19 world // IEEE Engineering Management Review. – 2020. – V. 48, No. 3. – Pp. 97–103. <https://doi.org/10.1109/EMR.2020.3013206>
10. Lenka, S., Parida, V., Wincent, J. Digitalization capabilities as enablers of value co-creation in servitizing firms // Psychology and Marketing. – 2017. – V. 34, No. 1. – Pp. 92–100. <https://doi.org/10.1002/mar.20975>
11. Moro Visconti, R. The valuation of digital intangibles: Technology, marketing and Internet. – Springer Nature, 2020. – 536 p. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-36918-7>
12. Parviainen, P., Tihinen, M., Kääriäinen, J., Teppola, S. Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice // International Journal of Information Systems and Project Management. – 2017. – V. 5, No. 1. – Pp. 63–77. <https://doi.org/10.12821/ijispm050104>
13. Ragnedda, M., Ruiu, M. L. Digital capital: A Bourdieusian perspective on the digital divide. – Emerald Group Publishing, 2020. – 122 p. <https://doi.org/10.1108/9781839095504>
14. Tambe, P., Hitt, L. M., Rock, D., Brynjolfsson, E. Digital capital and superstar firms // SSRN Electronic Journal. – 2020. – National Bureau of Economic Research Working Paper No. w 28285. – 60 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nber.org/system/files/working_papers/w28285/w28285.pdf (дата обращения: 11.01.2022). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3756317>
15. Wielgos, D. M., Homburg, Ch., Kuehn, Ch. Digital business capability: its impact on firm and customer performance // Journal of the Academy of Marketing Science. – 2021. – V. 49, No. 4. – Pp. 1–28. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00771-5>

References

1. Kukin M. Yu. Status and prospects of e-commerce given the coronavirus pandemic, *Innovatsii i investitsii*, 2020, no. 11, pp. 283–287. (In Russian).
2. Kulikov V. I. The role of IT solutions for food retailers during a pandemic, *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra*, 2020, vol. 10, no. 11-1, pp. 380–388. (In Russian). <https://doi.org/10.34670/AR.2020.31.16.043>

3. Naumenko A. I., Shapovalova A. V. Global trends of digital transformation of retail trade during the corona crisis, *Siberskaya finansovaya shkola*, 2021, no. 1 (141), pp. 74–87. (In Russian).
4. Plotnikov V. A. The COVID-19 pandemic, consumer market and digitalization, *Economicheskoe vozrozhdenie Rossii*, 2021, no. 3 (69), pp. 92–104. (In Russian). <https://doi.org/10.37930/1990-9780-2021-3-69-92-104>
5. Suvorova S. D., Kulikova O. M. Overview of the main trends that have changed business processes in grocery retail, *Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya*, 2021, no. 7 (57), pp. 90–95. (In Russian). <https://doi.org/10.47581/2021/PS-3/IE.7.57.15>
6. Chernikova V. E., Solkina V. D. About the drivers of the development of Russian online trade in modern conditions, *Journal of economy and entrepreneurship*, 2021, no. 9 (134), pp. 1035–1039. (In Russian). <https://doi.org/10.47581/2021/PS-3/IE.7.57.15>
7. Information Group SPARK Interfax. Available at: <http://www.spark-interfax.ru> (accessed 11.01.2022).
8. SERPSTAT All-in-One SEO platform. Available at: <https://serpstat.com/ru/> (accessed 11.01.2022).
9. Almeida F., Santos J. D., Monteiro J. A. The challenges and opportunities in the digitalization of companies in a post-COVID-19 world, *IEEE Engineering Management Review*, 2020, vol. 48, no. 3, pp. 97–103. <https://doi.org/10.1109/EMR.2020.3013206>
10. Lenka S., Parida V., Wincent J. Digitalization capabilities as enablers of value co-creation in servitizing firms, *Psychology and Marketing*, 2017, vol. 34, no. 1, pp. 92–100. <https://doi.org/10.1002/mar.20975>
11. Moro Visconti R. *The valuation of digital intangibles: Technology, marketing and Internet*, Springer Nature, 2020, 536 p. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-36918-7>
12. Parviainen P., Tihinen M., Kääriäinen J., Teppola S. Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice, *International Journal of Information Systems and Project Management*, 2017, vol. 5, no. 1, pp. 63–77. <https://doi.org/10.12821/ijispm050104>
13. Ragnedda M., Rui M. L. Digital capital: *A Bourdieusian perspective on the digital divide*, Emerald Group Publishing, 2020, 122 p. <https://doi.org/10.1108/9781839095504>
14. Tambe P., Hitt L. M., Rock D., Brynjolfsson E. Digital capital and superstar firms, *SSRN Electronic Journal*, 2020, National Bureau of Economic Research Working Paper No. w 28285., 60 p. Available at: https://www.nber.org/system/files/working_papers/w28285/w28285.pdf (accessed 11.01.2022). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3756317>
15. Wielgos D. M., Homburg Ch., Kuehn Ch. Digital business capability: its impact on firm and customer performance, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2021, vol. 49, no. 4, pp. 1–28. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00771-5>

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПРОЦЕССЫ

УДК 004.738.5-028.26:005.966.5(1-87)

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-170-176

Акопян Анна Рубеновна

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

ORCID: 0000-0001-7995-6395

e-mail: jvms2008@yandex.ru

Крысов Виктор Владимирович

канд. геогр. наук, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»,
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, Russia

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

МЕХАНИЗМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ ОТТ-СЕРВИСЫ

Аннотация. В последнее время наблюдается рост числа компаний, стремящихся создавать цифровые платформы. Разработка и инвестирование собственного оригинального контента открыли для российских сервисов и компаний возможность продвигать его на зарубежные платформы, получая доступ к новым рынкам и повышая привлекательность для потенциальных иностранных инвесторов. Передача культурного контента работает по принципу потокового вещания, которое непрерывно доставляет пользователю индивидуализированную информацию через сеть «Интернет». Отечественные ОТТ-сервисы, в отличие от телеканалов, еще не определились со своим позиционированием. Платформы концентрируются не на отдельных сегментах, а на разнообразном контенте, у которого есть потенциальный зритель. Данная стратегия направлена на привлечение максимального количества новых подписчиков. Появление стриминговых сервисов принесло с собой новые возможности для производителей из различных стран. Для эффективного продвижения аудиовизуального контента авторами были обоснованы и выбраны критерии для проведения сравнительного анализа механизмов продвижения аудиовизуальных произведений на зарубежные ОТТ-сервисы таким образом, чтобы компания могла сама выбирать для себя наиболее целесообразный из них.

Ключевые слова: аудиовизуальный продукт, дистрибуция, контент, копродукция, механизм, питчинг, стриминговый видеосервис, цифровые платформы

Для цитирования: Акопян А.Р., Аракелян А.М., Воронцова Ю.В., Крысов В.В. Механизмы продвижения аудиовизуальных произведений на зарубежные ОТТ-сервисы // Вестник университета. 2022. № 2. С. 170–176.

MECHANISMS FOR PROMOTING AUDIOVISUAL WORKS ON FOREIGN OTT SERVICES

Abstract. Recently, there has been an increase in the number of companies seeking to create digital platforms. Developing and investing in their own original content has opened up the opportunity for Russian services and companies to promote it on foreign platforms, gaining access to new markets and increasing attractiveness for potential foreign investors. The cultural content transmission works on the principle of streaming, which continuously delivers individualised information to the user via the Internet. Domestic OTT services, unlike TV channels, have not yet decided on their positioning. Platforms do not focus on individual segments, but on a variety of content that has a potential viewer. This strategy is aimed at attracting the maximum number of new subscribers. The emergence of streaming services has brought with it new opportunities for producers from various countries. In order to effectively promote audiovisual content, the authors justified and selected criteria for conducting a comparative analysis of mechanisms for promoting audiovisual works on foreign OTT services so that the company could choose the most appropriate one for itself.

Keywords: audiovisual product, distribution, content, co-production, mechanism, pitching, streaming video service, digital platforms

For citation: Akopyan A.R., Arakelyan A.M., Vorontsova Yu.V., Krysov V.V. (2022) Mechanisms for promoting audiovisual works on foreign OTT services. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 170–176. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-170-176

© Акопян А.Р., Аракелян А.М., Воронцова Ю.В., Крысов В.В., 2022.

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., 2022.

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



Введение

В последние годы наблюдается тенденция роста числа компаний, стремящихся создавать цифровые платформы, чтобы с их помощью предлагать свои товары и услуги. Активное применение данные технологии получили в сфере дистрибуции аудиовизуальных произведений (далее – АВП).

Российский рынок видеосервисов сравнительно молодой, но уже приобрел, некоторые отличительные черты и состоит из ряда крупных и успешных игроков. Библиотека отечественных сервисов состоит из разнообразных АВП, в которые входят российские и зарубежные теле- и киноконтенты, а также собственные оригинальные проекты, разработку которых компании активно инвестируют [2]. Данный шаг открыл для российских сервисов и компаний возможность продвигать собственный оригинальный контент на зарубежные платформы, получая доступ к новым рынкам и повышая привлекательность для потенциальных иностранных инвесторов.

Отечественный рынок уже способен производить проекты, не уступающие зарубежным аналогам. Для продвижения собственного оригинального контента необходимо исследовать механизмы продвижения АВП на зарубежные видеосервисы, а также провести их сравнительный анализ.

Теория и методы

Передача культурного контента работает по принципу потокового вещания, которое непрерывно доставляет пользователю индивидуализированную информация через сеть «Интернет». Доставка аудиовизуального контента до пользователей осуществляется с помощью двух наиболее распространенных интернет-форматов/технологий: IPTV (от англ. Internet Protocol Television), при котором провайдер является важным связующим звеном, и ОТТ (от англ. Over the Top), при котором роль провайдера и контроль над процессом снижаются до минимума [3].

В отличие от традиционного телевидения, которое зачастую ограничено национальными границами, стриминговые сервисы менее зависимы от географических факторов. Платформы могут покупать или производить АВП с помощью зарубежных продакшн-компаний. Данная особенность позволяет ОТТ-сервисам и их продуктам успешно привлекать зрителей по всему миру.

Стриминг представляет собой новое явление, однако в истории были примеры прототипов потокового вещания. По мнению зарубежного ученого С. Дугласа среди ярких предшественников стриминга можно назвать, например, радио и телевизионное вещание. Но в отличие от радио, потоковое вещание больше направленно на удовлетворение индивидуальных вкусов. С традиционным телевидением различия состоят в географических факторах. Телевидение не выходило за пределы национальных границ и, следовательно, контент не был привязан к локальным рамкам [5]. Второй вид потокового вещания, видео по запросу, получил активное применение в сфере стриминговых видеосервисов, или ОТТ-сервисов.

ОТТ не столько отдельная технология, сколько специальный формат, метод, с помощью которого информация, набор данных (цифровой контент, файлы), разбивается на IP-пакеты (от англ. Internet Protocol) и доставляется от одного компьютера к другому по неуправляемой сети «Интернет» (по сетям сторонних операторов связи) от источника к получателю.

В аудиовизуальном секторе ОТТ-услуги интерпретируются свободно. В понятие могут вкладывать любые платформы по показу видео или могут подразумевать доступ к контенту через различные приложения. Следовательно, ОТТ-услуги можно рассматривать как доставку видео, аудио и прочих медиа через сеть «Интернет» без помощи оператора/провайдера. Из-за этой особенности сервисы также называют неуправляемыми.

Одновременный релиз в кинотеатрах и на сервисах – пока малораспространенное явление и, вероятно, в ближайшие годы таким и останется. Но кинотеатральное окно, то есть период между выходом картины в кинотеатрах и на домашних носителях, сокращается. Для лучшего понимания этого явления, нужно разобраться в его особенностях и внутреннем устройстве.

Когда речь идет о стриминговых сервисах, часто можно услышать не только понятие ОТТ, но и VOD (от англ. Video on Demand – «видео по запросу»). Под этим подразумевается просмотр видео не только через интернет-сервисы и платформы, но и через более традиционные медиа.

VOD-платформы обладают рядом особенностей:

- дают возможность получения медиаконтента в режиме реального времени;
- позволяют осуществлять непрерывную передачу данных;

- мультиэкранность, что делает OTT-платформы широкодоступными для любых сегментов;
- возможность упрощенного анализа зрительского поведения.

Существует четыре основных модели распространения аудиовизуального контента.

1. TVOD (от англ. Transaction Video on Demand).
2. AVOD (от англ. Advertising Video on Demand).
3. SVOD (от англ. Subscription Video on Demand).
4. EST (от англ. Electronic Sell Through).

Также существует формат PVOD (от англ. Premium Video on Demand), который представляет собой премиальный сервис и гибрид SVOD и TVOD, только с более дорогостоящими услугами и ранним доступом к новинкам.

Основным конкурентом для OTT-сервисов сегодня является не телевидение, а другие сервисы. При сокращении мирового телевизионного рынка единственной отраслью, которая может рассчитывать на стабильный рост остается IPTV. OTT-сервисы имеют в своей библиотеке кинопроекты, телевизионные программы, а также собственный оригинальный контент. Права на телевизионный проект могут быть приобретены уже после его показа, но также существует практика catch forward: проект сначала транслируют на сервисе, а потом по телевидению.

Высокая конкуренция на рынке онлайн-сервисов и телевизионных каналов привела к популяризации качественных многосерийных проектов. Важной частью библиотеки является приобретение лицензии на национальные и зарубежные АВП. Как показали опросы, для пользователей российских OTT-сервисов наиболее привлекательным контентом является зарубежный. Для большинства зрителей наиболее важным фактором является наличие на платформе большого количества контента (73%). Пользователей меньше волнует доступ к фильмам, которые находятся в кинопрокате (23%), чем доступ к обширной библиотеке. Это может служить фактом, что лицензионный контент пользуется большей популярностью, чем оригинальный. При этом оригинальный и эксклюзивный контент все еще важны для долгосрочного планирования: 36% зрителей оформили подписку из-за оригинального продукта на сервисах, а около 35% пользователей остаются на платформе после просмотра интересующего их контента.

Отечественные OTT-сервисы, в отличие от телеканалов, еще не определились со своим позиционированием. Платформы концентрируются не на отдельных сегментах, а на разнообразном контенте, у которого есть потенциальный зритель. Эта стратегия направлена на привлечение максимального количества новых подписчиков, которых на рынке не бесконечное количество.

Появление стриминговых сервисов принесло с собой новые возможности для производителей из различных стран. Не самым масштабным фильмам с невысокими затратами сложно конкурировать в кинотеатрах за рубежом, но платформы позволяют проекту найти свою нишу. На линейку оригинальных проектов сервисы тратят крупные средства, так как на ее основе строится их имидж. Для появления в этой линейке проекта, необходимо, чтобы он был определенного уровня качества или известности. Стоит отметить, что платформы сами могут принимать участие в производстве и продюсировании подобных проектов [4].

Если исходить из жанровых предпочтений, то многое зависит от страны, в которой будут показывать проект. В разных странах предпочитают разный контент. У сервисов, подобных Netflix, есть большое преимущество, так как они работают во многих странах. Отдельные страны концентрируются на определенном типе контента, что облегчает работу зарубежным видеосервисам.

Результаты

Для сравнения способов продвижения проекта нами были проанализированы и выбраны следующие критерии.

1. Материальные затраты на продвижение контента. Подобные затраты обычно не разглашаются, поэтому все приведенные показатели будут носить условный характер: высокие затраты, выше среднего, среднее, ниже среднего и низкие.
2. Вероятность продажи произведения на зарубежный рынок: высокая, выше среднего, средняя, ниже среднего и низкая.
3. Временные затраты на продвижение контента.
4. Наличие посредника при продвижении контента: посредник присутствует / посредник отсутствует.
5. Наличие цифровой среды.

Для проведения эффективной кампании продвижения АВП на зарубежный рынок необходимо выявить подходящие способы. Подумать о возможном продвижении на зарубежный рынок продюсеру стоит еще на этапе формирования концепции будущего АВП. При этом важным элементом является планирование каналов продвижения АВП. Правильно спланированная дистрибуция позволит проекту принести требуемый уровень дохода [6].

Согласно классической классификации существует два уровня рынков: первичный (кинопрокат и фестивальны́й прокат) и вторичный (телевидение, ОТТ-сервисы, онлайн-кинотеатры, физические носители, зарубежный прокат и мерчендайзинг).

Продвижение проекта на зарубежный ОТТ-сервис имеет свои особенности, которые могут отличаться от способов продвижения идентичного проекта на локальные сервисы. Во-первых, проект должен иметь высокий уровень качества. Во-вторых, должен соответствовать определенным стандартам политики платформы. Российские произведения рассматриваются не только как потенциальные проекты для покупки дистрибьютером. Для данной сделки существует термин «ready made», то есть покупка прав готового продукта. В этом случае проект будет показан либо в онлайн-кинотеатре, либо на телеканале. На сегодняшний день компании рассматривают отечественный проект как источник для приобретения формата с целью последующей его адаптации на зарубежном рынке. В некоторых ситуациях проект могут приобрести уже на стадии его разработки. Причиной этой сделки может быть высокий кредит доверия к создателям, с которыми ОТТ-сервис сотрудничал ранее. Платформа может самостоятельно заказать проект за границей для показа его местной аудитории. Эта стратегия позволяет платформе успешно закрепиться на рынке. В ситуации, когда произведение получается особенно качественным, сервис продвигает его уже по всему миру. Кроме того, зарубежная компания может приобрести долю в потенциально успешной иностранной продакшен-компании и сделать ее будущие произведения эксклюзивными. Эта стратегия в целом совпадает с предыдущей, но зависит от особенностей законодательства страны, в которой сервис будет действовать.

Еще одним способом увеличить экспортный потенциал проекта – снять его на английском языке для расширения аудитории. Такой метод обусловлен распространенностью англоязычной аудитории, которая не смотрит иностранные картины с субтитрами. В последние годы тенденция начала меняться, но не в глобальном масштабе.

Многие проекты, разрабатываемые для сервисов, работают по системе пилотов. Пилотный эпизод – это пробный эпизод в проекте, созданный для его продажи телеканалам или сервисам для дальнейшей трансляции. В дальнейшем этот эпизод можно доработать и/или переснять. С одной стороны, это позволяет снизить риск и учесть ошибки до начала съемок полного сезона, с другой – пилотный эпизод может не заинтересовать потенциальных клиентов, что для продюсеров является риском невозврата вложенных средств.

Питчингом называется презентация проекта с целью привлечения инвестиций. Данный механизм имеет свои особенности. На зарубежных питчингах обращают внимание на персонажей проекта, которые могут быть важнее самого сюжета. Развитие персонажей – причина, по которой зрители смотрят шоу. Зрители меняют отношения параллельно с изменениями персонажей, их интерес зависит от проработки характеров героев. Качественный питчинг должен содержать информацию о центральных конфликтах и перипетиях. В описании истории необязательно описывать сюжет, но важно сконцентрироваться «на темах проекта».

Питчинги могут проходить и на международных кино- и телерынках. Десятки проектов выбирают из сотен, после чего создатели ведут переговоры с потенциальными инвесторами, покупателями и дистрибьюторами.

Достоинствами данного способа продвижения являются низкие затраты на подготовку и возможность привлечения дополнительных инвестиций на ранних этапах производства, недостатками – высокая конкуренция и сложность поиска каналов связи с сервисами.

На сегодняшний день в российской практике нет случаев, когда зарубежные сервисы покупали АВП на этапе продакшена, но существуют механизмы, которые делают процесс съемок российского проекта более выгодным для ОТТ-сервисов. В данном случае имеется в виду система рибейтов, закрепленная Постановлением Правительства Российской Федерации от 7 ноября 2019 г. № 1420 «О государственной поддержке организаций кинематографии, оказывающих услуги (выполняющих работы), связанные с осуществлением производства иностранными производителями аудиовизуальной продукции на территории Российской Федерации» [1].

Согласно данной системе рибейтов для зарубежных кинематографистов будут предусмотрены компенсации в размере 30–40 % от суммы потраченных средств, в случае съемок проекта на территории России. Подобная система распространяется не только на традиционный кино- и телеконтент, но и АВП для интернет-платформ. Система рибейтов не предназначена для нерезидентов страны, поэтому получать выплаты могут только российские партнеры иностранных компаний.

Российская индустрия следует европейским тенденциям, одной из которых является копродукция – совместное производство произведения компаниями и продюсерами двух и более стран. Данная система благоприятно сказывается на дальнейшем продвижении и позволяет решить проблему с недостаточным производственным бюджетом проекта.

Совместное производство открывает множество возможностей для любой стороны, принявшей в нем участие:

- обмен опытом между сторонами;
- открытие доступа к рынку партнера с помощью развития коммуникаций между ними;
- возможность использования зарубежных локаций;
- расширенные финансовые возможности;
- уменьшение возможных рисков за счет увеличения бюджета.

Интерес иностранных компаний к совместному производству с российскими компаниями дает не только большие производственные ресурсы, но и возможность привлечь международного дистрибьютора еще на ранних этапах производства. Следовательно, участие дистрибьютора предполагает создание рекламы.

При этом стоит отметить, что совместное производство в России неразвито и имеет ряд трудностей, связанный с ее организацией:

- различный менталитет, способы производства и ведения бизнеса, которые могут создавать препятствия при организации процесса;
- повышенный уровень контроля;
- влияние политических и экономических факторов;
- усиленный контроль над производством;
- неразвитость копродукции в России.

Сложно переоценить значение кино- и телерынков для продвижения качественных проектов за рубеж и поиска инвесторов и продюсеров для потенциально успешных сценариев. Крупные рынки зачастую привязаны к крупным фестивалям.

Международный рынок «MIPTV», который каждый год проходит в Каннах, является местом для встречи крупных продюсеров, байеров и дистрибьюторов, которые хотят либо приобрести какое-либо произведение, либо продать. Потенциальными покупателями являются крупные зарубежные телекомпании и VOD-платформы.

При экспорте проектов на зарубежные рынки онлайн-платформ необходимо различать разные регионы и страны, на которые будет направлено продвижение контента:

- рынки стран ближнего зарубежья;
- европейский рынок;
- другие крупные рынки.

Наиболее крупным покупателем российского контента среди азиатских рынков остается китайский рынок, однако Россия успешно сотрудничает и с другими странами.

В таблице 1 представлен сравнительный анализ механизмов продвижения по выбранным критериям.

Таблица 1

Сравнение механизмов продвижения по выбранным критериям

Критерии	Механизмы продвижения		
	Фестивали и кинорынки	Копродукция	Питчинг
Материальные затраты	Высокие	Высокие	Низкие
Вероятность продажи произведения на зарубежный рынок	Выше среднего	Высокая	Ниже среднего

Критерии	Механизмы продвижения		
	Фестивали и кинорынки	Копродукция	Питчинг
Временные затраты на продвижение контента	Высокие	Высокие	Средние
Наличие посредника при продвижении контента	Необязателен	Обязателен	Необязателен
Роль цифровой среды	Средняя	Низкая	Средняя

Составлено автором по материалам исследования

Таким образом, компания может сама выбирать наиболее целесообразный для себя механизм продвижения собственного контента на зарубежные OTT-сервисы.

Заключение

Цифровизация дистрибуции аудиовизуального продукта – процесс, который постепенно становится одним из основных способов доставки контента до пользователя. При исследовании были отмечены тенденции снижения количества зрителей, пользующихся традиционными способами доставки контента, такими как телевидение, с параллельным увеличением распространенности OTT-платформ.

Многие фестивали и рынки, платформы для питчингов перешли в цифровой формат, в смене которого главную роль сыграла пандемия COVID-19. Кинофестиваль «Russian Film Festival» прошел полностью в онлайн-формате за рубежом, представляя отечественный контент потенциальным покупателям. При этом большую роль сыграли ведущие VOD-платформы стран, в которых проводился фестиваль. Данный факт свидетельствует об универсальности онлайн-платформ для проведения мероприятий подобных масштабов.

Библиографический список

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 7 ноября 2019 г. № 1420 «О государственной поддержке организаций кинематографии, оказывающих услуги (выполняющих работы), связанные с осуществлением производства иностранными производителями аудиовизуальной продукции на территории Российской Федерации» // Правительство России [Электронный ресурс] – Режим доступа: government.ru/docs/all/124507/ (дата обращения: 15.12.2021).
2. Березина, А. Д. Развитие рынка онлайн-видеосервисов в экосистеме цифровой экономики // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 10-1 (56). – С. 50–53. <https://doi.org/10.24411/2411-0450-2019-11212>
3. Большаева, М. Д. Стриминговое вещание как феномен современной медиасреды // Коммуникалогия. – 2018. – Т. 6, № 4. – С. 159–169. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2018-6-4-159-169>
4. Васильева, Е. В., Крысов, В. В. Собственный контент стриминговых платформ как фактор повышения вовлеченности пользователей // Актуальные направления повышения доходности социальных и бизнес-проектов – 2021: сборник научных трудов по материалам Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 22 мая 2021 г. – М.: ГУУ, 2021. – С. 68–71.
5. Сапелко, С. Н., Антонова, В. Г. Специфика затрат на продвижение аудиовизуальной продукции // Петербургский экономический журнал. – 2021. – № 1. – С. 110–114. <https://doi.org/10.24411/2307-5368-2020-10062>
6. Старченко, М. Ю. Стриминговые видеосервисы с услугой «видео по запросу» (VOD-платформы) как развивающаяся форма кинопроката // Актуальные направления повышения доходности социальных и бизнес-проектов – 2021: сборник научных трудов по материалам Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Москва, 22 мая, 2021 г. – М.: ГУУ, 2021. – С. 111–114.

References

1. Decree of the Government of the Russian Federation No. 1420 dated November 7, 2019 “On State Support for Cinematography Organisations Providing Services (Performing Work) Related to Production by Foreign Producers of Audiovisual Products in the Russian Federation” // Russian Government. Available at: government.ru/docs/all/124507/ (accessed 15.12.2021).

2. Berezina A. D. Development of online video services market in digital economy ecosystem, *Economy and business*, 2019, no. 10 1 (56), pp. 50–53. (In Russian). <https://doi.org/10.24411/2411-0450-2019-11212>
3. Bolycheva M. D. Istream broadcasting as a phenomenon of modern media environment, *Communicology*, 2018, vol. 6, no. 4, pp. 159–169. (In Russian). <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2018-6-4-159-169>
4. Vasil'eva E. V., Krysov V. V. Own content of streaming platforms as a factor of increasing user engagement, *Current directions for improving the profitability of social and business projects – 2021: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference with International Participation*, Moscow, May 22, 2021, Moscow, GUU, 2021, pp. 68–71. (In Russian).
5. Sapelko S. N., Antonova V. G. Expenditure on the promotion of audiovisual content, *Peterburgskii ekonomicheskii zhurnal*, 2021, no. 1, pp. 110–114. (In Russian). <https://doi.org/10.24411/2307-5368-2020-10062>
6. Starchenko M. Yu. Streaming video services with “video on demand” service (VOD platforms) as a developing form of film distribution, *Current directions for improving the profitability of social and business projects – 2021: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference with International Participation*, Moscow, May 22, 2021, Moscow, GUU, 2021, pp. 111–114. (In Russian).

Антонов Сергей Александрович
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва,
Российская Федерация
ORCID: 0000-0001-7101-8628
e-mail: sa_antonov@guu.ru

ВЛИЯНИЕ НРАВСТВЕННО-ЭТИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. Рассмотрены современные особенности реализации нравственно-этических ценностей в экономической жизни личности и общества. Раскрыты отрицательные последствия действующей системы моральных норм в экономических отношениях и трудности учета этических аспектов деятельности. Указаны ключевые проблемы экономической жизни части современного общества, а именно: «подмена целей средствами» и «утрата абсолютных норм», что постепенно превращает жизнь человечества в инстинктивную борьбу живых организмов за потребление благ. Обращено внимание на необходимость организации аксиоматических исследований хозяйственной жизни России и зарубежных стран, с целью повышения уровня экономической безопасности организационно-управленческих решений проблем национальной экономики.

Ключевые слова: нравственно-этические аспекты, экономическая безопасность, аксиоматика, проблемы управления, новая экономика, российская наука, перспективные исследования, Государственный университет управления

Для цитирования: Антонов С.А. Влияние нравственно-этических аспектов на экономическую безопасность организации // Вестник университета. 2022. № 2. С. 177–182.

Sergey A. Antonov
Cand. Sci. (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0001-7101-8628
e-mail: sa_antonov@guu.ru

THE INFLUENCE OF MORAL AND ETHICAL ASPECTS ON THE ORGANISATION'S ECONOMIC SECURITY

Abstract. The modern features of the moral and ethical values implementation in the individual's and society's economic life have been considered. The negative consequences of the moral norms current system in economic relations and the difficulties of taking into account the activity's ethical aspects have been revealed. The economic life key problems of a part of modern society have been indicated, namely: "goals substitution by means" and "absolute norms loss", which gradually turns the humanity's life into an instinctive struggle of living organisms for the goods consumption. In conclusion, attention has been paid to the need to organise axiological studies of the Russian economic life and foreign countries in order to increase the economic security level of organisational and managerial solutions to the national economy problems.

Keywords: moral and ethical aspects, economic security, axiology, management problems, new economy, Russian science, perspective research, State University of Management.

For citation: Antonov S.A. (2022) The influence of moral and ethical aspects on the organisation's economic security. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 177–182. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-177-182

Введение

Об этике и нравственности сегодня много говорят, даже порой подчеркивают нравственный оттенок действий. Это свидетельствует об осознании влияния соответствующих аспектов на деятельность и отношения людей. Однако нередко приходится наблюдать ситуации, когда нравственно-этические вопросы отходят на второй план или же вовсе не принимаются во внимание, то есть соблюдаются тогда, когда это удобно. Если же они расходятся с целями или «удобными» решениями в конкретной ситуации, чаще делается вид, что они не так уж и важны. Нравственно-этические нормы в человеческом обществе по сути своей являются аналогом естественных законов для природы, соблюдая которые человек и общество непременно либо созидают и благоденствуют, либо, в результате пренебрежения ими, разрушают жизненное пространство и погибают сами.

© Антонов С.А., 2022.

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

© Antonov S.A., 2022.

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



Основной целью статьи является побуждение исследовательской работы (деятельности) в области аксиоматических аспектов экономической науки, что обусловило необходимость решения следующих задач: а) характеристика отрицательных последствий действующей системы моральных норм в экономических отношениях и сложности учета морально-нравственных аспектов в принципе; б) обзор ключевых проблем хозяйственной жизни современного российского общества; в) обоснование необходимости глубокого изучения процессов нравственной деградации для формирования адекватного комплекса мер оздоравливающих общество. Перечень представленных задач лег в основу структурного построения работы.

Постановка и степень разработанности проблемы

Проблемами профессиональной этики, применительно к экономической безопасности, занимался, главным образом, А.С. Минзов [9]. Рассматривая роль делового этикета в экономической безопасности предприятия, Т. Г. Сухорукова писала, что «от того, насколько предопределено поведение делового партнера в конкретной ситуации (в соответствии с требованиями делового этикета) зависит экономическая безопасность обеих бизнес сторон» [11, с. 45]. О важности морально-нравственного аспекта национальной безопасности сообщал в своей статье С. А. Биляк [3]. Примечательно также, что Министерство промышленности, науки и технологий РФ, в свое время, выпустило ретроспективную работу «Современный бизнес: этика, культура, безопасность» [6].

Методологический подход к рассмотрению проблемы

Методологический подход, реализованный в настоящей работе, представляет собой процесс классического исследования смыслов базовых понятий при помощи толковых словарей, а раскрытие проблематики, посредством фиксации наблюдений автора, которые завершаются попыткой синтеза этических проблем с одной стороны и экономических задач с другой. Результаты синтеза в полноте не удовлетворяют автора, что заставляет призывать научную общественность к объединению усилий в направлении аксиоматических исследований современной экономической науки и практики.

Результаты анализа

Итак, Толковый словарь Ожегова и Шведовой (во втором значении) определяет этику, как совокупность норм поведения (обычно применительно к какой-нибудь общественной группе). Этимология слова в древнегреческом языке означает – нрав, обычай. Близкими к понятию «этика» являются понятия «мораль» и «нравственность». Назначение морали, как указывают А.Д. Барышева, Ю.А. Матюхина: «это, прежде всего помощь, например, она, помогает человеку жить с другими людьми», с самим собой, с Богом, или наоборот разрушает соответствующие отношения. При этом «этика, как теория морали, изучает ее генезис, сущность, специфику, раскрывает ее место и роль в жизни общества, выделяет механизмы нравственного регулирования человеческой жизнедеятельности, критерии нравственного развития. Этика рассматривает саму структуру нравственного сознания общества и личности, анализирует содержание таких категорий, как добро, справедливость, долг, честь, совесть, свобода, ответственность, счастье, смысл жизни. Она задает ценностную основу человеческой деятельности, определяя, на что она должна быть направлена, и в чем состоит ее совершенство, добродетель» [2].

В современной организации прикладные вопросы этики можно усмотреть практически во всех общих и специальных функциях управления, а также связующих процессах, поскольку человеческие отношения пронизывают буквально каждую сферу деятельности. Тем не менее, в последнее время, мы наблюдаем практически угасающее внимание к таким областям деятельности организации как корпоративная социальная ответственность, организационная культура, деловая этика, организационное поведение, по той причине, что последствия нарушения этических норм возникают спустя некоторое время и могут не касаться тех, кто создает соответствующие проблемы. Кроме того, выявить и доказать наличие именно нравственных причин неблагоприятных явлений порой бывает также очень трудно. Руководители и сотрудники, скорее не верят, что «в долгосрочной перспективе создание высокой моральной атмосферы не только повышает производительность труда, удовлетворенность сотрудников своей деятельностью, но и способствует созданию высокой репутации компании, увеличивает ее конкурентоспособность» [4, с. 4], что в последствии приводит

к формальной, поверхностной реализации норм. Возможно, именно поэтому в научном и деловом сообществе продолжают звучать призывы по части необходимости укрепления доверия за счет формирования честных отношений с каждым участником взаимодействия, будь то, гражданин, представитель государственной службы или предпринимательского сообщества [5].

Кроме того, сложность учета нравственных аспектов связана с положением этических правил и моральных взглядов в структуре организационной культуры компании. Как показано на рисунке 1, они находятся на подповерхностном уровне, то есть не очевидны. Соответственно выявлять и учитывать данные аспекты достаточно сложно, особенно, когда руководители и сотрудники с трудом находят решения текущих задач и погружаются в состояние суетливо трудящихся работников. Поэтому рассуждение о нравственной стороне той или иной ситуации дается с большим трудом, а у некоторых вообще вызывает раздражение. Одним не хватает понимания необходимости, другим желания, третьим смелости, четверным знаний, пятым чуткости, такой коллектив чем-то напоминает героев произведения А. М. Волкова «Волшебник Изумрудного города». До тех пор, пока каждый из них не решит свою личную нравственную проблему, вряд ли что-то изменится. Сложность заключается еще и в том, что разрешать индивидуальные проблемы подобного рода следует неспешно и сообща с людьми, сведущими в нравственных вопросах (речь идет главным образом о священниках Русской православной церкви).



Источник: [1]

Рис. 1. Структурные элементы организационной культуры

Переходя к объекту данной работы, в качестве наиболее содержательного определения экономической безопасности будем использовать точку зрения М. Я. Корнилова [8], который понимает под ней защищенность жизненно важных интересов личности, общества и государства в экономической сфере от внутренних и внешних угроз, так как из него однозначно понятно:

- область защиты – экономическая;
- объект защиты – личность, общество, государство;
- предмет защиты – жизненно важные интересы;
- от чего защищается – от угроз.

Данное определение особенно подходит к пониманию «организации как открытой системы», состояние которой зависит не только от ее непосредственного окружения и внутренней среды, но и от косвенных внешних факторов. Однако кроме задачи «защиты интересов», в отношении ряда современных организаций следует говорить именно о состоянии этих интересов, как факторов, формирующих цели. Например, если организация основой своей деятельности мыслит получение прибыли любой ценой, при этом создание

блага, для нее находится на последующих позициях, то защищать такие интересы опасно не только с позиции экономической безопасности данного предприятия, но для государства и общества в целом. В своем труде, Ю. В. Тарануха и Д. Н. Земляков отмечают, что «в неоклассической теории в качестве цели фирмы постулируется стремление к максимизации прибыли. Такое предположение обосновывается тем, что оно, с одной стороны, наиболее точно отражает предпринимательскую мотивацию, а с другой – задачу конкурентного взаимодействия фирм. К тому же оно очень удобно для моделирования поведения фирм. Между тем по ряду причин можно усомниться в однозначности такой трактовки цели фирмы. Во-первых, в условиях рыночной неопределенности максимизация прибыли как инструмент принятия решений малопригодна. Во-вторых, по мере обособления управления и собственности возникает множественность целей, и максимизация прибыли как цель угасает. В-третьих, сами фирмы могут не стремиться к максимизации прибыли, опасаясь усиленной отраслевой конкуренции и применения регулирующих мер со стороны государства. Наконец, существуют объективные трудности достижения такой цели, так как попытки максимизировать что-либо связаны с дополнительными затратами, которые могут превысить ожидаемые выгоды» [12].

Кроме затронутых выше экономических аспектов, следует принять во внимание принципиальные заблуждения в той части, что средства (деньги), становятся на место целей (создание благ), соответственно и способы производства благ также имеют тенденцию отклонения от нормативных требований. Сегодня это явление можно широко наблюдать на примере продовольственной промышленности, когда производимая продукция создается, не исходя из соображений полезности, а ориентируясь на вкусовые качества и минимизацию расходов производства, что приводит к использованию химических (искусственных) составляющих (усилителей, заменителей, красителей, консервантов).

Результаты синтеза и смежные исследования

Соединяя два проблемных поля, мы можем увидеть, что современная общественная этика находится в состоянии постоянного подбора, поиска «собственной, удобной правды», соответствующей периоду времени, обстоятельствам и целям узкого круга людей. Сегодня она (правда) одна, а уже завтра может быть другой, потому что это удобнее взаимодействующим экономическим субъектам с иными ценностями. Касательно интересов, в такой нравственной системе, каждый личный интерес должен защищаться, и высказывания об ограничении свободы одного там, где начинается свобода другого, превращается в пустые слова. Этические аспекты экономической безопасности в современных организациях постепенно все дальше уходят от поиска справедливости, как стремления осознать правильный путь, найти верное решение, так как находятся в замкнутой системе «верно (правильно) то, что интересно (потребно) мне (или не многим «нам»)». Таким образом, при отсутствии в мышлении и деятельности людей абсолютной системы норм, мораль и нравственность превращаются в инструменты достижения экономического эффекта, утрачивая свою охранительную функцию для человека и общества.

Однако здесь следует отметить, что поиск справедливости в национальном сознании российского народа во главе с русским народом, стремление которого к правде и истине, высшему смыслу, всегда носило определяющий характер. Это присутствует пока еще у многих людей, интуитивно ищущих правду и сопротивляясь лжи. Так, например, свод законов Древней Руси назывался «Русская правда». Кстати заметить, что значение слова управление в церковнославянском языке означало «управляти – направлять в чему достойно» [10]. По словам Р. Н. Кривко, сотрудника Института русского языка им. В. В. Виноградова Российской академии наук, в русском языке широко представлены образования с общеславянским корнем прав-, значение которого этимологами восстанавливается как «прямой, правильный», поэтому в семантике слов, производимых от этого корня, особенно на раннем этапе языка, сохраняется представление о чем-то правильном, хорошем. Глагол управити первоначально обозначал «дать правильное направление, направить по правильному пути», а сочетание управити путь означало букв. «выпрямить путь», «повести, направить по правильному пути (прежде всего, в христианском понимании, то есть указать путь к спасению)». Да и другие значения глагола управити сохраняют эту особенность семантики корня: «наставить, научить (паству)», «осуществить справедливое правление (страной, людьми)», «устроить (хорошо, справедливо), упорядочить, наладить».

Заметим, что реализация этических аспектов экономической безопасности также тесно связывается с понятием справедливости, то есть правды (того, как правильно) и ведении (знании), прежде всего, в нравственном аспекте. Однако Р. Н. Кривко, отмечает и проблему: «Со временем видовая пара управити /

управлять и ее производные утрачивают свое первоначальное значение «указывать правильный путь» и на первое место выходит значение «осуществлять верховную власть, править». Причем, первоначальный положительный смысл корня прав- у пары управить / управлять утрачивается (то есть управлять народом можно как справедливо, так и несправедливо, а управление может быть и хорошим, и плохим)», что подтверждает наличие в обществе проблемы «собственной (удобной) правды», которая, не имея абсолютно-го значения, требует силовой защиты.

Вклад ученых ГУУ в решение проблемы

Таким образом, мы выходим к необходимости исследования специальной области экономической науки, которая лежит на стыке нравственных вопросов и собственно экономических проблем. Среди публикаций, посвященных данному вопросу, следует отметить работу русского экономиста, богослова, философа, православного священника, С. Н. Булгакова под названием «Философия хозяйства». Кроме того, многочисленные труды академика Д. С. Львова. К современным изысканиям, рассматривающим ценностные аспекты экономики, можно отнести аксиономические исследования д.э.н., профессора Д. Н. Землякова. Следует заметить, что Дмитрий Семенович и Дмитрий Николаевич являются выпускниками Государственного университета управления, осуществившими значительный вклад в разработку методологической проблематики новой экономики.

Заключение

В качестве вывода, следует отметить, что влияние нравственно-этических аспектов на экономическую безопасность организации, как и на любую другую сферу человеческой деятельности имеет определяющее значение, что обуславливает необходимость проведения более глубоких аксиономических исследований современных организационно-управленческих проблем. Об этом же свидетельствуют В. Л. Ключня и А. В. Черновалов в своей работе «Нравственность и экономика: сущность, модели» говоря, что актуальность данной проблематики задает экономистам необходимое сейчас направление научных исследований, позволяющее не только противодействовать либеральной экономической идеологии, но и разрабатывать для обучающихся разных уровней учебные материалы, описывающие реальные экономические процессы, осуществляемые в рамках национальной модели развития [7, с. 98].

Библиографический список

1. Александрова, Н. А., Брюхова О. Ю. Организационная культура: практикум. Екатеринбург: УрГУПС, 2012. – 99 с.
2. Барышева А. Д., Матюхина Ю. А., Шередер, Н. Г. Этика и психология делового общения (сфера сервиса): учебное пособие. – М.: Альфа-М, 2016. – 256 с.
3. Биляк, С. А. Морально-нравственный аспект национальной безопасности // Вестник Академии экономической безопасности МВД России. – 2010. – № 8. – С. 16–21.
4. Борисов, В. К., Панина, Е. М., Панов М. И., Тумина, Л. Е., Петрунин, Ю. Ю. Этика деловых отношений: учебник. – М.: «ИД-ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2010. – 176 с.
5. Ватутина, Л. Влияние нравственности на эффективность экономической деятельности // Добро и зло в современном обществе: духовно-нравственные аспекты общественного развития: Сборник материалов IV Международной научной конференции молодых ученых, Самара, 28 февраля–4 марта 2011 г. / ред. кол. Нечаев А. В., Леонтьева О. Б., Окунь А. Б. и др. – Самара: ООО «Офорт», 2011. – 252 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rossiyanavsegda.ru/read/2058/> (дата обращения: 05.01.2022).
6. Климова, В. В., Мещеркина, О. М. Современный бизнес: этика, культура, безопасность: Ретроспективный библиографический указатель / Министерство науки и технологий РФ, ГПНТБ России. – М.: Репрографический центр ГПНТБ России, 1997. – 130 с.
7. Ключня, В. Л., Черновалов, А. В. Нравственность и экономика: сущность, модели // Стратегические направления социально-экономического и финансового обеспечения развития национальной экономики: тезисы докладов I Международной научно-практической конференции, г. Минск, Республика Беларусь, 29–30 сент. 2016 г. / редкол. М. Л. Зеленкевич (отв ред.), И. И. Кукурудза, В. В. Пузиков. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2016. – С. 97–98.
8. Корнилов, М. Я. Экономическая безопасность России: основы теории и методологии исследования: Учебное пособие. Издание второе стереотипное. – М.: РАГС, 2007. – 154 с.

9. Минзов, А. С. Профессиональная этика в сфере информационной и экономической безопасности; Национальный исследовательский университет, Московский энергетический институт, Институт информационной и экономической безопасности. – М.: ВНИИГеосистем, 2013. – 130 с.
10. Протоиерей Александр Свирелин Церковнославянский словарь для толкового чтения Святого Евангелия, Часослова, Псалтири, Октоиха (учебных) и других богослужебных книг. – М.: Христианская библиотека, 2016. – 272 с.
11. Сухорукова, Т. Г. Роль делового этикета в повышении экономической безопасности предприятия // Вестник экономики транспорта и промышленности. – 2017. – № 57. – С. 38–45.
12. Тарануха, Ю. В., Земляков Д. Н. Микроэкономика: учебник. – 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2013. – 320 с.

References

1. Aleksandrova N. A., Bryukhova O. Yu. *Organisational culture: workshop*, Ekaterinburg, Ural State University of Railway Transport, 2012, 99 p. (In Russian).
2. Baryshev D. A., Matyukhina Yu. A., Shereder N. G. *Ethics and psychology of business communication (scope of service): training manual*, Moscow, Al'fa-M, 2016, 256 p. (In Russian).
3. Bilyak S. A. Moral and ethical aspect of national security, *Vestnik Akademii ekonomicheskoi bezopasnosti MVD Rossii*, 2010, no. 8, pp. 16–21. (In Russian).
4. Borisov V. K., Panin E. M., Panov M. I., Tumina L. E., Petrunin Yu. Yu. *Code of ethics: textbook*, Moscow, ID FORUM, INFRA-M, 2010, 176 p. (In Russian).
5. Vatutina L. The influence of morality on the efficiency of economic activity, *Good and evil in modern society: spiritual and moral aspects of social development: Proceedings of the IV International Scientific Conference of Young Scientists*, Samara, February 28–March 4, 2011, ed. board Nechaev A. V., Leontieva O. B., Okun A. B. et al., Samara, ООО "Ofort", 2011, 252 p. Available at: <http://rossiyanavsegda.ru/read/2058/> (accessed 05.01.2022). (In Russian).
6. Klimova V. V., Mescherkina O. M. *Modern business: ethics, culture, security: retrospective bibliographic index*, Ministry of Science and Technology of the Russian Federation, GPNTB of Russia, Moscow, Reprographic Center of Russian National Public Library for Science and Technology, 1997, 130 p. (In Russian).
7. Klyunya V. L., Chernovalov A. V. Morality and economics: essence, models, *Strategic directions of socio-economic and financial support for the development of the national economy: Abstracts of the I International Scientific and Practical Conference*, Minsk, Republic of Belarus, September 29–30, 2016, ed. board M. L. Zelenkevic (resp. ed.), I. I. Kukurudza, V. V. Puzikov, Minsk, SIMST BSU, 2016, pp. 97–98. (In Russian).
8. Kornilov M. Ya. *Economic security of Russia: fundamentals of theory and methodology of research: training manual*, 2nd edition, stereotyped, Moscow, RANEPa, 2007, 154 p. (In Russian).
9. Minzov A. S. *Professional ethics in the field of information and economic security*, National Research University, Moscow Power Engineering Institute, Institute of Information and Economic Security, Moscow, VNIIGeosystem, 2013, 130 p. (In Russian).
10. Archpriest Svirelin Alexander *Church Slavonic Dictionary for the explanatory reading of the Holy Gospel, the Book of Hours, the Psalter, the Octoechos (educational) and other liturgical books*, 2016, 272 p. (In Russian).
11. Suhorukova T. G. A role of business etiquette in successful development enterprise, *The Bulletin of transport and industry economics*, 2017, no. 57, pp. 38–45. (In Russian).
12. Taranukha Yu. V., Zemlyakov D. N. *Microeconomics: textbook*, 3d ed., ster, Moscow, KNORUS, 2013, 320 p. (In Russian).

Евсегнеева Надежда**Сергеевна**преподаватель, ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва, Россий-
ская Федерация**ORCID:** 0000-0001-9411-7768**e-mail:** evsegneeveva.n@gmail.com**ПОКОЛЕНИЕ Z И ЕГО ГЕРОИ**

Аннотация. Статья подготовлена на основе результатов социологического исследования «Социальные сети и электоральный потенциал». Методы исследования включали в себя проведение фокус-групп с участием молодых людей в возрасте от 17 до 25 лет и последующий контент-анализ полученных данных. Целью опроса являлось выявление мнения молодежи о героях нашего времени, понятии героизма и героических профессиях. Уникальность проведенного исследования заключается в анализе блогосферы и блогеров с точки зрения современного героизма и выявлении роли социальных сетей в данном процессе. Результаты исследования показали, что поколение Z стремится к обретению социальной миссии в своей деятельности и тема героизма переходит в плоскость повседневности: героем может стать каждый.

Ключевые слова: герои, героизм, блогеры, молодежь, интернет, поколение Z, социальные сети, цифровизация

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31732 «Электоральный потенциал и социальные сети».

Для цитирования: Евсегнеева Н.С. Поколение Z и его герои // Вестник университета. 2022. № 2. С. 183–187.

Nadezhda S. EvsegneevevaLecturer, State University
of Management, Moscow, Russia**ORCID:** 0000-0001-9411-7768**e-mail:** evsegneeveva.n@gmail.com**GENERATION Z AND ITS HEROES**

Abstract. The article was prepared on the basis of the results of the sociological research “Social networks and electoral potential”. The research methods included conducting focus groups involving young people aged 17 to 25 and subsequent content analysis of the data obtained. The purpose of the survey was to identify the opinion of young people about the heroes of our time, the concept of heroism and heroic professions. The study is unique in its analysis of the blogosphere and bloggers from the point of view of contemporary heroism and the identification of the social networks role in this process. The results of the study showed that Generation Z is striving to acquire a social mission in their activities and the theme of heroism moves into the plane of everyday life: everyone can become a hero.

Keywords: heroes, heroism, bloggers, youth, internet, generation Z, social networks, digitalisation

Acknowledgements. The reported study was funded by the Russian Foundation for Basic Research and the Autonomous Non-Profit Organisation “Expert Institute for Social Research” as a part of the scientific project No. 21-011-31732 “Electoral potential and social networks”.

For citation: Evsegneeveva N.S. (2022) Generation Z and its heroes. *Vestnik universiteta*, no. 2, 183–187. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-183-187

Введение

В рамках социологического исследования «Социальные сети и электоральный потенциал» было изучено мнение молодежи о том, кто же является героями молодого поколения. Ведь то, на кого хочет быть похожим человек, влияет на его дальнейшие планы, ценностные установки и предпочитаемые способы решения проблем. Мы попытались выяснить, считает ли поколение Z блогеров героями своего времени, и если да, то почему. Молодое поколение романтизирует этот образ, как когда-то романтизировали образ солдат, космонавтов и правителей, или же это просто популярная интернет-профессия.

Постановка проблемы

Феномен героизма тесно связан с духовным развитием социума. В начале XX в. ментальное героическое поведение стало частью идеологии различных социальных групп [5]. Стремительное техническое, экономическое и этическое развитие общества определило новые вызовы времени, в том числе способствовало появлению героев в различных областях. Середина XX в. ознаменована серией войн, во время которых

© Евсегнеева Н.С., 2022.

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

© Evsegneeveva N.S., 2022.

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

проявлялся героизм людей, ставший одной из духоподъемных и нравственных составляющих для выживания и спасения людей. Послевоенное время было ознаменовано техническими достижениями и появлением героев труда. Сегодня перед человечеством стоит новый вызов времени – цифровизация. Появилось так называемое цифровое поколение [4]. Дети, выросшие в условиях информационно-цифровой цивилизации, отличаются от предыдущих поколений своим пониманием и восприятием мира, типом мышления и способами общения и связи. В данной статье сделана попытка понять, на кого теперь ориентируется молодежь, кто для нее является примером для подражания и проводником в стремительно меняющемся мире.

Литературный обзор

На протяжении всей человеческой истории понятие героизма менялось, в соответствии с историческим контекстом. В 1949 г. Дж. Кемпбелл выпустил книгу «Тысячеликий герой», в которой подробно описал эти изменения, дав следующее определение герою: «Это мужчина или женщина, которым удалось преодолеть свои личные и конкретные исторические ограничения и прийти к универсальным, присущим всему человечеству формам» [3, с. 22]. Современные ученые, изучая тему героизма, сталкиваются со стремительной динамикой изменений в данном вопросе, стараясь определить, кто является героями для молодого поколения и что такое героизм в наши дни, влияет ли этот образ на социальное благополучие общества в целом. Несмотря на то, что понятие героизма можно назвать мультидисциплинарным, исследований на данную тему мало, в особенности социологических. В зарубежной литературе нам известны работы Ф. Ницше, Д. Бруно, Г. В. Ф. Гегеля, Т. Карлейля, Х. Ортега-и-Гассета. Из отечественных социологов, культурологов и философов о героизме писали Н. А. Бердяев, Н. К. Михайловский, П. А. Сапронов, С. Н. Булгаков, А. В. Луначарский и др.

Современная массовая культура идентифицирует героев в соответствии с реалиями информационно-цифровой цивилизации, что вносит значительные корректировки в понятие героизма. В статье рассмотрены причины и качества, которые современная молодежь считает проявлениями героизма, названы имена героев, по мнению зумеров. Уникальность проведенного исследования заключается в анализе блогосферы и блогеров с точки зрения героизма и героев нашего времени.

Исследование и анализ результатов

В исследовании была использована квотная выборка, ее численность составила 53 человека в возрасте от 17–25 лет. В ходе исследования было проведено 7 фокус-групп в разных регионах России (Москва, Хабаровск, Санкт-Петербург). В качестве основного метода было выбрано фокус-групповое исследование. Фокус-группы были проведены в период с сентября по октябрь 2021 г. В качестве основного метода анализа данных был использован качественный метод анализа с использованием стенограмм и последующей типологизацией по выделенным характеристикам.

В ходе исследования выяснилось, что для большинства респондентов блогеры все же не являются героями – 69,8%. Но есть среди них те, кого можно назвать таковыми. Первую строчку занял музыкант и блогер Моргенштерн (Алишер Валеев) – 11,3%. Для опрошенных именно Моргенштерн является примером блогера, уделяющего много внимания благотворительности, что делает его современным героем. Среди имен были названы Ида Галич (1,8%) и Наталья Водянова (1,8%) также широко известные благодаря своей благотворительной деятельности. Блогер и журналист Илья Варламов (1,8%) был назван героем, как пример смелости, блогер и многодетная мать Оксана Самойлова (1,8%), как пример материнства. Спортсмена и блогера Хабиба Нурмагомедова (3,7%) назвали, как человека, заслуживающего уважение и героя-победителя. Ольга Бузова (3,7%) является для молодежи примером человека, достигшего успеха своим трудом. В недавнем совместном исследовании платформы по работе с блогерами «Perfluence» и аналитическим агентством «Research Me» были представлены данные о том, что 80% россиян, которые никогда не вели блоги профессионально, высказали желание бросить основную работу, чтобы стать блогерами [8]. Больше половины из них – россияне от 16 до 24 лет. Для подавляющего числа зумеров блогеры – это вдохновители, пример трудолюбия, успешности и целеустремленности, они являются представителями профессии, которая наиболее привлекательна для поколения Z, но они не герои.

Одной из самых частых причин, почему блогеров все же называли героями, респонденты называли участие в благотворительности и помощь другим (20,7%) (см. табл. 1). Именно благотворительная деятельность является для зумеров проявлением современного героизма. Опрошенные восхищаются теми блогерами,

которые не просто вкладывают в себя и свой бренд, но и наделяют свою деятельность социальной миссией. Зумерам нравится видеть отчеты публичных людей в социальных сетях о проведенных сборах на лечение детей и видео с помощью нуждающимся. В недавнем исследовании группы ученых-социологов были выделены следующие ценности российского поколения Z: самостоятельность, достижения, гедонизм и доброта [7]. Это говорит нам о том, что молодое поколение сочетает в себе сосредоточенность на личных достижениях и заботу об общем благе, для него блогеры, занимающиеся благотворительностью, являют собой пример достижений и доброты, образец для подражания. Именно вдохновение и возможность брать пример (9,4%), как еще одну причину, называли опрошенные, по которой блогеров можно назвать героями. По словам известного российского психолога Ю. Б. Гиппенрейтер юность не просто признает, но и ищет авторитеты [2, с. 336]. Среди причин, по которым популярных блогеров можно назвать героями, звучали участие в общественно-политической деятельности страны (1,8%), пример материнства (1,8%) и умение побеждать (1,8%).

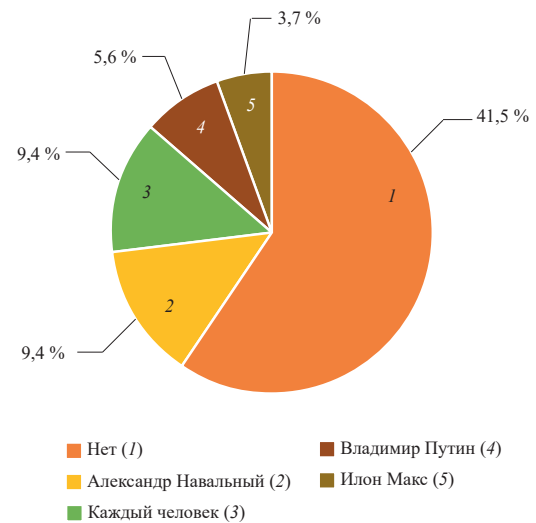
Таблица 1

Причины, по которым молодежь считает блогеров героями

Причина	Доля среди молодежи, %
Участие в благотворительности и помощь другим	20,75
Дарят вдохновение и служат примером	9,43
Пример смелости	1,88
Участие в общественно-политической жизни страны	1,88
Пример материнства	1,88
Умение побеждать	1,88

Составлено автором по материалам исследования

Для большинства опрошенных вопрос «Если блогеры не герои, то кто?» остается без ответа: 41,5% респондентов заявили, что у них нет героев (рис. 1). За участие в политической деятельности страны, проведение расследований и объединение сил оппозиции Алексея Навального назвали героем 9,4% опрошенных. По мнению опрошенных, именно он привлек внимание молодежи к политической ситуации в стране, первым заговорил о политике, используя молодежный дискурс. Широкое распространение социальных сетей позволило пользователям распространять мемы с политиком, что сделало его известным и популярным героем. Арест и попытка отравления Алексея Навального добавили образу романтизма, для зумеров он является современным Робин Гудом. Интересной тенденцией, подтверждающей ценности молодого поколения, сконцентрированные на самостоятельности и достижениях, стал ответ респондентов «каждый человек герой» – 9,4% [7]. Присутствие абстрактного понятия «каждый человек герой» говорит нам о затруднении назвать знакомых и социально близких молодежи людей, данный образ не является фигурой групповой идентификации респондентов, но отождествляет возможности обычного человека с героическими. Из политиков был назван Владимир Путин (5,6%), но он уступает Алексею Навальному и абстрактному понятию «каждый человек герой». По их мнению, президент внес значительный вклад в объединение и развитие страны, но доверие к нему на фоне слишком противоречивой информации падает. Илона Маска назвали 3,7% опрошенных, по их мнению, он делает многое для развития общества и технологий. Также, в список героев вошли такие люди, как Леонардо ди Каприо, Владимир Жириновский, Михаил Горбачев, Елизавета Глинка, Сардана Авксентьева, Сергей Лавров, Юрий Дудь, Мацун Ро, Стас Михайлов, Даня Милохин и Валя Карнавал.



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Топ-5 ответов на вопрос «Кто для вас герой нашего времени?»

Если обратиться к концепции Э. Тоффлера, то затруднение, которое испытывают зумеры, отвечая на вопрос о героях, связано с постоянными изменениями социального пространства и, соответственно, небывалыми ранее трудностями выбора, своего рода «гнетом сверхвыбора» [6, с. 557]. Один из вариантов компенсаторного социального поведения, связанного с многообразием, – полное или частичное отрицание информации [1]. В нашем случае это сведение к минимуму признания молодым поколением героизма в обществе.

Отвечая на вопрос о героических профессиях, респонденты называли врачей – 7,5 %, спасателей – 5,6 %, пожарных – 3,7 % и ученых – 1,8 %, остальные 80 % участников опроса не смогли дать четких ответов. Сверхупрощение и стереотипизация ответов может быть связана с актуализацией уже усвоенного социального поведения: называя профессии, давно признанные в обществе героическими, молодые люди транслируют полученный ранее опыт, не анализируя информацию.

Молодежь стремится к высоким идеалам и считает героизм редким явлением, большинство опрошенных не смогли привести примеры достойных людей или назвать качества, которыми должны обладать современные герои (45,2 %) (табл. 2). Но при этом участники опроса акцентировали внимание на том, что героями, в первую очередь, достойны называться те, кто спасает жизни людей – 18,8 %. Как правило, опрошенные подразумевали врачей и спасателей, либо же пилотов и пожарных, всех тех, кто рискует своей жизнью ради других. Отдельным пунктом зумеры выделили объединение оппозиционных сил в России – 7,5 %. Здесь безусловным героем для них является Алексей Навальный, и его стремление изменить в политическую ситуацию в стране. Забота о народе и развитии страны является проявлением героизма для 5,6 % опрошенных. Заслуги перед человечеством назвали 5,6 % респондентов, под этим они понимают масштабные экономические или технологические открытия, а также достижения, направленные на улучшение качества жизни людей. Отдельный смысл приобрели умение отстаивать свое мнение и не бояться, для 3,7 % респондентов проявление данных качеств является героизмом. Люди, открыто демонстрирующие независимость и целеустремленность, также достойны того, чтобы их называли героями – 1,8 %.

Таблица 2

Какими качествами нужно обладать, чтобы молодежь считала человека героем

Качества	Доля среди молодежи, %
Нет / нет информации	45,28
Спасение людей	18,86
Объединение оппозиционных сил в России	7,54
Забота о народе, об обществе и развитии страны	5,66
Заслуги перед человечеством	5,66
Умение отстаивать свое мнение и не бояться	3,77
Независимость, целеустремленность и успешность	1,88
Справедливость, правда и искренность	1,88
Помощь животным	1,88
Привлечение внимания к глобальному потеплению	1,88
Участие в благотворительности	1,88
Нобелевская премия	1,88

Составлено автором по материалам исследования

В число героических качеств вошли: справедливость, правда и искренность (1,8 %), помощь животным (1,8 %), привлечение внимания к глобальному потеплению (1,8 %) и участие в благотворительности (1,8 %). Все это свидетельствует о наличии высоких морально-нравственных ориентиров зумеров и поиску социального смысла.

Заключение и выводы

Подводя итоги, можно смело говорить о том, что в современных реалиях стираются рамки между недостижимыми героями и героизмом в повседневности. Для молодого поколения героизм ассоциируется

в первую очередь с наличием социальной миссии, поколению Z важен социальный смысл деятельности публичных людей. Для большей части молодежи блогеры не являются героями, но они служат примером для подражания и являются авторитетами мнений. Вопрос о героях претерпевает глобальные изменения, мы наблюдаем переход от восхищения недостижимыми личностями к повседневному героизму, где каждый человек, исходя из своего предназначения и социальной миссии, способен к героизму. Возможности «сверхвыбора» с одной стороны приводят к затруднениям самоопределения, с другой – к повышению уровня социальной ответственности и стремлению зумеров к более высоким идеалам.

В связи с ростом популярности социальных сетей, их все возрастающим влиянием на жизнь людей и повсеместной цифровизацией, мы можем предположить, что в дальнейшем герои нашего времени будут появляться именно в цифровом пространстве.

Библиографический список

1. Белинская, Е. П. Идентификационные модели подростков и молодежи: «герои нашего времени». – Психологические исследования. – 2017. – № 10 (54). – С. 10.
2. Гиппенрейтер, Ю. Б. Введение в общую психологию. Курс лекций: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности психология. – М.: «ЧеРо»: «Юрайт», 2002. – 332 с.
3. Кемпбелл, Д. Тысячеликий герой / Пер. с англ. А. П. Хомик, отв. ред. С. Н. Иващенко. – М.: Ваклер, Рефл-бук; Киев: АСТ, 1997. – 378 с.
4. Пошехонова, В. А. Образовательная гуманитарная технология цифрового поколения // Педагогическое образование в России. – 2018. – № 5. – С. 13–20. <https://doi.org/10.26170/po18-05-02>
5. Селезнева, М. П. Истинный героизм – духовная составляющая общества // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – № 11-2. – С. 157-160. <https://doi.org/10.24411/2500-1000-2019-11774>.
6. Тоффлер, Э. Шок будущего / Пер. с англ. Е. Руднева, науч. ред. П. С. Гуревич. – М.: АСТ, 2002. – 557 с.
7. Яницкий, М. С., Серый, А. В., Браун, О. А., Пелех, Ю. В. Маслова, О. А., Сокольская,
8. М. В. Санжаева, Н. Д. Монсонова, А. Р. Дагбаева, С. В. Неяскина, Ю. Ю. Кадыров, Р. В., Капустина, Т. В. Система ценностных ориентаций поколения Z: социальные, культурные и демографические детерминанты // Сибирский психологический журнал. – 2019. – № 72. – С. 46–67. <https://doi.org/10.17223/17267080/72/3>
9. Кинякина, Е. Исследование: 80% россиян хотят бросить работу, чтобы стать блогерами // Inc. Russia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://incrussia.ru/news/brosit-rabotu-stat-bloggerom/> (дата обращения: 15.12.2021).

References

1. Belinskaya E. P. Identification models for adolescents and youth: “heroes of our time”, *Psychological studies*, 2017, no. 10 (54), pp. 10. (In Russian).
2. Gippenreiter Yu. B. *An introduction to general psychology. Lecture course: textbook for university students studying psychology*, Moscow, “CheRo”, “Yurait”, 2002, 332 p. (In Russian).
3. Campbell J. *The Hero with a thousand faces*, transl. from Engl. A. P. Khomik, resp. ed. S. N. Ivashchenko, Moscow, Vakler, Refl-buk, Kiev, AST, 378 p. (In Russian).
4. Poshekhnova V.A. The humanities educational of the digital age, *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii*, 2018, no. 5, pp. 13–20. (In Russian). <https://doi.org/10.26170/po18-05-02>
5. Selezneva M. P. True heroism is the spiritual component of society, *International journal of humanities and natural sciences*, 2019, no. 11-2, pp. 157–160. (In Russian). <https://doi.org/10.24411/2500-1000-2019-11774>
6. Toffler A. *Future shock*, transl. from Engl. E. Rudneva, scient. ed. P. S. Gurevich, Moscow, AST, 2002, 557 p. (In Russian).
7. Yanitskij M. S., Seryi A. V., Braun O. A., Pelekh Yu. V. Maslova O. A., Sokolskaya M. V. Sanzhayeva N. D. Monsonova A. R. Dagbaeva S. V. Neyaskina Yu. Yu. Kadyrov R. V., Kapustina T. V. The value orientations system of generation Z: social, cultural and demographic determinants, *Siberian journal of psychology*, 2019, no. 72, pp. 46–67. (In Russian). <https://doi.org/10.17223/17267080/72/3>
8. Kinyakina E. Research: 80% of Russians want to quit their jobs to become bloggers, *Inc. Russia*. Available at: <https://incrussia.ru/news/brosit-rabotu-stat-bloggerom/> (accessed 15.12.2021).

УДК [316.7+130.2]:004

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-188-192

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

КИТАЙСКИЙ ПУТЬ ОТ ТРАДИЦИОННОГО ИДЕАЛА «СЯО КАН» К СОВРЕМЕННОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье проанализирована трансформация рожденного в старом Китае традиционного идеала «Сяо кан» в современную модель социально-экономического развития, имеющую практические результаты. С этой целью рассмотрена специфика конфуцианских идей «Сяо кан», длительный путь их реставрации, возвращения, официального оформления и превращения в четкие ориентиры стратегического будущего страны. Выделены современные теоретические положения, характеризующие общество «Сяо кан», показатели коэффициента Энгеля, используемые для измерения уровня жизни людей в современном Китае. Особое внимание в статье уделено осмыслению роли «Сяо кан» в формировании китайской модели развития, использованию данного идеального образа для показа преимуществ китайских товаров на внутреннем и внешних рынках, международного позиционирования китайцев, формирования чувства особенности, элитарности китайской нации.

Ключевые слова: общественный идеал, общество умеренного благосостояния, Китай, коэффициент Энгеля, культура, модель развития, модернизация, Сяо кан, социализм с китайской спецификой

Для цитирования: Захаров М.Ю. Китайский путь от традиционного идеала «Сяо кан» к современной модели развития // Вестник университета. 2022. № 2. С. 188–192.

Mikhail Y. Zakharov

Dr. Sci. (Philos.), State University
of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-8796-6283

e-mail: m.u.zaharov@gmail.com

THE CHINESE WAY FROM THE TRADITIONAL IDEAL OF “XIAO KANG” TO THE MODERN DEVELOPMENT MODEL

Abstract. The transformation of the traditional ideal of “Xiao Kang”, created in Ancient China, into the modern socio-economic development model with practical results has been analysed in the article. To this end, the specificity of the Confucian ideas of “Xiao Kang”, the long path of their restoration, cultivation, formalisation and transformation into clear guidelines for the strategic future of the country has been reviewed. The current theoretical provisions characterising “Xiao Kang” society, the Engel coefficient indicators used to measure the people’s living standard in contemporary China have been highlighted. Special attention in the article has been paid to understanding the role of “Xiao Kang” in shaping the Chinese development model, using this ideal image to show the advantages of Chinese goods in domestic and foreign markets, positioning the Chinese internationally and creating a sense of exclusivity and elitism in the Chinese nation.

Keywords: social ideal, moderate prosperity society, China, Engel coefficient, culture, development model, modernisation, Xiao Kang, socialism with Chinese specificity

For citation: Zakharov M.U. (2022) The Chinese way from the traditional ideal of “Xiao Kang” to the modern development model. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 188–192. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-188-192

Введение

После провозглашения в 1949 г. Китайской Народной Республики в стране начался кропотливый поиск собственной национальной модели социально-экономического развития. Требовалась принципиально новая модернизированная модель, отражающая особенности национального возрождения, включающая механизмы социалистического и капиталистического хозяйствования, с опорой на прошлое и традиционные духовные ценности. Российский исследователь Л. И. Кондрашова, ссылаясь на мнение китайских ученых, указывает, что эта китайская модель должна была стать альтернативной социалистическому и капиталистическому путям, и ее желательная перспектива - «не конвергентное общество, совмещающее черты капитализма и социализма, а альтернативное общество, основу которого составляет модернизированный

© Захаров М.Ю., 2022.

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

© Zakharov M.U., 2022.

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



механизм капиталистического хозяйствования, а социалистические принципы и ориентиры выступают в роли социальных ограничителей и модификаторов этого механизма» [4, с. 321].

Материалы и методология исследования

Сегодня общепризнанными считаются следующие методологические особенности сформированной в КНР модели развития:

- способность сохранять свою идентичность, базовые национальные ценности;
- готовность реализовываться по плановому пути, с выделением этапов, средств и методов, утвержденных партийными съездами и официальными документами Коммунистической партии Китая (КПК);
- мобильность, возможность к постоянному самообновлению и оперативному реформированию, эффективному поглощению внешнего опыта;
- экспериментальный характер, необходимость поэтапной субъектной практической проверки теоретических положений: сначала деревня – затем город, прибрежные регионы – потом глубинка, реформы экономические – только после этого политические и лишь по завершении соответствующих корректировок в масштабах страны;
- уникальность и неповторимость китайской конструкции, ее невозпроизводимость вне национальных границ.

Особая роль в формировании китайской модели социально-экономического развития принадлежит конфуцианским идеям «Сяо кан» (小康). На сегодняшний день существует достаточно много различных переводов этого термина на русский язык: уютное упорядоченное общество, основой которого служат прочные семейные узы; практически обеспеченное общество, в котором люди могут жить относительно комфортно, хотя и обычно; малое спокойствие; малое благоденствие; малое благосостояние; малое процветание; уровень средней зажиточности; уровень среднего (скромного) достатка [2, с. 244].

Как свидетельствует историческая наука, термин «Сяо кан» впервые встречается в произведении «Ши цзин» («Канон стихов», «Канон поэзии», «Книга песен»), описывающем счастливую жизнь общества. Составление и редактирование данного произведения некоторые исследователи связывают с легендарным Конфуцием. В трактате «Ли цзи» («Книга ритуалов», «Трактат о правилах поведения») мы находим следующую характеристику данного общества: «Путеводными нитями стали ритуал и долг. С их помощью упорядочивают [отношения] государя и подданных, связывают родственными чувствами отцов и детей, дружелюбием братьев, согласием супругов. С их помощью устанавливают порядок, намечают границы полей и общин, возвеличивают мужественных и разумных, наделяют человека заслугами. Их используют в своих замыслах, ради них поднимают оружие. В соответствии с ними избирались [на царство] Юй и Тан, Вэнь-ван и У-ван, Чэн-ван и Чжоу-гун. Среди этих шестерых благородных мужей не было ни одного, кто бы не почитал ритуала. С ним сверяли они свою справедливость, на нем строили свою верность, проверяли вину, узаконивали человеколюбие, учили уступчивости, являя тем самым народу свое постоянство. Если кто не следовал бы ему, он потерял бы свой престол, ибо люди почли бы его сущим бедствием. Все это и называется малым умиротворением» [1, с. 101]. В реализации типичной конфуцианской мечты формирования умиротворенного общества просматриваются два классических средства: ритуал, как внешняя янская сторона мироздания, и чувство долга, как внутренняя иньская сторона [3].

«Сяо кан» является комфортным обществом, приемлемым для нормальной, стабильной жизни людей, но оно не лишено серьезных проблем, главной из которых является неразвитость главенствующего семейного принципа, а у такой семьи, как известно, наряду с прочными узами и отношениями в повседневной жизни, возможны ссоры и разногласия, что свидетельствует о возможности фрагментарного игнорирования «Великого Дао», которое при определенных условиях может даже покинуть общество, что приведет к потере управленческого начала и, в целом, непредсказуемым последствиям, возвращению в состояние хаоса, что является губительным для любого общества. Поэтому во избежание подобных последствий естественным состоянием общества «Сяо кан» должна стать постоянная модернизация, имеющая конечной целью переход китайского общества на новую, более высокую ступень развития.

С конца 70-х гг. XX в. в Китае активно возрождается общественный интерес к обществу «Сяо кан», использованию его идей для конструирования китайской модели модернизации. Традиционно это связывают

с беседой Дэн Сяопина с премьер-министром Японии Масаёси Оохира, которая состоялась в 1979 г. и положила начало новому официальному оформлению «Сяо кан». «Четыре модернизации, к осуществлению которых мы стремимся, – это модернизации китайского типа. Наша концепция «четырех модернизаций» – это не та концепция модернизации, которую вы восприняли. Мы имеем в виду «семью сяокан». В конце нынешнего столетия, даже если мы достигнем определенной цели в нашем деле модернизации, наш среднедушевой показатель валового национального продукта (ВНП) останется довольно низким. Чтобы выйти на уровень более богатых стран третьего мира, скажем, со среднедушевым ВНП в 1 000 долл. США, нам следует прилагать еще немалые усилия. Китай в этом случае по-прежнему будет находиться в состоянии «сяокан» [9]. В последующем Дэн Сяопин придал «Сяо кан» более четкие очертания: среднезажиточное общество, где среднедушевой доход составляет 800 долл., США а к концу XX в. китайская модернизация поднимет жизнь простого человека до уровня, обеспечивающего достаток, процветание каждой семье и обществу в целом [9].

С начала 80-х гг. XX в. данное понятие прочно закрепляется в официальной пропаганде, входит в официальные документы съездов КПК и выступления национальных лидеров. Формируются новые требования к «Сяо кан», определяются четыре важнейших транзита, которые должен совершить Китай: от плановой экономики к современной рыночной экономике, от аграрно-индустриального общества к информационному обществу, от государственного (ручного) управления к правовому государству, от сельского общества к городскому. Поэтапное решение поставленных задач позволило Генеральному секретарю ЦК КПК Си Цзиньпину на XIX съезде КПК (18–24 октября 2017 г.) констатировать, что произошли решающие сдвиги «в интенсивной борьбе с бедностью, в частности, свыше 60 млн человек нуждающегося населения гарантированно избавились от бедности, коэффициент бедности снизился с 10,2 % до уровня ниже 4 %» [8], а в начале 2021 г. Китай сообщил миру о полной победе в борьбе с абсолютной бедностью. Специалисты считают, что КНР смогла оторвать от нищеты и поднять до уровня среднего класса (сегодня примерно он составляет 400–500 миллионов китайцев) не менее 200 млн человек и в целом окончательно решить проблему обеспечения миллиардного населения питанием и одеждой, реализовав тем самым одну из важнейших целей общества «Сяо кан» [8]. 2020 г. определен в Китае годом практического достижения уровня «Сяо кан» в основных аспектах развития общества.

Анализ и обсуждение результатов

Проблематике «Сяо кан» посвящен целый ряд современных научных исследований, которые привели к формулированию важнейших современных теоретических положений, характеризующих данное общество и нашедших свое место не только в китайских учебниках по политической экономии и мировой синологии, но и в повседневной практике. К ним можно отнести следующие.

1. «Сяо кан» – это социалистическое общество с китайской спецификой, под которым понимают определенный исторический этап развития Китая, где может быть достигнут уровень среднеразвитых стран и для решения этих проблем не потребуется массового самопожертвования.

2. «Сяо кан» – это современное китайское общество умеренного благосостояния, основу которого составляет в меру обеспеченный, живущий в комфортных условиях средний класс, охватывающий большинство населения. Этот класс получает приемлемую оплату труда, гарантирующую сокращение имущественной дифференциации и социальную стабильность общества, переселение большей части населения на материковый Китай и предоставление переселенным достойных условий жизни.

3. Экономическое развитие не является главной и единственной целью «Сяо кан», а соотносится с социальным равенством, защитой окружающей среды и, в целом, определенным эталоном жизненного уровня Китая.

Значительные усилия китайских ученых были затрачены на обоснование конкретных материальных показателей, характеризующих общество «Сяо кан». В ходе обсуждения за основу выбора и обоснования показателей был взят «закон Энгеля», в соответствии с которым по мере роста доходов населения страны, в семейном бюджете должна увеличиваться доля расходов на культуру, образование и современные услуги, а доля расходов на питание значительно сокращаться, менее значительно сокращаться доля расходов на одежду, инженерное обеспечение жилища (вода, канализация, тепло, освещение, связь). На основе данного закона формируется коэффициент Энгеля, используемый сегодня для измерения уровня жизни людей

в различных странах, поэтому чем беднее страна, тем выше коэффициент Энгеля и соответствующий уровень затрат на питание и первичные условия жизни. Существуют усредненные показатели уровня жизни населения: 60 % и выше - низкий уровень, 50–60 % – средний уровень, 20 % – высокий уровень. За период 13-й пятилетки (2016–2020 гг.) коэффициент Энгеля в Китае снизился с 30,1 % в 2016 г. до 28,2 % в 2019 г., и располагаемый доход на душу населения в стране превысил 30 000 юаней [7].

Все большую популярность в современном Китае приобретает сам термин «Сяо кан», его активно использует бизнес для показа своих преимуществ на рынке, а также выпуска товаров, свидетельствующих о хорошем достатке семьи («высоко профессиональная работа», «качественный отдых», «надежный и долговечный продукт», «достойная машина»). Термин прочно вошел в повседневную жизнь китайского социума, ассоциируется с потенциальной возможностью реализовать какую-то мечту человека и предъявить ее обществу (здоровье, машина, квартира, успешные дети, спокойная обеспеченная старость и т. д.).

Сегодня термин «Сяо кан» используется для внешнего и внутреннего позиционирования китайцев, формирования чувства особености, элитарности китайской нации. Последняя может иметь самые различные и не только экономические проявления, например, такие как национальная способность внутреннего центрирования, сохранения душевного спокойствия, сосредоточенности, контроля эмоций, умения избегать любых крайностей и бороться с необоснованной торопливостью [5]. Но, главное, термин подчеркивает особую гордость китайцев – предупредительное поведение, социальную чувствительность и, как следствие, определенное отношение к текущей ситуации и ее возможному состоянию, которое еще только будет иметь место. Российские синологи по-разному описывают данную характерную черту национальной психологии китайцев [6], но как правило, придерживаются одной мысли: эта внутренняя традиционная китайская допредметность связана с какой-то необъяснимой национальной интуицией.

Заключение

Исследование исторического опыта Китая позволяет увидеть и в определенной мере понять, как сформированный в старом Китае традиционный идеал «Сяо кан» преобразуется в современную модель развития с набором конкретных ощутимых практических результатов. Это не одномоментный акт нового Китая, а длительный путь реставрации классических идей, соотносимых с изменениями самой реальности. Эти идеи изначально имеют личностный персонифицированный характер и лишь впоследствии, постепенно выкристаллизовываясь в соответствующих благоприятных условиях, начинают воздействовать на общественное сознание. Великая заслуга современного Китая заключается в реанимации, возвращении и официальном оформлении подобных идей, превращении их в реальные ориентиры социально-экономического развития.

Библиографический список

1. Древнекитайская философия. Собрание текстов в двух томах. – Т. 2 / Сост. Ян Хин-Шун; ред. В. Г. Пуров, Р. В. Вяткин, М. Л. Титаренко; вступ. ст. В. Г. Бузова и М. Л. Титаренко. – М.: Мысль, 1973. – Т. 2. – 384 с.
2. Духовная культура Китая: энциклопедия в 6 т. – Т. 1. Философия / ред. М. Л. Титаренко, А. И. Кобзев, А. Е. Лукьянов. – М.: Восточная литература, 2006. – 728 с.
3. Захаров, М. Ю. Ритуал как классическая социальная технология Китая (философско-социологический анализ) // Вестник университета. – 2019. – № 3. – С. 163–168. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-3-163-168>
4. Кондрашова, Л. И. Китай: к новой модели общественного развития: монография. – М.: ИД «ФОРУМ», 2017. – 336 с.
5. Маслов, А. А. О чем думают китайцы? 1127 фактов от риса до Конфуция: монография. – М.: РИПОЛ классик, 2018. – 288 с.
6. Спешнев, Н. А. Китайцы: особенности национальной психологии: монография. – СПб.: КАРО, 2011. – 336 с.
7. Коэффициент Энгеля в Китае продолжает снижаться // Газета Жэньминь жибао онлайн. – 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.people.com.cn/n3/2020/1123/c31518-9786309.html> (дата обращения: 06.11.2021).
8. Полный текст доклада Си Цзиньпина на XIX съезде КПК // Информационное агентство АВРОРА – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://aurora.network/articles/163-zajavlenija/55670-polnyy-tekst-doklada-si-tszin-pina-na-i-s-ezde-kpk> (дата обращения: 06.11.2021).
9. Путь современного Китая к обществу «сяокан» // Китайский информационный Интернет-центр. – 2002 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.china.org.cn/russian/49591.htm> (дата обращения: 06.11.2021).

References

1. *Ancient Chinese philosophy. Collection of texts in two volumes*, vol. 2, comp. Yan Hin-Shun, ed. V. G. Purov, R. V. Vyatkin, M. L. Titarenko, introd. art. V. G. Burov and M. L. Titarenko, Moscow, Mysl, 1973, 384 p. (In Russian).
2. *Spiritual culture of China: encyclopedia: in 6 vols.*, vol. 1. Philosophy, ed. M. L. Titarenko, A. I. Kobzev, A. E. Lukyanov, Moscow, Vostochnaya literatura, 2006, 728 p. (In Russian).
3. Zakharov M. Yu. Ritual as a classical social technology of China (philosophical and sociological analysis, *Vestnik universiteta*, 2019, no. 3, pp. 163–168. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-3-163-168>
4. Kondrashova L. I. *China: towards a new model of social development: monograph*, Moscow, Publishing House “FORUM”, 2017, 336 p. (In Russian).
5. Maslov A. A. *What do the Chinese think about? 1127 facts from rice to Confucius: monograph*, Moscow, RIPOL classic, 2018, 288 p. (In Russian).
6. Speshnev N. A. *The Chinese: features of national psychology: monograph*, St. Petersburg, KARO, 2011, 336 p. (In Russian).
7. The Engels coefficient in China continues to decline, *Newspaper People's Daily Online*, 2020, Available at: <http://russian.people.com.cn/n3/2020/1123/c31518-9786309.html> (accessed 06.11.2021).
8. The Full Report XI Jinping at the XIX Congress of the CPC, *Information Agency AVRORA*, 2017. Available at: <http://aurora.network/articles/163-zajavlenija/55670-polnyy-tekst-doklada-si-tszin-pina-na-i-s-ezde-kpk> (accessed 06.11.2021).
9. The path of modern China to the Xiaokan society, *Chinese Internet Information Center*, 2002, Available at: <http://russian.china.org.cn/russian/49591.htm> (accessed 06.11.2021).

Карсанова Елена Созрикеевна
д-р полит. наук, ФГБОУ ВО «Государственного университета управления»,
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финуниверситет),
г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-3000-8009
e-mail: e_karsanova@mail.ru

Волгин Олег Степанович
д-р филос. наук, ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0003-1648-7899
e-mail: oleg.volgin@gmail.com

Elena S. Karsanova
Dr. Sci. (Polit.), State University of Management, Financial University, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-3000-8009
e-mail: e_karsanova@mail.ru

Oleg S. Volgin
Dr. Sci. (Philos.), MGIMO University, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0003-1648-7899
e-mail: oleg.volgin@gmail.com

ИДЕЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В ЭПОХУ ПРОСВЕЩЕНИЯ

Аннотация. Авторы статьи выделяют два необходимых условия гражданского общества: наличие публичного пространства и культуру социальной активности граждан, охраняющую автономию личности. Последнее условие получило особое развитие в эпоху Просвещения, когда распространилось убеждение, что гражданское общество является противовесом государству. В статье авторы обосновывают точку зрения, согласно которой, отношение государства и гражданского общества подчиняется диалектике единства и борьбы противоположностей. Становление гражданского общества тесно связано с развитием буржуазного класса под эгидой государства в эпоху промышленной революции, что стало основным фокусом внимания мыслителей Просвещения от Т. Гоббса до Г. Гегеля. Усложнение социальных структур и проявление конфликтного потенциала буржуазного общества нашло отражение в либеральном конституционализме, явившемся основой для разнонаправленных политических изменений, приведших к становлению институтов гражданского общества. Авторы делают вывод, что современная культура гражданского общества тем более может проявить свою успешность, чем глубже будет осознан тот идейный потенциал, который был создан в эпоху Просвещения, включающий в себя ценности плюрализма, идейного разнообразия свободных и самоуправляемых ассоциаций граждан.

Ключевые слова: гражданское общество, государство, институты, эпоха Просвещения, плюрализм, автономия личности, публичное пространство, гражданская культура

Для цитирования: Карсанова Е.С., Волгин О.С. Идея гражданского общества в эпоху Просвещения // Вестник университета. 2022. № 2. С. 193–199.

THE IDEA OF CIVIL SOCIETY IN THE ENLIGHTENMENT AGE

Abstract. The authors emphasise two necessary conditions for civil society: the existence of a public space and a social activism culture that protects personal autonomy. The last condition was substantially developed in the Enlightenment Age, when the belief that civil society was a counterbalance to the state became widespread. In this article the authors justify point of view according to which the connection between the state and the civil society is subject to the dialectics of unity and struggle of opposites. The formation of civil society is closely linked to the development of the bourgeois class under the aegis of the state during the industrial revolution, which was the main focus of Enlightenment thinkers from T. Hobbes to H. Hegel. The social structures growing complexity and the bourgeois society conflict potential was reflected in the liberal constitutionalism which was the basis for diverse political changes led to formation of the civil society institutions. The authors conclude that a contemporary civic culture is all the more likely to be successful the deeper Enlightenment's ideological potential, which includes the pluralism values, the free and self-governing citizen associations ideological diversity is realised.

Keywords: civil society, state, institutions, Enlightenment Age, pluralism, personal autonomy, public sphere, civic culture.

For citation: Karsanova E.S., Volgin O.S. (2022) The Idea of Civil Society in the Enlightenment Age *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 193–199. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-193-199

Введение

Мы разделяем три исторических типа гражданского общества: античный, новоевропейский и современный. Они различаются настолько существенно, что возникает вопрос, есть ли у них вообще что-то общее. Античным принципом гражданского общества был правовой принцип, а гражданское общество понималось

© Карсанова Е.С., Волгин О.С., 2022.

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

© Karsanova E.S., Volgin O.S., 2022.

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



как сообщество тех, кто имеет правовой статус гражданина. В этом статусе соединялось как начало государственное, так и общественное.

Новоевропейским принципом гражданского общества был главным образом принцип экономический. На передний план выходил основополагающий принцип экономики – защита частной собственности. Поэтому второй тип гражданского общества можно назвать сообществом частных собственников, объединяющихся для защиты своей частной собственности.

Основой современного гражданского общества является принцип гуманитарный. Он обязывает к объединению людей вне зависимости от их индивидуальных социальных характеристик, и поэтому гражданское общество можно считать сообществом, основанном на инклюзивном правиле объединения.

Тем не менее, у трех столь различных типов общим является связь двух обязательных условий – наличия публичного пространства и способности людей вести себя в публичном пространстве в соответствии со своим сознательным разумным выбором. Поэтому мы исходим из положения, что гражданское общество есть форма коллективно организованного публичного пространства.

Отчетливая логическая связь такого публичного пространства и гражданского общества, стала осознаваться политической теорией только в Новое время, точнее, в эпоху Просвещения. Эпоху Просвещения можно назвать началом самосознания гражданского общества. Это объясняет особый интерес ко второму историческому типу гражданского общества, поскольку его анализ показывает, как развивалось и углублялось это самосознание.

Классическая парадигма гражданского общества

Публичное пространство, как основание для гражданского общества, не сразу проявило свою способность продуцировать гражданские отношения, поскольку вплоть до эпохи Просвещения абсолютизм, который также имел свое публичное пространство, был общей политической тенденцией для Европы. Монархии продолжали контролировать общественную жизнь, и идея гражданского общества не актуализировалась, выступавшими против абсолютизма либералами вплоть до XVIII в.

В «Левиафане» Т. Гоббса начинают проявляться некоторые значимые черты новоевропейского типа гражданского общества (например, использование прилагательного «цивилизованный»). Для Гоббса естественное состояние было явным признаком нецивилизованности, а естественное право – минимальным условием порядка, но недостаточным для установления цивилизованных общественных отношений. Кроме того, Гоббс считал, что позитивное право должно основываться на признании того факта, что все люди имеют равные права на власть и собственность. Он писал: «Природа создала людей равными в отношении физических и умственных способностей, ибо хотя мы наблюдаем иногда, что один человек физически сильнее или умнее другого, однако если рассмотреть все вместе, то окажется, что разница между ними не настолько велика, чтобы один человек, основываясь на ней, мог претендовать на какое-либо благо для себя, а другой не мог бы претендовать на него с таким же правом» [2, с. 93].

Эти слова свидетельствуют, что человек Нового времени уже осознавал ценность личных естественных свобод, право выбора и стремился к политическому самоопределению и порядку. Именно такое понимание политического запроса привело Дж. Локка к иному пониманию естественного права. Дж. Локк оспаривал идею пастора Роберта Филмера, доказывавшего абсолютное «право Адама» на власть, или по-другому – «право отца», согласно которому «ни один человек не рождается свободным», и вся власть от Бога, а Адам его первый наместник на земле. Не отвергая окончательно «право отца», что было в пуританской Англии невозможно, Дж. Локк отстаивал идею такого политического общества, где публичное пространство ограничивает абсолютную власть монарха, а следовательно, оно предполагает определенную самоорганизацию. Дж. Локк делает смелый шаг: он вводит понятие «гражданского закона», который, тем не менее, находится в согласии с законом монарха, как законом божественным. Гражданский закон лежит в основе политической власти. И во втором «Трактате о правлении» идея политической власти как власти монарха в купе с властью публичного сообщества становится у него центральной.

Между «Левиафаном» Томаса Гоббса и «Двумя трактатами о правлении» Дж. Локка прошло 38 лет. За это время все отчетливее стала обозначаться тенденция развития капиталистических отношений в Англии, основанных на идее священного права собственности. Нарождающийся капитализм с его относительно свободными рыночными отношениями постепенно распространялся в Европе, создавая новую идеологическую

атмосферу в обществе. Значение индивидуальной свободы и личного самоопределения возрастало. Дж. Локк понимал естественное состояние как такое, где человек имеет право полностью распоряжаться своими действиями и своим имуществом по своему усмотрению в рамках закона природы, без разрешения или вне зависимости от воли любого другого человека [6, с. 192].

Локк, отвергая взгляд Гоббса на естественные отношения людей, потенциально способные превратиться в «войну всех против всех», утверждал, что люди, будучи по своей природе мирными и общительными, тем не менее ориентированы на свои собственные интересы. Это означало, что их жизнь и собственность не могут быть защищены, если не существует беспристрастного органа для урегулирования споров. Правитель, наделенный абсолютной властью, не подходит для этой роли, поскольку он равнодушен в отношении своих интересов и поэтому правом, данным ему монаршим законом, будет вмешиваться в публичное пространство. Другими словами, существует опасность превращения абсолютной монархии и гражданского общества во взаимоисключающие институты, «ибо цель гражданского общества состоит в том, чтобы избежать и исправлять те неудобства состояния природы, которые неизбежно вытекают из того, что каждый человек является судьей в своем собственном деле». [6, с. 312–313]

Вопреки утверждению Т. Гоббса, что, общество вообще может быть консолидированным исключительно под властью суверена, Дж. Локк полагал, что гражданское общество совместимо не с абсолютной монархией, а с конституционной монархией. Но при этом, ни Локк, ни Гоббс не считали гражданское общество самостоятельной сферой, обособленной от государства. В понимании Локка гражданское общество было особым политическим типом, по отношению к которому полномочия государства должны быть детально ограничены. Для объяснения аргумента Локка, полезно заметить: Т. Гоббс был роялистом, сторонником Карла I в то время, как Дж. Локк придерживался «пуританской позиции», а его отец был капитаном в армии Оливера Кромвеля, где в ходе начавшейся буржуазной революции началось формирование нового публичного пространства [10, с. 209].

Дж. Локк поддерживал идею, что основанием функционирования правительства должно быть доверие народа. Позитивный закон не должен противоречить естественному закону, поскольку естественный закон дает людям права, обусловленные разумом, на чем, собственно, должен базироваться и позитивный закон. Безусловно, Локк явился важнейшей фигурой в деле утверждения идеи рациональной легитимности правительства, сыграв важную роль в становлении духа Просвещения.

После Дж. Локка идея единства естественного права и позитивного закона становится отправной точкой рационалистических идей власти, подобные тем, что были у энциклопедистов во Франции, где идея Дж. Локка о легитимности правительства трансформируется в доктрину единого и законного образа власти, обусловленного разумом. Именно в следствие этой духовной трансформации окончательно формируется идея гражданского общества в эпоху Просвещения.

Просвещение – ключевой период в истории становления второго исторического типа гражданского общества. Это важнейший переходный период от феодального «старого порядка» к новому порядку – буржуазному. В это время сохранялась еще инерция абсолютной власти, хотя она постепенно слабела. Вследствие противоречия между «старым порядком» и новым возникло переходное состояние, вызвавшее запрос общества на самосознание своих перспектив. На это противоречие отреагировал Иммануил Кант небольшой работой «Ответ на вопрос: что такое Просвещение?». «Просвещение», – писал он, – «это выход человека из состояния своего несовершеннолетия, в котором он находится по своей собственной вине... Sapere aude! – имей мужество пользоваться собственным умом! – таков, следовательно, девиз Просвещения» [5, с. 27].

Три направления поисков основ гражданского общества

Дух Просвещения, охвативший Европу во второй половине XVIII в., одновременно предстал в трех культурно-цивилизационных вариантах: английском, французском и немецком. Все три варианта объединялись одной целью – обретением свободы индивида посредством развития гражданского общества, но различались сферами своих преобразований: английский вариант развивал идею экономической свободы (А. Смит, Д. Рикардо), французский – идею политической свободы (Ж.-Ж. Руссо, Ш. Монтескье, французские энциклопедисты), немецкий вариант акцентировал внимание на идее интеллектуальной свободы (И. Кант и последующие представители немецкой классической философии).

Существование гражданского общества как самостоятельного объединения граждан, находящегося в определенных отношениях с государством – очень важный аспект, который по-разному трактовался рядом деятелей Просвещения [9], но общей для всех чертой была формулировка главной проблемы гражданского общества: отношения между частным и общественным, индивидуальным и общим, между личными желаниями граждан и общественными потребностями.

Во Франции интерес к теории гражданского общества подогревался не только опытом Великой французской революции, о чем часто упоминают, но и новыми знаниями в области межкультурных отношений. С открытием мира после эпохи Ренессанса международные путешествия стали популярным занятием среди образованной элиты, и к концу XVIII в. миссионеры, натуралисты, ученые и другие специалисты собирали значительный объем заслуживающей доверия и удивительно подробной этнографической информации. Самым известным из этих ранних этнографов был Ш. Монтескье, который между 1729 г. и 1731 г. много путешествовал с целью изучения жизни древних римлян, законов и обычаев зарубежных стран. Используя методы межкультурного и исторического сравнения, Монтескье пытался извлечь уроки для Франции, которая, как он опасался, потерпит неудачу в своем экономическом и геополитическом соперничестве с Англией и имеет опасность войти в период упадка [11, с. 268].

В работе «О духе законов» Монтескье, отмечая различные обычаи народов («законы должны находиться в тесном взаимодействии со свойствами народа») [8], утверждал, что их можно преобразовать в несколько простых принципов, применимых повсеместно. Учение Ш. Монтескье по своим целям и методам являлось рационалистским и европоцентристским. Характерной чертой этого вида рационализма была вера в универсальную истину, которую можно получить путем сведения разнообразных знаний в единую и понятную для всех культур систему. Самые драматические последствия этой веры имели место в революционной Франции, где воцарился дух универсалистского рационализма, который английский консерватор Эдмунд Бёрк определил как «лабиринты метафизической софистики» [12, с. 24].

В Германии в это же время мы видим бурный расцвет искусства и романтической литературы, что контрастировало с французской материалистической мыслью. По замечанию Исайя Берлин, «реакция Германии на французский универсализм заставила этих мыслителей искать сущность, которая делала бы немцев уникальными: ...пустые материалистические французские мудрецы не имели представления об истинных ценностях – только о том, чем живут люди» [13, с. 3–42].

Постепенно немецкое духовное самосознание подпитывалось тем, что можно было бы назвать своего рода националистическим негодованием. Философ, поэт, критик, пастор И. Г. Гердер был, возможно, первым пророком этой позиции и возвысил это культурное самосознание до общего принципа. Для Гердера культура была тем, что придавало обществам их самобытность.

Одновременно с Гердером наиболее известная реакция против французского рационализма исходила с берегов туманного Альбиона – от Эдмунда Бёрка. Начиная со своих первых публицистических работ, Бёрк критически относился к абстрактным рассуждениям о руководящих принципах политики. После Французской революции критика Бёрка моральных принципов гражданства достигла своего апогея. В отличие от ирландских и американских сепаратистов, в которых он видел защитников традиционных прав, Бёрк рассматривал французских революционеров – этих «софистических тиранов Парижа», как идеологических фанатиков, стремящихся разрушить существующий социальный порядок, чтобы они могли создать общество в соответствии с рационалистическим планом, основанном ни на чем, кроме «метафизической абстракции» [12, с.24].

Э. Бёрк утверждал, что политика должна руководствоваться признанными традициями, а не чистыми спекуляциями, и, поступая так, он сделал для Англии то же самое, что Гердер сделал для Германии: он полагался на существующие обычаи, нравы и ценности англичан, утверждая, что они составляют их главную культурную ценность. Э. Бёрк утверждал, что «британская традиция против французского Просвещения» представляет собой проверенный историей свод нормативных правил, которым политические лидеры Англии должны следовать, а не подчиняться новомодным и абстрактным идеалам. Традиционные правила должны быть обязательными для государства [12, с. 24]. Таким образом, для Э. Бёрка государство должно привносить порядок в публичную сферу, в которой формируется гражданское общество как совокупность исторически сложившихся культурных практик и верований.

С продолжающимся для Европы открытием мира и крупномасштабными миграциями на новые территории происходило изменение самого понимания универсализма. Хотя в эпоху Просвещения всецело господствовал дух европоцентризма, но он все более рельефно обогащался опытом межкультурного взаимодействия и в нем стали зарождаться первые элементы мультикультурности, которые влияли на самосознание гражданского общества. К XVIII в. идея гражданского общества стала включать в себя то, что мы могли бы назвать «плюрализмом ассоциаций». На ранних этапах ассоциаций межкультурные противоречия не были острыми, поскольку основания ассоциаций были по преимуществу правовыми и экономическими. Это заметил Г. Гегель, который был не только «чистым» философом, но и хорошо знал последние новации в области юриспруденции. Поэтому в своей работе «Философия права» он провозгласил право частной собственности как центральную и неотъемлемую черту гражданского общества [1].

В структурном отношении гражданское общество Г. Гегель рассматривал в контексте его универсального принципа триады: общество он структурировал на три логических уровня: всеобщий, особенный и частный. Всеобщий уровень – государственный, частный представляет семью, особенный – есть уровень публичных властных отношений, и он то и составляет основание гражданского общества [1].

Тезис Гегеля о единстве и борьбе противоположностей, примененный к структурному описанию общества, позволяет мыслить гражданское общество одновременно и как отличное от государства и как органически связанное с ним. Государство он рассматривал как «абсолютное» начало, а гражданское общество как начало «относительное». Оно имеет свою собственную триаду: «систему потребностей», охватывающую рынок; систему справедливости для защиты собственности; и систему публичной власти, включая полицию и корпорации [1].

Характеристика гражданского общества в XVIII – начале XIX вв. как антитеза абсолютистскому государству определяла и иные представления о гражданском обществе, актуальные для нашей современности. Следует сказать о и взглядах основоположника немецкой классической философии И. Канта. Если для Гегеля главная проблема гражданского общества была правовой, то для Канта – антропологической, точнее сказать, этической. Он исходил из эмпирического факта – несовершенства человека, природа которого, по образному выражению И. Канта, сделана из «столь кривой тесины», что из нее «нельзя сделать ничего прямого» [4, с. 14]. Создать хорошо организованное и процветающее общество из таких индивидов, отношения которых порождены свойственной их природе «недоброжелательной общительностью» [4, с.11], невозможно только за счет рационально продуманной системы права, нужна еще долгая внутренняя работа по усвоению цивилизованных норм поведения, под которыми И. Кант понимал нравственные нормы.

И. Кант понимал, что человеческое естество не переделать, но в том и состоит трудность формирования гражданского общества, что над этой естественной природой надо надстроить неестественную, иначе говоря, искусственную систему нравственных отношений, то есть культуру как следствие не природы, а свободы. Именно этим объясняется формулировка И. Кантом категорического императива. Расхожее «золотое правило» этики (в положительной формулировке: «Поступай с другими так, как ты хочешь, чтобы поступали с тобой») есть правило естественного природного эгоизма. В противовес ему И. Кант выдвинул правило свободы, которое можно назвать «правилом доброй воли» [3, с. 219–310]. Согласно Канту, добрая воля, во-первых, не естественна для человека, то есть, не заложена в нем природой и, во-вторых, не имеет договорной основы, поскольку договор основан на частном интересе. Добрая воля, наоборот, берет начало не в заботе о себе, а в заботе о Другом. Кант формулирует свой тезис так: «Нет ничего более святого в мире, чем права Другого» [6, с. 191]. Из этой установки рождается знаменитый кантовский категорический императив должного отношения к другим людям. Императив, без которого гражданское общество не может существовать.

Идеи английских просветителей-экономистов и немецких классических философов образовали союз, который высветил два важных аспекта гражданского общества: плюрализм ассоциаций внутри него и его взаимосвязь с государством. Положительные результаты этого союза в наиболее яркой форме проявились за океаном, в «Новом свете», в первую очередь в США.

Во время своего визита в новую американскую демократию А. де Токвиль восхищался множеством ассоциаций, спонтанно созданных американцами для достижения общих целей. Он противопоставил успех Америки, развивавшей свою демократию «снизу вверх», провалу Великой французской революции, следствием которой были неудачные попытки построить новое общество «сверху вниз». Токвиля восхищало, что американцы вне зависимости от материального положения, возраста, интересов и пр. постоянно образуют

союзы и ассоциации. Токвиль признал, что искусство секторального объединения способствует развитию и уплотнению коммуникативных гражданских связей в обществе и, следовательно, является основополагающей для работоспособной демократии. Но он не считал, что передача навыков от государственной политики к гражданским ассоциациям или наоборот, была однонаправленной. Вместо этого он утверждал, что данный образовательный процесс «работает» в обоих направлениях одновременно. Ассоциации внутри гражданского общества способствовали демократическому участию, но в то же время, демократия заставляла американцев заниматься своими собственными и общими делами и, таким образом, поощряла их к политическим связям.

Токвиль считал, что в демократическом государстве политическое и гражданское общество должны поддерживать друг друга. Он признал в праве ассоциации одну из главных гарантий против угнетения, включая тиранию демократического большинства. «Нет стран, в которых ассоциации более необходимы для предотвращения деспотизма фракции или произвола власти, чем те, которые созданы демократическим путем... Право на объединение поэтому мне кажется почти таким же неотъемлемым по своей природе, как право на личную свободу. Ни один законодатель не может атаковать его, не нанося ущерба основам общества» [14, с. 1–48].

Таким образом под влиянием идей Просвещения гражданское общество больше не ограничивалось «гражданами» и городским контингентом, как это было в период раннего капитализма в торговых городах, а начало охватывать развитые страны в целом – или, по крайней мере, «все мужское, белое, буржуазное общество» [10, с. 32–53]. Еще более важным было переопределение гражданского общества как публичного пространства относительно отделённого от государства. Эта адаптация гражданского общества в XVIII в. была реакцией на растущую мощь государства, но она также была связана с подъемом либеральной идеологии [15, с. 3–20]. С тех пор трактовка гражданского общества как особого публичного пространства стала доминирующей и открывала путь развитию более сложных социальных систем XIX в. и XX в., следствием чего стала формироваться третья инклюзивная парадигма гражданского общества.

Заключение

История идеи гражданского общества в эпоху Просвещения демонстрирует возникновение, как минимум, трех значимых составляющих, не теряющих своей актуальности до сегодняшнего дня. Во-первых, гражданское общество представляет собой сферу общественных институтов, отделенных от государства. Это современное понимание развилось из идеи нации как «дома» конкретного народа, культурного ареала со своим специфическим мироощущением, ценностями и убеждениями.

Вторым важным элементом современного представления о гражданском обществе является его устойчивая взаимосвязь с государством. Отделенность гражданского общества от государства и его взаимосвязь с государством концептуально различны, но при этом их отношения подчиняются «закону единства и борьбы противоположностей».

И наконец, третья составляющая – плюрализм институтов в гражданском обществе. Философско-политическую позицию плюрализма принято описывать выражением «единство разнообразия», которое отражает очевидные факты многообразия культур, ценностей, регулятивных норм и т. п. Современное государство с его формально-правовым «безразличием» к качественному разнообразию различных социальных групп общества не в состоянии ответить на ценностные ориентации и удовлетворить специфические запросы «сложносоставного» социума. Аккумулировать и согласовывать интересы отдельных индивидов/групп призвано гражданское общество. Поэтому современное гражданское общество можно рассматривать как вариант организованного публичного пространства, в котором каждая отдельная личность/группа может сохранять свой уникальный образ жизни, при условии, что это не нарушает права и такую же уникальность своих сограждан.

Библиографический список

1. Гегель, Г. Философия права / пер. с нем. Б. Г. Столпнера и М. И. Левиной; ред. и сост. Д. А. Керимов и В. С. Нерсисянц. – М.: Мысль, 1990. – 524 с.
2. Гоббс, Т. Левиафан, или материя, форма и власть государства церковного и гражданского // Гоббс Т. Соч. в 2-х т. – Т. 2 / пер. с англ. – М.: Мысль, 1991. – 732 с.
3. Кант, И. Основы метафизики нравственности // Кант И. Соч. в 6 т. – Т. 4, Ч.1 / пер. с нем., под общ. ред. В. Ф. Асмуса, А. В. Гулыги, Т. И. Ойзермана. – М., 1965. – С. 219–310.

4. Кант, И. Идея всеобщей истории во всемирно-гражданском плане» // Кант И. Соч. В 6 т. – Т. 6 / пер. с нем.; вступ. ст. и прим. С. Ф. Ударцева. – М.: Мысль, 1966. – С. 5–23.
5. Кант, И. Ответ на вопрос: что такое просвещение? // Кант И. Сочинения. В 6 т. – Т. 6 / пер. с нем.; под общ. ред. В. Ф. Асмуса, А. В. Гулыги, Т. И. Ойзермана. – М.: Мысль, 1966. – С. 27–35.
6. Кант, И. Лекции по этике / пер. с нем.; сост. и вступ. ст. А. Л. Гусейнова. – М.: Наука, 2000. – 431 с.
7. Локк, Дж. Два трактата о правлении // Локк Дж. Соч. в 3 т. – Т. 3 / пер. с англ.; ред. и сост., авт. примеч. А. Л. Субботин. – М.: Мысль, 1988. – С. 135–406.
8. Монтескье, Ш. Л. О духе законов / пер. с франц. А. Матешука. – М.: Мысль, 1999. – 674 с.
9. A Dictionary of Philosophy / Ed. by A. Flew. – New York, N.Y.: Macmillan Press. Pan Books Ltd., 1979. – 400 p.
10. Baker, K. M. Transformations of classical republicanism in eighteenth-century France // Journal of Modern History. – 2001. – V. 73, No. 1. – Pp. 32–53. <https://doi.org/10.1086/319878>
11. Bronowski, J., Mazlish, B. The Western intellectual tradition from Leonardo to Hegel. – New York: Harper and Brothers, 1960. – 522 p.
12. Burke, E. Reflections on the revolution in France. – New York: Bobbs Merrill, 1955. – 307 p.
13. DeWiel, B. A conceptual history of civil society: From Greek beginnings to the end of Marx // Past Imperfect. – 1997. – V. 6. – Pp. 3–43. <https://doi.org/10.21971/P7MK5N>
14. Habermas and the public sphere / Ed by C. Calhoun. – Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1992. – 490 p.
15. Shils, E. The virtue of civil society // Government and Opposition. – 1991. – V. 26, No. 1. – Pp. 3–20. <https://doi.org/10.1111/J.1477-7053.1991.TB01120.X>

References

1. Hegel G. *The Philosophy of Right*, transl. from Germ. B. G. Stolpner and M. I. Levina, ed. and comp. D. A. Kerimov and V. S. Nersesyants, Moscow, Mysl', 524 p. (In Russian).
2. Hobbes Th. *Leviathan or the Matter Forme and Power of a Commonwealth Ecclesiastical and Civil*, Hobbes Th. Works in 2 vol., vol. 2, transl. from Engl., Moscow, Mysl', 1991, 732 p. (In Russian).
3. Kant I. *Foundations of the Metaphysics of Morals*, Kant I. Works in 6 vol., vol. 4, part 1, transl. from Germ., gen. ed. V. F. Asmus, A. V. Gulyga, T. I. Oizerman, Moscow, Mysl', 1965, pp. 219–310. (In Russian).
4. Kant I. *Idea for a Universal History with a Cosmopolitan Purpose*, Kant I. Works in 6 vol., vol. 6, transl. from Germ., introd. abstr. and notes S. F. Udarov, Moscow, Mysl, 1966, pp. 5–23. (In Russian).
5. Kant I. *Answering the Question: What Is Enlightenment?*, Kant I. Works in 6 vol., vol. 6, transl. from Germ., gen. ed. V. F. Asmus, A. V. Gulyga, T. I. Oizerman, Moscow, Mysl', 1966, pp. 27–35. (In Russian).
6. Kant I. *Lectures on Ethics*, transl. from Germ., comp. and introd. abstr. A. L. Guseinov, Moscow, Nauka, 2000, 431 p. (In Russian).
7. Locke J. *Two Treatises of Government*, Locke J. Works in 3 vol., vol. 3, transl. from Engl., ed. and comp., the author of notes A. L. Subbotin, Moscow, Mysl', 1988, pp. 135–406. (In Russian).
8. Montesquieu Ch. L. *The Spirit of the Laws*, transl. from French A. Mateshuk, Moscow, Mysl', 1999, 674 p. (In Russian).
9. *A Dictionary of Philosophy*, ed. by A. Flew, New York, N.Y.: Macmillan Press. Pan Books Ltd, 1979, 400 p.
10. Baker K. M. Transformations of classical republicanism in eighteenth-century France, *Journal of Modern History*, 2001, vol. 73, no. 1, pp. 32–53. <https://doi.org/10.1086/319878>
11. Bronowski J., Mazlish B. *The Western intellectual tradition from Leonardo to Hegel*, New York, Harper and Brothers, 1960, 522 p.
12. Burke E. *Reflections on the revolution in France*, New York, Bobbs Merrill, 1955, 307 p.
13. DeWiel B. A conceptual history of civil society: From Greek beginnings to the end of Marx, *Past Imperfect*, 1997, vol. 6, pp. 3–43. <https://doi.org/10.21971/P7MK5N>
14. *Habermas and the public sphere*, ed. by C. Calhoun, Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 1992, 490 p.
15. Shils E. The virtue of civil society, *Government and Opposition*, 1991, vol. 26, no. 1, pp. 3–20. <https://doi.org/10.1111/J.1477-7053.1991.TB01120.X>

УДК 316.334.2: 316.334.52

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-200-208

Садыков Рамиль Мидхатович
канд. социол. наук, Институт соци-
ально-экономических исследований –
обособленное структурное подразделе-
ние ФГБНУ «Уфимский федеральный
исследовательский центр Российской
академии наук», г. Уфа, Российская
Федерация

ORCID: 0000-0002-1843-4857

e-mail: SadikovRM@mail.ru

Ахметов Вилюр Ямилович
канд. экон. наук, Институт социально-
экономических исследований – обо-
собленное структурное подразделе-
ние ФГБНУ «Уфимский федеральный
исследовательский центр Российской
академии наук», г. Уфа, Российская
Федерация

ORCID: 0000-0003-0575-0903

e-mail: willi76@mail.ru

Ramil M. Sadykov

Cand. Sci. (Econ.), Institute of Social
and Economic Researches – Subdivision
of the Ufa Federal Research Centre
of the Russian Academy of Sciences,
Ufa, Russia

ORCID: 0000-0002-1843-4857

e-mail: SadikovRM@mail.ru

Vilyur Ya. Akhmetov

Cand. Sci. (S.), Institute of Social and
Economic Researches – Subdivision
of the Ufa Federal Research Centre
of the Russian Academy of Sciences,
Ufa, Russia

ORCID: 0000-0003-0575-0903

e-mail: willi76@mail.ru

ДЕТЕРМИНАНТЫ И ФАКТОРЫ МОДИФИКАЦИИ ТРУДОВОГО КАПИТАЛА В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Формирование и модификация трудового капитала в условиях социализации экономики детерминирована поиском новых качественных характеристик и факторов, максимально благоприятных условий для накопления и более полного использования человеческого потенциала. Решение данной проблемы необходимо вывести за рамки трудового капитала и решать ее в системе экономических отношений, в которых адекватно должны развиваться признаки ее социализации, направленной на улучшение положения работника в системе профессиональных отношений. Социализация экономики выражается в повышении роли работника не только как объекта, но и как субъекта трудового процесса, изменении количественных и качественных его характеристик и ролевых функций в рамках социально ответственной направленности. В данном исследовании определены детерминанты и факторы модификации трудового капитала: совершенствование структуры трудового капитала, развитие социальных факторов производства, улучшение условий и дисциплины труда, трудовой активности и творческой инициативы. Выявлены основные параметры, характеристики и источники развития трудового капитала: образовательный и профессиональный уровень, здоровье и профессиональное долголетие, санитарно-гигиенические условия и здоровая производственная среда, трудовая и творческая активность, социальная ответственность и участие в управлении.

Ключевые слова: социальное развитие; социализация экономики; социально ориентированная экономика; социализация собственности; гуманизация труда; качество трудовой жизни; трудовой капитал, модификация трудового капитала; детерминанты и факторы модификации.

Благодарности. Данное исследование выполнено в рамках Государственного задания УФИЦ РАН № 075-03-2022-001 на 2022 г.

Для цитирования: Садыков Р.М., Ахметов В.Я. Детерминанты и факторы модификации трудового капитала в контексте социализации экономики // Вестник университета. 2022. № 2. С. 200–208.

DETERMINANTS AND FACTORS OF LABOUR CAPITAL MODIFICATION IN THE CONTEXT OF ECONOMIC SOCIALISATION

Abstract. The formation and labour capital modification in the context of the economic socialisation determined by the search for new qualitative characteristics and factors, the most favorable conditions for the accumulation and fuller human potential use. The solution to this problem must be taken out of the labour capital framework and solved in the economic relations system, in which the signs of its socialisation should be adequately developed, aimed at improving the employee position in the professional relations system. The economic socialisation is expressed in an increase in the employee role not only as an object, but also as the labour process subject, in changing its quantitative and qualitative characteristics and role functions within the framework of a socially responsible orientation. This study defines the determinants and modification factors of labour capital: improving the labour capital structure, developing production social factors, improving working conditions and discipline, labour activity and creative initiative. The main parameters, characteristics and sources of labour capital development have been identified: educational and professional level, health and professional longevity, sanitary and hygienic conditions and a healthy working environment, labour and creative activity, social responsibility and participation in management.

Keywords: social development; economic socialisation; socially oriented economy; property socialisation; labour humanisation; working life quality; labour capital, labour capital modification; determinants and modification factors

Acknowledgments. The reported study was carried out within the framework of the Ural Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences State Assignment № 075-03-2022-001 for 2022.

For citation: Sadykov R.M., Akhmetov V.Ya. (2022) Determinants and factors of labour capital modification in the context of economic socialisation. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 200–208. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-200-208

© Фамилия Н.А., 2022.

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

© Фамилия Н.А., 2022.

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

Введение

Модификация трудового капитала в современной экономике обусловлена трансформацией трудового потенциала и уменьшением его доли в национальном богатстве из-за недостаточного соответствия существующей профессионально-квалификационной структуры кадров современным требованиям общества, снижения производительности труда, общемировыми тенденциями массового и повсеместного использования более квалифицированной рабочей силы вместо низкоквалифицированной и др. Необходимым требованием времени является качественное обновление трудового капитала, способное усилить или нивелировать указанные тренды и, в конечном счете, детерминировать перспективы развития экономики России. Трансформация характеристик трудового капитала объясняется современными требованиями к персоналу со стороны новейших технологий, цифровизации и социализации экономики. Новейшие акценты в исследовании связаны с положением работника на рынке труда, стратегиями трудового поведения, занятостью и безработицей, особенностями процессов формирования и развития, а также использованием трудового капитала. Процесс модификации качества трудового капитала подразумевает создание оптимальных условий для его формирования, развития и использования, повышение социальной защищенности работников, улучшение условий труда, повышение уровня удовлетворенности, достижение оптимального соотношения между занятостью и безработицей, расширение возможностей для самореализации каждого индивида, повышение уровня и эффективности инвестиций, вкладываемых в развитие трудового капитала. В связи с этим формирование качественного трудового капитала становится ключевым фактором устойчивого социально-экономического развития страны.

Современная система управления социализацией экономической системы представляет собой сложный механизм, в которой определяющая роль отводится государству. Оно может как стимулировать, так и замедлять процесс становления эффективных собственников через соответствующие инструменты государственного регулирования [11]. Воздействие на экономические отношения возможно посредством использования комплекса децентрализованных социально значимых инструментов, связанных с определением единых социальных ценностей, стимулированием гражданской активности и социальной ответственности, повышением ценностных мотиваций экономического развития и др. С ростом требований к эффективности хозяйственной деятельности и уровню жизни общества возникает необходимость в своевременном мониторинге факторов улучшения жизнедеятельности населения для активного на них воздействия. Приоритетным направлением регулирования процессов гуманизации экономической системы должно стать усиление тенденций социально направленного экономического развития через координирование целей хозяйствующих субъектов, реализацию мер, направленных на создание благоприятных условий для развития человека и характеристик трудового капитала [3].

Целью настоящего исследования является определение детерминант, факторов и характеристик качественного обновления трудового капитала в условиях перехода к социально-ориентированной экономике.

Основой эмпирической базы послужили данные статистической отчетности и результаты авторского социологического исследования, проведенного Институтом социально-экономических исследований – обособленным структурным подразделением ФГБНУ «Уфимский федеральный исследовательский центр Российской академии наук» в июне–июле 2019 г. по репрезентативной выборке трудоспособного городского населения Республики Башкортостан. Объем выборки составил 900 единиц, ошибка выборки не превышает 3%. Опрос проводился согласно формализованной анкете по месту жительства респондентов.

Результаты исследования

Основным условием и критерием гуманизации экономической системы является социализация собственности, которая реализуется, прежде всего, через развитие институтов рабочего самоуправления путем создания производственных советов и представительства в органах управления и контроля в целях совершенствования деятельности организации, повышения производительности труда и квалификации работников, совместного с работодателем принятия решений по социальным вопросам и распределению результатов труда [10]. Эффективность социализации экономики разноуровневых социально-территориальных систем, достигается путем создания производственных советов для совершенствования деятельности организации,

повышения производительности труда и квалификации работников, а также совместного с работодателем принятия решений по социальным вопросам [2]. Основными направлениями социализации экономической системы, призванными обеспечить его социально ориентированное развитие, являются: вовлеченность работников в управление предприятием и распределение прибыли, усиление контроля за соблюдением требований технической безопасности в производственном процессе и охраны, увеличение расходов на улучшение условий труда и быта работников, повышение производительности труда и инвестиций в трудовой капитал.

Участие персонала предприятия в управлении производственным процессом является элементом более широкого явления, так называемого процесса гуманизации труда, совершенствования хозяйственных и социально-трудовых отношений, накопления и качественного обновления характеристик работников. В частности, характеризующими уровень гуманизации социально-трудовых отношений показателями являются нарушения в трудовой сфере и трудовые споры (табл. 1).

Таблица 1

Гуманизация трудовых отношений в Российской Федерации

Показатели/годы	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Нарушения в трудовой сфере, тыс. ед.	631,2	582,3	478,9	465,3	325,8
Трудовые конфликты и споры, тыс. ед.	571,4	631,6	616,1	580,0	440,0

Источник: [7]

Данные государственной статистики, отраженные в таблице 1 свидетельствуют о том, что за период 2014–2018 гг. снизилось число нарушений в трудовой жизни коллектива и, как следствие, произошло сокращение числа трудовых споров и конфликтов в организациях.

Результаты социологического опроса позволили не только установить наличие трудовых конфликтов в организациях, но и определить их основные причины возникновения (табл. 2).

Таблица 2

Причины возникновения производственных конфликтов на работе

Причины конфликта	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Сверхурочные работы, переработки, перегрузки	41,5	44,6	13,9
Изменения функциональных обязанностей сотрудников	40,6	41,3	18,1
Ухудшение социально-бытовых условий труда	37,9	45,6	16,4
Несправедливое распределение заработной платы	33,5	49,6	16,9
Неудовлетворительное материально-техническое обеспечение	32,1	54,4	13,5
Невозможность карьерного роста	30,0	50,1	19,9
Частая сменяемость состава отдела	26,0	56,7	17,3
Частые аттестации сотрудников	24,2	57,8	18,0

Примечание. Данные приведены в процентах от числа опрошенных.

Составлено авторами по материалам исследования

Основными причинами трудовых конфликтов в организациях являются: переработки и сверхурочные работы; изменения функциональных обязанностей; ухудшение социально-бытовых условий труда; несправедливое распределений заработной платы и др. В условиях социально ориентированной экономики процесс гуманизации труда способствует более рациональному использованию трудовых ресурсов и становится важным элементом социального развития территории.

Признаком социализации экономики на уровне предприятия и организации может служить, с одной стороны, обеспечение социальных характеристик трудового коллектива, с другой стороны, тенденция увеличения экономического эффекта. Таким образом, гуманизация труда достигается путем улучшения условий и организации труда [1; 6]. В процессе труда немаловажным является создание оптимальных условий и становление работников субъектами сознательной деятельности, то есть их социальное развитие.

В трудовой организации происходят непрерывные движения и контакты всех ее структурных элементов, в том числе социальные действия и изменения. Можно выделить процессы качественных изменений в условиях и организации труда членов коллектива в рамках социально ориентированной экономики: использование трудового потенциала (все работники должны вовлечены в производственный процесс с наибольшей эффективностью), удовлетворение жизненных потребностей (необходимо повышать материальную заинтересованность всех категорий работников с помощью обоснованной дифференцированной оплаты труда и от трудового вклада работника), условия труда, развитие социальной инфраструктуры (создание необходимых санитарно-гигиенических условий труда, комфортности), условия быта (развитие социально-бытовой инфраструктуры с учетом перспективных норм, комфорта и благоустроенности), удовлетворение духовных потребностей (развитие активного отдыха, способствующего восстановлению физических и духовных сил работника), участие работников в управлении делами коллектива, организации (развитие дополнительных полномочий в управлении организацией, участия в собственности, распределении прибыли). Социально ориентированная экономика заинтересована на учете потребностей и интересов работников, раскрытии творческих начал и максимуме свободы в экономической деятельности.

Данные социологического опроса, проведенного авторами, также подтверждают необходимость гуманизации социально-трудовых отношений в коллективах (табл. 3).

Таблица 3

Удовлетворенность различными аспектами труда

Варианты ответа	Удовлетворен	Не удовлетворен
Спецификой и характером выполняемой трудовой деятельности (своими обязанностями)	88,1	11,9
Взаимоотношениями в коллективе	87,2	12,8
Взаимоотношениями с руководством	80,3	19,7
Условиями трудовой деятельности	76,2	23,8
Расстоянием между домом и работой	68,6	31,4
Соответствие трудовой деятельности специальности, образованию	68,3	31,7
Надежность и гарантия трудовой занятости (защищенность от увольнения)	61,3	38,7
Перспективами переобучения, повышения квалификации	59,3	40,7
Социально-трудовыми гарантиями	54,8	45,2
Карьерный рост, продвижение по службе	54,0	46,0
Уровень заработной платы	49,5	50,5

Примечание. Данные приведены в процентах от числа опрошенных.

Составлено авторами по материалам исследования

Современная социально-экономическая ситуация в регионах, усугубляемая кризисными явлениями, также результаты проведенного социологического исследования свидетельствуют о том, что процесс гуманизации труда пока еще не получает должного развития из-за неудовлетворенности работников уровнем материального стимулирования, перспективами продвижения по службе и карьерного роста, социально-трудовыми

гарантиями и т. д. Одним из важнейших условий улучшения социально-психологического и организационного климата трудового коллектива и повышения производительности труда, является материальное и моральное стимулирование. Для создания эффективного механизма стимулирования важно четкое определение трудовых функций работника в целях ясного понимания как руководителями, так и персоналом задач в конкретном трудовом процессе. В качестве моральных стимулов могут выступать возможности реализовать свой творческий потенциал, профессиональные навыки и умения, приносить пользу общему делу, быть признанным среди коллег. Это создание таких условий, при которых работник может почувствовать перспективы служебного роста и улучшения материального благосостояния [8].

Детерминанты, факторы и характеристики модификации трудового капитала

Детерминантами и факторами качественного обновления трудового капитала в условиях социализации экономической системы, выступают: совершенствование структуры трудового капитала, развитие социальных факторов производства, улучшение условий труда, совершенствование социально-трудовой дисциплины, хозяйственной активности и творческой инициативы. Основными параметрами, характеристиками и источниками развития трудового капитала являются: образовательный и профессиональный уровень, здоровье и профессиональное долголетие, санитарно-гигиенические условия и здоровая производственная среда, трудовая и творческая активность, социальная ответственность и участие в управлении (рис. 1).



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Модификация трудового капитала в контексте социализации экономической системы территории

В этом плане интересен опыт США, где в 1960-е гг. получило развитие движение под названием «качество трудовой жизни». Оно основывалось на социотехническом системном подходе к трудовой деятельности, рассматривающем его в неразрывной связи с уровнем благосостояния работников, их участием в принятии управленческих решений и ролью в повышении эффективности деятельности организаций [9]. Социальное движение уделяло большое внимание вопросам охраны труда, здоровья работников, удовлетворенности трудом, развитию способов и методов улучшения условий работы. Благодаря социотехническим проектам, включающим перепроектирование труда, создание автономных рабочих групп и комитетов трудового управления, работники получили значительные выгоды и улучшения в трудовой деятельности, в том числе за счет непосредственного активного участия в управлении предприятиями.

Портрет социально ответственного работника

Постепенно заканчивается эпоха так называемого «экономического работника», поведение которого определяется экономическими условиями и направлено на максимальное удовлетворение экономических, материальных потребностей [13; 14]. Экономический тип работника – классическая концепция идеального типа «рационального экономического актора», занятого поисками путей максимального материального удовлетворения и получения прибыли от экономической, хозяйственной деятельности. На смену ему приходит тип «социально ответственного работника», поведение которого определяется социальными нормами и мотивами, обязательствами и ожиданиями, ценностями и потребностями, активностью и ответственностью (рис. 2). Как утверждает А. Этциони, в хозяйственной деятельности предпочтительными являются коллективные, общественные интересы, потребности и решения перед индивидуальными в силу их более вероятной эффективности [12].



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Портрет работника в условиях социально-ориентированной экономической системы

До рыночных реформ в обществе преобладали такие социальные качества, как: трудолюбие, добросовестность, долг, бескорыстие, помощь товарищам по труду, постоянное повышение своей квалификации, коллективизм, справедливость, тактичность и др. В сегодняшних реалиях появились новые позитивные социальные качества: внимание к людям, долг и др. Появились и негативные социальные качества личности: соперничество, жесткая конкуренция, социальный эгоизм, индивидуализм, желание продвинуться за счет других, неприязнь к слабым и беспомощным, следование законам естественного отбора, непримиримость, нетерпимость к другим людям и т. д. Новые жизненные условия предъявляют жесткие требования ко всем членам общества, легко адаптируемые индивиды лучше приспособляются к быстро меняющимся условиям.

Социальные качества, составляющие основу профессиональной деятельности, как: деловитость, расчетливость, практичность, предприимчивость, свободолобие, целеустремленность, личное обаяние, настойчивость, самостоятельность, решительность характерны и для современного российского общества. Раньше эти социальные качества считались необходимыми, но не обязательными. А в условиях социализации экономики эти качества помогают личности не только приспосабливаться к новым условиям, но и активно реализовывать свои способности и творческий потенциал в профессиональной деятельности.

Современный экономический кризис, вызванный пандемией коронавируса в конце 2019 – начале 2020 гг. и падением цен на нефть, потребовал дополнительных мер по социализации экономики, гуманизации труда и поддержки работников. Правительства многих государств приняли ряд первоочередных мер, среди которых поддержка малого и среднего бизнеса, страхование безработицы, борьба с вирусом и др. Предложены дополнительные меры поддержки работников компаний в период экономического кризиса и пандемии: дополнительное страхование по безработице, оплачиваемый отпуск по болезни и дополнительный оплачиваемый отпуск по семейным обстоятельствам, финансовая поддержка граждан, предоставление бесплатных коммунальных услуг и кредитных каникул и т. д.

Идея обеспечить граждан финансовой поддержкой исходит из доктрины базового безусловного дохода. Безусловный базовый доход – социальная концепция, обеспечивающая гарантированный основной доход, предполагающая регулярную выплату определённой суммы материальных средств каждому члену общества со стороны государства вне зависимости от уровня дохода и без необходимости выполнения определённой трудовой деятельности. Считается, что государство должно обеспечить регулярные гарантированные материальные выплаты, покрывающие основные жизненные нужды в условиях кризиса и непредвиденных негативных ситуациях. Согласно утверждениям сторонников этой концепции, безусловный базовый доход способен сократить бедность и обеспечить экономический рост (инвестиции в самого себя, дополнительный доход, интересные и высоко оплачиваемые рабочие места и др.). Финансовая поддержка со стороны государства в сложившихся сложных социально-экономических условиях, усугубляемых пандемией коронавируса, может стать практически единственно возможной мерой борьбы с бедностью, в том числе среди работающего населения, что позволит, в целом, несколько смягчить последствия кризиса. Поэтому финансовая помощь государства является вынужденным и необходимым шагом в условиях пандемии и экономического кризиса, шагом к формированию новой социально-ориентированной экономической реальности [4; 5].

В Российской Федерации также ввели отсрочки страховых платежей для предприятий малого и среднего бизнеса, субсидии по поддержке семей и детей. По мнению авторов, необходимо принять дополнительные меры в условиях кризиса, направленные на создание благоприятных экономических и социальных условий предприятиям (льготные кредиты, налоговые льготы, новые направления системы переквалификации работников), инвестиции в человеческий капитал (увеличение расходов на образование, науку, здравоохранение и др.). Для России актуально решение еще одной проблемы – обеспечение достойной оплаты труда для работающих людей, особенно для категории «работающих бедных».

Заключение

Современное высокотехнологическое производство и цифровизация экономики нуждаются в работниках нового типа: обученных, социально и психологически устойчивых, ответственных, заинтересованных и т.д. Социально-ответственный работник выступает не только как рабочая сила, но и основным объектом и субъектом общественного развития. Вложения в работника, трудовой капитал становятся более эффективными, чем инвестиции в производство. Основу трудового капитала составляют здоровье трудоактивного населения (продолжительность жизни и трудовое долголетие, подверженность общим и профессиональным заболеваниям, физическое и социально-психическое состояние и т. д.), образование, культура, степень владения профессиональными компетенциями, потребности и интересы. В свою очередь, трудовой капитал накапливается и реализуется через развитие работника как личности и его деятельность.

Центральное место в системе производственных отношений и связей отводится современному работнику, который выступает целью социально-экономического вектора территориального развития. В этой ситуации возрастает роль науки и образования, актуализируется социальная активность и деятельность, повышается значение интеллектуального труда. От работника требуются способности к непрерывному образованию,

умения адаптироваться к изменениям внешней и внутренней среды организации. Трудовая организация объединяет работников для совместной деятельности и возрастает значение человеческого капитала в повышении эффективности производства.

Библиографический список

1. Абалкин, Л. И., Барышева, А. В., Бурмистрова, Т. В. и др. Гуманистические ориентиры России: монография / под ред. Л. И. Абалкина, А. В. Барышевой, Д. Е. Сорокина. – М.: Институт экономики РАН, 2002. – 391 с.
2. Биглова, Г. Ф. Социализация собственности посредством расширения прав работников в управлении предприятием // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2017. – № 2. – С. 61–66.
3. Биглова, Г. Ф., Бикметов, Л. Ю., Герасимова, Л. А. и др. Социализация экономики как фактор социального развития региона: монография / под общ. ред. д-ра филос. наук, проф., акад. АН РБ Ф.С. Файзуллина. – Уфа: ИСЭИ УФИЦ РАН, 2019. – 298 с.
4. Бикметов, Е. Ю., Егорышев, С. В., Имаева, Л. М. и др. Приоритетные траектории социального развития региона в условиях социализации экономической системы: монография / под общ. ред. д-ра филос. наук, проф., акад. АН РБ Ф.С. Файзуллина. – Уфа: ИСЭИ УФИЦ РАН, 2020. – 224 с.
5. Гаврикова, А. В., Ишмуратова, Д. Ф., Мигунова, Ю. В. и др. Социальная устойчивость региона: диагностика и проблемы развития: монография / под общ. ред. Р. М. Садыкова. – Уфа: ИСЭИ УНЦ РАН, 2017. – 188 с.
6. Куценко, В. В., Робвель С. В. Гуманизация труда: теоретические подходы и оценка роли условий труда // Теория и практика общественного развития. – 2014. – № 21. – С. 100–104.
7. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2019. Стат. сб / Росстат. – М., 2019. – 1204 с.
8. Садыков, Р. М. Социальные факторы развития организации в условиях социализации экономики // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 6. – С. 177–181. <https://doi.org/10.24412/2411-0450-2021-6-2-177-181>
9. Супян, В. Д. Американская экономика: новые реальности и приоритеты XXI в.: монография / отв. ред. С. М. Рогов. – М.: Анкил, 2001. – 152 с.
10. Тарандо, Е. Е. Социализация собственности как тенденция экономического развития // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 2 (38). – С. 55–58.
11. Тонышева, Л. Л., Трофимова, Ю. В. Регулирование развития социально-ориентированной экономики региона: монография. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2011. – 170 с.
12. Этциони, А. Социоэкономика: дальнейшие шаги // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3. – № 1. – С. 65–71.
13. Drucker, P. Post-capitalist society. – New York: HarperBusiness, 1993. – 204 p.
14. Drucker, P. The end of economic man: The origins of totalitarianism. – New York: Routledge, 1995. – 276 p.

References

1. Abalkin L. I., Barysheva A. V., Burmistrova T. V. et al. *Humanistic landmarks of Russia: monograph*, ed. L. I. Abalkin, A. V. Barysheva, D. E. Sorokin, Moscow, Institute of Economics RAS, 2002, 391 p. (In Russian).
2. Biglova G. F. Socialization of property through the expansion of workers' rights in enterprise management, *Ekonomika i upravlenie: nauchno-prakticheskii zhurnal*, 2017, no. 2, pp. 61–66. (In Russian).
3. Biglova G. F., Bikmetov L. Yu., Gerasimova L. A. et al. *Socialization of the economy as a factor of social development of the region: monograph*, ed. Dr. Philos. sciences, prof., acad. Academy of Sciences RB F.S. Faizullin, Ufa, ISEI UFITS RAS, 2019, 298 p. (In Russian).
4. Bikmetov E. Yu., Egoryshev S. V., Imaeva L. M. et al. *Priority trajectories of social development of the region in the context of socialization of the economic system: monograph*, ed. Dr. Philos. sciences, prof., acad. Academy of Sciences RB F.S. Faizullin, Ufa, ISEI UFITS RAN, 2020, 224 p. (In Russian).
5. Gavrikova A. V., Ishmuratova D. F., Migunova Yu. V. et al. *Social sustainability of the region: diagnostics and development problems: monograph*, ed. R. M. Sadykov, Ufa, ISEI UC RAS, 2017, 188 p. (In Russian).
6. Kutsenko V. V., Robvel S. V. Humanization of labour: theoretical approaches and evaluation of the role of working conditions, *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, 2014, no. 21, pp. 100–104. (In Russian).
7. *Regions of Russia. Socio-economic indicators. 2019. Statistical Collection*, Rosstat, Moscow, 2019, 1204 p. (In Russian).
8. Sadykov R. M. Social factors of the organization's development in the conditions of economic socialization, *Economy and business: theory and practice*, 2021, no. 6, pp. 177–181. (In Russian). <https://doi.org/10.24412/2411-0450-2021-6-2-177-181>

9. Supryan V. D. *American economy: New realities and priorities of XXI century: monograph*, ed. S. M. Rogov, Moscow, Ankil, 2001, 152 p. (In Russian).
10. Tarando E. E. Socialization of property as a tendency of economic development, *Problemy sovremennoi ekonomiki*, 2011, no. 2 (38), pp. 55–58. (In Russian).
11. Tonysheva L. L., Trofimova Yu. V. *Regulation of the development of the socially oriented economy of the region: monograph*, Tyumen, TyumSOGU, 2011, 170 p. (In Russian).
12. Etzioni A. Socioeconomics: further steps, *Economic sociology*, 2002, vol. 3, no. 1, pp. 65–71. (In Russian).
13. Drucker P. *Post-capitalist society*, New York, HarperBusiness, 1993, 204 p.
14. Drucker P. *The end of economic man: The origins of totalitarianism*, New York: Routledge, 1995, 276 p.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПСИХОЛОГИИ

УДК 378

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-209-215

Авдеева Анна Павловна

канд. психол. наук, ФГБОУ ВО «Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет)», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0002-8010-7988

e-mail: ap.avdeeva@bmstu.ru

Сафонова Юлия Анатольевна

канд. филос. наук, ФГБОУ ВО «Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет)», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-7093-4202

e-mail: safonova@bmstu.ru

ОЖИДАНИЯ СТУДЕНТОВ ОТ ИННОВАЦИЙ В ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация. В статье представлены результаты исследования, проведенного в ФГБОУ ВО «Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана (национальный исследовательский университет)» с целью выявить ожидания студентов относительно направлений трансформации профессионального образования. По результатам анализа студенческих эссе выделены следующие приоритетные технологии, рассматриваемые учащимися как инновационные: развивающие социальные компетенции; способствующие практикоориентированности учебного процесса; геймификация; визуализация (с учетом современных технологий); тьюторинг (менторство, наставничество). В качестве основной инновации последних двух лет студенты отмечают дистанционное обучение, интеграцию дистанционных технологий в традиционный учебный процесс. Результаты исследования могут представлять интерес как для руководства вузов, так и для профессорско-преподавательского состава.

Ключевые слова: социальные компетенции, информационное общество, клиповое мышление, геймификация, визуализация, наставничество, тьюторинг, дистанционное обучение

Для цитирования: Авдеева А.П., Сафонова Ю.А. Ожидания студентов от инноваций в образовании // Вестник университета. 2022. № 2. С. 209–215.

Anna P. Avdeeva

Cand. Sci. (Psy.), Bauman Moscow State Technical University, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-8010-7988

e-mail: ap.avdeeva@bmstu.ru

Safonova Yulia

Cand. Sci. (Philos.), Bauman Moscow State Technical University, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-7093-4202

e-mail: safonova@bmstu.ru

STUDENTS' EXPECTATIONS FROM INNOVATIONS IN EDUCATION

Abstract. The article presents the results of a study carried out at Bauman Moscow State Technical University (National Research University) in order to identify students' expectations regarding the directions of professional education transformation. Based on the results of the analysis of student's essays, the following priority technologies that students consider innovative were highlighted: 1) developing social competencies, 2) contributing practice-oriented learning, 3) gamification, 4) visualisation (taking into account modern technologies), 5) tutoring (mentoring, coaching). As the main innovation of the last two years, students note distance learning, the distance technologies integration into the traditional educational process. The results of the study may be of interest both to the universities management and to the teaching staff.

Keywords: social competencies, information society, clip thinking, gamification, visualisation, mentoring, tutoring, distance education

For citation: Avdeeva A.P., Safonova Yu.A. (2022) Students' expectations from innovations in education. Vestnik universiteta, no. 2, pp. 209–215. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-209-215

Введение

Актуальность темы связана с изменением парадигмы образования, необходимостью ориентировать его на инновационные процессы, происходящие в обществе. Темпы развития науки и техники приводят к быстрому устареванию знаний. Наравне с профессиональными компетенциями значение приобретает формирование таких качеств специалиста, как системное мышление, междотраслевая коммуникация, работа в условиях неопределенности, креативность и пр. [2].

© Авдеева А.П., Сафонова Ю.А., 2022.

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

© Avdeeva A.P., Safonova Yu.A., 2022.

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



Одновременно с этим повышение эффективности учебного процесса требует учета специфики восприятия информации современной молодежи. Э. Тоффлер обратил внимание на то, что средства массовой информации формируют у человека «клиповость» восприятия (информация воспринимается наподобие видеоклипа: мгновенными кадрами, разорванными фрагментами). Вследствие этого представления о мире становятся «мозаичными», человек в информационном обществе должен сам собрать воедино образ мира [8]. Современные данные подтверждают это наблюдение: исследование агентства «Валидейта» (2016 г.) показало, что молодежь ориентирована на восприятие краткой и наглядной информации; информация потребляется маленькими «перекусочными» порциями; средний период концентрации внимания на одном объекте – 8 секунд [12].

Таким образом, на сегодняшний день имеет место противоречие между потребностью в инновациях в современном профессиональном образовании, с одной стороны, и когнитивными особенностями современных студентов, с другой стороны, что и определило цель настоящего исследования – выявить ожидания студентов относительно направлений трансформации профессионального образования.

Анализ литературы

Анализ литературы по изучаемой проблеме показал, что инновации в образовании – это нововведения, нацеленные на изменения содержания, методов, форм, технологии и организации образовательного процесса [3]. Это процесс и результат целенаправленных, эффективных изменений, обеспечивающий качественное обновление, развитие отдельных компонентов образования или всей системы в целом [7]. Они могут быть спроектированными или случайно открытыми в порядке педагогической инициативы [10]. Такие случайно открытые инновации (как, например, результат научных поисков отдельных педагогов или сообществ) требуют изучения, отбора, систематизации. Важное условие повышения эффективности образовательного процесса – учет мнения тех, на кого этот процесс нацелен – учащихся.

В качестве концептуальной основы исследования была использована теория социальных ожиданий В. Врума, в соответствии с которой социальные ожидания студентов определяют их профессиональную мотивацию, профессиональную идентичность и процесс профессионального становления в целом [13]. Понимая ожидания студентов от инноваций в учебном процессе можно целенаправленно осуществлять его трансформацию.

Методы исследования

Методы исследования включали:

- эссе на тему «Инновации в учебном процессе» (Прим. авт. – Перед подготовкой эссе студентам были даны пояснения, что можно выделить как инновации в их университете, так и инновации, с которыми студент сталкивался в других учебных заведениях, на онлайн-курсах и пр.);
- метод дискуссии;
- статистический метод обработки информации.

В исследовании приняло участие 89 студентов первого курса ФГБОУ ВО «Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана (национальный исследовательский университет)» (далее – МГТУ).

Анализ результатов исследования

Анализ данных проведенного исследования позволил нам выявить содержательные, организационные и технологические аспекты инноваций в образовательном процессе.

Ожидания студентов относительно содержательного направления инноваций отражает их мнение о формировании компетенций, важных для будущей профессиональной деятельности. Так, 32 % респондентов отметили необходимость развития социальных компетенции. В числе терминов, используемых студентами, встречаются как «социальные компетенции», так и «коммуникативные компетенции», «лидерские качества», «творческие способности», «командные качества». Среди методов ведения учебного процесса, приоритетных для формирования этих компетенций, студентами отмечается работа в парах и работа в команде: «в будущем так или иначе нужно будет контактировать с другими людьми, поэтому полезно научиться работе в коллективе уже сейчас. Также я считаю, что результат, полученный в ходе работы нескольких человек, будет более полным и необычным, так как в нем совмещены знания и методы работы разных людей»;

«в команде каждый может выполнять свою особую функцию, что помогает человеку не только лучше социализироваться, но и раскрывать свои лучшие командные качества».

Навык эффективного коммуникативного взаимодействия важен при взаимодействии с другими студентами, так и с преподавателями. Это необходимое условие успешного обучения: «только живая работа и общение с преподавателем может обеспечить хорошую успеваемость студентов». Ценится возможность коммуницировать с преподавателем напрямую: «было бы очень удобно иметь чат с каждым из преподавателей, с целью быстрого оповещения всей группы сразу, а не путем длительной цепочки «преподаватель – староста – группа».

Эти данные соотносятся с данными, полученными агентством «Валидейта»: современная молодежь ценит качества, которые помогают «беспроблемно общаться», «беспроблемно взаимодействовать» в любой ситуации и в любой компании [12]. Нам представляется, что такие же коммуникативные требования предъявляются студентами к учебному процессу.

В 16 % работ фигурирует тема социогуманитарных дисциплин в техническом вузе, из них половина респондентов пишут о важности этого компонента в техническом образовании как возможности «прокачать «мягкие навыки»: выступления перед аудиторией, деловой коммуникации, критического мышления, анализа информации. По мнению ребят, эти дисциплины вносят «важный вклад в развитие творческих и инновационных возможностей студентов». Студенты выделяют такие приоритетные для них формы работы на этих предметах, как групповая работа над проектом, кейсом, проблемной ситуацией, метод дискуссии, онлайн-тесты, публичное выступление. Отмечается также важность работы с интернет-ресурсами (под руководством преподавателя, с указанием источников проверенной информации, баз данных): «одним из ярких примеров может служить такой предмет, как социология, на нем мы изучаем разные сайты с интересной, важной, современной, а главное, проверенной информацией».

Важно, что большинство респондентов подчеркивают влияние социокультурной среды, созданной в МГТУ, на формирование социально-профессиональных навыков. Секции дополнительного образования, разнообразные клубы по интересам, мероприятия, проводимые студенческим советом – это «приятная и, во многих случаях, полезная добавка к учебному процессу»; участие в этой деятельности «значительно расширяет кругозор и развивает творческие способности». Кроме того, социокультурная среда представлена и на виртуальном уровне, что значимо для студентов: «нельзя не заметить присутствие университета в различных информационных полях, популярных среди молодежи («ВКонтакте», Instagram, Facebook и т. п.). Это вполне соответствует потребностям студентов и повышает комфортность их обучения».

Ожидания студентов относительно методов обучения показали, что в 35 % эссе присутствует мысль о необходимости усиления ориентации учебного процесса на практику. Студентам важна не только связь лекций и семинаров, но «любые практикоориентированные занятия». Разделение практики и теории на некоторых предметах нецелесообразно, потому что «существуют предметы, где нужно применять все и сразу». «Лучший метод обучения – обучение, сразу совмещенное с практикой, когда тебе наглядно объясняют: что и для чего ты учишь. Так и интереса возникает намного больше, ведь ты не сидишь и не делаешь какие-то записи в аудитории, не понимая, для чего они вообще тебе нужны, а познаешь какое-то ремесло, учишься делать какую-либо работу, действие».

Респонденты обращают внимание на то, что современные ИТ-курсы имеют очень выраженную практическую направленность, ориентированы на выработку конкретных умений и навыков. Этот момент необходимо усилить вузам: «пройдя обучение в ИТ-Школе, не могу не отметить пару их учебных технологий. Во-первых, абсолютно вся теория подкреплялась практикой. Это было возможно благодаря оборудованному классу и электронному учебнику, в котором были задания, проверяющиеся автоматически. Во-вторых, на каждом занятии мы создавали по небольшому проекту, каждый из которых впоследствии использовали в выпускном проекте».

Студенты пишут о важности проектной работы, которая «развивает огромное количество крайне важных в современных реалиях качеств», позволяет приобрести опыт практической работы в профессиональной сфере. Используя подготовленные преподавателем материалы и справочные пособия, студенты могут выполнять мини-проекты в группах. Преподавателю при таком подходе отводится роль наставника: «Большого всего мне понравилась система обучения в образовательном центре «Сириусе». Параллельно с занятиями необходимо было работать над итоговым проектом со своей командой под руководством ментора. Такой вид обучения воссоздает реальную работу в компании и готовит специалистов, готовых к организации рабочего процесса». Представляется, что эта технология привлекательна для студентов еще и как развивающая социальные навыки.

В качестве успешных инновационных практик в МГТУ студенты выделяют проекты «ТехноПарк» и «Инжиниринг». Также, как о соответствующих потребностям современного обучения, студенты пишут о таких традиционных практиках, как: лабораторные работы (в специально оснащенных современных аудиториях); сотрудничество вуза с различными предприятиями, что дает возможность пройти стажировку и «лучше представлять свое будущее» и пр. Сотрудничество вуза с крупными фирмами дает возможность студенту почувствовать себя причастным «к чему-то масштабному».

В четверти студенческих эссе (25 %) содержится мысль о том, что применение элементов геймификации в учебном процессе вуза способно существенно повысить его эффективность. Студенты не употребляют самого термина «геймификация» (кроме одного человека), поэтому остановимся кратко на определении геймификации и признаках ее применения в учебном процессе.

Геймификация – это использование игровых подходов, элементов игры в неигровом контексте. В учебном процессе геймификацию используют для обеспечения большей вовлеченности учащихся в занятие, повышения их мотивации. Элементы игры могут включаться как в саму систему обучения, так и в процесс управления обучением [6]. Они проявляются в использовании различных приемов привлечения и удержания внимания учащихся, разработки и внедрения системы выигрыша и риска, установлении соответствия между способностями учащегося и сложностью задач [4]. В учебном задании происходит слияние игровых и дидактических задач, выполнить его учащийся может по определенным – игровым правилам.

Геймификация может осуществляться как с использованием IT-технологий (существуют целые сайты-конструкторы заданий), так и без привлечения IT-ресурсов. Вместе с тем, использование последних существенно расширяет возможности педагога. Геймификация в учебном процессе имеет черты, заимствованные у компьютерных игр: вызов (обозначение конкретной цели - обычно суммы баллов для получения оценки); обратная связь (оперативное оценивание выполненного задания); уровни (открытие доступа к новому контенту); очки (баллы за работу); вознаграждения (бонусные баллы); достижения (значки, звания, фиксирующие продвижение); рейтинги; обратный отсчет (ограничение времени выполнения задания); накопление (суммирование достижений); предотвращение потерь (снижение набранных баллов при нерегулярном, несвоевременном выполнении заданий); состояние победы (статус, итоговая оценка) [9].

Игры, в отличие от большинства других форм трансляции культуры, соответствуют ключевым ценностям сетевого общества – они интерактивны и приглашают к сотворчеству. Игровые онлайн-миры позволяют ученикам не просто усваивать знания, но и развивают умение работать с информацией [2].

Студенты отмечают необходимость привнесения в образовательный процесс методов и приемов, увиденных ими на IT-курсах, образовательных платформах, конкурсах: «...обучение в игровой форме мотивирует ученика, особенно, если проработана система вознаграждений и можно отследить свой прогресс. Например, платформа exercism.org для обучения программированию имеет привлекательный дизайн, дает возможность повышать свой рейтинг за решение задач и взаимодействовать с другими участниками и менторами, создает атмосферу соревнования». Как видим в этой технологии важные для студентов составляющие: соревновательность, социальное взаимодействие и наставничество.

Элементы геймификации имеют место в балльно-рейтинговой системе [9]. Студенты отмечают важность этой системы, как способствующей вовлеченности в учебный процесс: «она всегда держит в тонусе», «студент четко видит цель и свое приближение к ней, случайная оценка не испортит итоговый балл в самый неподходящий момент». Эту мотивационную особенность балльно-рейтинговой системы необходимо учитывать преподавателям в своей деятельности, вузам – вести дальнейшие разработки в этой области.

Среди самостоятельных разработок преподавателей, имеющих признаки геймификации, можно выделить описанные студентами: «плюсиковую» систему (набор плюсиков за ответы у доски – влияет на количество дополнительных вопросов на экзамене); поощрение баллами за быстроту и правильность решения; интерактивные опросы; баллы за творческий подход к выполнению задания.

Дистанционное образование как актуальный организационный аспект образовательных инноваций также представлен в нашем исследовании. В 78 % работ дистанционное обучение представлено в качестве основного «новшества» в образовании, но отношение к нему у студентов неоднозначное. Отмечается, что интеграция элементов дистанционного образования в систему образования должна осуществляться продуманно, в противовес вынужденным, стихийно складывающимся практикам условий пандемии. Почти все студенты обращают

внимание на необходимость корректного функционирования техники при реализации дистанционного образования, качественного программного и компьютерного обеспечения и пр. Вместе с тем в работах присутствует и понимание того, что это важное, но не единственное условие эффективного онлайн-обучения. Выделим две магистральных линии, вокруг которых строится обсуждение этой темы в работах.

1. Залог эффективного дистанционного образования – особый настрой всех субъектов образовательного процесса: «организованность и ответственность как студентов, так и преподавателей» (эта мысль присутствует в 44 % работ). От студента требуется внутренняя мотивация: «желание учиться», «высокий уровень дисциплины и целеустремленности». От преподавателя – как желание пробовать и применять новые формы и технологии работы, так и проявлять коммуникативные компетенции: «необходимо общаться с аудиторией, не игнорируя ее», «очень важно как-то привлечь внимание студентов». Отдельные студенты (6 %) замечают, что онлайн-обучение стимулировало преподавателей к поиску новых методов и форм ведения занятий: «многие преподаватели начали давать свои собственные задания, которые невозможно где-то взять, списать».

2. Дистанционное обучение показало важность коммуникации в образовательном процессе. В той или иной мере об этом говорится в 22 % работ: «дистанционная форма проведения уроков необходима для освоения учебного плана, а во время традиционной работы в аудитории между студентами и преподавателями происходит общение»; «в дистанционном формате студенты часто испытывают нехватку личного общения»; «при онлайн-обучении важен постоянный контакт студентов и преподавателя, из общения с преподавателем у студентов появляется постоянная занятость, и они не будут отвлекаться на посторонние вещи»; «несмотря на то, что уже почти 2 года существует такая практика, до совершенства коммуникацию выстроить не выходит до сих пор».

Студенты отмечают необходимость сохранения невербального компонента коммуникации, а также системы социальных связей при реализации дистанционного образования: «важно, чтобы преподаватель видел лицо ученика, хотя бы через камеру, понимал его эмоции и знал, что он учится»; «каждому обучающемуся в это время нужны: общение с другими людьми и контакт со своими одноклассниками»; «при занятиях очно развивается социальные навыки человека».

Все это подтверждает выводы нашего предыдущего исследования: на эффективность дистанционного образования влияют коммуникативные навыки преподавателя, его направленность на инновации, развитость эмпатических способностей, навыков делового и интернет-общения. При онлайн-обучении страдает система социальных связей, это влияет не только на коммуникацию, но и на учебный процесс в целом: у студентов нет возможности ориентироваться на других людей, как на ролевые модели взаимодействия, нет позитивного группового давления, студенты оказываются выключенными из системы «слабых связей». Отсюда происходит ослабление не только информационных ресурсов личности, но и смыслов, ценностей, окрашивающих пребывание студента в социокультурной среде вуза [1].

Рассмотрим далее ожидания у студентов относительно технологических аспектов образовательных инноваций. Важность применения технологий визуализации в учебном процессе (от просто презентации в PowerPoint, до видеолекций и 3D-моделей) отметили 32 % студентов.

Визуализация позволяет реализовать важнейший из принципов обучения – наглядность. К визуализации в учебном процессе относят широкий диапазон средств, включая мультимедийные технологии (с презентациями), учебные видеофильмы, видеолекции, 3D-модели, а также диаграммы, схемы, графики и пр. Применение этих технологий позволяет структурировать материал, способствует его быстрому усвоению и запоминанию. Этот способ представления материала соответствует особенностям восприятия современной молодежи, стимулирует когнитивные аспекты обучения [11].

Как отмечают студенты: «сопровождение лекций презентациями, 3D-моделями – очень важный аспект для восприятия информации»; «особенно мне понравилась пошаговое объяснение задач с помощью визуализаций, а не просто объяснением на словах, возможно в московских школах так преподают, но для меня как для человека, который приехал из провинции, это было некоторое приятное открытие»; «мне нравится, когда с помощью интернет-ресурсов преподаватель легко может показать актуальность и применимость, того материала, который он предоставляет: от кино до новостей – это для языковых курсов». В связи с потребностью в визуализации студенты говорят о необходимости оснащения учебного процесса всем, что этому способствует: оборудованные аудитории, доступ в интернет, создание интерактивных платформ, учебных баз данных.

Другая важная технология, способствующая индивидуализации процесса обучения – это тьюторинг. В отличие от преподавателя, транслирующего и контролирующего процесс усвоения знаний, тьютор – это наставник, консультант в приобретении опыта, работающий с возможностями и потребностями учащихся, что и обеспечивает индивидуальный подход [5]. Запрос на тьюторство в работах студентов – это ожидание индивидуализации обучения. Студенты не употребляют термин «тьютор», но говорят о потребности в менторе, наставнике, консультанте (19 % работ). Они оценивают эту технологию на онлайн-курсах как эффективную. Потребность в этой технологии рассматривается в двух аспектах.

1. Потребность в индивидуальном, прикрепленном консультанте по курсу, к которому можно обратиться по вопросам освоения учебного материала. Такой консультант может быть из среды студентов: «...одним из самых понравившихся методов было то, как обучали в «Инжиниринге». Там многие занятия проводили студенты старших курсов под контролем специалистов. Такой вид занятий очень полезен и для того кто обучает и для того кто обучается. Тому кто обучается спокойнее из-за того что перед ними стоит такой же человек который еще учится. А студент, проводя эти занятия, прокачивает свой навык коммуникабельности».

2. Потребность в трансформации роли преподавателя в современном учебном процессе: «преподаватель – это больше не тот, кто транслирует знания и диктует, что делать и как делать. Теперь это координатор, который сопровождает процесс обучения, направляет учеников, следит за их успехами и помогает с проблемными моментами».

Заключение

Студенты осознают необходимость инноваций в учебном процессе, отмечают как существующие удачные практики в вузе, так и удачные формы, методы работы, увиденные ими на онлайн-курсах.

В качестве главной инновации последних лет рассматривается дистанционное обучение. Для дальнейшего развития онлайн-образования необходима разработка протоколов, способствующих эффективной коммуникации в онлайн-учебном процессе. Роль преподавателя в учебном процессе меняется, дистанционное образование лишь заострило эту проблему. Преподаватель должен быть грамотным модератором коммуникации в аудитории, не транслятором, но координатором процесса усвоения знаний.

Изменение типа восприятия информации в современном обществе требует новых методов и технологий образования. Для студентов значимы те технологии, методы и формы обучения, которые способствуют развитию социальных и коммуникативных навыков. Важность коммуникативного компонента в образовании проходит красной нитью почти во всех работах: идет ли речь о реализации дистанционного образования или о качестве учебного процесса в целом. Второе требование к учебному процессу – усиление его ориентации на практику. Необходимые формы работы, которые позволяют реализовывать эти два требования – работа в команде и работа над проектом. Применение технологии наставничества обеспечивает эффективность работы в проекте, а также учет индивидуальных потребностей и возможностей студента. Эта технология также способна удовлетворить потребность студентов в эффективной деловой коммуникации с преподавателем.

Инновационный учебный процесс должен соответствовать требованиям визуализации на новом уровне, с применением современных мультимедийных средств. Потребность студентов в геймификации учебного процесса – это потребность в соревновательном компоненте. Она может быть вызвана как особым типом восприятия (сформированным социальными сетями и компьютерными играми), так и недостатком внешней мотивации. Но независимо от причин, геймификация должна стать одним из основных векторов трансформации современного образования. Удачная вузовская практика – кредитно-модульная система: ее потенциал требует дальнейшего изучения.

Библиографический список

1. Авдеева, А. П., Сафонова, Ю. А. Коммуникативное пространство дистанционного обучения студентов вуза // Вестник университета. – 2021. – № 3. – С. 162–167. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-3-162-167>
2. Атлас новых профессий 3.0 / под ред. Д. Варламовой, Д. Судакова. – М.: Интеллектуальная Литература, 2020. – 456 с.
3. Бекетова, О. А. Инновация в образовании: понятие и сущность // Теория и практика образования в современном мире: материалы V Международной научной конференции, Санкт-Петербург, 20–23 июля 2014 г. – СПб.: СатисЪ, 2014. – С. 1–2.
4. Биджиева, С. Х., Урусова, Ф. А.-А. Геймификация образования: проблемы использования и перспективы развития // Мир науки. Педагогика и психология. – 2020. – Т. 8, № 4. – Рр. 14. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mir-nauki.com/PDF/34PDMN420.pdf> (дата обращения: 18.01.2022).

5. Киреева, Н. В. Различные виды воспитательных систем в современном ВУЗе: кураторство, тьюторинг, наставничество и их особенности // Устойчивое развитие России в период нестабильности: внешние вызовы и перспективы: материалы XII очной международной научно-практической конференции, Липецк, 26 апреля, 2018 г. – Елец: Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина, 2018. – С. 573–577.
6. Мазелис, А. Л. Геймификация в электронном обучении // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса – 2013. – № 3 (21). – С. 139–142.
7. Прохорова, М. П., Булганина, С. В. Образовательные инновации глазами студентов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 6-1. – С. 158–162.
8. Тоффлер, Э. Третья волна / пер. с англ. Барабанова С., Бурмистрова К., Бурмистрова Л., Заритовской З., Комарова Е., Кротовской Н., Кулагина-Ярцева В., Микиша А., Москвина-Тарханова И., Руднева Е., Татарина К., Хмелик Н.; науч. ред. П. С. Гуревич. – М.: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 2004. – 345 с. // Электронная библиотека Гумер – гуманитарные науки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Toffler/_07.php (дата обращения: 18.01.2022).
9. Хохрякова, Ю. М. Возможности геймификации учебной деятельности студентов вуза // Гуманитарные исследования. Педагогика и психология. – 2021. – № 5. – С. 27–37. <https://doi.org/10.24412/2712-827X-2021-5-27-37>
10. Хуторской, А. В. Педагогическая инноватика: методология, теория, практика: монография. – М.: УНЦ ДО, 2005. – 221 с.
11. Шлякова, Е. В. Визуализация учебного материала в процессе обучения химии в военном вузе // Научное отражение. – 2021. – № 1 (23). – С. 53–54.
12. 30 фактов о современной молодежи // Сбербанк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth_presentation.pdf (дата обращения: 18.01.2022).
13. Vroom, V. H. *Work and motivation*. – New York: Wiley, 1964. – 331 p.

References

1. Avdeeva A. P., Safonova Yu. A. Communicative space of distance learning for university students, *Vestnik universiteta*, 2021, no. 3, pp. 162–167. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-3-162-167>
2. *Atlas of new professions 3.0*, ed. by D. Varlamova, D. Sudakov, Moscow, Intelktual'naya Literatura, 2020, 456 p. (In Russian).
3. Beketova O. A. Innovation in education: concept and essence, *Theory and practice of education in the modern world: Proceedings of the V International Scientific Conference, Saint-Petersburg, July 20–23, 2014*, St. Petersburg, Satis, 2014, pp. 1–2. (In Russian).
4. Bijieva S. Kh., Urusova F. A.-A. Gamification of education: problems of use and development prospects, *World of science. Pedagogy and psychology*, 2020, vol. 8, no. 4, pp. 14. Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/34PDMN420.pdf> (accessed 18.01.2022). (In Russian).
5. Kireeva N. V. Different types of educational systems in modern higher educational institution: coaching, tutoring, mentoring and their features, *Sustainable development of Russia in a period of instability: external challenges and prospects: Proceedings of the XII Face-to-Face International Scientific and Practical Conference, Lipetsk, April 26, 2018*. – Yelets, Yelets State University named after I. A. Bunin, 2018, pp. 573–577. (In Russian).
6. Mazelis A. L. Gamification in e-learning, *The Territory of new opportunities. The herald of Vladivostok State University of Economics and Service*, 2013, no. 3 (21), pp. 139–142. (In Russian).
7. Prohorova M. P., Bulganina S. V. Educational innovations eyes of students, *International journal of applied and fundamental research*, 2016, no. 6-1, pp. 158–162. (In Russian).
8. Toffler A. *The third wave*, transl. from Engl. Barabanov S., Burmistrov K., Burmistrov L., Zaritovskaya Z., Komarov E., Krotovskaya N., Kulagin-Yartsev V., Mikish A., Moskvina-Tarkhanov I., Rudnev E., Tatarinov K., Khmelik N., scient. ed. P. S. Gurevich, Moscow, ООО “Фирма “Издательство АСТ”, 345 p. *Digital Library Gumer – Humanities*. Available at: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Toffler/_07.php (accessed 18.01.2022). (In Russian).
9. Hoxhryakova Yu. M. Feasibility of gamification of university students learning activity, *Gumanitarnye issledovaniya. Pedagogika i psikhologiya*, 2021, no. 5, pp. 27–37. (In Russian). <https://doi.org/10.24412/2712-827X-2021-5-27-37>
10. Khutorskoy A. V. *Pedagogical innovation: methodology, theory, practice: monograph*, Moscow, UNTS DO, 2005, 221 p. (In Russian).
11. Shlyakova E. V. Visualization of educational material in the process of teaching chemistry at a military university, *Nauchnoe otrazhenie*, 2021, no. 1 (23), pp. 53–54. (In Russian).
12. 30 facts about today's youth, *Sberbank*. Available at: https://www.sberbank.ru/common/img/uploaded/files/pdf/youth_presentation.pdf (accessed 18.01.2022).
13. Vroom V. H. *Work and motivation*, New York, Wiley, 1964, 331 p.

УДК 371

Елисеева Екатерина Юрьевна

канд. психол. наук, ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет», г. Москва, Российская Федерация

ORCID: 0000-0001-7802-5476

e-mail: eliskati2008@mail.ru

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-216-222

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ САМООЦЕНКИ ДЕТЕЙ ПОДРОСТКОВОГО ВОЗРАСТА ПОСРЕДСТВОМ ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ РАБОТЫ

Аннотация. В данной статье автором проводится комплексный теоретический анализ возможностей применения интерактивных (диалоговых) форм работы в контексте повышения уровня самооценки детей подросткового возраста. Главным образом, анализируются актуальные направления деятельности педагога-психолога с младшими и старшими подростками. Формируются основные преимущества субъект-субъектной формы работы, а также приводятся потенциальные возможности внедрения современных информационных технологий в систему работы над уровнем самооценки подростков. Так, результаты проведенного теоретического анализа позволяют отметить, что интерактивные формы работы предоставляют колоссальные вариативные направления реализации психолого-педагогических диагностических и непосредственно коррекционных деятельностных аспектов. Помимо прочего, ключевая особенность их применения заключается в возможности адаптации диалога под личностные особенности каждого подростка, что увеличивает вероятность успешного налаживания коммуникации и дальнейшей организации психолого-педагогического сопровождения.

Ключевые слова: самооценка подростков, интерактивная работа психолога, повышение уровня самооценки, субъект-субъектное взаимоотношение, особенности подростков, личность, развитие, возрастные особенности

Для цитирования: Елисеева Е.Ю. Повышение уровня самооценки детей подросткового возраста посредством интерактивных форм работы // Вестник университета. 2022. № 2. С. 216–222.

Ekaterina Yu. Eliseeva

Cand. Sci. (Psy.), National Research Moscow State University of Civil Engineering, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-7802-5476

e-mail: eliskati2008@mail.ru

INCREASING THE SELF-ASSESSMENT LEVEL OF ADOLESCENT CHILDREN THROUGH INTERACTIVE WORK FORMS

Abstract. In this article, the author conducts a comprehensive theoretical analysis of the possibilities of using interactive (dialogue) work forms in the context of increasing the self-esteem level of adolescent children. Mainly, the current activity areas of a teacher-psychologist with younger and older adolescents are analysed. The main advantages of the subject-subject work form are formed, as well as the potential opportunities for introducing modern information technologies into the work system on the self-esteem level of adolescents are given. Thus, the theoretical analysis results carried out allow us to note that interactive work forms provide colossal variant directions for the psychological and pedagogical diagnostic implementation and directly corrective activity aspects. Among other things, the key feature of their application is the ability to adapt the dialogue to the personal characteristics of each teenager, which increases the successful communication likelihood and further psychological and pedagogical support organisation.

Keywords: self-esteem of adolescents, interactive work of a psychologist, increasing the self-esteem level, subject-subject relationship, characteristics of adolescents, personality, development, age characteristics

For citation: Eliseeva E.Yu. (2022) Increasing the self-assessment level of adolescent children through interactive work forms. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 216–222. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-216-222

© Елисеева Е.Ю., 2022.

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

© Eliseeva E.Yu., 2022.

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



Введение

В современных условиях внедрения инноваций в образование, актуальными становятся темы исследований, касающихся сочетания психолого-педагогических аспектов образовательного процесса. В частности, вопросы формирования адекватной самооценки у подростков имеют особую значимость, поскольку именно в данный возрастной период происходит закрепление основ мировоззрения ребенка, формирование широкого круга межличностных отношений с упором на идентификацию себя с определенной группой людей, а также принятие собственного «я» со всеми вытекающими особенностями. Педагогический процесс с этой позиции должен соответствовать возрастным особенностям подростка, главным образом ориентируясь не только на образовательный аспект, но и на своевременное выявление и компенсацию негативных проявлений личности. Например, степень влияния самооценки определяет возможность комфортного существования подростка в социуме, что сказывается на процессах формирования его личности. К тому же, актуальность заявленной тематики в условиях цифровизации человеческой жизнедеятельности, в том числе популяризации социальных сетей, обуславливается проблематикой отсутствия правильной идентификации подростка в рамках общения, основанного на применении информационных технологий. Такой подход приводит к формированию внутриличностного конфликта ребенка, где с одной стороны он стремится к расширению круга общения, а с другой – засчет наличия определенных проблем (в том числе и с самооценкой) не может проявлять открытый интерес к собеседнику (что приводит к ряду негативных проявлений в контексте формирующейся личности и наращивания проблем в будущем). Таким образом, потенциальное решение данной проблемы заключается во внедрении интерактивных форм работы в психолого-педагогическую практику в контексте повышения самооценки детей подросткового возраста.

Цель нашего исследования – произвести комплексный теоретический анализ возможностей повышения уровня самооценки детей подросткового возраста посредством интерактивных форм работы.

Теория и методы

Изучением вопросов самооценки личности занимались многие отечественные и зарубежные исследователи. Особую значимость в структуре российских исследований занимали работы таких авторов, как Б. Г. Ананьев, Л. И. Божович, Р. Азимова, М. И. Лисина, В. В. Столин и др. В частности, авторы с разных позиций затрагивали вопросы самооценки и ее значимости в контексте развития личности. Так, например, представленные авторы в большей мере опирались на изучение основ формирования самооценки и структуры ее возникновения. Обращаясь к зарубежным авторам, можно отметить значимость работ У. Джемса, Дж. Мида, Э. Эриксона, и других; все они рассматривали самооценку исключительно как важнейшую составляющую личности человека, а именно как компонент, влияющий на поведение и возможность осуществления тех или иных форм деятельности. Современные исследования же в области изучения самооценки подростков в большей мере направлены на изучение диагностического процесса (проведение комплексных исследований в выявлении проблем с самооценкой), а также характеристику самооценки подростков, относящихся к тем или иным категориям. Например, С. А. Водяха и Ю. Е. Водяха в своем исследовании занимались изучением особенностей самооценки подростков, чья личность формируется в социально благополучных условиях [1]. О. П. Мищенко и А. Т. Латышева основывались на исследовании детей, воспитывающихся в условиях детского дома [9]. В. И. Степаненко изучала аспекты формирования самооценки подростков, находящихся под систематическим воздействием различных религиозных культов [17]. Помимо прочего, особенно важными в структуре современных исследований выступают работы авторов, связанные с изучением средового фактора воспитания подростка и уровнем его самооценки; в частности, рассматриваются такие категории, как отношение родителей и ребенка, а также стилевые характеристики воспитания [15; 16; 19]. Кроме того, широкое воздействие цифровизации (вследствие развития технологий и их повсеместного внедрения) также стало фактором формирования определенных исследований в области изучения влияния воздействия компьютерных технологий на самооценку подростков; так, Маслова Ю. В. отмечала, что их чрезмерное влияние может стать основой формирования зависимости подростка от виртуального мира и его затворничества (главными чертами выступают замкнутость ребенка в общении, низкая самооценка, установление недостижимого идеала собственной личности и т. д.) [8]. Роппинен Т. О. и Слободская Е. Р.

проводили комплексное исследование, нацеленное на изучение последствий влияния систематической работы за компьютером на подростков (суммарно, выборка составила более 900 подростков); его результатом стали положения о том, что виртуальное общение приводит к проблемам с самооценкой, а именно формированием ряда поведенческих проблем, которые соотносятся с прочими проблемами и в комплексе формируют основу для неблагоприятного развития. Однако, в отдельности, самооценка подростков, по мнению авторов, не зависит от степени интенсивности времяпрепровождения в рамках использования компьютера, в том числе в контексте интернет-общения [14].

Таким образом, на основе теоретической базы исследования, важно изучить вопрос повышения самооценки подростков, посредством интерактивных методов. Предполагается использование методов анализа и синтеза, литературных психолого-педагогических источников информации. Кроме того, особое место в структуре исследования занимают эмпирические методы: обобщение, сравнение, наблюдение, абстрагирование и ряд других.

Результаты и их обсуждение

Проблема низкого уровня самооценки подростков является одной из центральных в части отечественных теоретических и практико-ориентированных работ. Так, данное направление имеет особую значимость, поскольку от хода преодоления проблем с самооценкой в подростковом возрасте зависит будущее благополучие школьника, в том числе и профессиональное [12]. Формирование адекватной самооценки – это одна из первостепенных задач коррекционной работы с подростками; однако, важно отметить, что сегодня ее значение приобретает все более значимый характер, поскольку в течение последних лет было выявлено, что многие подростки имеют низкие показатели уровня самооценки [2, 10, 13, 18]. В то же время, современная степень проработанности данной проблемы требует некоторого уточнения в области возможностей применения тех или иных форм работы с целью преодоления трудностей, связанных с низкой самооценкой, а также последующего ее нормального формирования.

Так, подростковый возраст подразделяется на младший и старший. В ходе младшего подросткового возраста (11–12 лет), ребенок стремится к отражению собственной самостоятельности, как независимой от окружающих взрослых личности; в данный период у ребенка происходят активные изменения физиологических функций организма – в первую очередь, наблюдается активный внешний рост. С позиции психических функций, происходит ряд изменений в области поведения и особенностей восприятия окружающего мира. В частности, у младшего подростка формируется некоторый идеал личности, в сторону которой производятся изменения черт его характера, в том числе и с учетом текущих взаимоотношений с окружающими, как взрослыми, так и сверстниками. Общение с последними становится ведущим типом деятельности, что приводит к построению особых социальных отношений, в рамках которых каждый член малого сообщества стремится занимать комфортное для него положение. Все это становится основой дальнейшего протекания старшего подросткового возраста, в рамках которого вышеизложенные процессы усложняются. Так, социализация выходит на новый уровень, связанный с необходимостью отражения собственной позиции в обществе как взрослого; течение данных процессов усиливается за счет полярности мышления – наблюдается частая смена настроений, интересов, склонностей, а также симпатий. Ребенок в таком случае воспринимает себя как полноценного взрослого с устоявшимся мнением и позицией, которые, на его взгляд, являются истинными. В этом контексте, «колкость» старшего подросткового возраста требует от окружающих взрослых особого трепетного отношения к проблемам. Так, родители должны учитывать мнение ребенка и в то же время понимать его проблемы и заботы; в противном случае, высокая чувствительность реагирования старшего подростка приведет к формированию иных мировоззренческих (в том числе духовно-нравственных) черт [7].

В целом все вышеизложенное становится основой, подчеркивающей необходимость осуществления поддержки подростка со стороны взрослых; в отношении низкого уровня самооценки важно отметить особую роль психолого-педагогической поддержки, реализуемой в рамках школьного обучения. В данном случае, со стороны педагога-психолога должна осуществляться комплексная работа по выявлению (диагностике) особых групп подростков (в число которых входят подростки с неадекватной (заниженной или завышенной) самооценкой), проведению профилактических мероприятий (как групповых, так и индивидуальных) с детьми и их родителями, а также комплексной проработке и актуализации используемых в практике методик.

Так, в этой связи, особую актуальность приобретают современные психолого-педагогические методы, основанные на инновационной организации работы с детьми на принципах субъект-субъектного отношения. Данный подход предполагает создание таких педагогических условий осуществления образовательной деятельности, в рамках которых ребенок будет чувствовать себя не просто максимально комфортно, но и сможет стать лично заинтересованным с позиции организации образовательного процесса. Формирование социального опыта (влияющего на самооценку) в ходе применения инновационных методик организации деятельности (а именно применение современных субъект-субъектных образовательных технологий в рамках учебного процесса и адаптация некоторых методик взаимодействия психолога и обучающегося в контексте личного взаимоотношения) предполагает необходимость организации диалогового взаимодействия между педагогом и подростком с целью обмена социальным опытом [3].

В частности, выявление личностных особенностей конкретного подростка, видимое выражение интереса к его проблеме, открытость и честность психолога становятся основными принципами использования новейших методик. Это позволяет настроить обучающегося на продуктивное (в рамках коррекции) взаимодействие; течение данных процессов предполагает выявление актуальных рычагов взаимодействия педагога-психолога и обучающегося, а также его родителей с проработкой возможных последствий тех или иных действий. Психолог должен четко выстраивать такую траекторию общения с ребенком, которая, по его мнению, в наибольшей мере позволит учесть личностные особенности и в большей степени нивелировать риски отторжения (незаинтересованности) подростка. Это также строится на степени доверительности отношений, что требует максимально грамотного подхода во взаимодействии [11].

В данном контексте, особую актуальность приобретают методы интерактивного взаимодействия педагога-психолога и обучающегося. Интерактивные (или же диалоговые) методы взаимодействия позволяют в полной мере раскрыть субъект-субъектность участников педагогического процесса и сформировать особые условия улучшения социального опыта, формируемого у ребенка в период взаимодействия с педагогом-психологом. Главное преимущество интерактивных форм работы заключается в установлении личного контакта и активного сопереживания собеседнику. Это предполагает возможность многостороннего обмена информацией на добровольной основе, в том числе, имеющей ярко выраженный эмоциональный окрас. В таком случае важно понимать, что в структуре организации коррекционной работы в области самооценки ребенка, интерактивные методы предполагают реализацию творческих начал в том числе. Хотя опыт осуществления деятельности не может передаваться от субъекта к субъекту, именно диалог, выступающий в качестве центра взаимодействия субъектов, позволяет получить опыт осуществления тех или иных действий, поступков, наличия переживаний и мнений ребенка. Так, главная возможность интерактивных форм работы – это широта открываемых возможностей в социализации личности с позиции организации взаимодействия. Конечно же, это предполагает применение дополнительных технологий и достижений современного научно-технического прогресса, а именно компьютера, смартфона, сети «Интернет». Помимо инновационных направлений, важно также учитывать и традиционные методы взаимодействия, которые по праву можно отнести к интерактивным: тренинги, ролевые игры, кейс-ситуации, проектные направления взаимодействия и ряд других. С одной стороны, они сочетают в себе традиционные преимущества, которые, ко всему прочему, получают ряд достоинств благодаря инновационной субъект-субъектности [5].

Возвращаясь к вопросам активного использования современных информационных технологий в психолого-педагогическом процессе, можно отметить особую значимость сети, как способа организации взаимодействия подростка и психолога. Во-первых, распространенность и доступность (в частности, для подростков) говорит не просто о важности, а о необходимости включения психолога в жизнедеятельность подростка в рамках социальной сети. Именно социальная сеть позволит производить первичную оценку текущего уровня самооценки ребенка на основе косвенных факторов (например, использование определенных изображений, аватаров, прослушиваемая музыка, видеоролики и т. д.); кроме того, использование функций чата позволяет продолжать диалоговое общение между педагогом-психологом и ребенком даже вне стен образовательного учреждения. В случае хорошо налаженной доверительной коммуникации, ребенок может обратиться к психологу с текущими возникшими вопросами. Во-вторых, коммуникационный аспект интернет-общения позволяет психологу выявлять такие показатели низкой самооценки ребенка как отсутствие идентификации. В-третьих, в связи с последними событиями, связанными с пандемией, дистанционные формы взаимодействия

обучающихся и педагогов отразили довольно высокий потенциал в налаженной коммуникации и сближении детей и взрослых. В целом, интернет-технологии, при их правильном использовании, являются комплексным ресурсом по реализации интерактивных форм работы. Ярким примером выступает использование вебинаров и прямых трансляций для проведения игр с подростками и более тесной коммуникации.

Конечно, использование данных методов взаимодействия предполагает практическую направленность и наличие заранее заготовленного плана работы (программы мероприятий). В ином случае проводимое мероприятие приобретет хаотичный характер и не позволит в большей мере добиться того эффекта, который бы получился на выходе при комплексной проработке.

Конкретизируя направления деятельности педагога-психолога в области повышения уровня самооценки младших и старших подростков, важно отметить необходимость разграничения характера проводимых мероприятий в зависимости от категории обучающегося. Так, например, работа с младшими подростками предполагает более творческо-игровую, «детскую» направленность, выраженную в проведении классных часов (и прочих внеурочных мероприятий) на тематики, косвенно воздействующие на самооценку. В контексте индивидуальной работы важно основываться на факте того, что текущий уровень самооценки младшего подростка имеет зависимость от его интеграции в общество. В частности, это возможность вхождения в определенные группы (адаптация в коллективе или микрогруппе) по интересам и наличие собственной позиции в них. В таком случае интерактивное взаимодействие позволяет выявить текущие переживания ребенка, конкретизировать проявления низкой самооценки и подчеркнуть отдельные особенности. Кроме того, работа с младшим подростком имеет более простой характер с позиции налаживания двустороннего (субъект-субъектного) контакта и поддержания дальнейшего взаимодействия. Это обусловливается малой степенью восприятия ребенком себя как взрослого (в сравнении со старшим подростком, для которого такой подход во взаимодействии является первоисточником возможности диалогового общения) [4].

Старший же подросток требует особого внимания к деталям общения – он более чувствителен и менее устойчив к различным ситуациям. Так, например, при неправильной постановке вопроса в рамках диалога со стороны педагога-психолога, старший подросток может счесть это за попытку его восприятия как ребенка, а не равного члена взаимодействия. Это станет поводом для большего усиления внутреннего конфликта и возникновения противоречий, в том числе и в области самооценки. Работа со старшими подростками с низкой самооценкой требует организации такого диалога, в котором каждый в полной мере будет чувствовать себя максимально свободно. Здесь возможно применение групповых методов взаимодействия субъектов – это предполагает организацию беседы в рамках конкретной темы с целью её обсуждения. Например, можно рассмотреть какой-либо проблемный (не имеющей исключительной точки зрения) вопрос в качестве центральной темы проводимой беседы. Это также включает аргументацию мнений и выслушивание собеседников (причем, оно имеет взаимный характер, что гарантирует возможность «слышать и быть выслушанным») как способ поддержания хорошего контакта. Кроме того, особенности старших подростков позволяют организовывать мероприятия на более высоком «взрослом» уровне, поскольку такие дети более включены в обсуждение серьезных (но в то же время интересных для них) тем. Здесь возможно чтение лекций, в том числе и с применением компьютеров [6].

В целом, обобщая подходы к организации взаимодействия с разными категориями подростков, важно отметить, что интерактивные принципы осуществления работы с детьми с низким уровнем самооценки предполагают возможность адаптации большей части методик с целью их более точного и обусловленного применения. Например, возможно использование упражнения «Настроение», взятого из системы Н. Роджерса. в таком случае, ребенок может показать свое текущее состояние и поделиться своими эмоциями с окружающими – постепенное повышение уровня доверия детей, их постоянный эмоциональный контакт, совместная творческая деятельность, а также общение вне рамок проводимых педагогом-психологом занятий помогает сблизить подростков и позволить им вместе «справиться» с текущими трудностями.

Таким образом, на примере проведенного теоретического анализа можно отметить, что интерактивные формы работы педагога-психолога с детьми, имеющими низкий уровень самооценки, необходимы. Они позволяют максимально эффективно организовывать совместную деятельность как в рамках образовательной организации, так и во внешкольное время. Все это делает применение интерактивных форм работы психолога довольно актуальным, в том числе с позиции использования современных информационных технологий.

Заключение

Современная психолого-педагогическая практика требует постоянной актуализации направлений и форм работы с обучающимися, испытывающими те, или иные трудности, в том числе, и связанные с низким уровнем самооценки. Главным образом, рассмотренные интерактивные формы работы предоставляют психологу широкий простор применения различных инновационных методик взаимодействия с подростками, в том числе посредством внедрения в практику информационных технологий. Их структурным преимуществом в таком случае становится субъект-субъектность, позволяющая организовывать взаимодействие с обратной связью между равными субъектами. Это становится основой возможности применения диалоговых форм работы с подростками, поскольку главное их требование в этот период формирования личности – восприятие их как равного члена взрослого общества.

Библиографический список

1. Водяха, С. А., Водяха, Ю. Е. Особенности самооценки психологически благополучных школьников // Педагогическое образование в России. – 2019. – № 3. – С. 68–73. <https://doi.org/10.26170/po19-03-10>
2. Карауш, И. С., Куприянова, И. Е., Кузнецова, А. А. Кибербуллинг и суицидальное поведение подростков // Суицидология. – 2020. – Т. 11, № 1 (38). – С. 117–129. [https://doi.org/10.32878/suiciderus.20-11-01\(38\)-117-129](https://doi.org/10.32878/suiciderus.20-11-01(38)-117-129)
3. Киселева, Г. И. Развитие учебной мотивации средствами современных педагогических технологий // Наука и образование сегодня. – 2020. – № 1 (48). – С. 52–55.
4. Кожемякина, О. А. Социальная адаптация подростков средствами культурно-досуговой деятельности // Мир науки, культуры, образования. – 2011. – № 1. – С. 271–273.
5. Комарова, И. В. Обогащение социального опыта подростка как субъекта интерактивного образовательного взаимодействия // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. – 2012. – № 3. – С. 83–87.
6. Крылова, Т. Ю., Сухорукова, Л. Н. Формирование готовности старших школьников к диалоговому общению средствами естественно-научных предметов // Ярославский педагогический вестник. – 2017. – № 1. – С. 35–39.
7. Маниковская, О. В. Философский и психолого-педагогический аспекты становления субъектности ученика в диалоговых отношениях // Гуманитарный вектор. – 2008. – № 3. – С. 64–70.
8. Маслова, Ю. В. Позитивные и негативные аспекты использования компьютерных технологий у детей и подростков // ОТО. – 2013. – Т. 16, № 4. – С. 493–503.
9. Мищенко, О. П., Латышева, А. Т. Комплексное исследование самооценки подростков, воспитывающихся в детских домах // Мир науки. – 2015. – Т. 3, № 3. – С. 1–10.
10. Мухина, Ю. Р., Яковенко, И. В. Эмоционально-волевой компонент в структуре комплекса неполноценности у подростков // Поволжский педагогический вестник. – 2020. – Т. 8, № 3 (28). – С. 32–39.
11. Овчинникова, О. Н., Чурекова, Т. М. Старшие подростки: мотивационная готовность к учёбе и познанию. В поиске оптимальных условий // Народное образование. – 2010. – № 2. – С. 195–199.
12. Показанкина, Д. Ю., Альперович, В. Д. Мотивация выбора подростками будущей профессии в связи с их самооценкой и самоэффективностью // Концепт. – 2014. – № 10. – С. 86–90.
13. Рерке, В. И., Портная, Я. А. Интернет-зависимость младших подростков: изучение и организация профилактики // Вестник Омского университета. Серия: Психология. – 2021. – № 2. – С. 25–33. <https://doi.org/10.24147/2410-6364.2021.2.25-33>
14. Риппинен, Т. О., Слободская, Е. Р. Повседневное использование компьютера и благополучное развитие подростков // Теоретическая и экспериментальная психология. – 2014. – № 1. – С. 15–23.
15. Семенихина, Н. И. Исследование взаимосвязи стиля родительского воспитания, его восприятия подростком и уровня его самооценки // Перспективы науки и образования. – 2015. – № 3 (15). – С. 140–145.
16. Смахтина, Т. А., Кубекова, А. С. Взаимосвязь стилей семейного воспитания и самооценки в подростковом возрасте // Мир науки. Педагогика и психология. – 2019. – Т. 7, № 4. – С. 1–6.
17. Степаненко, В. И. Диагностика самооценки подростков, склонных к асоциальному влиянию религиозных культов // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2014. – № 3 (56). – С. 168–171.
18. Чухрова, М. Г., Филь, Т. А., Юдина, С. Д., Александрова, А. А. Социокультурная педагогика в формировании этнической толерантности и ее связь с самооценкой личности // Мир науки, культуры, образования. – 2020. – № 6 (85). – С. 133–135. <https://doi.org/10.24412/1991-5500-2020-685-133-135>

19. Шайдурова, О. В., Гончаревич, Н. А., Ростовцева, М. В., Ковалевич, И. А., Догадаев, О.Н., Шестаков, В. Н. Влияние родительского стиля воспитания на развитие самооценки в подростковом возрасте // *Science for Education Today*. – 2019. – Т. 9, № 3. – С. 28–41. <https://doi.org/10.15293/2658-6762.1903.02>

References

1. Vodyakha S. A., Vodyakha Yu. E. Features of schoolchildren self-esteem with psychological well-being, *Pedagogicheskoe obrazovanie v Rossii*, 2019, no. 3, pp. 68–73. (In Russian). <https://doi.org/10.26170/po19-03-10>
2. Karaush I. S., Kupriyanova I. E., Kuznetsova A. A. Cyberbullying and suicidal behavior of adolescents, *Suitsidologiya*, 2020, vol. 11, no. 1 (38), pp. 117–129. (In Russian). [https://doi.org/10.32878/suiciderus.20-11-01\(38\)-117-129](https://doi.org/10.32878/suiciderus.20-11-01(38)-117-129)
3. Kiseleva, G.I. Development of educational motivation by means of modern pedagogical technologies, *Nauka i obrazovanie segodnya*, 2020, no. 1 (48), pp. 52–55. (In Russian).
4. Kozhemyakina, O. A. Teenagers social adaptation means of cultural and leisure activities, *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya*, 2011, no. 1, pp. 271–273. (In Russian).
5. Komarova I.V. Enrichment of social experience of a teenager as subject of interactive educational cooperation, *Vestnik KSGU im V.P. Astaf'eva*, 2012, no. 3, pp. 83–87. (In Russian).
6. Krylova T. Yu., Sukhorukova L. N. Readiness formation to dialogical communication by means of natural science subjects, *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik*, 2017, no. 1, pp. 35–39. (In Russian).
7. Manikovskaya O. V. Philosophic, psychological and pedagogical aspects of students' subjective attitude formation in conversational mode, *Humanitarian vector*, 2008, no. 3, pp. 64–70. (In Russian).
8. Maslova Yu. V. Positive and negative aspects of the use of computer technologies in children and adolescents, *Educational technology and society*, 2013, vol. 16, no. 4, pp. 493–503. (In Russian).
9. Mishchenko O. P. A comprehensive study of self-esteem of adolescents in children's homes, *Mir nauki*, 2015, vol. 3, no. 3, pp. 1–10. (In Russian).
10. Moukhina Yu. R., Jakovenko I. V. Emotional-volitional component in the structure of adolescents' inferiority complex, *Povolzhskii pedagogicheskii vestnik*, 2020, vol. 8, no. 3 (28), pp. 32–39. (In Russian).
11. Ovchinnikova O. N., Churekova T. M. Older teenagers: motivational readiness for study and knowledge. In search of optimal conditions, *Narodnoe obrazovanie*, 2010, no. 2, pp. 195–199. (In Russian).
12. Pokazankina D. Yu., Alperovich V. D. Adolescents' motivation of choice of their future profession in connection with the self-appreciation and with the self-efficacy, *Kontsept*, 2014, no. 10, pp. 86–90. (In Russian).
13. Rerke V. I., Portnaia Ya. A. The Internet addiction of younger adolescents: research and organization of prevention, *Herald of Omsk University. Series Psychology*, 2021, no. 2, pp. 25–33. (In Russian). <https://doi.org/10.24147/2410-6364.2021.2.25-33>
14. Rippinen T. O., Slobodskaya E. R. Daily computer use and prosperous development of adolescents, *Teoreticheskaya i eksperimental'naya psikhologiya*, 2014, no. 1, pp. 15–23. (In Russian).
15. Semenikhina N. I. A study of the relationship of parents' upbringing, perception of the adolescent and his level of self-esteem, *Perspectives of science and education*, 2015, no. 3 (15), pp. 140–145. (In Russian).
16. Smakhtina T. A., Kubekova A. S. The relationship of styles of family education and self-esteem in adolescence, *World of science. Pedagogy and psychology*, 2019, vol. 7, no. 4, pp. 1–6. (In Russian).
17. Stepanenko V. I. Diagnostics of teenagers self-concept inclined to asocial influence of religious cults, *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2014, no. 3 (56), pp. 168–171. (In Russian).
18. Chukhrova M. G., Fil, T. A., Yudina, S. D., Aleksandrova A. A. Sociocultural pedagogy in Formation for ethnic tolerance and its relationship with the personal's self-assessment, *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya*, 2020, no. 6 (85), pp. 133–135. (In Russian). <https://doi.org/10.24412/1991-5500-2020-685-133-135>
19. Shajdurova O. V., Goncharevich N. A., Rostovtseva M. V., Kovalevich I. A., Dogadaev O. N., Shestakov V. N. Development of adolescents' self-attitude: the influence of parenting style, *Science for Education Today*, 2019, vol. 9, no. 3, pp. 28–41. <https://doi.org/10.15293/2658-6762.1903.02>

УДК 378.126

DOI 10.26425/1816-4277-2022-2-223-230

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

**Тетцоева Екатерина
Муратовна**
канд. экон. наук, ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления», г. Москва,
Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-1080-8914
e-mail: ekaterina-mt@yandex.ru

Olga A. Tettsoeva
Cand. Sci. (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0001-5519-8585
e-mail: o.a.2442@yandex.ru

Ekaterina M. Tettsoeva
Cand. Sci. (Econ.), State University
of Management, Moscow, Russia
ORCID: 0000-0002-1080-8914
e-mail: ekaterina-mt@yandex.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВУЗА В НОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ

Аннотация. В статье обоснована необходимость трансформации имиджа преподавателя в изменяющейся среде, сформулированы требования к имиджу преподавателя высшей школы в условиях новой цифровой реальности, определены этапы формирования имиджа. В исследовании использованы методы институционального и структурного анализа, методы системного анализа, методы исследования человеческого капитала, панельный метод исследования и сбора информации. Материалы статьи могут быть использованы для целей организации повышения квалификации преподавателей учебных заведений, организации тренингов и курсов по формированию и корректировке имиджа преподавателя. Также материалы статьи дают возможность понять роль имиджа преподавателя вуза в обеспечении эффективности его профессиональной деятельности в новой информационной среде и обосновать необходимость углубленных исследований в таких направлениях, как психология личности преподавателя в профессиональной деятельности, влияние личности преподавателя на эффективность образовательного процесса, влияние имиджа преподавателя на рейтинговые показатели эффективности вуза.

Ключевые слова: имидж, имиджформирующие факторы, коммуникации, образование, образовательный процесс, преподаватель, социум, студент, цифровая среда

Для цитирования: Тетцоева О.А., Тетцоева Е.М. Формирование имиджа преподавателя вуза в новой образовательной среде // Вестник университета. 2022. № 2. С. 223–230.

IMAGE ESTABLISHMENT OF A HIGHER EDUCATION INSTITUTION LECTURER IN THE NEW EDUCATIONAL ENVIRONMENT

Abstract. The article justifies the need to transform the lecturer's (professor's) image in a changing environment, formulates the requirements for the image of a higher school lecturer (professor) in a new digital reality, determines the image formation stages. The study uses institutional and structural analysis methods, system analysis methods, human capital research methods, panel research and data collection method. The research paper can be used for the purposes of organising professional development for educational institutions lecturers (professors), organising trainings and courses on shaping and correcting the lecturer's (professor's) image. The article also gives an opportunity to understand the role of high education institution image in ensuring the effectiveness of his professional activities in the new information environment and substantiate the need for in-depth research in such areas as the psychology of teacher personality in professional activities, the impact of teacher personality on the educational process efficiency, the impact of lecturer's (professor's) image on the university's rating indicators.

Keywords: image, image making factors, communications, education, teaching process, lecturer, professor, society, student, digital environment.

For citation: Tettsoeva O.A., Tettsoeva E.M. (2022) Image establishment of a higher education institution lecturer in the new educational environment. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 223–230. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-2-223-230

Введение

Новая информационная среда функционирования вузов предопределяет изменение статуса преподавателя вуза как субъекта образовательной деятельности. Современное информационное пространство и переход к цифровым технологиям наряду с интеллектуальной составляющей усиливают значение уровня владения преподавателем способами рациональной систематизации знаний и их эффективного транслирования. В связи с этим актуализируются проблемы создания имиджа преподавателя вуза в соответствии с требованиями новой цифровой реальности.

© Тетцоева О.А., Тетцоева Е.М., 2022.

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

© Tettsoeva O.A., Tettsoeva E.M., 2022.

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



Материалы и методы

Вопросам имиджа посвящены работы многих российских и зарубежных авторов. В частности, в работах Г. Моргана, К. Юнга, В. М. Шепеля, Т. А. Бусыгиной и других исследователей рассмотрены общие вопросы формирования имиджа [3; 19; 22; 28]. Имидж преподавателя вуза исследован в трудах С. И. Денисенко, Т. А. Бусыгиной, Л. П. Иноземцевой и других [3; 5; 8].

Имидж преподавателя высшей школы рассматривается как интегральная характеристика совокупности его качеств, способствующих эффективности преподавательской деятельности при передаче образовательной информации для формирования профессиональных компетенций слушателей. Имидж формируется на основе прямого контакта студентов с преподавателем. Под имиджем понимается мнение о преподавателе, которое складывается у студентов при непосредственном общении с ним.

Необходимо учитывать, что работа преподавателя вуза, в своей конечной цели определяемая потребностями экономики страны, проходит в новых реалиях развития современного социума. Это предопределяет ряд проблем высшей школы, одна из которых связана с формированием имиджа преподавателя как субъективного фактора повышения эффективности образовательной деятельности.

Вопросы формирования имиджа преподавателя рассматриваются в целом для учреждений высшего образования, однако реализация их происходит в конкретной реальности функционирования конкретного вуза. Важнейшая цель формирования имиджа вуза состоит в том, чтобы выделить его уникальность в глазах социума. Именно уникальность вуза является его конкурентным преимуществом на рынке образовательных услуг, формирующим привлекательность учебного заведения в глазах абитуриентов, что особенно важно в условиях сложной демографической ситуации, для которой характерно снижение рождаемости и, соответственно, снижение численности контингента абитуриентов, поступающих в вузы [18].

Имидж вуза базируется на нескольких составляющих, среди которых можно выделить материальную базу его функционирования, профессорско-преподавательский состав и студентов. В части выпускников оценить эффективность вуза, его имидж в обществе можно по степени их успешности с точки зрения карьерного роста и уровня оплаты труда. Чем больше выпускников известны в обществе, тем привлекательнее имидж вуза в глазах социума. Таким образом, именно в условиях вуза формируются и развиваются основные характеристики, формирующие образ преподавателя, поскольку чем известнее и престижнее вуз, тем образ преподавателя априори является более положительным для слушателей.

Традиционный метод преподавания, характерный для российской системы высшего образования, основан на односторонней коммуникации на всех учебных занятиях, вне зависимости от формы, в которой они проводятся, когда источником информации является, главным образом, преподаватель. Такая форма коммуникации в настоящее время становится совершенно неприемлемой, поскольку существует множество способов получения информации, помимо той, которую студент получает из общения с преподавателем. Доступ к глобальной сети «Интернет» предоставляет моментальный доступ к любой справочной и методической информации, литературным источникам и электронным ресурсам, касающимся обсуждаемой тематики.

Профессорами Школы перспективных исследований (SAS) Тюменского государственного университета были проведены исследования, целью которых являлось выделение слабых сторон российских студентов с точки зрения реализуемых в ведущих университетах мира образовательных моделей. К ним отнесены, во-первых, проблемы с логической аргументированностью своих утверждений, выражающиеся в неспособности оценивать аргументацию проблемы как логическую цепочку рассуждений, которая иногда приводит к неочевидному мнению о ней. Во-вторых, боязнь допустить ошибку при высказывании собственного мнения, если оно может быть неверным или не совпадает с ожиданием преподавателя в ходе дискуссии. В этом проявляется отсутствие свободы мышления, поскольку любой человек мыслит специфически, опираясь на полученные теоретические и практические знания. Однако выражать свое мнение, расходящееся с мнением преподавателя или мнением получившего от преподавателя одобрение студента, другие боятся. В-третьих, существует психологический барьер при постановке вопросов по сути изложенного материала с точки зрения его уточнения или дополнительного разъяснения. Если студент задает вопрос, то, как правило, это уточняющий вопрос, и чаще всего учащийся облекает его в утвердительную форму. Существует непонимание в необходимости вопросов для организации дискуссии, поскольку в дискуссии студенты не усматривают возможности получения более

обширных и углубленных знаний. В-четвертых, невозможность изменить собственную позицию даже в случае ее ошибочности. В-пятых, неэффективная обратная связь в образовательном процессе, когда работа над замечаниями преподавателя не рассматривается как составная часть учебного процесса. В-шестых, сложности в свободном обсуждении темы занятия, когда в дискуссии должны участвовать все слушатели. В-седьмых, проблема постановки исследовательского вопроса и формулирования собственной темы для исследования [25].

Образовательный процесс в современной информационной среде предполагает развитие принципиально новой, многосторонней коммуникации, подразумевающей активность каждого субъекта образовательного процесса, максимальную самостоятельность студентов и минимальный контроль преподавателя. При этом предполагается не просто повышение активности студентов с точки зрения возможности высказывания ими своего мнения, но и привнесение ими в образовательный процесс своих знаний. Такая форма коммуникации даст возможность, с одной стороны, отказаться от монополии преподавателя на истинное знание, а с другой – позволит каждому студенту конструировать его собственные знания. Реалии сегодняшнего времени предполагают необходимость не только формулировать сомнения относительно некоторого знания, но и получать опыт освоения аргументации в ходе дискуссии и спора.

У имиджа можно выделить два основных уровня. Во-первых, это уровень формирования имиджа, то есть определения тех факторов, которые формируют мнение студентов, когда они видят и слышат преподавателя. Во-вторых, это уровень реализации имиджа, который состоит в анализе тех компонентов, которые воспринимаются и формируют у студентов отношение к преподавателю [19].

Современный этап развития предполагает актуализацию вопросов, связанных с имиджем преподавателя вуза как субъекта, формирующего качественные характеристики трудового потенциала государства. При формировании эффективного имиджа преподавателя в условиях новой реальности требуется конкретизировать, какие имиджформирующие факторы необходимо разрабатывать, что предполагает определение структуры имиджа [2]. В структуре личностного имиджа преподавателя вуза можно выделить следующие его структурные составляющие.

1. Габитарная (от лат. *habitus*, что означает «внешность, наружность») составляющая имиджа включает все, что связано с внешностью человека: от конституции, определяющей его внешнюю привлекательность, до качества одежды и ее уместности, украшений, прически, макияжа и т. п., соответствующих требованиям профессии [14]. Необходимо учитывать, что габитарный имидж должен соответствовать ожиданиям целевой аудитории и вызывать у нее позитивное отношение [23; 24].

2. Вербальный имидж, который определяет уровень владения речью, выработку навыков передачи профессиональных знаний, позволяющих доносить информацию таким образом, чтобы она была максимально полно понята за счет правильного формулирования сообщения с учетом специфики аудитории [4]. Это предполагает преодоление коммуникационных барьеров, затрудняющих понимание материала, правильное использование подтекста, умение слушать и слышать [1; 9; 10; 12; 15].

3. Невербальный имидж – более древний, чем вербальный канал передачи информации, когда значительная ее часть воспринимается на подсознательном уровне [13; 16; 21]. Невербальное общение реализуется без использования звуковой речи – в качестве средств общения выступают мимика, жесты, позы, и взгляды, пространственное расположение, использование времени. Таким образом, основа невербального имиджа преподавателя – это зрительные, слуховые и другие ощущения и образы, получаемые от него студентами.

Вербальный и невербальный имидж в совокупности составляют коммуникативную компетентность преподавателя, под которой понимается взаимодействие участников образовательного процесса, ведущее как к личностным преобразованиям, так и личностной трансформации, когда в результате коммуникаций меняется не только личность студента как объекта образовательного процесса, но и преподавателя как субъекта профессиональной деятельности.

4. Средовой имидж, представляющий собой устойчивое мнение, которое складывается о человеке непосредственно по окружающей его среде: кабинету, рабочему месту, машине, телефону, ноутбуку и т. п. В эпоху цифровизации положительный имидж преподавателя вуза формирует наличие современной компьютерной техники и активное использование ее в ходе проведения занятий.

5. Овеществленный имидж, который транслируется через продукты деятельности преподавателя: качество подготовки лекционного материала, методического обеспечения учебного процесса, презентационного

сопровождения лекционных и практических занятий. При этом насыщенность материала должна исходить из основного принципа обучения взрослых людей – актуальности, то есть слушатель должен понимать, где и каким образом в практической жизни он сможет использовать полученные знания.

Основные результаты

Тренды развития образовательного процесса на ближайшую перспективу определяют траектории работы над имиджем преподавателя и его возможной корректировки. Среди них можно выделить основные, определяющие направленность указанного процесса.

1. Повышение качества образования направлено на практическую реализацию полученных студентами знаний. Основным принципом обучения взрослых людей является актуальность, когда студент понимает, где и каким образом он может использовать полученные знания, и не в далекой перспективе, а прямо сейчас. Этому должно способствовать, прежде всего, дальнейшее развитие проектной работы, осуществляемой под контролем преподавателя, когда члены команды получают возможности реализации профессиональных компетенций по бизнес-ориентированной тематике в контексте образовательной программы. В связи с этим можно говорить об усилении роли наставника в работе преподавателя и усилении соответствующих характеристик в структуре его имиджа.

2. Усиливаются требования к таким характеристикам преподавателя, как организационные способности и экспертные знания. При работе со студентами преподаватель должен организовать рациональную систему сбора, хранения и обмена информацией, учитывая тот факт, что работа над проектами может реализовываться не только в команде студентов одной группы курса, но и в команде студентов разных курсов, в международной команде, когда все должны делиться своими наработками и выводами, развиваясь, таким образом, в профессиональной среде, а также приобретая контакты и закрепляя их для дальнейшего профессионального взаимодействия. В соответствии с этим одним из основных треков развития имиджа преподавателя представляется необходимость владения им всеми дисциплинами образовательной программы, что позволит на основе приобретения поливалентной квалификации выполнять функции эксперта при руководстве проектной работой. Кроме того, дальнейшее развитие этого направления с упором на подготовку бизнес-ориентированных проектов в условиях глобализации знаний исходит из необходимости лингвистического развития преподавателя с точки зрения обязательного владения хотя бы одним иностранным языком, причем на уровне, позволяющем быстро интегрироваться в международные проектные команды.

3. Образовательный процесс реализуется в условиях ускоренного развития технологий e-learning (электронное обучение). Современная реальность сделала менее продуктивными занятия со студентами в режиме «реальной встречи». Для современного поколения характерны определенные ценности, определяющие эффективность обучения его представителей. К указанным ценностям можно отнести, в частности, цифровизацию всех сторон жизни, обеспечивающую моментальный доступ к любому виду информации через глобальную сеть, трансформацию социальных коммуникаций в сторону виртуальной реальности, желание обеспечить максимально быстрое получение результата. Любое высшее образовательное учреждение внедряет в свою работу онлайн-обучение, которое рассматривается не как средство замены преподавателя, а как дополнение традиционной системы передачи знаний [26; 27].

4. Геймификация образовательного процесса, поскольку именно игровой контент способствует развитию креативного мышления студентов и выработки у них гибких навыков (англ. *soft skills*), к которым относят навыки публичного выступления, делового общения, командной работы, умения решать задачи, навыки критического мышления и другие. Использование игровых техник дает возможность усилить интерес и обеспечить полную вовлеченность студентов в процесс усвоения знаний. Этот метод нашел широкое распространение в онлайн-обучении. Полное внедрение геймификации образовательного процесса обеспечивает потребность непрерывного образования для геймера. При этом превалировать будет сам процесс обучения, а игровые элементы дополняют его правилами, целями и системой балльной оценки [11].

5. Внедрение и развитие принципов адаптивного обучения, когда не студент подстраивается под преподавателя, а наоборот, образовательный процесс подстраивается под каждого студента. Процесс реализации адаптивных программ в образовании основан на построении индивидуальных образовательных траекторий с учетом уровня знаний и психофизиологических особенностей для каждого слушателя, в контексте

индивидуальных целей. К основным принципам построения адаптивной системы обучения с использованием цифровой среды относится персонализация, реализующаяся в возможности построения индивидуальной образовательной траектории; вариативность представления учебного контента; формирование целостного восприятия изучаемой дисциплины; направленность на достижение результатов обучения [6; 20].

6. Интегральный подход в образовании, предполагающий междисциплинарное обучение, когда междисциплинарные связи позволяют объединять знания и навыки разных сфер науки и профессиональной деятельности. Междисциплинарные связи дают возможность расширить компетентностный подход в образовании [7], когда на основе организации проблемно-ориентированного учебного процесса расширяются и углубляются уже существующие знания, а также на стыке изучаемых дисциплин создаются новые научные знания [17].

При этом движение по заданным образовательным траекториям обеспечивает высококвалифицированный мотивированный преподаватель современного вуза.

Таким образом, имидж преподавателя высшей школы необходимо рассматривать как субъективный фактор повышения эффективности образовательной деятельности. Формирование положительного имиджа можно представить в виде последовательности определенных действий по его формированию (или изменению).

1. Определение цели: каким вас должны воспринимать, то есть какой образ в наибольшей степени соответствует представлениям студентов о преподавателе.

2. Определение целевой аудитории и ее запросов. При этом необходимо учитывать, что к аудитории относят не только студентов, но и партнеров в лице других вузов, организаций-работодателей, в которых студенты проходят практику, а также средств массовой информации. Запросы аудитории могут существенно различаться.

3. Выделение сильных и слабых сторон преподавателя как субъекта преподавательской деятельности с учетом удовлетворения запросов или потребностей целевой аудитории. Здесь необходимо учитывать несовпадение субъективных факторов оценки преподавателем самого себя и объективного восприятия его имиджа целевой аудиторией.

4. Разработка имиджа, который соответствует требованиям современной аудитории, посредством нивелирования негативных сторон, препятствующих эффективному донесению знаний и их усвоению, то есть работа по повышению убедительности изменяемого или формируемого имиджа и одновременному усилению положительных характеристик как наиболее эффективная стратегия формирования образа преподавателя в глазах студентов и других заинтересованных целевых групп (рис. 1).



Составлено авторами по результатам исследования

Рис. 1. Этапы формирования имиджа преподавателя вуза

Среди основных направлений корректировки (разработки) имиджа преподавателя вуза в контексте его структурных составляющих в новой, постоянно меняющейся образовательной среде можно выделить следующие.

1. Корректировка габитарного имиджа предполагает адаптацию под современные требования внешнего образа преподавателя, начиная с работы над своей физической формой и заканчивая следованием тенденциям современной деловой моды. Проведенные авторами панельные исследования по изменению мнения студентов о структурных составляющих имиджа преподавателя показали, что вопросам габитарного имиджа отводится достаточно пристальное внимание. Студенты все больше внимания обращают на внешний вид, который в их сознании отождествляется с профессиональной успешностью.

2. Корректировка вербальной составляющей имиджа идет по пути лингвистического совершенствования. Стремительное развитие интернет-коммуникаций предопределяет необходимость владения иностранными языками, а также интернет-сленгом, распространенным среди пользователей «всемирной паутины».

3. Развитие овеществленного имиджа предполагает непрерывное повышение квалификации в контексте дисциплин, предусмотренных образовательной программой, в направлении получения поливалентной квалификации на базе широкого применения современных программных средств обучения.

Заключение

На основе проведенного исследования можно сделать вывод о том, что совершенствование материальной структуры образовательного процесса в условиях цифровизации создает условия и предопределяет необходимость трансформации характера образовательного взаимодействия в вузе в направлении построения партнерской системы взаимодействия преподавателя и студентов. Определяющая роль в этом процессе отводится имиджу преподавателя. В соответствии с этим процесс трансформации имиджа преподавателя вуза можно позиционировать как элемент развития всей системы высшего образования. Таким образом, повышение эффективности работы преподавателя на основе развития имиджформирующих факторов его профессиональной деятельности можно определить как вектор развития образовательной деятельности на обозримую перспективу.

Библиографический список

1. Бадмаев, Б. Ц., Малышев, А. А. Психология обучения речевому мастерству. – М.: ВЛАДОС – ПРЕСС, 2002. – 224 с.
2. Бегидова, С. Н. Современные требования к профессиональной деятельности педагога // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2017. – № 1(193). – С. 15–20.
3. Бусыгина, Т. А. Индивидуальный имидж как социально-перцептивный компонент профессиональной компетентности преподавателя вуза: автореф. дис. канд. пс. наук: 19.00.05. / Самарский государственный педагогический университет. – Самара, 2004. – 24 с.
4. Вишнякова, С. М. Профессиональное образование: словарь, ключевые понятия, термины, актуальная лексика. – М.: НМЦ СПО, 1999. – 538 с.
5. Денисенко, С. И. Некоторые тенденции изменения имиджа преподавателя вуза в современных условиях // Вестник МГЛУ. – 2016. – № 8 (747). – С. 64–72.
6. Елисеева, Е. В., Захарова, Н. И., Злобина, С. Н. Информационные технологии в образовательном процессе: монография. – Новосибирск: ЦРНС, 2015. – 196 с.
7. Зеер, Э. Ф., Павлова, А. М., Сыманюк, Э. Э. Модернизация профессионального образования: компетентностный подход: учебное пособие. – М.: Московский психолого-социальный институт, 2005. – 215 с.
8. Иноземцева, Л. П. Имидж преподавателя как составляющая его профессиональной личности // Вестник Челябинского государственного университета. – 2011. – № 24 (239). – С. 231–232.
9. Калюжный, А. А. Психология формирования имиджа учителя. – М.: ВЛАДОС, 2004. – 222 с.
10. Мурашов, А. А. Педагогическая риторика. – М.: Педагогическое общество России, 2001. – 479 с.
11. Орлова, О. В., Титова, В. Н. Геймификация как способ организации обучения // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2015. – № 9 (162). – С. 60–64.
12. Панфилова, А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: учебное пособие. – СПб.: Знание, ИВЭС-ЭП, 2001. – 492 с.
13. Пиз, А. Язык телодвижений: как читать мысли других по их жестам / пер с англ., вступ. Н. Котляр. – Новгород: Ай Кью, 1992. – 262 с.

14. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации. – М.: Рефл-бук, 2001. – 318 с.
15. Спиллейн, М. Создайте свой имидж: Руководство для женщин / пер. с англ. – М.: Олма-пресс, 1996. – 149 с.
16. Степанов, С. С. Язык внешности. – М.: ЭКСМО, 2001. – 415 с.
17. Тарасова, И. М. Формирование компетенций на основе междисциплинарного подхода при изучении естественнонаучных дисциплин. // Современные наукоемкие технологии. – 2017. – № 9. – С. 146–150.
18. Фролова, О. В. Имидж как условие конкурентоспособности вуза // Высшее образование в России. – 2012. – № 6. – С. 121–126.
19. Шепель, В. М. Профессия имиджмейкер. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 528 с.
20. Шершнева, В. А., Вайнштейн, Ю. В., Кочеткова, Т. О. Адаптивная система обучения в электронной среде // Программные системы: теория и приложения. – 2018. – Т. 9, № 4 (39). – С. 159–177. <https://doi.org/10.25209/2079-3316-2018-9-4-3-159-177>
21. Энциклопедия этикета / сост. О. И. Максименко. – М.: Астрель, 2000. – 512 с.
22. Юнг, К. Психологические типы / пер. с нем. и англ. – Минск: Харвест, 2018. – 528 с.
23. Якушев, М. А. Технологии формирования имиджа. – М.: Телли, 2011. – 565 с.
24. Яровенко, И. Н. Профессиональный и личный имидж. – СПб.: Данис, 2014. – 471 с.
25. Российские студенты глазами иностранных профессоров // Школа перспективных исследований. Тюменский государственный университет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sas.utmn.ru/ru/russian-students/> (дата обращения: 18.01.2022).
26. Alvarez, C., Salavati, S., Nussbaum, M., Milrad, M. Collboard. Fostering new media literacies in the classroom through collaborative problem solving supported by digital pens and interactive whiteboards // Computers and Education. – 2013. – V. 63. – Pp. 368–379. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.12.019>
27. Ferguson, R. Learning analytics: Drivers, developments and challenges // International Journal of Technology Enhanced Learning. – 2012. – V. 4, No. 5/6. – Pp. 304–317. <https://doi.org/10.1504/IJTEL.2012.051816>
28. Morgan, G. Images of organization. – San Francisco: Berrett-Koehler Publishers; Sage Publications, 1998. – 349 p.

References

1. Badmaev B. Ts., Malyshev A. A. *Psychology of teaching speech skills*, Moscow, VLADOS-PRESS, 2002, 224 p. (In Russian).
2. Begidova S. N. Contemporary requirements to professional activity of the teacher, *Bulletin of Adyghe State University*, 2017, no. 1(193), pp. 15–20. (In Russian).
3. Busygina T. A. *Individual image as a socio-perceptual component of the professional competence of a university teacher*: Abstract of Dissertation of Candidate of Psychological Sciences: 19.00.05, Samara State Pedagogical University, Samara, 2004, 24 p. (In Russian).
4. Vishnyakova S. M. *Professional education: dictionary, key concepts, terms, current vocabulary*, Moscow, NMC SPO, 1999, 538 p. (In Russian).
5. Denisenko S. I. Some trends of image lecturer in modern conditions, *Vestnik of Moscow State Linguistic University*, 2016, no. 8 (747), pp. 64–72. (In Russian).
6. Eliseeva E. V., Zakharova N. I., Zlobina S. N. *Information technologies in the educational process: monograph*, Novosibirsk, ZRNS, 2015, 196 p. (In Russian).
7. Zeer E. F., Pavlova A. M., Symanyuk E. E. *Modernization of professional education: competency-based approach: training manual*, Moscow, Moscow Psychological and Social Institute, 2005, 215 p. (In Russian).
8. Inozemtseva L. P. Teacher's image as a component of his professional personality, *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2011, no. 24 (239), pp. 231–232. (In Russian).
9. Kalyuzhnyi A. A. *Psychology of teacher image formation*, Moscow, VLADOS, 2004, 222 p. (In Russian).
10. Murashov A. A. *Pedagogical rhetoric*, Moscow, Pedagogical Society of Russia, 2001, 479 p. (In Russian).
11. Orlova O. V., Titova V. N. Gamification as a way of learning organization, *Tomsk State Pedagogical University bulletin*, 2015, no. 9 (162), pp. 60–64. (In Russian).
12. Panfilova A. P. *Business communication in professional activities: training manual*, St. Peterburg, Znanie, IVESEP, 2001, 492 p. (In Russian).
13. Pease A. *Body language: how to read the thoughts of others by their gestures*, trans. from Eng., introd. N. Kotlyar, Novgorod, IQ, 1992, 262 p. (In Russian).
14. Pocheptsov G. G. *Communication theory*, Moscow, Refl-Book, 2001, 318 p. (In Russian).

15. Spillane M. *Presenting yourself: a personal image guide for women*, trans. from Eng., Moscow, Olma-press, 1996, 149 p. (In Russian).
16. Stepanov S. S. *Appearance language*, Moscow, EKSMO, 2001, 415 p. (In Russian).
17. Tarasova I. M. Formation of competences on the basis of interdisciplinary approach in case of study of natural-science disciplines, *Modern high technologies*, 2017, no. 9, pp. 146–150. (In Russian).
18. Frolova O. V. Image as a condition of university competitiveness, *Higher education in Russia*, 2012, no. 6, pp. 121–126. (In Russian).
19. Shepel V. M. *Profession image maker*, Rostov-on-Don, Feniks, 2008, 528 p. (In Russian).
20. Shershneva V. A., Vainshtein Yu. V., Kochetkova T. O. Adaptive system of web-based teaching, *Program systems: theory and applications*, 2018, vol. 9, no. 4 (39), pp. 159–177. (In Russian).
21. *Encyclopedia of etiquette*, comp. O. I. Maksimenko, Moscow, Astrel', 2000, 512 p. (In Russian).
22. Jung C. *Psychological types*, trans. from Ger. and Eng, Minsk, Harvest, 2018, 528 p. (In Russian).
23. Yakushev M. A. *Imaging technologies*, Moscow, Telli, 2011, 565 p. (In Russian).
24. Yarovenko I. N. *Professional and personal image*, St. Petersburg, Danis, 2014, 471 p. (In Russian).
25. Russian students through the eyes of foreign professors, *School of Advanced Studies. University of Tyumen*. Available at: <https://sas.utmn.ru/ru/russian-students/> (accessed 18.01.2022). (In Russian).
26. Alvarez C., Salavati S., Nussbaum M., Milrad M. Collboard. Fostering new media literacies in the classroom through collaborative problem solving supported by digital pens and interactive whiteboards, *Computers and Education*, 2013, vol. 63, pp. 368–379. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.12.019>
27. Ferguson R. Learning analytics: Drivers, developments and challenges, *International Journal of Technology Enhanced Learning*, 2012, vol. 4, no. 5/6, pp. 304–317. <https://doi.org/10.1504/IJTEL.2012.051816>
28. Morgan G. *Images of organization*, San Francisco, Berrett-Koehler Publishers, Sage Publications, 1998, 349 p.