

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Агапов В.С. – д-р психол. наук, проф.
Азоев Г.А. – д-р экон. наук, проф.
Антоненко И.В. – д-р психол. наук, проф.
Базылевич Т.Ф. – д-р психол. наук, проф.
Башмаков В.И. – д-р социол. наук, проф.
Воронин В.Н. – д-р психол. наук, проф.
Галазова С.С. – д-р экон. наук, проф.
Грошев И.В. – д-р экон. наук,
д-р психол. наук, проф.
Ефимова М.Р. – д-р экон. наук, проф.
Ионцева М.В. – д-р психол. наук, проф.
Кибакин М.В. – д-р социол. наук, проф.
Клейнер Г.Б. – д-р экон. наук, проф.,
чл.-корр. РАН
Князев В.Н. – д-р психол. наук, проф.
Красовский Ю.А. – 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.
Миаёхин 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), 5.2.2 – Математические, статистические и инструментальные методы в экономике (экономические науки), 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (экономические науки), 5.2.4 – Финансы (экономические науки), 5.2.5 – Мировая экономика (экономические науки), 5.2.6 – Менеджмент (экономические науки), 5.3.1 – Общая психология, психология личности, история психологии (психологические науки), 5.3.3 – Психология труда, инженерная психология, когнитивная эргономика (психологические науки), 5.3.4 – Педагогическая психология, психодиагностика цифровых образовательных сред (психологические науки), 5.3.5 – Социальная психология, политическая и экономическая психология (психологические науки), 5.3.7 – Возрастная психология (психологические науки), 5.4.1 – Теория, методология и история социологии (социологические науки), 5.4.2 – Экономическая социология (социологические науки), 5.4.3 – Демография (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).

© ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», 2022

Главный редактор

И.В. Грошев

Ответственный за выпуск

Л.Н. Алексеева

Редакторы

Е.В. Таланцева

Выпускающий редактор

и компьютерная верстка

Е.А. Гусева

Технический редактор

Д.С. Тарасова

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-rg.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. 12.10.2022 г.

Формат 60×90/8

Объем 27,0 печ. л.

Бумага офисная

Печать цифровая

Тираж 1000 экз.

(первый завод 100 экз.)

Заказ № 1265

Издаётся в авторской редакции

Ответственность за сведения,
представленные в издании, несут авторы

Все публикуемые статьи прошли
обязательную процедуру рецензирования

Издательство: Издательский дом ГУУ
(Государственный университет управления)

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

<http://www.vestnik.guu.ru>

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/>



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. (Sociol.), 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. (Sociol.), Prof.
Kleiner G.B. – Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
corresponding member of RAS
Knyazev V.N. – Dr. Sci. (Psy), Prof.
Krasovskii Yu.D. – Dr. Sci. (Sociol.), Prof.
Krupnov A.I. – Dr. Sci. (Psy), Prof.
Kryshantovskaya O.V. – Dr. Sci. (Sociol.), Prof.
Kuznetsov N.V. – Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Laptev L.G. – Dr. Sci. (Psy), Prof.
Milyohin A.V. – Dr. Sci. (Sociol.), Prof.
Mitrofanova E.A. – Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Novikov V.G. – Dr. Sci. (Sociol.), Prof.
Patsula A.V. – Dr. Sci. (Sociol.), Prof.
Razov P.V. – Dr. Sci. (Sociol.), 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. (Sociol.), 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), 5.2.2 – Mathematical, statistical and instrumental methods in economics (economic sciences), 5.2.3 – Regional and sectoral economics (economic sciences), 5.2.4 – Finance (economic sciences), 5.2.5 – World economy (economic sciences), 5.2.6 – Management (Economic Sciences), 5.3.1 – General psychology, personality psychology, history of psychology (psychological sciences), 5.3.3. Labor psychology, engineering psychology, cognitive ergonomics (psychological sciences), 5.3.4 – Pedagogical psychology, psychodiagnostics of digital educational environments (psychological sciences), 5.3.5 – Social psychology, political and economic psychology (psychological sciences), 5.3.7 – Age psychology (psychological sciences), 5.4.1 – Theory, methodology and history of sociology (sociological sciences), 5.4.2 – Economic Sociology (sociological sciences), 5.4.3 – Demography (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).

Editor-in-Chief

I.V. Groshev

Responsible for issue

L.N. Alekseeva

Editors

E.V. Talantseva

Executive editor and desktop publishing

E.A. Guseva

Technical editor

D.S. Tarasova

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 12.10.2022

Format 60×90/8

Size 27,0 printed sheets

Offset paper

Digital printing

Circulation 1000 copies

(the first factory 100 copies)

Print order № 1265

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

Publishing: Publishing house
of the State University of Management

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>

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/>



СОДЕРЖАНИЕ

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
УПРАВЛЕНИЯ

Гладкова А.А., Гордеев И.В. Роль тайм-менеджмента в самоорганизации индивида в рамках модели эффективного самомаркетинга.....	5
Гукасова А.Э. Специфика и оценка организационно-экономического механизма регламентированных закупок промышленной продукции в части обеспечения ее экологической безопасности.....	14
Кирилова А.Н., Мусинова Н.Н. Реализация инициативных проектов как фактор повышения потенциала территорий муниципального образования.....	20
Пронин В.Ю. Управленческие проблемы удаленной работы в российских организациях в оценках удаленных работников	28
Танина М.А., Бондаренко В.В., Юдина В.А., Пензина Д.П. Исследование условий кадрового обеспечения с целью выявления адаптивности российских высших учебных заведений к развитию международного сотрудничества с применением цифровых образовательных технологий	37
Шинкевич А.И., Харитонов Д.В. Интеграция процессов разработки и внедрения инноваций в оборонном комплексе в формате «спрос — предложение»	47
Яхонтова Е.С., Кутявин Д.В., Володина В.В. Вызов пандемии для систем обучения и развития персонала.....	56

СТРАТЕГИИ И ИННОВАЦИИ

Аржанова К.А., Довжик Г.В., Довжик В.Н. Инфлюенсер-маркетинг: современные тенденции и перспективы	65
Едемская В.А., Давыдова Е.Д., Сухов Ф.И. Развитие ESG-трансформации ритейла в России.....	72
Седелец В.М. Категориально-понятийный аппарат трансформации маркетинговых стратегий предприятий общественного питания.....	81

РАЗВИТИЕ ОТРАСЛЕВОГО
И РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Журавлева О.В., Лобачёва А.С. Главные маркетинговые тренды на рынке российского кино в современных реалиях	90
Красных С.С. Развитие экспорта регионов России в условиях санкционных ограничений	96

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ,
РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Гатауллин Р.Ф., Чувашаева Э.Р. Повышение вклада личного садоводства в обеспечение продовольственной безопасности.....	103
Дорофеев М.А. Направления совершенствования механизма индексации пенсий в условиях трансформации российской экономики	110
Зотиков Н.З. Бюджеты субъектов Российской Федерации как финансовая основа их экономической безопасности	120

Кокорева Н.В., Силина С.А. Роль цифровых технологий в повышении конкурентоспособности марочного продукта.....	131
Хабиб М.Д., Максимов П.Н. Подходы к измерению показателей производственной деятельности предприятий нефтегазового сектора Российской Федерации на основе статистической отчетности	137

ФИНАНСЫ
И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

Бердышев А.В., Сопов Д.К. Исследование динамики коэффициента монетизации экономики России и его влияния на макроэкономические показатели	145
Иванов П.А. Выявление уязвимых зон формирования общественных финансов региона в условиях санкционных ограничений	153
Соблиров А.А. Инструмент оценки и подготовки проекта для получения внешнего финансирования.....	161

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
И ПРОЦЕССЫ

Кожевникова А.В., Старовойтова И.Е., Шипкова А.В. Трансформация образовательного пространства под воздействием пандемии: благополучие студентов и преподавателей в системе высшего образования	168
Комарова А.А. Проблемы политической коммуникации с молодежью в социальных сетях	176
Соколова Т.И. Норма русского языка в общественном восприятии.....	183

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
В ПСИХОЛОГИИ

Пряникова Н.И. Особенности влияния конфликтологической культуры и компетентности личности на конфронтационный модус конфликтных отношений.....	191
Чернякевич Е.Ю. Психологические детерминанты учебной деятельности академически неуспевающих студентов вуза.....	199
Щербакова И.К., Соколовская И.Э. Стратегии преодоления конфликтов у будущих руководителей разной религиозной направленности в период цифровизации общества	207

CONTENTS

CURRENT ISSUES OF MANAGEMENT

- L.A. Gladkova, I.V. Gordeev**
The role of time management in the self-organisation of the individual within an effective self-marketing model5
- A.E. Gukasova**
Specifics and evaluation of the organisational and economic mechanism of industrial products regulated purchases in terms of ensuring their environmental safety 14
- A.N. Kirillova, N.N. Musinova**
Implementation of initiative projects as a factor in increasing the capacity of the municipality's territories 20
- V.Yu. Pronin**
Managerial problems of remote work in Russian organisations: a remote workers' perspective 28
- M.A. Tanina, V.V. Bondarenko, V.A. Yudina, D.P. Penzina**
Study of staffing conditions to identify the adaptability of Russian higher education institutions to develop international cooperation using digital learning technologies 37
- A.I. Shinkevich, D.V. Kharitonov**
Integration of innovation development and implementation processes in defence industry according to a demand – supply format 47
- E.S. Yakhontova, D.V. Kutyavin, V.V. Volodina**
Pandemic challenge for staff training and development systems..... 56

STRATEGIES AND INNOVATIONS

- K.A. Arzhanova, G.V. Dovzhik, V.N. Dovzhik**
Influencer marketing: current trends and prospects..... 65
- V.A. Edemskaya, E.D. Davydova, P.I. Sukhov**
Russian retail ESG transformations development..... 72
- V.M. Sedelnikov**
Categorical and concept apparatus for the transformation of catering enterprises' marketing strategies..... 81

DEVELOPMENT OF INDUSTRY AND REGIONAL MANAGEMENT

- O.V. Zhuravleva, A.S. Lobacheva**
Main marketing trends in the Russian cinema market in the current realities 90
- S.S. Krasnykh**
Export development of Russian regions under sanctions restrictions 96

ECONOMICS: PROBLEMS, SOLUTIONS AND PROSPECTS

- R.F. Gataullin, E.R. Chuvashaeva**
Increasing the contribution of personal gardening to providing food security 103
- M.L. Dorofeev**
Directions for improving the pension indexations mechanism in the context of Russian economy's transformation..... 110
- N.Z. Zotikov**
The Russian Federation subjects budgets as a financial basis for their economic security 120
- N.V. Kokoreva, S.A. Silina**
The role of digital technologies in increasing the competitiveness of branded products..... 131
- M.D. Khabib, P.N. Maksimov**
Approaches to measuring production performance enterprises in the oil and gas sector of the Russian Federation based on statistical reporting 137

FINANCE AND BANKING

- A.V. Berdyshev, D.K. Sopov**
Determination of the monetisation coefficient dynamics of the Russian economy and its impact on macroeconomic indicators 145
- P.A. Ivanov**
Identification of vulnerable zones of the formation of region's public finances under sanctions restrictions 153
- A.A. Soblirov**
A tool for evaluating and preparing a project for obtaining external financing..... 161

SOCIAL TECHNOLOGIES AND PROCESSES

- L.V. Kozhevnikova, I.E. Starovoytova, A.V. Shishkova**
Transforming educational space under the impact of the pandemic: student and teacher well-being in higher education 168
- A.A. Komarova**
Challenges of political communication with young people on social media..... 176
- T.I. Sokolova**
The Russian language norm in social perception..... 183

CURRENT TRENDS IN PSYCHOLOGY

- N.I. Pryanikova**
Peculiarities of the influence of conflict culture and personal competence on the confrontational modus operandi in conflict relations 191
- E.Yu. Cherniakov**
Psychological determinants of learning activities of academically underachieving university students..... 199
- I.K. Shcherbakova, I.E. Sokolovskaya**
Strategies for overcoming conflict among future leaders of different religious orientations at a period of society digitalisation 207

Роль тайм-менеджмента в самоорганизации индивида в рамках модели эффективного самомаркетинга

Гладкова Людмила Анатольевна

Канд. экон. наук, доц. каф. государственного и муниципального управления и туризма
ORCID: 0000-0003-3905-5300, e-mail: gla13@mail.ru

Гордеев Игорь Вячеславович

Студент, ORCID: 0000-0002-4419-5431, e-mail: igo.gordeev@gmail.com

Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К.А. Тимирязева, г. Москва, Россия

Аннотация

В исследовании определена роль тайм-менеджмента в самоорганизации человека, ориентированного на успешное карьерное развитие, выявлены возможности и способы самоорганизации в рамках модели эффективного самомаркетинга. Проведено два тестирования среди двухсот респондентов следующих категорий: неработающие студенты, работающие студенты, фрилансеры, специалисты, руководители среднего звена и топ-менеджеры. Первое тестирование позволило выделить различия в структуре тайминга в течение суток по категориям респондентов. На основании второго тестового опроса проанализировано шесть основных факторов эффективного тайм-менеджмента: планомерность, целеустремленность, настойчивость, фиксация (на структурировании деятельности), самоорганизация (посредством внешних средств), ориентация на настоящее. Результаты исследования подтвердили необходимость управления временем среди рассмотренных категорий, его грамотного распределения и бюджетирования, а также эффективного использования в контексте блока самоорганизации модели эффективного самомаркетинга.

Ключевые слова

Тайм-менеджмент, модель эффективного самомаркетинга, самоорганизация, планомерность, целеустремленность, настойчивость, фиксация, ориентация на настоящее

Для цитирования: Гладкова Л.А., Гордеев И.В. Роль тайм-менеджмента в самоорганизации индивида в рамках модели эффективного самомаркетинга // Вестник университета. 2022. № 9. С. 5–13.

The role of time management in the self-organisation of the individual within an effective self-marketing model

Lyudmila A. Gladkova

Cand. Sci (Econ.), Assoc. Prof. at the Department of State and Municipal Administration and Tourism
ORCID: 0000-0003-3905-5300, e-mail: gla13@mail.ru

Igor V. Gordeev

Student, ORCID: 0000-0002-4419-5431, e-mail: igo.gordeev@gmail.com

Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy, Moscow, Russia

Abstract

The study determines the role of time management in the self-organisation of a person oriented towards successful career development, identifies opportunities and ways of self-organisation within the effective self-marketing model. Two tests have been conducted among two hundred respondents of the following categories: non-working students, working students, freelancers, specialists, middle managers and top managers. The first testing allowed us to identify differences in the structure of timing during the day by categories of respondents. Based on the second test survey, six base effective time management factors have been analysed: consistency, purposefulness, perseverance, fixation (on structuring activities), self-organisation (through external means), orientation to the present. The results of the study confirm the need for time management, its competent distribution and budgeting, and effective use in the context of the self-organisation unit of the effective self-marketing model.

Keywords

time management, effective self-marketing model, self-organisation, planning, purposefulness, perseverance, fixation, orientation to the present

For citation: Gladkova L.A., Gordeev I.V. (2022) The role of time management in the self-organisation of the individual within an effective self-marketing model. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 5–13.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что эффективно использовать время человек учится с тех пор, как существует в качестве разумной, прямоходящей особи – около 200 тыс. лет. За все это время человечество смогло только удостовериться в важности и нужности такого понятия, как тайм-менеджмент, потому как именно правильная организация времени позволяет решить наибольшее количество самых разных вопросов и задач в условиях ограниченного количества часов в сутках.

Важность вопроса эффективного использования времени возрастает каждый день, так как растет и число задач, которые приходится решать человеку на ежедневной основе, будь он студентом или топ-менеджером. Стремительно развивается корпоративная культура, так как основанные на показателях эффективности выводы достаточно однозначны, и если человек не настолько полезен, насколько требуют KPI, он не может работать в гиперсовременной корпорации с жесткими требованиями к сотрудникам.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Проблема эффективного управления временем стала значимой еще в XIX в. с точки зрения влияния на самочувствие человека, что в своих работах отразил физиолог Н.Е. Введенский.

Понятие «тайм-менеджмент» было введено в период формирования научного подхода к управлению классической школы, что эффективно применил в автомобильном производстве Г. Форд, используя систему стимулирования для ремонтной группы конвейера в условиях его бесперебойной работы.

Ученые советской школы научной организации труда А.К. Гастев, П.М. Керженцев и другие отмечали, что эффективная работа той или иной организации зависит от личной эффективности сотрудников этой организации [1].

На конец 1970-х гг. пришла пора получения известности не менее важной теории. Ее автор – биолог, философ и энтомолог А.А. Любищев писал в своих работах, что хронометраж – наиболее важный аспект управления временем, который также является одним из инструментов выработки эффективного мышления, которое, в свою очередь, должно систематизировать бюджетирование расходов времени и способствовать появлению той самой личной эффективности [2].

В контексте обращения к современной российской литературе внимания заслуживает бизнес-тренинг авторства В. Якубы, эксперта в области HR. В этом тренинге исчерпывающе представлены не только принципы эффективного использования времени, но и целый ряд других системообразующих вопросов, например, планирования времени, приоритизации целей и задач, правильно организованного отдыха [3].

Если в приведенных выше цитатах российских ученых демонстрируется научный подход к управлению временем в контексте организации и сотрудника, то западные методики тайм-менеджмента нацелены по большей части на человека самоорганизующегося и представлены в доступной публицистической трактовке.

Так, Ф. Чирилло в своей книге «Метод помидора», целью которой является повышение как личной, так и командной эффективности, использует техники тайм-боксинга и организации мышления как игрового процесса [4]. Суть этих техник заключается в установлении фиксированного времени на определенный список задач, решение которых осуществляется в форме игры с концентрацией мозга на основной работе в заданное время и время, строго отведенное для отвлекающих факторов.

В соответствии с методикой Г. Келлера и Д. Папазан для достижения наилучшего результата необходимо сосредоточить внимание только на одной самой важной задаче в рамках определенного промежутка времени, в конкретном проекте, в определенной жизненной ситуации [5].

М. Уилсон предлагает чек-лист по самодисциплине, который поможет понять, что у вас уже есть, а что стоит изменить. Основная мысль работы – нахождение баланса между важными делами и личными потребностями [6].

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Тайм-менеджмент является структурным элементом модели эффективного самомаркетинга, предложенной в работе [7].

Целью исследования является определение роли тайм-менеджмента в самоорганизации человека, ориентированного на успешное карьерное развитие, выявление возможностей и способов эффективного тайм-менеджмента в рамках модели самомаркетинга.

Объектом исследования является личность, заинтересованная в длительном успешном карьерном продвижении [7]. Предмет исследования – тайм-менеджмент.

Для достижения поставленной цели решались следующие задачи:

- анализ данных, полученных в ходе тестирования по рациональному распоряжению временным ресурсом;
- выявление корреляции между тайм-менеджментом и эффективностью модели самомаркетинга;
- формирование выводов на основе полученных данных.

Информационную базу исследования составили научные и публицистические труды зарубежных и российских ученых, посвященные изучению тайм-менеджмента.

В основе настоящего исследования лежат методы синтеза, анализа, сравнение и экстраполяция графический метод.

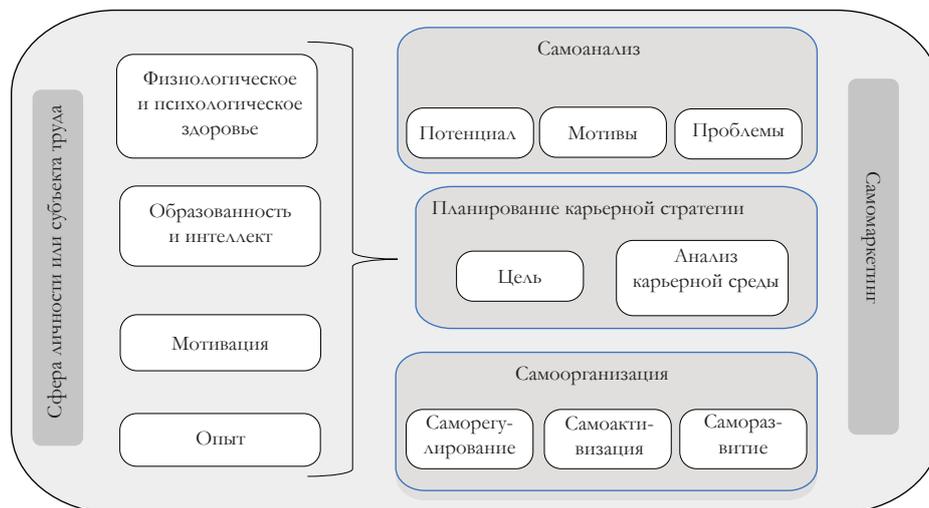
Научная новизна исследования состоит в определении роли тайм-менеджмента в саморегулировании личности в рамках первого этапа (блока) модели эффективного самомаркетинга «Ориентация на себя», предложенного в работе [7, рис. 1, с. 96].

Практическая значимость исследования заключается в возможности использовать его результаты в управлении персоналом организации любого уровня. Более того, в отрыве от каких-либо структур данные результаты будут полезны для независимого «карьериста», желающего усовершенствовать свои навыки в организации времени и эффективного его использования.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Можно себе представить, насколько важно структурировать время сотрудникам организаций различного уровня, однако если проанализировать сегодняшнее устройство государства, станет понятно, что вся его жизнь состоит из организаций будь то маленькая пекарня в Чите или Министерство финансов Российской Федерации, все структуры так или иначе обеспечивают жизнеспособность государства либо напрямую, либо посредством уплаты налогов и создания рабочих мест. В условиях описанной выше схемы использование времени приобретает не только корпоративный, но и мировой масштаб.

Однако очень важно как человек самостоятельно умеет распоряжаться временем в рамках регулирования имеющихся у него ресурсов. Именно эта способность определяет в том числе и успешное карьерное развитие, являясь одним из структурных элементов модели самомаркетинга (рис.1).



Источник: [7, с. 96]

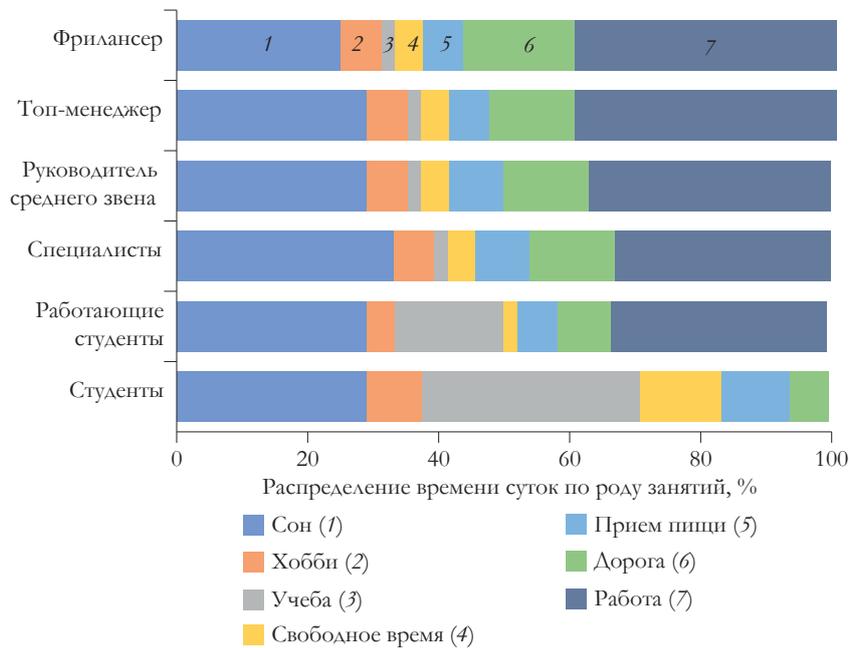
Рис. 1. Модель эффективного самомаркетинга. Этап I (блок) самомаркетинга «Ориентация на себя»

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Рациональное распоряжение временным ресурсом дает огромное преимущество человеку, обладающему такой возможностью, в отличие от того, кто к этому не готов [8]. В связи с этим результаты проведенного исследования помогают понять, насколько эффективно респонденты умеют распоряжаться своим временем и осуществлять процесс саморегуляции.

В проведенном авторами опросе принимало участие около двухсот человек, в градации по роду деятельности распределенных в следующих категориях: неработающие студенты, работающие студенты, фрилансеры, специалисты, руководители среднего звена и топ-менеджеры.

Первая часть опроса была предназначена для выделения различий в структуре тайминга в течение суток по категориям респондентов (рис. 2).



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Структура суточного тайминга по категориям респондентов

Сводная гистограмма по структуре временных затрат показывает определенные закономерности. Более всего времени на работу (40 %), при этом менее всего времени на сон (25 %), затрачивают фрилансеры. Это говорит о том, что данная категория респондентов наименее эффективно использует механизмы управления временными ресурсами. Далее прослеживается следующая закономерность: времени на учебу более всего затрачивают студенты (33,3 %), при этом они также лидируют по затратам времени на хобби (8,3 %). Кроме этого, у этой категории опрошенных оказывается больше всех свободного времени (12,5 %). Остается только догадываться, насколько эффективнее могли бы расходовать свое время студенты, пользуясь они механизмами бюджетирования времени.

Меньше всех свободного времени оказалось у работающих студентов (2,1 %), причем по затратам времени на сон (29 %) они также внизу рейтинга. При этом их временные затраты на учебу (16,7 %) находятся на втором месте. Также ввиду неэффективного расхода времени они тратят меньше всех времени на хобби (4,2 %). Это яркий пример острой нужды в тайм-менеджменте.

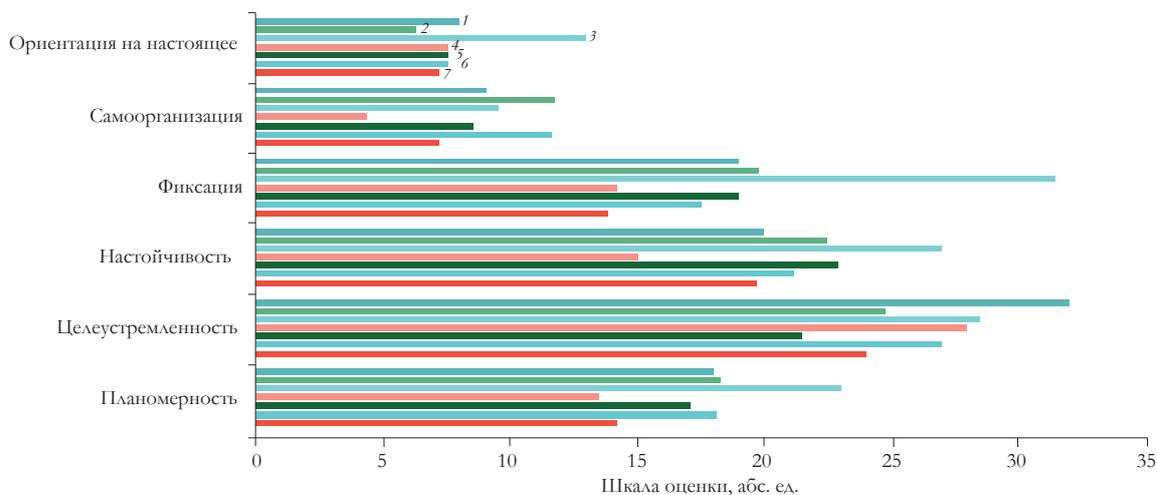
Второй тестовый опрос был предназначен для диагностики сформированности навыков тактического планирования и стратегического целеполагания, особенностей структурирования самоорганизации деятельности и психодиагностики управления временем, которая рассматривала 6 факторов, составляющих основу эффективного тайм-менеджмента: планомерность, целеустремленность, настойчивость, фиксация (на структурировании деятельности), самоорганизация (посредством внешних средств), ориентация на настоящее. С помощью этого теста были проиллюстрированы результаты среди респондентов, участвовавших в первом опросе.

Результаты распределены в зависимости от рода деятельности, условно определяющего социальный статус респондента.

Шкала «Планомерность» измеряет степень вовлеченности личности в тактическое ежедневное планирование по определенным принципам. Шкала «Целеустремленность» измеряет способность личности сконцентрироваться на цели. Шкала «Настойчивость» измеряет склонность личности к приложению волевых усилий для завершения начатого дела и упорядочения активности. Шкала «Фиксация» измеряет склонность личности к фиксации на заранее запланированной структуре организации событий во времени. Шкала «Самоорганизация» измеряет склонность субъекта к использованию внешних

средств организации деятельности. Шкала «Ориентация на настоящее» измеряет временную ориентацию на настоящее [9].

Результаты опроса для различных категорий респондентов от «Неработающего студента» до «Топ-менеджера» всеобъемлюще продемонстрированы на рисунке 3, где также приведено среднее значение измеряемых шкал.



	Планомерность	Целеустремленность	Настойчивость	Фиксация	Самоорганизация	Ориентация на настоящее
■ Среднее значение (1)	18,00	32,00	20,00	19,00	9,00	8,00
■ Фрилансер (2)	18,25	24,75	22,50	19,75	11,75	6,25
■ Топ-менеджер (3)	23,00	28,50	27,00	31,50	9,50	13,00
■ Руководитель среднего звена (4)	13,50	28,00	15,00	14,17	4,33	7,50
■ Специалист (5)	17,04	21,50	22,85	19,00	8,58	7,54
■ Работающий студент (6)	18,13	27,00	21,13	17,47	11,67	7,53
■ Студент (7)	14,18	24,05	19,68	13,82	7,14	7,18

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 3. Показатели опроса респондентов в сравнении со средним значением

Анализируя степень вовлеченности личности в тактическое ежедневное планирование по определенным принципам, отметим, что наибольшим средним значением среди респондентов обладают топ-менеджеры организаций. Это вполне объяснимо, ведь данная категория опрошенных является наиболее занятой, выполняющей различный круг задач: организационных и управленческих. Именно эта категория респондентов остро нуждается во временных ресурсах и четком их планировании.

На втором месте по среднему значению планомерности находятся фрилансеры, так как эта категория респондентов является наиболее самостоятельной и мобильной группой из имеющихся.

Третье место по среднему значению по анализируемой шкале занимают работающие студенты. Они, как и фрилансеры, нуждаются в постоянном контроле за расходом временных ресурсов.

Четвертое место занимает специалист. Эта категория респондентов не так нуждается в тактическом ежедневном планировании, так как их жизнь в целом регламентирована: четкий круг обязанностей, небольшой уровень ответственности, установленный законодательством график работы.

Анализируя способность личности сконцентрироваться на цели, отметим, что наибольшим средним значением среди респондентов обладают топ-менеджеры организаций и чуть меньшим – руководители среднего звена. Это объясняется спецификой их уклада жизни: такие люди всегда знают, чего хотят и как планомерно и эффективно это получить [10].

Следующими по данному показателю являются работающие студенты и фрилансеры. Причины в целом коррелируют с вышеописанной. Студенты, помимо учебы занятые трудовой деятельностью, как правило, работают с целью оплаты обучения. Фрилансеры также обладают подобными характеристиками: несмотря на более гибкий график, они могут четко выстроить дерево целей, из которого вытекают оперативные задачи, решение которых и приведет к конкретному результату.

В самом конце списка по уровню показателя находятся студенты и специалисты. Трудно сказать, чем именно объясняется наличие на этом месте специалистов, однако позиция студентов вполне объяснима. Их способность концентрироваться на какой-то цели является самой низкой среди респондентов, так

как эта группа опрошенных наименее мотивированна к достижению каких-либо показателей, кроме, возможно, успехов в учебе, а эта цель является значимой далеко не для всех студентов.

Анализируя склонность личности к приложению волевых усилий для завершения начатого дела и упорядочения активности, можно заметить, что наибольшим показателем обладают топ-менеджеры организаций, что довольно ожидаемо, в противном случае данная категория опрошенных не имела бы подобной карьерной траектории. Второе место между собой делают специалисты и фрилансеры, что объясняется необходимостью приложения усилий для достижения хоть каких-либо приемлемых результатов в их деятельности. Студенты оказались на более низкой позиции из-за более попустительского отношения к жизни и упорядочению своих дел.

У руководителей среднего звена, которые занимают следующее место, показатель ниже, поскольку данной категории респондентов настойчивость как таковая не является необходимой, потому как они уже находятся на неплохой позиции в организации.

Анализируя склонность личности к фиксации на заранее запланированной структуре организации событий во времени, можно отметить, что топ-менеджеры организаций в сравнении с остальными респондентами занимают уверенно лидирующую позицию, что в целом очевидно, поскольку данная характеристика жизненно необходима руководителям высшего звена не только для достижения результатов на работе, но и для удержания на конкретной позиции в организации. Далее следуют фрилансеры и специалисты, которые чуть менее остро нуждаются в структуре организации событий во времени, однако это важная часть их системного планирования и управления временем. После данных категорий идут работающие студенты. Их потребность в обсуждаемой итерации управления временем уступает вышеописанным категориям респондентов по причине планомерности течения их жизни. Объяснимо и наличие студентов с руководителями среднего звена после этой категории опрошенных, так как они не зависят от строгого планирования времени ввиду регламентированности их жизни учебным графиком и т.д.

При анализе склонности субъекта к использованию внешних средств организации деятельности четко прослеживается лидерство фрилансеров, которые заметно опережает остальные категории. Это объяснимо тем, что у фрилансеров нет четкого графика, так как официально они не работают, однако от этого потребность в организации деятельности и использования для этого различных средств не уменьшается. Второе место занимают работающие студенты, а затем топ-менеджеры организаций. Логика в этом присутствует, ведь обе эти категории респондентов жестко нуждаются в бюджетировании времени, планировании дел, а также четком структурировании данных процессов. Очевидно, это не обходится без вспомогательных элементов, например, ежедневника. Замыкают шестерку студенты и руководители среднего звена: очевидно, их жизнь, уже кем-то четко регламентированная, не нуждается в дополнительном контроле за расходом временных ресурсов.

Анализируя временную ориентацию на настоящее, можно заметить, что топ-менеджеры уверенно лидируют в списке. Это, по мнению авторов, означает, что происходящее прямо сейчас наиболее волнует опрошенных. Объяснимо, ведь без данного качества сложно занимать хоть сколько-нибудь ответственную должность продолжительное время. После топ-менеджеров следуют с близкими результатами руководитель среднего звена, специалист и работающий студент. Логично, что настоящее волнует их, но ввиду меньшей ответственности, не так сильно, как руководителей высшего класса. Два последние места занимают студенты и фрилансеры – почему их ориентация на настоящее ниже, чем у всех респондентов, следует из их образа жизни.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Проинтерпретируем ответы на вопросы респондентов из проведенного опроса. Как отмечено выше, опрос охватил шесть шкал, которые вместе дают нам средневзвешенное представление о той или иной группе респондентов, которые, в свою очередь, также могут рассматриваться в различном контексте. В нашем случае для начала подведения предварительных итогов по результатам опроса по каждой группе опрошенных рассмотрим следующий индикатор: общий суммарный балл (сумма баллов из ответов на вопросы по каждой из шести категорий опросника) (табл. 1).

Таблица 1

Общий суммарный балл в опросе по шести шкалам

Категория опрошенных	Суммарный балл
Топ-менеджер	132,50
Фрилансер	103,25

Категория опрошенных	Суммарный балл
Работающий студент	102,39
Специалист	96,50
Студент	86,05
Руководитель среднего звена	82,50

Составлено авторами по материалам исследования

Из таблицы 2 следует, что топ-менеджеры организаций оказались абсолютными лидерами среди всех категорий респондентов по суммарному баллу. Данный результат свидетельствует о том, что личности, составившие выборку в соответствующей категории опрошенных, способны к видению и постановке четкой, конкретной цели, планированию деятельности, управлению временем таким образом, чтобы постепенно двигаться к достижению цели, проявляя при этом настойчивость, целеустремленность, волю и т.д.

Проанализируем суммарный балл следующей группы опрошенных – фрилансеров. Наличие респондентов этой категории на втором месте может быть обосновано все теми же характеристиками баллов. Данное положение в таблице означает, что фрилансеры в целом знают, к чему стремиться и как стремиться, однако их действия заострены на конкретную цель в меньшей степени, чем у первой категории респондентов. Фрилансеры поэтому так и называются (от англ. free – свобода, freelancer – свободный художник, человек вне штата), им необходима свобода действия, свобода от четкого регламента и планирования, они не готовы на усилия ради административных позиций. Они работают в своем режиме, при этом отлаженном ровно настолько, насколько человек того захотел, работают над задачами, решение которых подведет их к достижению поставленной цели.

Следующее место занимают работающие студенты – «белки в колесе», которые вынуждены совмещать работу и учебу. Здесь научный опыт психологии может объяснить, по какой причине данная категория опрошенных замыкает тройку лидеров по суммарному показателю, который ключ к тесту оценивает, как высокий. Работающие студенты – сословие людей, которые, большей частью, могут рассчитывать только на себя. Эти люди амбициозны и используют любую возможность, чтобы усердно и скрупулезно идти к цели [11]. Потенциал часто ценнее тех исходных данных, что есть у людей в начале жизненного пути. Именно это и объясняет наличие работающих студентов на третьем месте в таблице по суммарному показателю после фаворитов по результатам опроса.

Отметим, что, начиная со следующей категории, условное разделение оценки суммарного балла переходит из «высокого» в «низкий».

Следующей категорией респондентов в таблице являются специалисты. Эти люди не то, чтобы довольны своей жизнью, но и не то, чтобы готовы что-то с этим делать. Следующая за ними группа опрошенных – неработающие студенты. Их нахождение на предпоследней позиции можно объяснить, по мнению авторов, тем, что пока пространства для реализации своих потенциальных стремлений и целей, добиваться которых можно с помощью бюджетирования времени, у них нет. В скором времени они станут одной из категорий, более конкретно отвечающих себе на вопрос «зачем». Пока что эти люди – потенциальные кандидаты, и критиковать их, как и хвалить, в общем-то, не за что.

Если нахождение студентов на указанном месте объяснимо, то положение руководителей среднего звена на последнем месте парадоксально. По логике вещей и логике данного опроса, руководители среднего звена должны были оказаться хотя бы на четвертом месте, но данная гипотеза не оправдала себя. Это можно объяснить тем, что руководителям среднего звена не присущи такие активные качества, как лидерство, воля и целеустремленность в завершении начатого, отсутствует мотивация к планированию своей деятельности. Однако здесь есть и безусловно положительное качество – это позволяет довольно быстро настроиться на какой-либо нужный темп работы, что впоследствии даст свои плоды.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С учетом всех объективных факторов, которые были подвергнуты детальному рассмотрению в основной части статьи, выстраивается четкая парадигма необходимости грамотного управления временем и его бюджетирования. Опирается данная система на ряд объективных аспектов, которые априори являются

справедливыми для любого человека, который сколько-нибудь серьезно занят в трудовой деятельности. Результаты исследования показали, что существует определенная корреляция между тем, как затрачиваются временные ресурсы и на что. Это показывает тот факт, что наиболее эффективно распределяют время те категории респондентов, которые заняты на управленческих должностях. Здесь не стоит забывать о том, что люди, ставшие управленцами, прежде эффективно расходовали время, что позволило им учиться, работать и в конечном итоге достичь поставленной цели – успешного карьерного развития [12].

Данные, полученные в ходе исследования, подтверждают необходимость управления временем, его грамотного распределения и бюджетирования, а также эффективного использования в контексте блока самоорганизации в модели эффективного самомаркетинга, связанной с интенциями в рамках поставленных задач для достижения стратегических карьерных целей.

Библиографический список

1. Гастев А. К. *Как надо работать: практическое введение в науку организации труда*. 3-е изд., перераб. и доп. М: URSS; Либроком; 2011. 477 с.
2. Гранин Д. *Эта странная жизнь*. М.: Манн, Иванов и Фербер; 2013. 175 с.
3. Якуба В. *Самодисциплина 2.0. Как не проспать свою жизнь*. <https://zvooz-knigi.ru/samodisciplina-20-147586?> (дата обращения: 04.06.2022).
4. Cirillo F. *Pomodoro Technique*. <https://francescocirillo.com/products/the-pomodoro-technique> (дата обращения: 04.06.2022).
5. Келлер Г., Папазан Дж. *Начни с главного! 1 удивительно простой закон феноменального успеха*. Эксмо; 2012. <https://fictionbook.ru/static/trials/06/57/23/06572354.a4.pdf> (дата обращения: 04.05.2022)
6. Уилсон М. *Самодисциплина. Развитие личности*. АВ Publishing, 2013. <https://avidreaders.ru/read-book/samodisciplina-razvitie-lichnosti1.html?> (дата обращения: 04.06.2022).
7. Гладкова Л. А. Модель эффективного самомаркетинга. *Вестник университета*. 2021;(12):93–100. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-12-93-100>
8. Dispenza J. *Evolve your brain: The science of changing your mind kindle edition*. Health Communications Inc EB; 2010. 510 p.
9. Психология счастливой жизни. *Тайм менеджмент. Тест-опросник самоорганизации деятельности (ОСД). Психодиагностика управления временем*. <https://psycabi.net/testy?> (дата обращения: 05.06.2022).
10. Aeon B. *The philosophy of time management*. <https://www.youtube.com/watch?v=WXBA4eWskrc> (дата обращения: 05.06.2022).
11. Vanderkam L. *How to gain control of your free time*. <https://www.youtube.com/watch?v=n3kNIFMXslo> (дата обращения: 05.06.2022)
12. Vaden R. *How to multiply your time*. <https://www.youtube.com/watch?v=y2X7c9TUQJ8> (дата обращения: 05.06.2022).

References

1. Gastev A. K. *How to work: a practical introduction to the science of labor organization*. 3th ed., revised and enlarged. Moscow: URSS; Librocom; 2011. (In Russian).
2. Granin D. *This strange life*. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber; 2013. (In Russian).
3. Yakuba V. *Self-discipline 2.0*. <https://zvooz-knigi.ru/samodisciplina-20-147586?> (accessed 04.06.2022).
4. Cirillo F. *Pomodoro Technique*. <https://francescocirillo.com/products/the-pomodoro-technique> (accessed 04.06.2022).
5. Keller G., Papazan J. *Start with the main thing! 1 surprisingly simple law of phenomenal success*. <https://fictionbook.ru/static/trials/06/57/23/06572354.a4.pdf> (accessed 04.06.2022).
6. Wilson M. *Self-discipline. Personal development*. <https://avidreaders.ru/read-book/samodisciplina-razvitie-lichnosti1.html?> (accessed 04.06.2022).
7. Gladkova L.A. Effective self-marketing model. *Vestnik universiteta*. 2021;(12):93–100. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-12-93-100>
8. Dispenza J. *Evolve your brain: the science of changing your mind kindle edition*. Health Communications Inc EB; 2010.
9. Psychology of a happy life. *Time management. Self-organization Activity Test Questionnaire. Psychodiagnostics of time management*. <https://psycabi.net/testy?> (accessed 05.06.2022).
10. Aeon B. *The philosophy of time management*. <https://www.youtube.com/watch?v=WXBA4eWskrc> (accessed 05.06.2022).
11. Vanderkam L. *How to gain control of your free time*. <https://www.youtube.com/watch?v=n3kNIFMXslo> (accessed 05.06.2022).
12. Vaden R. *How to multiply your time*. <https://www.youtube.com/watch?v=y2X7c9TUQJ8> (accessed 05.06.2022).

Специфика и оценка организационно-экономического механизма регламентированных закупок промышленной продукции в части обеспечения ее экологической безопасности

Гукасова Ангелина Эдуардовна

Ассистент, каф. экономики и управления в топливно-энергетическом комплексе
ORCID: 0000-0002-4673-4945, e-mail: ae_gukasova@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

Актуальность статьи обусловлена задачами, указанными в концепции устойчивого развития ООН. Одним из государственных механизмов, с помощью которого государство может воздействовать как на производителей, так и на покупателей с целью формирования у них социально ответственного поведения, способствующего экологизации промышленной продукции, может стать организационно-экономический механизм регламентированных закупок. Цель исследования состояла в раскрытии специфики и оценке данного механизма в отношении промышленной продукции в части обеспечения экологической безопасности последней. Методическую основу исследования составили общенаучные методы исследования. Рассмотрен комплекс мероприятий, составляющих специфику организации регламентированных закупок и разработаны рекомендации технического характера. Особое внимание уделено контрактам жизненного цикла. В рамках общепринятых характеристик сформирована оригинальная система показателей, характеризующих текущую результативность рассматриваемого механизма. Разработанная система показателей позволяет комплексно оценивать регламентированные закупки промышленной продукции, ориентированные на обеспечение ее экологической безопасности и анализировать результативность каждого элемента организации регламентированных закупок.

Ключевые слова

Регламентированные закупки, экологизация, экономическая политика, промышленная продукция, организационно-экономический механизм

Для цитирования: Гукасова А.Э. Специфика и оценка организационно-экономического механизма регламентированных закупок промышленной продукции в части обеспечения ее экологической безопасности // Вестник университета. 2022. № 9. С. 14–19.

Specifics and evaluation of the organisational and economic mechanism of industrial products regulated purchases in terms of ensuring their environmental safety

Angelina E. Gukasova

Assistant, Department of Economics and Management in the Fuel and Energy Complex
ORCID: 0000-0002-4673-4945, e-mail: ae_gukasova@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The research relevance is due to the tasks set in the Concept of Sustainable Development of the United Nations. One of the state mechanisms through which the state can influence both producers and buyers to develop socially responsible behavior, which would contribute to the greening of industrial products, could be the organisational and economic mechanism of regulated procurement. The aim of the study was to reveal the specifics and assess this mechanism in relation to industrial products in terms of ensuring its environmental safety. The study was methodologically based on general scientific research methods. A set of activities that make up the specifics of organising regulated procurement are considered and technical recommendations are developed. Particular attention is paid to life cycle contracts. An original system of indicators, characterizing the current performance of the mechanism under consideration, has been formed within the framework of the generally accepted characteristics. The system of indicators developed makes it possible to comprehensively assess the industrial products' regulated purchases, focused on ensuring their environmental safety, and analyse the effectiveness of each element of regulated procurement organisation.

Keywords

Regulated procurement, greening, economic policy, industrial products, organisational and economic mechanism

For citation: Gukasova A.E. (2022) Specifics and evaluation of the organisational and economic mechanism of industrial products regulated purchases in terms of ensuring their environmental safety. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 14–19.



ВВЕДЕНИЕ

Устойчивое функционирование экономики Российской Федерации (далее – РФ) в условиях усиливающихся противоречий, борьбы за ресурсы, рынки и технологическое лидерство требует переориентации экономики, позволяющей минимизировать негативное воздействие деятельности человека на окружающую среду [1]. Экологическая политика государства направлена на содействие более рациональному использованию природных ресурсов, сведению к минимуму загрязнений вод и влияния деятельности человека на окружающую среду, что способствует обеспечению экологической безопасности. Экологическая безопасность как часть экономической безопасности представляет собой важную составляющую общей концепции безопасности человека и общества [2]. Поэтому каждое государство сегодня стремится обеспечить законодательную базу для соблюдения принципов экологической безопасности. Одним из государственных механизмов, содействующих переходу к экономике, учитывающим экологические последствия, может стать организационно-экономический механизм регламентированных закупок.

Автор присоединяется к мнению Я.Д. Вишнякова [3] в части отрицательного воздействия деятельности человека на окружающую среду, а именно:

- происходит истощение природных ресурсов;
- производство отрицательно влияет на окружающую среду;
- отходы производства и потребления негативным образом сказываются на окружающей среде, здоровье и условиях жизни населения.

Охрана окружающей среды базируется на ее защите, защите здоровья населения, природных ресурсов через рациональное использование ресурсов, минимизацию объемов отходов, стимулирование ресурсосбережения, экологическое образование общества [4].

Экономика любой страны представляет собой единый комплекс взаимосвязанных отраслей [5]. Ее фундаментом выступает промышленность. Она создает материально-техническую базу научно-технического прогресса и средства производства для других отраслей, производит большую часть продуктов питания и промышленных товаров народного потребления [6]. Промышленно-экономическое развитие сопровождается колоссальным ростом выбросов загрязняющих веществ, образованием отходов производства и потребления, в результате чего данный комплекс занимает первое место по интенсивности негативного воздействия на окружающую среду [7].

В таких условиях особую значимость приобретают механизмы, позволяющие использовать открывающиеся возможности эффективной работы на развивающемся экологически-ориентированном потребительском рынке. Как упоминалось выше, широко признанным в мире механизмом реализации стратегии устойчивого развития являются государственные закупки.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

На сегодняшний день заказчики в процессе закупочной деятельности руководствуются Конституцией РФ, Гражданским кодексом РФ, Бюджетным кодексом РФ, а также, в зависимости от субъекта заказчика, федеральными законами № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 5 апреля 2013 г. [8] (далее – 44-ФЗ), № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» от 18 июля 2011 г. [9] (далее – 223-ФЗ) и другими нормативно-правовыми актами, регулирующими отношения между заказчиком и участником закупки. Заметим, что понятие «регламентированные закупки» в действующем законодательстве отсутствует. Автор под регламентированными закупками понимает совокупность действий, утвержденных федеральными законами 44-ФЗ и 223-ФЗ и направленных на поставку товаров (оказание услуг, выполнение работ), соответствующих требованиям заказчика (определенного качества в необходимом количестве в требуемое время и не превышающих лимит, заложенный в плане финансово-хозяйственной деятельности организации).

Правовое регулирование сферы закупок носит императивный характер [10], подвергается реформированию под влиянием развития российской экономики и экономики стран мира [11]. Однако организация регламентированных закупок промышленной продукции, ориентированной на обеспечение ее экологической безопасности, не является общеобязательной нормой. В каждой отдельной закупке заказчик по своему усмотрению устанавливает экологические требования и критерии оценки заявок участников

конкурентных закупок. По критерию оценки заявок участников конкурсных закупок «характеристики объекта закупки» могут применяться один или несколько из показателей оценки, среди которых экологические характеристики объекта закупки. В большинстве случаев данный показатель оценки не применяется.

В действующем законодательстве для оценки заявок участников закупки заказчики вправе устанавливать экологические требования и критерии оценки заявок участников конкурентных закупок. Для стартовой реализации автор предлагает рассмотреть отдельную отрасль промышленности.

Специфика организации регламентированных закупок проявляется через комплекс мероприятий, включающий:

- разработку и утверждение каталога экологичной промышленной продукции;
- установление требований к наличию экологической маркировки продукции в конкурентных процедурах, если закупка включена в перечень каталога экологичной продукции;
- применение экологического показателя оценки заявок промышленной продукции как «срок полезного использования»;
- обязательное заключение контракта жизненного цикла (далее – КЖЦ) промышленной продукции в пределах срока ее использования с применением компьютерной программы «смарт-контракт». Управление жизненным циклом продукции – сложный и многофакторный процесс. Часть 16 статьи 34 44-ФЗ [8] обозначает КЖЦ как договор, который включает закупку товара или работы с последующим обслуживанием, эксплуатацией на протяжении заявленного срока службы, а также ремонтом и утилизацией поставленного товара или объекта, созданного в процессе работы. Контракты жизненного цикла популярны за рубежом [12]. В России они не так распространены из-за некоторых нюансов, но тоже применяются. Плюс таких контрактов в том, что они позволяют заказчикам «забыть» о проектных, строительных и эксплуатационных рисках. Все они перекалдываются на подрядчика. Заказчику остается контролировать достижение заданных целей [13];
- снижение размера обеспечения заявки в конкурентных закупках, если закупка включена в перечень каталога экологичной промышленной продукции;
- снижение размера обеспечения исполнения договора в конкурентных закупках, если закупка включена в перечень каталога экологичной промышленной продукции;
- установление преференций при закупках продукции, включенной в перечень каталога экологичной промышленной продукции;
- регулирование соответствия промышленной продукции экологическим требованиям при рассмотрении заявок участников закупок и приемке продукции возложить на заказчика;
- регулирование действий заказчика при закупке экологичной промышленной продукции.

С учетом рассмотренных выше обстоятельств необходимо:

- при формировании требований к материалам учитывать использование экологического сырья, область применения материалов, которые будут подвергнуты вторичной переработке;
- при формировании требований к отгрузке продукции указывать требования к упаковке продукции (применение многоразовой тары, производство упаковки из вторичного сырья);
- при формировании технического задания указывать требования к утилизации промышленной продукции.

В рамках исследования на базе общеизвестных показателей [14] была сформирована система показателей, характеризующих текущую результативность организационно-экономического механизма регламентированных закупок промышленной продукции в части обеспечения ее экологической безопасности (табл. 1).

Таблица 1

Система показателей, характеризующих текущую результативность организационно-экономического механизма регламентированных закупок промышленной продукции в части обеспечения ее экологической безопасности

№	Наименование показателя	Формула	Обозначения
1.	Доля A_3 запланированных эколого-ориентированных закупок промышленной продукции в общем объеме регламентированных закупок	$A_3 = K_{\text{ЭОЗ}}/K_{\text{ОКЗ}}$	$K_{\text{ЭОЗ}}$ – общее количество эколого-ориентированных закупок $K_{\text{ОКЗ}}$ – общее количество опубликованных конкурентных закупок

№	Наименование показателя	Формула	Обозначения
2.	Доля $\Delta_{ж}$ КЖЦ в общем объеме регламентированных закупок промышленной продукции	$\Delta_{ж} = K_{КЖЦ} / K_{ОКЗ}$	$K_{КЖЦ}$ – общее количество заключенных КЖЦ
3.	Доля эколого-ориентированных закупок промышленной продукции $\Delta_{э}$ в общем объеме регламентированных закупок	$\Delta_{э} = K_{ФЭК} / K_{ОКЗ}$	$K_{ФЭК}$ – фактическое количество эколого-ориентированных закупок
4.	Уровень $У_c$ соблюдения сроков размещения эколого-ориентированных закупок промышленной продукции	$У_c = K_{CC} / K_{ОКЗ}$	K_{CC} – количество закупок с соблюдением сроков размещения эколого-ориентированных закупок
5.	Уровень $У_k$ конкуренции в эколого-ориентированных закупках промышленной продукции	$У_k = K_{ЗП} / K_{ПП}$	$K_{ЗП}$ – общее количество заявок, поданных на участие в конкурентных эколого-ориентированных процедурах $K_{ПП}$ – общее количество проведенных эколого-ориентированных конкурентных процедур
6.	Доля Δ_n договоров, при исполнении которых допущены нарушения исполнения	$\Delta_n = (K_n + K_p) / K_{ОКЗ}$	K_n – количество исполненных договоров, по которым начислена неустойка K_p – количество договоров, расторгнутых заказчиком в одностороннем порядке
7.	Доля $\Delta_{ОЖ}$ жалоб, признанных обоснованными на действия (бездействие) заказчика при осуществлении эколого-ориентированных закупок	$\Delta_{ОЖ} = K_o / K_{ж}$	K_o – количество жалоб, признанных обоснованными $K_{ж}$ – количество поданных жалоб на действия (бездействие) заказчика при осуществлении эколого-ориентированных закупок

Составлено автором по материалам исследования

При формировании системы показателей были соблюдены следующие принципы: ориентированность на цели; доступность информации; объективность; понятность; обозримость.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

К настоящему моменту развитие промышленности достигло такого уровня, что экологические вопросы стали актуальными для деятельности современных отечественных предприятий. Специфика организации регламентированных закупок отражена в комплексе мероприятий, которые позволят реализовать промышленную политику государства в области экологической безопасности и проводить мониторинг эколого-ориентированных закупок. Особо следует подчеркнуть контракты жизненного цикла с обязательным установлением заказчиком в ходе конкурсных процедур экологических требований к приобретаемой промышленной продукции, которые вполне закономерно будут способствовать расширению рынка экологически безопасной продукции, что, в свою очередь, положительным образом скажется на обеспечении устойчивого развития национальной экономики. Вместе с этим разработанная система показателей позволит комплексно оценить регламентированные закупки промышленной продукции, ориентированные на обеспечение ее экологической безопасности и проанализировать результативность каждого элемента организации регламентированных закупок.

Библиографический список

1. Казанцева А. «Зеленые» государственные закупки. *Государственная служба*. 2015;3(95);117–119.
2. Гаджиев Н.Г., Коноваленко С.А., Трофимов М.Н., Гаджиев А.Н. Роль и значение экологической безопасности в системе обеспечения экономической безопасности государства. *Юг России: экология, развитие*. 2021;16(3);200–214. <https://doi.org/10.18470/1992-1098-2021-3-200-214>
3. Вишняков Я.Д., Гурлев И.В. Актуальные аспекты обеспечения экологической безопасности. *Интернет-журнал «Науковедение»*. 2016;8(2):74EVN216. <http://dx.doi.org/10.15862/74EVN216>

4. Ячменева В.М, Османова З.О. Характеристика факторов внешней среды, влияющих на эколого-экономическую безопасность промышленного предприятия. *Экономика строительства и природопользования*. 2018;(3);36–44.
5. Шабанова Т.В. *Статистика промышленности: учебное пособие*. СПб: ВШПЭ СПбГУПТД; 2017. 63 с.
6. Гибадуллин А.А., Пуляева В.Н., Харитоновна Е.Н., Харитоновна Н.А. *Управление промышленностью в России: экономика, экология и общество: монография*. М.: Изд. дом ГУУ; 2019.184 с.
7. Гулин К.А. Проблема отходов в России и ее территориальные особенности. *Проблемы развития территории*. 2016;(4):7–23.
8. Российская Федерация. *Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»* (ред. от 14.07.2022). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/ (дата обращения: 01.08.2022).
9. Российская Федерация. *Федеральный закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц»* (ред. от 14.07.2022). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964/ (дата обращения: 01.08.2022).
10. Гусейнли И.А.В. Контрактная система закупок как институт гражданского права. *Правовая парадигма*. 2018;17(3);108–112. <https://doi.org/10.15688/lc.jvolsu.2018.3.15>
11. Абрамова Е., Ткаченко Б. *Государственные закупки: направления развития. Обзор международных практик и анализ ситуации в Российской Федерации*. М: Сектор; 2015. 124 с.
12. Баронин С.А., Янков А.Н. Контракты жизненного цикла: понятийный анализ, зарубежный опыт и перспективы развития в России. *Современные проблемы науки и образования*. 2013;(6):520–520. <https://science-education.ru/ru/article/view?id=11588> (дата обращения: 01.08.2022).
13. Лукасова А.Э., Киселева С.П. Трансформация государственных закупок промышленной продукции с учетом экологического фактора. *Вестник университета*.2019;(6);5–10. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-7-76-82>
14. Котенко Ю.В. Основные показатели оценки экономической эффективности деятельности организаций. *Проблемы современной экономики (Новосибирск)*. 2010;(1–3):271–277.

References

1. Kazantseva A. “Green” public procurement. *Gosudarstvennaya sluzhba*. 2015;3(95);117–119.
2. Gadzhiev N.G., Konovalenko S.A., Trofimov M.N., Gadzhiev A.N. The role and significance of environmental safety in the system of ensuring the state’s economic security. *South of Russia: ecology, development*. 2021;16(3);200–214. <https://doi.org/10.18470/1992-1098-2021-3-200-214>
3. Vishnyakov Ya.D., Gurlev I.V. Relevant aspects of environmental security. *Naukovedenie*. 2016;8(2):74EVN216. <http://dx.doi.org/10.15862/74EVN216>
4. Yachmeneva V.M, Osmanova Z.O. Characteristics of external environment factors affecting ecological and economic safety of industrial enterprise. *Ekonomika stroitel'stva i prirodnopol'zovaniya*. 2018;(3);36–44.
5. Shabanova T.V. *Industrial statistics: textbook*. SPb: VSHTTE SPbGUPTD; 2017. 63 p.
6. Gibadullin A.A., Pulyaeva V.N., Haritonova E.N., Haritonova N.A. *Industrial Management in Russia: economics, ecology and society: monograph*. М.: GUU Publ. House; 2019.184 p. (In Russian).
7. Gulin K.A. Waste issues and their regional specifics in Russia. *Problemy razvitiya territorii = Problems of territory's development*. 2016;(4):7–23.
8. Russian Federation. *Federal Law dated on April 5, 2013 No. 44-FZ “On contract system in the sphere of procurement of goods, works and services to meet state and municipal needs”* (ed. 14.07.2022). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/ (accessed 01.08.2022).
9. Russian Federation. *Federal Law dated on July 18, 2011 No. 223-FZ “On procurement of goods, works and services by certain types of legal entities”* (ed. 14.07.2022). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964/ (accessed 01.08.2022).
10. Gusejnli I.A.V. Contract procurement system as an institution of civil law. *Legal Concept*. 2018;17(3);108–112. <https://doi.org/10.15688/lc.jvolsu.2018.3.15>
11. Abramova E., Tkachenko B. *Public procurement: directions of development. Review of international practices and analysis of the situation in the Russian Federation*. М: Сектор; 2015.124 p.
12. Baronin S.A., Yankov A.N. Life cycle contracts: conceptual analysis, foreign experience and development prospects in Russia. *Modern problems of science and education*. 2013;(6). <https://science-education.ru/ru/article/view?id=11588> (accessed 01.08.2022).
13. Gukasova A.E., Kiseleva S.P. Transformation of public procurement of industrial products taking into account the environmental factor. *Vestnik universiteta*. 2019;(6);5–10. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-7-76-82>
14. Kotenko Yu.V. The main indicators for assessing the economic efficiency of organizations. *Problemy sovremennoi ekonomiki (Novosibirsk)*.2010;(1-3):271–277.

Реализация инициативных проектов как фактор повышения потенциала территорий муниципального образования

Кириллова Ариадна Николаевна¹

Д-р экон. наук, главный эксперт Института региональных исследований и городского планирования
ORCID: 0000-0003-2477-8522, e-mail: kirillova_an@mail.ru

Мусинова Нина Николаевна²

Канд. экон. наук, доц. каф. государственного и муниципального управления
ORCID: 0000-0002-2194-7856, e-mail: 65651951@mail.ru

¹Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», г. Москва, Россия

²Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Финуниверситет), г. Москва, Россия

Аннотация

В статье рассмотрен в качестве составного элемента потенциала муниципального образования социальный ресурс, формируемый населением муниципального образования, принимающим участие или вовлеченным в процессы решения задач местного значения через реализацию инициативных проектов. Показано, что повышение качества городской среды базируется на принципах преобразований (улучшений, благоустройства) земельных участков, зданий, формирования земельно-имущественных комплексов, согласования потребностей и трендов развития на основе их прогнозирования и планирования и должно учитывать установочные приоритеты муниципального образования при реализации практики инициативных проектов. Представлена разработанная организационно-методическая схема подготовки и реализации инициативных проектов, и в рамках проектного управления – параметры жизненного цикла инициативного проекта. Предложена оценка вклада реализованного инициативного проекта в потенциал муниципального образования.

Ключевые слова

Инициативный проект, инициативное бюджетирование, муниципальное образование, социальный ресурс, проектное управление, потенциал муниципального образования, оценка вклада проекта, реализация инициативного проекта

Для цитирования: Кириллова А.Н., Мусинова Н.Н. Реализация инициативных проектов как фактор повышения потенциала территорий муниципального образования // Вестник университета. 2022. № 9. С. 20–27.



Implementation of initiative projects as a factor in increasing the capacity of the municipality's territories

Ariadna N. Kirillova¹

Dr. Sci. (Econ.), Chief Expert, Institute for Regional Studies and Urban Planning
ORCID: 0000-0003-2477-8522, e-mail: kirillova_an@mail.ru

Nina N. Musinova²

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the State and Municipal Administration Department
ORCID: 0000-0002-2194-7856, e-mail: 65651951@mail.ru

¹National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

²Financial University, Moscow, Russia

Abstract

The article considers as an integral element of the municipality potential a social resource formed by the population of the municipality participating or involved in the processes of solving problems of local importance through the implementation of initiative projects. It is shown that improving of urban environment quality is based on the plots transformation (improvement, improvement) principles of land, buildings, the land and property complexes formation, the needs and development trends coordination founded on their forecasting and planning, and must consider priorities established by municipality at realisation of practice of initiative projects. The developed organisational and methodological scheme for the preparation and implementation of initiative projects and, within the framework of project management, the initiative project life cycle parameters are presented. An assessment of the contribution of the implemented initiative project to the potential of the municipality is proposed.

Keywords

Initiative project, initiative budgeting, municipality, social resource, project management, municipality potential, project contribution assessment, initiative project implementation

For citation: Kirillova A.N., Musinova N.N. (2022) Implementation of initiative projects as a factor in increasing the capacity of the municipality's territories. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 20–27.



ВВЕДЕНИЕ

Ключевым направлением экономики Российской Федерации (далее – РФ) является реализация национальных целей развития до 2030 г. Они включают в себя 42 инициативы социально-экономического развития в области экологии, социальной сферы, строительства, технологического развития и цифровой трансформации [1] (в том числе развитие общественных пространств и мест для отдыха и проведения досуга, эффективность взаимодействия заинтересованных сторон в обеспечении качества городской среды) как неотъемлемых элементов социально-экономического потенциала развития муниципальных образований, под которым понимается совокупность всех имеющихся в его границах ресурсов (природных, трудовых и материальных), уже вовлеченных в процессы общественного производства и социального развития, и скрытых или неосвоенных ресурсов данного муниципального образования (далее – МО). Среди них в качестве важного следует выделить социальный ресурс, формируемый населением муниципально-образовательного образования, принимающим участие или вовлеченным в процессы решения задач местного значения.

Для решения поставленных стратегических задач становится значимой способность органов местного самоуправления эффективно развивать территории, оказывать услуги населению, быть полноценным участником реализации общегосударственной политики развития территорий на основе создания атмосферы реального взаимодействия и сотрудничества местных органов власти и населения [2].

В разрабатываемых новых основах государственной политики в сфере развития местного самоуправления на период до 2030 г. (далее – Основы) эти стратегические инициативы должны заложить ключевые направления совершенствования муниципальной власти на ближайшее десятилетие. Решение данной задачи требует новых подходов, на которых будет базироваться развитие государственной политики в сфере местного самоуправления. Вместе с тем основной вектор преобразований должен быть направлен на решение ключевых задач, стоящих перед муниципалитетами на современном этапе. Это, прежде всего, совершенствование регулирования полномочий органов местного самоуправления, более четкое определение места муниципального уровня власти в единой системе публичной власти, его развитие как института гражданского общества, реализующего различные формы непосредственного народовластия, укрепление финансовой основы всех видов муниципалитетов и преодоление хронической финансовой необеспеченности муниципалитетов [3–7].

Оптимизация бюджетов МО должна обеспечиваться совершенствованием методов регулирования и клиентоцентричности управления.

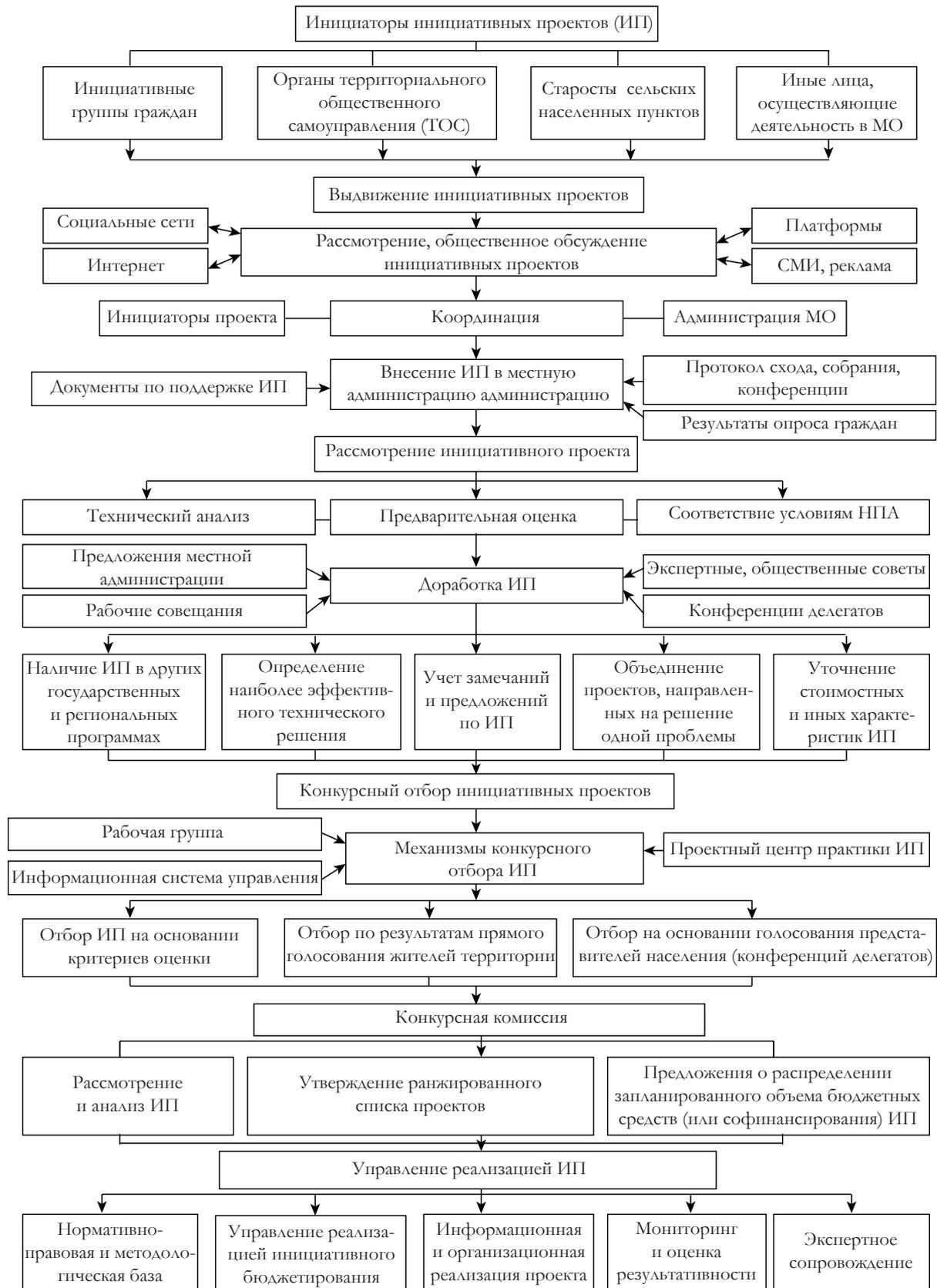
Целью статьи является исследование проектного управления в процессах подготовки и реализации инициативных проектов в сфере благоустройства городских территорий, а также оценка их вклада в потенциал территории МО.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Начиная с 2007 г. получила развитие практика реализации инициативных проектов, а с января 2021 г. в соответствии с Федеральным законом от 20 июля 2020 г. № 236-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [8] определены нормы, регулирующие возможность группе инициаторов из числа проживающих на территории МО граждан, а также органам территориального общественного самоуправления делать инициативные предложения по проведению работ с целью формирования современной городской среды, включающих озеленение, улучшение благоустройства и санитарно-эстетического состояния территорий и направленных на обеспечение комфортных условий проживания. Одновременно в рамках закона внесены поправки в Бюджетный кодекс РФ, включающие порядок внесения инициативных платежей граждан, наделение Министерства финансов РФ полномочиями по формированию методологии финансирования инициативных проектов граждан и его целевому использованию в рамках местного бюджета. На рисунке 1 представлена разработанная организационно-методическая схема подготовки и реализации инициативных проектов.

Анализ текущих итогов развития инициативного бюджетирования (по данным Министерства финансов РФ) показал, что на конец 2018 г. количество вовлеченных субъектов РФ в практику реализации инициативных проектов достигло 68 ед., а общее количество реализованных проектов составило 18 725 ед. Общая стоимость проектов оценена в 19,3 млрд руб., в том числе софинансирование со стороны

населения и бизнеса составило 1,8 млрд руб. В 2019 г. в 69 субъектах РФ доля населения, которая стала получать услуги, созданные в результате осуществления инициативных проектов, выросла до 34,3 % [9].



ИП – инициативный проект; МО – муниципальное образование; СМИ – средства массовой информации; НПА – нормативно-правовой акт; ТОС – территориально-общественное самоуправление

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Организационно-методическая схема реализации инициативных проектов

В научной литературе достаточно системно исследованы основные принципы, задачи, нормативно-правовые положения, методологические и организационно-методические подходы к подготовке и реализации инициативных проектов [10]. При этом следует выделить вклад в формирование методологии института развития инициативного бюджетирования ученых Центра инициативного бюджетирования Научно-исследовательского финансового института Министерства финансов РФ, в частности В.В. Вагина, И.В. Валюшицкой, Т.И. Виноградовой, Н.Г. Ивановой, Н.Г. Лукьяновой, Е.М. Мрачек, В.А. Федосова.

Вместе с тем ряд актуальных вопросов, связанных с процессом реализации инициативных проектов, на наш взгляд, недостаточно исследован. Важным является вопрос о включении практик инициативных проектов в состав механизмов реализации национальных проектов и государственных (муниципальных) программ по развитию комфортной городской среды. Актуальной проблемой также является использование методов проектного управления в направлении повышения значимости критериев успешности отдельного проекта, оценки бюджетного эффекта и т.д.

ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ

В условиях санкционного давления на экономику России требуется усилить меры по оптимизации финансовых ресурсов, совершенствованию планирования расходов на реализацию инициативных проектов, оценке достаточности ресурсов и решения проблем дефицита денежных средств для успешной их реализации. Использование денежных средств граждан при их участии в инициативных проектах по совершенствованию объектов городской среды является одной из важных задач развития территорий и влияет на формирование потенциала земельно-имущественного комплекса муниципального образования.

Инициативный проект – комплекс взаимосвязанных мероприятий с четко выраженными определенными целями на основе проектных идей и предложений граждан, направленных на выполнение задач повышения качества жизни и решение приоритетной для его жителей проблемы. В проектном управлении инициативный проект выступает как объект управления, характеризующийся конкретными территориально-пространственными и отраслевыми показателями (например, преобразование объектов городской среды), и как процесс достижения цели удовлетворения потребностей населения.

Следует отметить, что развитие градостроительных, организационно-производственных и социально-экономических процессов требует регулирующего воздействия и оптимизации существующей застройки, разработки и реализации новых проектов (в том числе инициативных), развития объектов недвижимости и земельно-имущественных комплексов. Целенаправленное территориально-пространственное развитие городской среды базируется на принципах преобразований (улучшения, благоустройства) земельных участков, зданий, формирования земельно-имущественных комплексов и т.д., согласования потребностей и трендов развития на основе их прогнозирования и планирования и должно учитывать установочные приоритеты МО при реализации практики инициативных проектов. В этой связи целесообразно повысить роль проектных центров по диагностике состояния городской среды и подготовке перечня городских и дворовых территорий, требующих повышения комфортности городской среды с целью информирования населения и активизации их участия в реализации инициативных проектов [11]. Применяя современную методологию проектного управления к инициативным проектам, важно базироваться на понятии жизненного цикла проекта, как совокупности приоритетных целей, реализации задач по преобразованию объектов, улучшению и благоустройству территорий, комплексному формированию городской среды, образующих законченный процесс реализации от возникновения проектной идеи до завершения проекта. Параметры жизненного цикла инициативного проекта могут быть интерпретированы, как функция пяти аргументов по развитию (преобразованию):

$$\text{ЖЦ} = f(\text{ПЦ}, \text{С}, \sum \text{Р}, \sum \text{Д}, \text{НПА}), \quad (1)$$

где ЖЦ – жизненный цикл проекта; ПЦ – проектная цель инициативного проекта; С – ресурсные потребности проекта; $\sum \text{Р}$ – объем работ по проекту; $\sum \text{Д}$ – длительность реализации проекта; НПА – нормативно-правовые акты.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Реализация инициативного проекта имеет следующие стадии жизненного цикла.

1. Предынвестиционно-концептуальная стадия инициации, включающая описание проблемного состояния городской среды; выдвижение инициативного предложения; обоснование проектных показателей и ожидаемого результата реализации инициативного проекта; организация общественных обсуждений; проведение проектного анализа и определение жизнеспособности проекта; разработка технико-экономического обоснования и бизнес-плана; внесение на рассмотрение субъекта, реализующего практику инициативного бюджетирования; рассмотрение инициативных проектов, включая их технический анализ, доработку и предварительный отбор; конкурсный отбор и утверждение инициативных проектов для реализации.

2. Планирование – включает проектирование, разработку структуры проекта, объемы работ, показатели потребности в материально-технических и трудовых ресурсах, продолжительность и стоимость работ, организационно-технологическую схему работ. Участниками выполнения инициативного проекта являются инициаторы проекта, администрация муниципального образования, рабочая группа практики инициативного бюджетирования, конкурсная комиссия и группа реализации практики/проектный центр, технический заказчик, подрядная организация. В целях софинансирования реализация инициативных проектов может осуществляться за счет средств инициаторов проекта, субсидий местного бюджета, а также межбюджетных трансфертов, предоставляемых из бюджета субъекта РФ.

3. Реализация инициативного проекта – строительство и сдача в эксплуатацию: функции по организации строительства выполняет заказчик, все виды ресурсов аккумулируются и объединяются под проект через закупки, оптимальным способом которых являются конкурсные подрядные торги; выбор поставщика и подрядчика на конкретные виды работ проводится на конкурсной основе; сдача в эксплуатацию, предоставление инвентаризационных и регистрационных услуг, оформление организационно-правовой формы собственности на объекты городской среды.

4. Эксплуатация преобразованных земельно-имущественных комплексов городской среды – выбор управляющей организации, техническое обслуживание, плановые ремонтные работы и другие восстановительные мероприятия.

Краткое исследование стадий жизненного цикла реализации инициативного проекта указывает на необходимость разработки практических рекомендаций по реализации такого вида проектов в формате проектного управления с целью обеспечения качества работ и результативности их выполнения на всех стадиях проекта.

Принципы и подходы к оценке эффективности реализации инициативных проектов должны выбираться на практике на основе анализа опыта и реализованных проектов с выделением наиболее важных показателей социальной, экономической и бюджетной эффективности.

Как показал анализ, бизнес-проектная составляющая реализации инициативных проектов требует дальнейшей доработки в составе операционного руководства с целью повышения компетенций работников государственных и муниципальных органов управления и инициативных граждан.

Следует отметить, что инициативные проекты в процессе их реализации, дополнительно вовлеченные в хозяйственную деятельность муниципалитета, повышают его потенциал и обеспечивают создание добавленной стоимости, рассматриваемой в качестве вклада в валовой муниципальный продукт, который определяется как сумма вновь созданных стоимостей товаров, работ и услуг, произведенных хозяйствующими субъектами, действующими на территории МО. Для оценки вклада результатов реализации инициативных проектов на территории МО предлагается следующая формула:

$$\text{ДВИП} = \text{ВСИП}/\text{ВМП}, \quad (2)$$

где ДВИП – доля вклада реализованного инициативного проекта в ВМП в %; ВМП – валовая добавленная стоимость, валовой муниципальный продукт; ВСИП – валовая добавленная стоимость реализованного инициативного проекта.

ВЫВОДЫ

В системе муниципального управления существенное внимание в современных условиях уделяется поиску инструментов привлечения финансирования в формирование комфортной среды на основе инициативного проектирования и бюджетирования.

Как показал анализ, бизнес-проектная составляющая реализации инициативных проектов требует дальнейшей доработки в направлении совершенствования конкурсного отбора и критериальной оценки инициативных проектов.

Главные объекты инициативных проектов дифференцированы по четырем направлениям развития, имеющим приоритетное значение для жителей муниципального образования, определяемым с учетом их мнения, и вносят вклад в реализацию национальных проектов.

С учетом непосредственного вклада в решение задач конкретного направления и стимулирующего воздействия на повышение активности населения необходимо: данному процессу придать в режиме мониторинга выявление дополнительных преимуществ практики инициативного проекта, а также обеспечить операционное сопровождение процессов, возникающих проблем и рисков на основе формирования цифровых платформ для информационного взаимодействия и ускорения процессов вовлечения жителей к участию в инициативных проектах по решению вопросов местного значения.

Библиографический список

1. Российская Федерация. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=303020&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.11257180051478133#003057359312789898> (дата обращения: 21.06.2022).
2. Российская Федерация. Распоряжение Правительства РФ от 13.02.2019 № 207-р «Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года». <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=318094&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.7111507585903463#009213213635899176> (дата обращения: 21.06.2022).
3. Российская Федерация. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями от 1, 2 июля 2021). <http://ivo.garant.ru/#/document/186367/paragraph/3555106:0/> (дата обращения: 21.06.2022).
4. Антипов В.Ю., Курохтина О.Ю. Развитие системы межбюджетных отношений на современном этапе: проблемы и тенденции. *Самоуправление*. 2020;(4):138–141.
5. Карцев Б.В., Мусинова Н.Н. Современные тренды местного самоуправления в Российской Федерации. *Вестник университета*. 2020;(6):17–22. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-6-17-22>
6. Мусинова Н.Н., Сергиенко Н.С. К вопросу о финансовом обеспечении инициативного бюджетирования. *Экономика и предпринимательство*. 2020;14(7):1295–1299.
7. Российская Федерация. Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в единой системе публичной власти» (Законопроект № 40361–8). <https://sozd.duma.gov.ru/bill/40361-8> (дата обращения: 21.06.2022).
8. Российская Федерация. Федеральный закон от 20.07.2020 № 236-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». <http://ivo.garant.ru/#/document/74399419/paragraph/1:0> (дата обращения: 21.06.2022).
9. Беленчук А.А., Вагин В.В. Доклад о лучшей практике развития инициативного бюджетирования в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях. М.: Финпол; 2019. https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=128384 (дата обращения: 21.06.2022).
10. Вагин В.В. Теоретические аспекты развития инициативного бюджетирования в России. *Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал*. 2016;(3):105–114.
11. Министерство финансов Российской Федерации. Методические рекомендации по подготовке и реализации практик инициативного бюджетирования в Российской Федерации. https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=132292-metodicheskie_rekomendatsii_po_podgotovke_i_ryealizatsii_praktik_initsiativnogo_byudzhetrovaniya_v_rossiiskoi_federatsii (дата обращения: 21.06.2022).

Reference

1. Russian Federation. *Decree of the President of the Russian Federation dated on 7 May 2018 No. 204 "On the national goals and strategic objectives of the development of the Russian Federation for the period up to 2024"*. <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=303020&fld=134&dst=1000000001.0&rnd=0.11257180051478133#003057359312789898> (accessed 21.06.2022).
2. Russian Federation. *Decree of the Government of the Russian Federation dated on 13 February 2019 No. 207-r "On Approval of the Spatial Development Strategy of the Russian Federation for the period up to 2025"*. <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=318094&fld=134&dst=1000000001.0&rnd=0.7111507585903463#009213213635899176> (accessed 21.06.2022).
3. Russian Federation. *Federal Law No. 131-FZ dated on 6 October 2003 "On the General Principles of Organization of Local Self-Government in the Russian Federation" (as amended and supplemented on 1, 2 July 2021)*. <http://ivo.garant.ru/#/document/186367/paragraph/3555106:0/> (accessed 21.06.2022).
4. Antipov V.Yu., Kurokhtina O.Yu. Development of a system of interbudgetary relations at the present stage: problems and trends. *Samoupravleniye*. 2020;(4):138–141.
5. Kartsev B.V., Musinova N.N. Current trends of local self-government in the Russian Federation. *Vestnik universiteta*. 2020;(6):17–22. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-6-17-22>
6. Musinova N.N., Sergienko N.S. On the issue of financial support for initiative budgeting. *International journal of economy and business = Journal of economy and entrepreneurship*. 2020;14(7):1295–1299.
7. Russian Federation. *Federal Law "On the General Principles of Organizing Local Self-Government in a Unified System of Public Power" (Draft Law No. 40361–8)*. <https://sozd.duma.gov.ru/bill/40361-8> (accessed 21.06.2022).
8. Russian Federation. *Federal Law No. 236-FZ dated on 20 July 2020 "On Amendments to the Federal Law "On General Principles of the Organization of Local Self-Government in the Russian Federation"* <http://ivo.garant.ru/#/document/74399419/paragraph/1:0> (accessed 21.06.2022).
9. Belenchuk A.A., Vagin V.V. *Report on the best practice for the development of initiative budgeting in the constituent entities of the Russian Federation and municipalities*. Moscow: Finpol; 2019. https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=128384 (accessed 21.06.2022).
10. Vagin V.V. Theoretical aspects of development initiative budgeting in the Russian Federation. *Financial journal*. 2016;(3):105–114.
11. Ministry of Finance of the Russian Federation. *Guidelines for the preparation and implementation of initiative budgeting practices in the Russian Federation*. https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=132292-metodicheskie_rekomendatsii_po_podgotovke_i_ryealizatsii_praktik_initsiativnogo_byudzhetrovaniya_v_rossiiskoi_federatsii (accessed 21.06.2022).

Управленческие проблемы удаленной работы в российских организациях в оценках удаленных работников

Пронин Владимир Юрьевич

Индивидуальный предприниматель, ORCID: 0000-0002-9828-4501, e-mail: proninvlr@yandex.ru

г. Москва, Россия

Аннотация

Удаленная работа становится все более важным способом организации труда, однако ее внедрение требует значительных изменений как на уровне работников, так и на уровне организации. Определение основных проблем, с которыми сталкиваются организации при реализации удаленных форматов, является особенно актуальной задачей на фоне значительного расширения практики удаленной работы в последние два года. В статье приводятся результаты социологического онлайн-опроса, проведенного среди российских удаленных работников из различных отраслей ($N = 402$). Выявлено, что в сравнении с традиционными моделями, удаленная работа оценивается в целом более позитивно и характеризуется улучшениями ряда важных для менеджмента характеристик. К числу наиболее проблемных областей отнесены: организационно-техническое обеспечение удаленной работы, социально-ролевые и социально-трудовые проблемы. Главным фактором, способствующим снижению остроты большинства проблем, является накопление опыта работы в удаленном режиме. Это свидетельствует об успешной адаптации к удаленному формату как со стороны работников, так и со стороны организации.

Ключевые слова

Удаленная работа, удаленные работники, организация труда, управленческие проблемы, трудовая мотивация

Для цитирования: Пронин В.Ю. Управленческие проблемы удаленной работы в российских организациях в оценках удаленных работников // Вестник университета. 2022. № 9. С. 28–36.

Managerial problems of remote work in Russian organisations: a remote workers' perspective

Vladimir Yu. Pronin

Individual Entrepreneur, ORCID: 0000-0002-9828-4501, e-mail: proninvlr@yandex.ru

Moscow, Russia

Abstract

Remote work becomes an increasingly important way of organising labor, but its implementation requires significant changes both at the employees level and at the organisation level. Identification and response to key challenges organisations face when implementing remote work is now especially relevant given the significant expansion of remote working practices over the past two years. The article presents the findings from a sociological online survey conducted among Russian remote workers from various industries ($N=402$). The study shows that, in comparison with traditional models, remote work is estimated, in general, more positively, and is characterised by improvements in a number of characteristics important for management. The most problematic areas include: organisational and technical support for remote work, and problems related to social roles and social protection. The main factor contributing to the reduction of the severity of most problems is the accumulation of experience in working remotely. This indicates successful adaptation to the remote format both on the part of employees and on the part of the organisation.

Keywords

Remote work, remote employers, labor organisation, managerial problems, labor motivation

For citation: Pronin V.Yu. (2022) Managerial problems of remote work in Russian organisations: a remote workers' perspective. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 28–36.

ВВЕДЕНИЕ

Удаленная работа стала одной из наиболее обсуждаемых тенденций в современной экономике. Во многом этому способствовала пандемия COVID-19 и комплекс противоэпидемиологических мер, предпринимаемых на государственном и корпоративном уровнях, однако соответствующие тенденции носят гораздо более долгосрочный и фундаментальный характер. Традиционная модель организации труда, сформировавшаяся в индустриальном обществе и в значительной мере сохранившаяся при переходе к постиндустриальному, основывается на концентрации трудовых ресурсов в определенном пространстве и времени. Требования эффективного разделения труда и использования производственных возможностей, функционального взаимодействия и обмена информацией, а также потребность в операционном контроле определяют необходимость физического соприсутствия персонала. Причем это справедливо как для производственной деятельности, так и для большинства отраслей сферы услуг.

© Pronin V.Yu., 2022.

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



Конкретные формы и места такого соприсутствия и совместного труда могут существенно различаться (цех, стройплощадка, магазин, офис), но их базовая социально-организационная основа остается одинаковой.

Концепция удаленной работы представляет собой кардинальный разрыв по отношению к традиционным моделям организации труда, как индустриальным, так и постиндустриальным. Начав разрабатываться в 1980-х гг. [1], она долгое время рассматривалась как маргинальный и периферийный подход к управлению организацией; при этом само понятие удаленной работы отличается крайней неопределенностью [2; 3]. К числу наиболее часто используемых критериев удаленной работы относятся:

- локализация трудовой деятельности за пределами контролируемого организацией физического пространства (офиса, производственного помещения и т.п.);
- доля времени, которую работник проводит вне организационного контекста при выполнении трудовых задач;
- использование информационно-коммуникационных технологий для осуществления работы или связи с коллегами и руководством в отсутствие прямого контакта с ними.

Признавая ограниченность отдельных критериев, можно, тем не менее, определить удаленную работу как любую оплачиваемую работу, выполняемую в условиях отсутствия непосредственного физического соприсутствия работников в одной пространственной локации. Хотя принципиальные возможности для ведения экономической деятельности с использованием удаленной работы сформировались уже во второй половине XX в., а для некоторых типов деятельности еще раньше, только с развитием постиндустриального общества и цифровой экономики возникли условия, которые сделали удаленную работу возможной в широком спектре отраслей и для широкого круга организаций, прежде всего в непромышленных секторах. Дополнительным стимулом стала пандемия COVID-19, которая вынудила искать новые модели организации труда среди большого числа компаний, не имевших ранее таких планов и соответствующего опыта.

Переход от традиционных моделей организации труда к моделям, основанным на удаленной работе, сопряжен с необходимостью решения множества управленческих проблем, значимость и последствия которых еще только начинают изучаться. Отказ от принципа физического соприсутствия членов организации подрывает базовые принципы менеджмента и организации управленческого процесса, особенно на операционном уровне, которые лежат в основе функционирования большинства организаций.

На рубеже веков исследователь удаленной работы У. Касцио назвал четыре ключевые управленческие проблемы удаленной формы организации труда: высокая стоимость организации рабочего места; культурные различия, особенно в глобально-распределенных компаниях; чувство изоляции; недостаток доверия [4]. Этот предварительный список является неполным, но даже он показывает, что проблемные области охватывают принципиально разные категории и аспекты управленческой деятельности: экономические, социальные, психологические.

Дальнейшие исследования в области удаленной работы показали, что реализация основанных на ней организационных моделей требует решения большого числа управленческих проблем в широком спектре областей: организации удаленного офиса; технологий и технической поддержки удаленных процессов; логистики и транспортного обеспечения; требований к умениям и навыкам удаленных работников; требований к умениям и навыкам менеджмента; управлению рисками; управлении процессами и процедурами; обеспечения безопасности и организационной связности; мониторинга и организационных изменений; планирования карьеры; организационной идентичности; мотивации и производительности и др. [5–9].

Однако относительная значимость и условия проявления управленческих проблем в различных организационных, культурных и институциональных контекстах только начинают изучаться. За последние два года во всем мире значительно расширилась практика использования моделей, основанных на удаленной работе, в различных отраслях и типах организаций. Это позволяет не просто фиксировать типичные управленческие проблемы, что является характерным для большинства современных исследований, проводимых консалтинговыми организациями, но и выявлять связь между остротой проблем и различными организационными контекстами и моделями организации труда, которые используют компании.

В настоящей статье приводятся результаты исследования, проведенного среди российских удаленных работников различных отраслей. Целью исследования было выявление ключевых проблем, связанных с реализацией удаленного формата работы, а также факторов, влияющих на их остроту.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проведено методом социологического онлайн-опроса по целевой группе российских удаленных работников. Для исследования была использована онлайн-панель независимого поставщика («Анкетолог»). Потенциальным респондентам, соответствующим критериям отбора, рассылались приглашения для участия в опросе. Отбор внутри целевой группы (работающие респонденты, работающие хотя бы часть своего времени в удаленном режиме) происходил случайным образом (вероятностная выборка). Респонденты представляют различные регионы Российской Федерации, различные отрасли и типы организации. Сбор данных выполнен в феврале 2022 г.

Всего участие в опросе приняли 402 человека, из них 66,2% – женщины, 33,8% – мужчины. Средний возраст участников опроса составил 38,5 лет (ст. откл. = 10,7). С точки зрения отраслевой принадлежности, наиболее часто встречающимися стали торговля и ремонт (16,7%), образование (15,2%), информационные технологии и телекоммуникации (11,2%) и финансы (8,7%). Почти половина (48,3%) работает в коммерческих компаниях, еще 17,2% – в бюджетных организациях, 14,2% – в госкомпаниях, 10,4% – на фрилансе, остальные – в структурах другого типа. В выборке в приблизительно равных пропорциях представлены организации разного размера. Только у 15,9% общий трудовой стаж не превышает 3 года. Таким образом, структура и размер выборки достаточны для решения задач исследования.

Инструментарий исследования включает в себя средства измерений различных аспектов удаленной работы. В настоящей статье представлены результаты, касающиеся характеристики основных организационно-управленческих проблем, с которыми сталкиваются компании, использующие удаленный формат работы, основанные на оценках со стороны работников. Используемый инструментарий также позволяет выявлять различия в остроте тех или иных проблем в зависимости от типа и характеристик организации, а также используемой модели организации удаленной работы.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Традиционно, внедрение организационных моделей с использованием удаленной работы было характерно, в первую очередь, для информационно-технологической сферы. Однако за последние два года такими экспериментами вынужденно занялись организации из многих других отраслей, в частности, образовательных, что отражено и в структуре выборки. Об этом говорит и распределение респондентов по опыту удаленной работы. Чуть более чем у половины опрошенных (55,7%) опыт удаленной работы исчисляется неделями или месяцами, еще у 17,4% – около года. От 1 до 3 лет работают на удаленке 17,9%, еще 9% работают в таком формате более 3 лет. Такие цифры соответствуют представлению о пандемийном факторе расширения практики удаленной работы в последние два года и поиска новых моделей организации труда.

Наложение фундаментальных тенденций к постепенному увеличению доли удаленной работы с вынужденными экспериментами 2020–2021 гг. заставляет ожидать значительного разнообразия в моделях организации труда с удаленными форматами. Используя три ключевых критерия удаленной работы, перечисленных выше (локализация труда, временные характеристики, использование информационных технологий), в ходе опроса были выявлены наиболее типичные формы использования удаленной работы.

Для оценки пространственных характеристик труда респондентам было предложено распределить бюджет своего рабочего времени (100%) по тем местам, в которых фактически осуществляется рабочий процесс. Две наиболее распространенные локации – это свой дом и офис (или другое помещение организации); их средняя доля составляет, соответственно, 53,5% и 33,1%. Другие локации занимают меньшую часть рабочего времени, в целом по выборке: 5,7% – в помещении клиента, 4,9% – вне помещения, 1,5% – в коворкинге или другом аналогичном помещении. При этом пятая часть опрошенных (21,9%) всю свою работу выполняют из дома, то есть, являются наиболее «чистым» типом удаленных работников.

Для определения временного параметра респондентам было предложено оценить долю рабочего времени, которую они в среднем проводят в удаленном режиме. Этот параметр относится к числу наиболее дискуссионных в концептуализации удаленной работы; в различных определениях доля времени, проводимого в удаленном режиме, варьируется от одного дня в неделю или меньше до 100% [2]. На наш взгляд, в этом случае целесообразно говорить о различных организационно-управленческих моделях, не устанавливая какого-то жесткого критерия. В обследованной выборке представлены модели с разной интенсивностью использования удаленного режима: 18,2% используют его очень редко или

нерегулярно; 16,7% проводят в удаленном режиме менее половины рабочего времени; 20,6% – около половины; 15,4% – более половины; 29,1% – практически или полностью вся работа осуществляется удаленно. Таким образом, с точки зрения временных характеристик выборка также демонстрирует значительное разнообразие организационных моделей.

Наконец, респондентам было предложено оценить интенсивность различных средств коммуникации в рабочем процессе. Распределение ответов показано в таблице 1.

Таблица 1

Частота использования различных электронных коммуникаций при удаленной работе, %

Вид коммуникаций	Вариант ответа			
	практически или совсем не использую	использую редко	использую иногда	использую часто
Электронная почта	7,2	9,0	17,4	66,4
Мессенджеры, чаты	5,5	7,2	20,9	66,4
Телефон	8,2	11,4	16,7	63,7
Видеосвязь	34,1	20,4	24,1	21,4
Технологии совместной групповой работы	39,8	24,1	19,9	16,2

Составлено автором по материалам исследования

Коммуникационную основу удаленной работы в большинстве случаев определяет комбинация трех каналов: электронной почты (асинхронная текстовая коммуникация), мессенджеров/чатов (синхронная текстовая) и телефона (синхронная аудиальная). Более насыщенные виды коммуникаций используются с меньшей интенсивностью.

Для исследования вопроса о том, можно ли на основании всех трех критериев выделить четкие организационные модели удаленной работы, была применена процедура двухэтапного кластерного анализа в программе SPSS. При использовании в качестве входных переменных всех трех критериев (11 переменных) был идентифицирован единственный кластер. При использовании только двух переменных (время и каналы коммуникации) было идентифицировано два кластера, но с низким значением качества модели (силуэтная мера связности менее 0,25). Такие результаты могут быть связаны как с характеристиками самих переменных, так и, что более вероятно, с высоким разнообразием форм организации удаленной работы, которое не разбивается естественным образом на небольшой набор четко идентифицируемых моделей.

Для ответа на ключевой вопрос исследования об организационно-управленческих проблемах удаленной работы были использованы две основные меры: сравнительная оценка отдельных аспектов работы в удаленном и традиционном режиме, а также прямая оценка остроты отдельных проблем при удаленной работе со стороны самих работников. В таблице 2 приведены результаты сравнительной оценки респондентами удаленного и традиционного форматов работы.

Таблица 2

Оценка респондентами удаленной работы по сравнению с традиционным форматом по отдельным параметрам, %

Параметр	Вариант ответа					
	значительно хуже	несколько хуже	примерно так же	несколько лучше	значительно лучше	неприменимо
Качество работы	2,2	12,9	44,0	17,9	20,6	2,2
Производительность труда	5,5	16,9	37,6	19,9	19,2	1,0

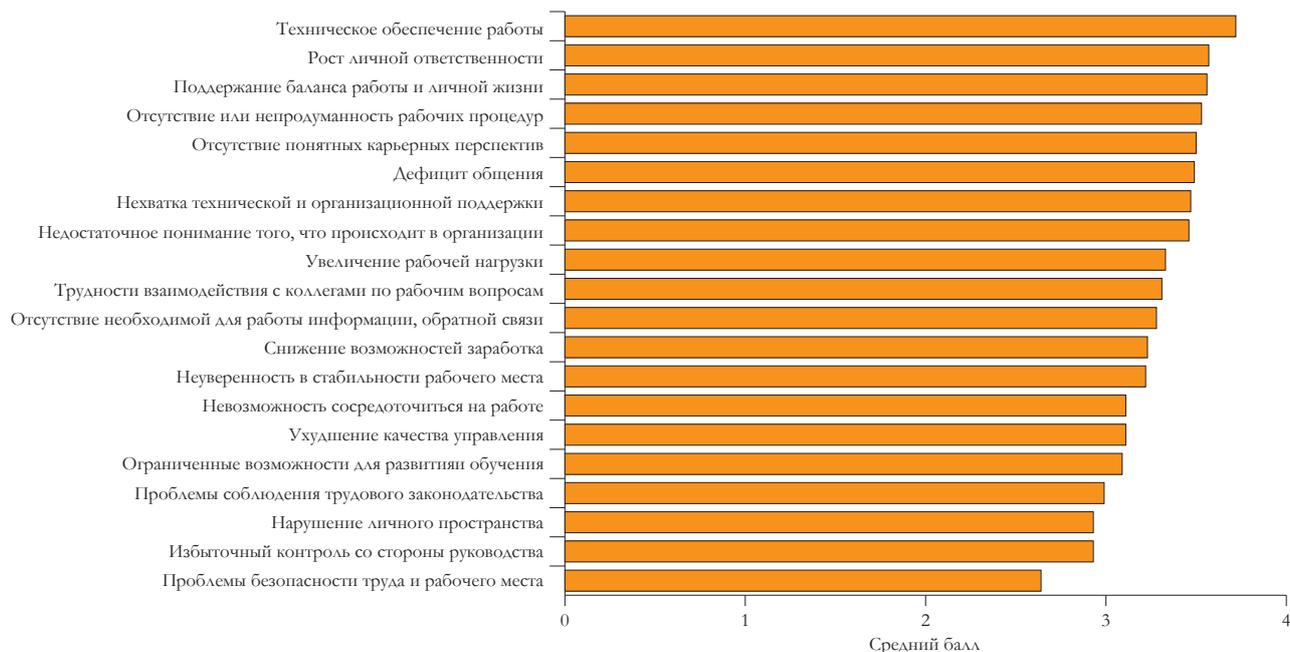
Параметр	Вариант ответа					
	значительно хуже	несколько хуже	примерно так же	несколько лучше	значительно лучше	неприменимо
Баланс работы и личной жизни	5,2	9,0	22,6	28,4	33,3	1,5
Уровень стресса	7,0	8,7	32,8	27,6	19,7	4,2
Общая удовлетворенность работой	3,7	10,4	35,1	24,9	24,9	1,0
Отношения с руководством	1,7	4,0	57,7	15,4	12,2	9,0
Отношения с коллегами	4,0	11,2	52,0	13,9	11,9	7,0
Общее отношение к компании, с которой я работаю	2,2	5,5	54,2	14,2	17,7	6,2
Уверенность в стабильности рабочего места	5,2	14,7	47,3	14,9	14,9	3,0
Возможности заработка	5,7	12,4	50,5	14,4	13,9	3,0

Составлено автором по материалам исследования

Из результатов опроса можно заключить, что общий баланс оценок показывает смещение в позитивную сторону; переход от традиционных к удаленным форматам работы с точки зрения самих работников имеет больше позитивных, чем негативных эффектов на различные аспекты, важные для управления организацией. При этом для приблизительно половины опрошенных к существенным изменениям переход к удаленному формату не привел. При общем положительном балансе оценок относительно более проблемными следует считать уверенность в стабильности рабочего места, возможности заработка и отношения с коллегами, – баланс оценок для этих параметров удаленной работы хотя и является положительным, но оказывается наименьшим и составляет менее 11%. Первые два параметра, негативно воспринимаемые работниками, соответствуют предположениям о том, что удаленная работа является фактором прекариатизации труда, что само по себе не является управленческой проблемой, хотя может иметь для организаций и общества в целом долгосрочные негативные последствия [10]. Относительная проблемность отношений с коллегами является одной из типичных проблем, с которыми ассоциируется удаленная работа [4].

Для оценки влияния различных моделей и форм организации удаленной работы оценки, приведенные в таблице 2, были преобразованы в порядковую шкалу с диапазоном от –2 (значительно хуже) до 2 (значительно лучше), с исключением тех, для кого такое сравнение неприменимо. Это позволило провести корреляционный анализ для выявления связи между параметрами удаленной работы и ключевой характеристикой модели организации удаленной работы – временной.

В результате анализа было выявлено, что доля рабочего времени, которую человек проводит в удаленном режиме, практически никак не связана с его сравнительной оценкой удаленной и традиционной модели работы. За исключением общей удовлетворенности работой, которая положительно связана с ее долей в общем бюджете рабочего времени ($\rho = 0,142$, $p < 0,01$), статистически значимая связь между переменными отсутствует. Однако общий опыт удаленной работы положительно и значимо связан с: качеством работы ($\rho = 0,223$), общей удовлетворенностью работой ($\rho = 0,217$), производительностью труда ($\rho = 0,182$), более низким уровнем стресса ($\rho = 0,163$), возможностями заработка ($\rho = 0,157$), – во всех этих случаях $p < 0,01$. Более слабая положительная связь выявлена также в случае отношений с руководством и баланса работы и личной жизни; никакой связи не выявлено в случае отношений с коллегами, отношения к компании и уверенности в стабильности рабочего места. Можно заключить, что накопление опыта удаленной работы позволяет лучше адаптироваться к новым форматам работы и повысить восприятие различных аспектов этого формата. С управленческой точки зрения, это означает, что проблемы и сопротивление изменениям на начальных этапах внедрения удаленной работы с большой долей вероятности носят временный характер и не должны рассматриваться как безусловный повод и причина отказа от новых организационных моделей.



Составлено автором по материалам исследования

Рис.1. Относительная значимость проблем удаленной работы

Респондентам также было предложено оценить по 7-балльной шкале остроту различных проблем, с которыми они столкнулись в своем опыте удаленной работы (от 1 до 7, большее значение означает большую остроту проблемы). На рисунке 1 отображен ранжированный по среднему баллу ряд проблем, который позволяет оценить их относительную важность в целом по выборке.

Наиболее острой проблемой, согласно результатам опроса, является техническое обеспечение рабочего процесса. Организация удаленной работы требует тщательного подбора технологий, которые способны обеспечить рутинные рабочие процессы, связанные как с содержанием труда, так и операционным взаимодействием внутри компании. Техническое обеспечение удаленной работы включает в себя оборудование индивидуального рабочего места, налаживание коммуникаций, приобретение программного обеспечения, освоение новых технологий, – все это требует затрат и организационных усилий. Проблемы технического обеспечения с самого начала назывались в числе главных при разработке моделей удаленной работы [4]. Вынужденная необходимость внедрения удаленной работы, с которой компании столкнулись с 2020 г., объективно способствовала проявлению этой проблемы и в российской экономике. При этом острота технических проблем тесно связана с продолжительностью опыта удаленной работы: если для тех, чей опыт ограничен максимум несколькими неделями, средняя оценка составляет 4,1 балла, то для тех, кто имеет опыт более 3 лет, она равна 2,9. Кроме того, существуют выраженные межотраслевые различия: наиболее острой проблема стала для обрабатывающих производств (4,9), сферы госуправления и безопасности (4,6) и транспорта/логистики (4,3), а наименее острой – для HORECA (2,3). Вопреки ожиданиям, в сфере информационных технологий острота технических проблем соответствует среднему значению. К сфере технико-организационных следует отнести также проблему неотработанности процедур, нехватку технической поддержки и отсутствие понимания того, что происходит в организации. Все эти проблемы имеют достаточно высокую значимость и отражают именно организационно-управленческие сложности, с которыми сталкиваются компании, внедряющие удаленный формат работы.

Второй ключевой блок проблем связан с социально-ролевой организацией труда в удаленном формате. Работа в удаленном режиме требует большей самостоятельности, самоорганизованности и личной ответственности, а также провоцирует ролевой конфликт из-за размывания границы между работой и личной жизнью. Также при этом нарушаются типичные модели социального взаимодействия. Этот блок проблем регулярно фиксируется в исследованиях удаленной проблемы. В отличие от технико-организационных проблем, они относятся к области «мягких» методов управления и в этом качестве сложнее для менеджмента.

Наконец, к числу наиболее серьезных следует отнести и социально-трудовые проблемы, выражающиеся, прежде всего, в увеличении неопределенности карьерных перспектив удаленных работников. Соответствуя логике прекариатизации труда, эта проблема также регулярно фиксируется в исследованиях, хотя обычно рассматривается как социальная, а не управленческая проблема. Однако с управленческой точки зрения, неопределенность карьерных перспектив сопряжена с рисками демотивации персонала и сложностями рекрутинга квалифицированных кадров.

Корреляционный анализ показал наличие отрицательной связи между длительностью опыта удаленной работы и остротой большинства перечисленных проблем. Наиболее сильной эта связь оказалась в случае отсутствия необходимой для работы информации ($\rho = -0,240$), снижения качества управления ($\rho = -0,224$), неспособности сосредоточиться ($\rho = -0,222$), дефицита технической и организационной поддержки ($\rho = -0,211$), ограничения возможностей обучения и развития ($\rho = -0,206$), непродуманности рабочих процедур ($\rho = -0,204$). Это свидетельствует о том, что переход к удаленным моделям требует определенного периода адаптации, как со стороны компании, так и со стороны работников, после которого острота большинства проблем снижается.

В отличие от опыта, выбор временной модели организации удаленной работы оказался никак не связанным с остротой управленческих проблем. Увеличение доли рабочего времени, которую работник проводит в удаленном режиме, несколько смягчает значимость таких проблем, как нарушение личного пространства и снижение уровня заработка, но величина эффекта невелика, а уровень значимости – умеренный. Во всех остальных случаях значимая связь отсутствует. Более глубокий анализ показал, что различия в воспринимаемой остроте проблем между работниками с разной вовлеченностью в удаленный формат существуют, носят существенный характер, но эта зависимость не является линейной и носит более сложный характер. Это может означать, что как таковая доля удаленной работы не является определяющим фактором организационно-управленческих проблем, а в выборе модели правильнее говорить о некотором оптимальном распределении бюджета времени между удаленными и неудаленными формами, и, что еще важнее, учитывать другие параметры, такие как специфика рабочих задач, используемые технологии или индивидуальные различия работников.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

За последние два года в России, как и других странах, значительно расширилась практика перехода компаний к тем или иным формам удаленной работы. Однако безотносительно к эффектам пандемии, отказ от традиционных моделей организации труда, основанных на концентрации персонала в одном пространстве-времени, в пользу более гибких и пространственно-распределенных форматов является устойчивой тенденцией в современной экономике. Поиск эффективных моделей организации удаленной работы остается актуальной задачей, а многие компании находятся на этапе экспериментирования и адаптации. С точки зрения самих работников, общий баланс оценок плюсов и минусов удаленной работы в сравнении с традиционными форматами является положительным. Как показывают результаты проведенного исследования, важным фактором, влияющим на остроту организационно-управленческих проблем удаленной работы, является фактор времени. Большой опыт удаленной работы устойчиво связан с меньшей остротой проблем в различных аспектах управления и организации труда, а также с более позитивными оценками удаленной работы в сравнении с традиционными форматами. Это свидетельствует о способности успешной адаптации к работе в условиях отказа от физического присутствия и концентрации трудовых ресурсов, со стороны как менеджмента, так и самих работников.

Тем не менее, переход к удаленной работе требует решения ряда важных проблем, от которых зависит эффективность и долговременная устойчивость организации. Во-первых, есть основания полагать, что полный переход к удаленному формату не является наилучшей бизнес-моделью, а более эффективными являются гибридные модели, сочетающие элементы удаленной и неудаленной работы, – хотя более точное определение оптимальных решений требует дальнейших исследований. Во-вторых, ключевой управленческой задачей при реализации удаленных моделей является организационно-техническое обеспечение удаленной работы и отладка рабочих процедур. В-третьих, переход к удаленной работе сопряжен с рядом социально-ролевых конфликтов и проблем, требующих усиления внимания к качеству «мягких» методов управления и социальным аспектам организации труда. В-четвертых, удаленная работа

устойчиво ассоциируется с прекариатизацией труда, что, в свою очередь, требует расширения социально-трудовых и карьерных гарантий удаленных работников для обеспечения долгосрочной устойчивости и привлекательности компании для потенциальных работников. Несмотря на наличие этих проблем, есть все основания полагать, что удаленная работа имеет значительный потенциал и может лежать в основе эффективных бизнес-моделей в различных отраслях экономики.

Библиографический список / References

1. Olson M.H. Remote office work: changing patterns in space and time. *Communications of the ACM*. 1983;26(3):182–187. <https://www.doi.org/10.1145/358061.358068>
2. Sullivan C. What's in a name? Definitions and conceptualisations of teleworking and homeworking. *New Technology Work and Employment*. 2003;18(3):158–165. <https://doi.org/10.1111/1468-005X.00118>
3. Felstead A., Henseke G. Assessing the growth of remote working and its consequences for effort, well-being and work-life balance. *New Technology, Work and Employment*. 2017;32(3):195–212. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12097>
4. Cascio W.F. Managing a virtual workplace. *Academy of Management Executive*. 2000;14(3):81–90. <https://doi.org/10.5465/ame.2000.4468068>
5. Nickson D., Siddons S. *Remote working: linking people and organizations*. Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann; 2004. 215 p.
6. Miller M.J. *Exploring organizational identification among remote employees: a qualitative inquiry*. PhD Dissertation. Ann Arbor: University of Michigan; 2012. 120 p.
7. Richardson J., Kelliher C. Managing visibility for career sustainability: a study of remote workers. In: Vos A. de, Heijden B. van der. *Handbook of Research on Sustainable Careers*. Cheltenham; Northampton: Edward Elgar; 2015. P. 116–130.
8. Manko B.A., Rosiński J. Success factors in managing remote work: a global perspective. *Organization & Management*. 2021;1:41–56. <https://doi.org/10.29119/1899-6116.2021.53.4>
9. Dryselius A., Pettersson J. Understanding the threats and opportunities to motivation during enforced remote work. *Stockholm: KTH Royal Institute of Technology*; 2021. 57 p.
10. Lord P. The social perils and promise of remote work. *Journal of Behavioral Economics for Policy*. 2020;4(Special Issue): 63–67. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3613235>

Исследование условий кадрового обеспечения с целью выявления адаптивности российских высших учебных заведений к развитию международного сотрудничества с применением цифровых образовательных технологий

Танина Мария Алексеевна

Канд. экон. наук, доц. каф. менеджмента, информатики и общегуманитарных наук
ORCID: 0000-0001-7311-6280, e-mail: Margo10@inbox.ru

Бондаренко Владимир Викторович

Д-р экон. наук, проф. каф. менеджмента, информатики и общегуманитарных наук, директор филиала
ORCID: 0000-0002-6716-1963, e-mail: bond40@bk.ru

Юдина Вера Александровна

Канд. экон. наук, зав. каф. менеджмента, информатики и общегуманитарных наук
ORCID: 0000-0001-9835-9430, e-mail: vayudina@fa.ru

Пензина Дарья Петровна

Студент магистратуры, ORCID: 0000-0003-2919-8404, e-mail: darya.pitaikina@yandex.ru

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Пензенский филиал), г. Пенза, Россия

Аннотация

В современных условиях экономической и политической напряженности крайне актуальным является проведение исследования адаптивности системы высшего образования Российской Федерации к развитию международного сотрудничества с применением цифровых образовательных технологий. При этом одним из ключевых ресурсов, используемых в процессе реализации механизмов международного сотрудничества в системе высшего образования, является кадровая обеспеченность российских вузов. В настоящем исследовании проведен анализ эффективности кадрового обеспечения вузов Российской Федерации на предмет соответствия актуальным требованиям рынка цифровых и дистанционных технологий обучения, а также готовности к применению механизмов развития международного сотрудничества в условиях глобальной цифровизации образовательного пространства по статистическим данным. Проанализирована динамика индекса цифровой грамотности научно-педагогических работников вузов Российской Федерации. В результате корреляционно-регрессионного анализа связи между численностью иностранных студентов, обучающихся в России, и показателей результативности научно-исследовательской деятельности, остротенности и индекса цифровой грамотности научно-педагогических работников в Российской Федерации выявлены сильные прямые зависимости. Сделан вывод, что повышение эффективности кадрового обеспечения и рост цифровой грамотности научно-педагогических работников российских вузов будет положительно влиять на конкурентоспособность и адаптивность системы высшего образования Российской Федерации на международном образовательном рынке.

Ключевые слова

Адаптивность высших учебных заведений, кадровое обеспечение, международный образовательный рынок, международное сотрудничество, цифровые образовательные технологии

Благодарности. Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации на тему: «Разработка механизмов реализации международного сотрудничества в системе высшего образования России в условиях дистанционных технологий обучения и цифровой трансформации образовательной системы» (ВТК-ГЗ-ПИ-48-22).

Для цитирования: Танина М.А., Бондаренко В.В., Юдина В.А., Пензина Д.П. Исследование условий кадрового обеспечения с целью выявления адаптивности российских высших учебных заведений к развитию международного сотрудничества с применением цифровых образовательных технологий // Вестник университета. 2022. № 9. С. 37–46.



Study of staffing conditions to identify the adaptability of Russian higher education institutions to develop international cooperation using digital learning technologies

Maria A. Tanina

Cand. Sci (Econ.), Assoc. Prof. at the Department of Management, Informatics and General Humanitarian Sciences
ORCID: 0000-0001-7311-6280, e-mail: Margo10@inbox.ru

Vladimir V. Bondarenko

Dr. Sci (Econ.), Prof. at the Department of Management, Informatics and General Humanitarian Sciences, Director of the Branch
ORCID: 0000-0002-6716-1963, e-mail: bond40@bk.ru

Vera A. Yudina

Cand. Sci (Econ.), Head of the Department of Management, Informatics and General Humanitarian Sciences
ORCID: 0000-0001-9835-9430, e-mail: vayudina@fa.ru

Darya P. Penzina

Graduate Student, ORCID: 0000-0003-2919-8404, e-mail: darya.pitaikina@yandex.ru

Financial University (Penza branch), Penza, Russia

Abstract

In current conditions of economic and political tension, it is extremely urgent to conduct a study of the adaptability of the higher education system of the Russian Federation to the development of international cooperation with the use of digital educational technologies. At the same time, one of the key resources used in the implementation of international cooperation mechanisms in the higher education system is the staffing of Russian universities. The study analysed the staffing effectiveness of the Russian universities for compliance with the current requirements of the digital and distance learning technologies market, and readiness for the use of mechanisms for the development of international cooperation in the context of global digitalisation of the educational space according to statistical data was carried out. The dynamics of the digital literacy index of scientific and pedagogical staff in the Russian universities is analysed. The correlation and regression analysis of the relationship between the number of foreign students studying in Russia and the indicators of research performance, tenure and the digital literacy index of scientific and pedagogical staff in the Russian Federation revealed strong direct correlations. It has been concluded that the increase in the efficiency of staffing and the growth of digital literacy of scientific and pedagogical staff of Russian universities will have a positive impact on the competitiveness and adaptability of the higher education system of the Russian Federation in the international educational market.

Keywords

Adaptability of higher education institutions, staffing, international educational market, international cooperation, digital educational technologies

Acknowledgements. The article was prepared based on the results of the research carried out at the expense of the state assignment of the Financial University under the Government of the Russian Federation on “Development of mechanisms for implementing international cooperation in the Russian higher education system under conditions of distance learning technologies and digital transformation of the educational system” (VTK-GZ-PI-48-22).

For citation: Tanina M.A., Bondarenko V.V., Yudina V.A., Penzina D.P. (2022) Study of staffing conditions to identify the adaptability of Russian higher education institutions to develop international cooperation using digital learning technologies. Vestnik universiteta, no. 9, pp. 37–46.



ВВЕДЕНИЕ

Задача наращивания экспорта российского высшего образования, повышение его конкурентоспособности и развитие международного сотрудничества в данной области является приоритетной на протяжении последнего десятилетия. В рамках решения данной задачи реализовывались и реализуются множество федеральных проектов и программ. Так, например, ключевыми задачами программы «Приоритет-2030» для университетов являются развитие международного сотрудничества, расширение межинституционального сетевого взаимодействия, что в конечном итоге будет способствовать повышению объемов экспорта российского образования [1]. При этом одним из ключевых ресурсов, используемых в процессе реализации механизмов международного сотрудничества в системе высшего образования, является кадровая обеспеченность российских вузов.

В современных условиях экономической и политической напряженности крайне актуальным является проведение исследования адаптивности системы высшего образования Российской Федерации (далее – РФ) к развитию международного сотрудничества с применением цифровых образовательных технологий.

Процессы цифровизации образовательной системы России на всех уровнях активно реализуются на протяжении последнего десятилетия. Государственная программа РФ «Развитие образования до 2030 года» [2] определяет следующие задачи: развитие различных цифровых инструментов и сервисов и создание условий для их использования в образовательных организациях, а также обучение педагогов использованию данных инструментов и сервисов в учебной деятельности.

В условиях пандемии COVID-19 в 2020 г. в России все вузы были вынуждены в кратчайшие сроки перестроиться на дистанционный цифровой формат обучения как российских, так и иностранных студентов, что способствовало значительному повышению цифровой грамотности научно-педагогических работников и обучающихся, а также созданию комфортных условий для обучения.

Проведем более подробный анализ кадровой обеспеченности российских вузов.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Значительное число отечественных исследователей анализировали вопросы кадрowego обеспечения, кадрового потенциала российских вузов. Например, А.А. Борисова с соавторами [3] провели оценку готовности кадрового обеспечения вуза соответствовать внешним глобальным трансформациям и обеспечивать адаптивное изменение своей профессиональной деятельности.

В современных турбулентных условиях глобальной социально-экономической среды процессы кадрового обеспечения вузов должны быстро меняться и адаптироваться к внешним изменениям. Российские исследователи анализировали вопросы готовности научно-педагогических работников вузов к изменениям, их вовлеченности в трудовой процесс, мотивации и процессы профессионального выгорания [4–8].

Анализ источников показывает, что подавляющее большинство ученых в своих работах подчеркивает значимость профессионального развития научно-педагогических работников и процессов повышения эффективности кадрового обеспечения российских университетов как фактора инновационного развития, повышения конкурентоспособности вуза как в своей стране, так и за рубежом [9].

Процессы активизации применения дистанционных технологий обучения, обусловленные пандемией, также стимулируют вузы развивать цифровые компетенции научно-педагогических работников и совершенствовать процессы кадрового обеспечения с целью поддержания качества образования. При этом исследователи отмечают, что процессы формирования кадрового обеспечения российских вузов мало мобильные, сложно поддаются изменению и реформированию [3].

ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ

В работе представлены результаты анализа кадрового обеспечения вузов РФ на предмет соответствия актуальным требованиям цифровых и дистанционных технологий обучения, а также результативности использования механизмов развития международного сотрудничества в условиях глобальной цифровизации образовательного пространства.

Исследование включало сбор и анализ статистических данных о динамике показателей мониторинга эффективности деятельности вузов, характеризующих качество кадрового обеспечения: «Е.2. Научно-исследовательская деятельность» и «Е.8. Дополнительный показатель» (остепененность

профессорско-преподавательского состава), а также индекса цифровой грамотности научно-педагогических работников (далее – НППР). Применялась обработка данных с использованием научных методов и сравнительный анализ результатов. В исследовании проанализированы показатели российских вузов на основе сравнительного анализа материалов, размещенных в сети «Интернет», публикаций в различных изданиях, с учетом методических подходов к проведению исследования, разработанных с участием научно-учебной лаборатории Пензенского филиала Финансового университета при Правительстве РФ «Стратегии повышения конкурентоспособности международной деятельности вузов в глобальном цифровом пространстве» (приказ от 28.05.2021г. № 1216/0).

С целью оценки результативности использования кадровых ресурсов российских вузов при реализации механизмов развития международного сотрудничества в условиях глобальной цифровизации образовательного пространства использовался метод корреляционно-регрессионного анализа. В ходе данного анализа проводилась оценка влияния показателей качества кадрового обеспечения из мониторинга эффективности деятельности вузов: «Е.2. Научно-исследовательская деятельность» и «Е.8. Дополнительный показатель», а также индекса цифровой грамотности на численность иностранных студентов, обучающихся в России.

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ

С целью мониторинга эффективности кадрового обеспечения вузов РФ на предмет соответствия актуальным требованиям рынка цифровых и дистанционных технологий обучения, а также готовности к применению механизмов развития международного сотрудничества в условиях глобальной цифровизации образовательного пространства была проведена оценка динамики показателей, характеризующих кадровое обеспечение российских вузов, которые представлены в форме № ВПО-1 «Сведения об организации, осуществляющей образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», представленной на сайте министерства науки и высшего образования РФ (табл. 1).

Таблица 1

Динамика показателей, характеризующих кадровое обеспечение вузов Российской Федерации

Наименование показателя	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение 2021 г. к 2017 г.
Общая численность обучающихся вузов РФ, чел.	4 400 528	4 161 672	4 068 327	4 049 333	4 044 203	–356 325
Общая численность работников вузов РФ, чел.	624 756	607 903	590 824	576 276	563 046	–61 710
Численность руководящего персонала вузов РФ, чел.	485 518	477 032	468 546	463 217	456 280	–29 238
Численность работников вузов РФ, имеющих высшее профессиональное образование, чел.	29 576	30 530	29 691	29 405	29 104	–472
Общая численность профессорско-преподавательского состава, чел.	238 858	236 057	229 334	223 088	217 653	–21 205
Численность профессорско-преподавательского состава, имеющего высшее профессиональное образование, чел.	238 848	236 045	229 307	223 073	217 631	–21 217
Численность профессорско-преподавательского состава, имеющего ученую степень доктора наук, чел.	38 542	37 126	36 283	35 039	33 901	–4 641

Окончание табл. 1

Наименование показателя	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение 2021 г. к 2017 г.
Доля профессорско-преподавательского состава, имеющего ученую степень доктора наук, %	16	16	16	16	16	0
Численность профессорско-преподавательского состава, имеющего ученую степень кандидата наук, чел.	139 489	136 528	132 938	129 628	126 878	-12 611
Доля профессорско-преподавательского состава, имеющего ученую степень кандидата наук, %	58	58	58	58	58	0
Численность профессорско-преподавательского состава, имеющего ученое звание профессора, чел.	25 756	24 832	23 955	23 706	21 301	-4 455
Численность профессорско-преподавательского состава, имеющего ученое звание доцента, чел.	89 652	88 536	87 369	84 832	83 886	-5 766
Численность профессорско-преподавательского состава, освоившего дополнительные программы повышения квалификации (или) профессиональной подготовки за предыдущий учебный год, чел.	148 520	150 256	155 762	148 117	144 025	-4 495

Источник: [10]

Из данных таблицы следует, что численность обучающихся российских вузов ежегодно снижается. В 2021 г. численность обучающихся была на 356 325 чел. (8,1 %) ниже численности 2017 г. Сокращение численности обучающихся влечет за собой сокращение общей численности персонала вузов России, которая снизилась в 2021 г. на 9,88 % по сравнению с уровнем 2017 г., при этом численность руководящего персонала снизилась на 6,02 %, а численность профессорско-преподавательского состава – на 8,88 %. Однако, сокращение численности профессорско-преподавательского состава в вузах РФ не приводит к снижению качественного состава персонала, поскольку доля НПП, имеющих ученую степень доктора наук остается неизменной на протяжении 2017–2021 гг. и составляет 16 %, а доля НПП, имеющих ученую степень кандидата наук также не меняется и составляет 58 %.

С целью оценки показателей кадрового обеспечения вузов РФ и результативности международной деятельности проведен анализ динамики уровня показателей, отраженных в информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга эффективности деятельности образовательных организаций высшего образования за 2021–2017 гг. (табл. 2).

Таблица 2

Динамика показателей кадрового обеспечения и международной деятельности вузов Российской Федерации по данным мониторинга эффективности деятельности вузов

Наименование показателя	Медианные значения					Изменение 2021 г. к 2017 г.
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	
Е.2. Научно-исследовательская деятельность (объем НИОКР в расчете на одного НПП, тыс. руб.)	100,80	102,50	102,90	103,30	103,30	2,50

Наименование показателя	Медианные значения					Изменение 2021 г. к 2017 г.
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	
Е.3. Международная деятельность (удельный вес численности иностранных студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, в общей численности студентов (приведенный контингент))	4,01	4,28	4,98	5,85	5,92	1,91
Е.8. Дополнительный показатель (численность сотрудников, из числа профессорско-преподавательского состава (приведенных к доле ставки), имеющих ученые степени кандидата или доктора наук, в расчете на 100 студентов)	3,06	3,29	3,38	3,41	3,39	0,33
Численность иностранных обучающихся в РФ, чел.	229 320	256 864	282 295	315 126	324 000	94 680

Источники: [11; 12]

По данным таблицы 2 следует, что медианное значение показателя Е.2. «Научно-исследовательская деятельность» (объем научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) в расчете на одного НПР, тыс. руб.) возрастает на протяжении 2017–2021 г., что свидетельствует о повышении результативности научно-исследовательской деятельности профессорско-преподавательского состава российских вузов, что положительно характеризует условия кадрового обеспечения системы высшего образования.

С целью эффективного применения цифровых и дистанционных технологий обучения научно-педагогические работники российских вузов должны обладать определенными компетенциями. Коллектив авторов [13] провел исследование цифровой грамотности российских педагогов и их готовность к использованию цифровых технологий в учебном процессе и разработал индекс и компоненты цифровой грамотности педагогов, который включает в свой состав 5 частных индексов. Каждый из частных индексов измеряется в процентах (максимальное значение 100%) на основе опроса репрезентативной выборки НПР российских вузов по группам вопросов, относящихся к конкретному частному индексу. Общий индекс цифровой грамотности НПР вузов рассчитывается как среднее арифметическое перечисленных выше частных индексов (табл. 3).

Таблица 3

Динамика индекса цифровой грамотности научно-педагогических работников вузов Российской Федерации

Наименование показателя	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение 2021 г. к 2017 г.
Частные индексы, %	-	-	-	-	-	-
Информационная грамотность, %	80,50	81,70	83,90	89,60	90,20	9,07
Компьютерная грамотность, %	81,80	82,90	86,10	92,80	94,10	12,30
Медиаграмотность, %	81,20	82,10	84,20	88,90	90,50	9,30
Коммуникативная грамотность, %	77,90	78,70	80,80	87,50	89,80	11,90
Отношение к технологическим инновациям, %	62,10	63,30	66,50	74,20	77,60	15,50
Общий индекс цифровой грамотности, %	76,70	77,74	80,30	86,60	88,44	11,74

Источник: [13]

По итогам 2021 г. значение индекса цифровой грамотности НПР вузов составляет 88,44 %, при этом самое низкое значение частного индекса наблюдается у показателя «Отношение к технологическим

инновациям» – 77,6 %, на основе чего можно сделать вывод, что многие НПР не до конца овладели навыками работы с современными цифровыми дистанционными технологиями и гаджетами, а также значительная часть профессорско-преподавательского состава хоть и использует данные технологии, но убеждена в том, что качество образования при этом снижается и не видят значительной пользы и преимуществ от внедрения технологических инноваций в систему обучения.

С целью оценки результативности использования кадровых ресурсов российских вузов при реализации механизмов развития международного сотрудничества в условиях глобальной цифровизации образовательного пространства был проведен корреляционно-регрессионный анализ связи между численностью иностранных студентов, обучающихся в России, и показателями кадрового обеспечения, взятыми из мониторинга эффективности деятельности вузов и индекса цифровой грамотности НПР в РФ [11].

Для вычисления коэффициента корреляции r_{xy} между исследуемыми величинами использовалась формула [14, с. 298]:

$$r_{xy} = \frac{\overline{xy} - \overline{x}\overline{y}}{\sigma_x \sigma_y}, \quad (1)$$

где x – факторный показатель (фактор влияния); y – результативный показатель; σ_x – среднее квадратическое отклонение величины x ; σ_y – среднее квадратическое отклонение величины y ; Промежуточные показатели вычислялись по формулам:

$$\left. \begin{aligned} \sigma_x &= \sqrt{\overline{x^2} - (\overline{x})^2}; \\ \sigma_y &= \sqrt{\overline{y^2} - (\overline{y})^2}. \end{aligned} \right\} \quad (2)$$

Полученный коэффициент корреляции будет значимым, если расчетное значение t -критерия Стьюдента $t_{расч.}$ больше табличного $t_{табл.} = 2,1604$ [14, с. 458]. При этом значение $t_{расч.}$ вычислялось по формуле:

$$t_{расч.} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}, \quad (3)$$

где n – число статистических наблюдений (размер выборки).

Кроме того, использовалось уравнение линейной регрессии:

$$\overline{y_x} = a_0 + a_1x, \quad (4)$$

где a_0, a_1 – постоянные коэффициенты:

$$\left. \begin{aligned} a_0 &= \overline{y} - a_1\overline{x}; \\ a_1 &= \frac{n\sum_{xy} - \sum_x \sum_y}{n\sum_{x^2} - (\sum_x)^2}. \end{aligned} \right\} \quad (5)$$

В таблице 4 представлены сводные результаты корреляционно-регрессионного анализа.

Таблица 4

Сводные результаты корреляционно-регрессионного анализа связи между численностью обучающихся в России иностранных студентов и показателями мониторинга эффективности деятельности вузов

Фактор влияния, x	Коэффициент корреляции r_{xy}	Характеристика (теснота) связи	t -критерий Стьюдента (расчетный)	Значимость r_{xy} по t -критерию Стьюдента	Уравнение регрессии $\overline{y_x} = a_0 + a_1x$
Е.2. Научно-исследовательская деятельность (объем НИОКР в расчете на одного НПР, тыс. руб.)	0,93	Сильная, прямая (0,7 < r_{xy} ≤ 0,99)	8,01	Значимый ($t_{расч.} > t_{табл.}^*$)	$\overline{y_x} = -402 + 2\,749x$

Фактор влияния, x	Коэффициент корреляции r_{xy}	Характеристика (теснота) связи	t -критерий Стьюдента (расчетный)	Значимость r_{xy} по t -критерию Стьюдента	Уравнение регрессии $\bar{y}_x = a_0 + a_1x$
Е.8. Дополнительный показатель (численность сотрудников, из числа профессорско-преподавательского состава (приведенных к доле ставки), имеющих ученые степени кандидата или доктора наук, в расчете на 100 студентов)	0,89	Сильная, прямая ($0,7 < r_{xy} \leq 0,99$)	6,91	Значимый ($t_{\text{расч.}} > t_{\text{табл.}}^*$)	$\bar{y}_x = -11\,94 + 85\,516x$
Индекс цифровой грамотности НИП, %	0,97	Сильная, прямая ($0,7 < r_{xy} \leq 0,99$)	13,5	Значимый ($t_{\text{расч.}} > $)	$\bar{y}_x = -1\,546 + 34\,54x$

* $t_{\text{табл.}} = 2,16$.

Составлено автором по материалам исследования

Таким образом, в результате корреляционно-регрессионного анализа выявлены сильные прямые зависимости. Следовательно, рост показателей эффективности кадрового обеспечения российских вузов (результативность научно-исследовательской деятельности, острепенность научно-педагогически работников и индекс цифровой грамотности) оказывают сильное положительное влияние на численность иностранных студентов, обучающихся в российских вузах, которая выступает итоговым показателем эффективности международной деятельности вузов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам анализа адаптивности системы высшего образования Российской Федерации к развитию международного сотрудничества с применением цифровых образовательных технологий в разрезе кадрового обеспечения на основе статистических данных выявлено сокращение численности обучающихся в российских вузах, что обуславливает сокращение численности руководящего персонала и профессорско-преподавательского состава. С другой стороны, относительные показатели кадрового обеспечения российских вузов (остепенность) практически не меняются с течением времени. Выявлено, что на протяжении 2017–2019 гг. значительно возросло количество научно-педагогических работников, прошедших повышение квалификации (или) профессиональную подготовку за предыдущий учебный год, что свидетельствует о непрерывном росте компетентности профессорско-преподавательского состава российских вузов.

По показателям мониторинга эффективности деятельности вузов наблюдается положительная динамика результативности научно-исследовательской деятельности и острепенности профессорско-преподавательского состава российских вузов. Удельный вес численности иностранных студентов, обучающихся в российских вузах, в общей численности студентов также увеличился за 2017–2021 гг., что свидетельствует о повышении результативности использования механизмов развития международного сотрудничества в условиях глобальной цифровизации образовательного пространства. Перечисленные выше благоприятные тенденции во многом обусловлены реализацией федеральных проектов и программ («Проект 5-100», Программа «Приоритет-2030» и др.).

По результатам корреляционно-регрессионного анализа численности обучающихся в России иностранных студентов и показателями мониторинга эффективности деятельности вузов («Е.2. Научно-исследовательская деятельность», «Е.8. Дополнительный показатель») и индекса цифровой грамотности научно-педагогических работников в Российской Федерации выявлены сильные прямые зависимости. Следовательно, повышение эффективности кадрового обеспечения и рост цифровой грамотности научно-педагогических работников российских вузов будет оказывать положительное влияние на повышение адаптивности системы высшего образования Российской Федерации к развитию международного сотрудничества с применением цифровых образовательных технологий.

Библиографический список

1. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. Программа «Приоритет-2030». <https://minobrnauki.gov.ru/action/priority2030/?ysclid=l1dt3xkc3r> (дата обращения: 26.05.2022).
2. Российская Федерация. Государственная программа РФ «Развитие образования» до 2030 года (в ред. Постановления Правительства РФ от 07.10.2021 № 1701). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_286474/cf742885e783e08d9387d7364e34f26f87ec138f/ (дата обращения: 26.05.2022).
3. Борисова А.А., Дмитриева Л.И., Рязанцева И.В. Кадровое обеспечение вуза: ограничители роста и результативности. *Экономика труда*. 2020;7(12):1269–1280. <https://doi.org/10.18334/et.7.12.111256>
4. Вертий И.А. Мотивация как фактор развития профессионализма педагогов. *Достижения науки и образования*. 2018;2(7):91–94.
5. Веселова О.А. Профессиональная мотивация и уровень эмоционального выгорания у педагогов. *Вестник науки и образования*. 2019;72:96–98.
6. Искорнева Д.А. Трудовая мотивация педагогов высших учебных заведений. *Национальная ассоциация ученых*. 2018;37:38–40.
7. Соколова Д.А., Ладугина Е.Д., Корнеева А.А. Эмоциональное выгорание педагогов. *NovaInfo.Ru*. 2019;(103):107–108.
8. Чаплинская Я.И. Профессиональное выгорание как процесс отчуждения. *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. 2020;(56):122–128. <https://doi.org/10.17223/1998863X/56/12>
9. Танина М.А., Бондаренко В.В., Юдина В.А., Лескина О.Н. Отечественные практики повышения международной конкурентоспособности российских высших учебных заведений в условиях глобальных вызовов и угроз. *Вестник университета*. 2021;(6):61–69. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-6-61-69>
10. Министерство науки и высшего образования РФ. Форма № ВПО-1 «Сведения об организации, осуществляющей образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры». <https://minobrnauki.gov.ru/action/stat/highed/?ysclid=l17dag09fk> (дата обращения: 26.05.2022).
11. Главный информационно-аналитический центр. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга эффективности деятельности образовательных организаций высшего образования. <https://monitoring.miccedu.ru/?m=vro> (дата обращения: 26.05.2022).
12. Федеральная служба государственной статистики. *Россия в цифрах: Крат. стат. сб.* М.: Росстат-М.; 2021. 552 с. <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/12993> (дата обращения: 26.05.2022).
13. Аймалетдинов Т.А., Баймуратова Л.Р., Зайцева О.А., Имаева Г.Р., Спиридонова Л.В. *Цифровая грамотность российских педагогов. Готовность к использованию цифровых технологий в учебном процессе*. М.: НАФИ; 2021. 88 с.
14. Громько Г.Л. *Теория статистики*. М.: ИНФРА-М; 2015. 476 с.

References

1. Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation. *The programme “Priority-2030”*. <https://minobrnauki.gov.ru/action/priority2030/?ysclid=l1dt3xkc3r> (accessed 26.05.2022).
2. Russian Federation. *The State Programme of the Russian Federation “Development of Education” until 2030 (ed. Resolutions of the Government of the Russian Federation dated on 07.10.2021 No. 1701)*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_286474/cf742885e783e08d9387d7364e34f26f87ec138f/ (accessed 26.05.2022).
3. Borisova A.A., Dmitrieva L.I., Ryazantseva I.V. Higher education institution staffing: constraints to growth and efficiency. *Russian Journal of Labor Economics*. 2020;7(12):1269–1280. <https://doi.org/10.18334/et.7.12.111256>
4. Vertiy I.A. Motivation as a factor in the development of teachers’ professionalism. *Dostizheniya nauki i obrazovaniya*. 2018;2(7):91–94.
5. Veselova O.A. Professional motivation and level of emotional burning out of teachers. *Vestnik nauki i obrazovaniya*. 2019;72:96–98.
6. Iskorneva D.A. Labor motivation of teachers of higher educational institutions. *Natsional'naya assotsiatsiya uchbenykh*. 2018;37:38–40.
7. Sokolova D.A., Ladugina E.D., Korneeva A.A. Emotional burnout of teachers. *NovaInfo.Ru*. 2019;(103):107–108.
8. Chaplinskaya Ya.I. The burnout syndrome Professional burnout as a process of alienation. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya* 2020;(56):122–128. <https://doi.org/10.17223/1998863X/56/12>
9. Tanina M.A., Bondarenko V.V., Yudina V.A., Leskina O.N. Domestic practices of increasing the international competitiveness of Russian higher education institutions in the context of global challenges and threats. *Vestnik universiteta*. 2021;(6):61–69. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-6-61-69>

10. Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation. *Form No. VPO-1 "Information about the organisation that carries out educational activities for educational programmes of higher education – bachelor's degree programmes, specialty programmes, master's degree programmes"*. <https://minobrnauki.gov.ru/action/stat/highed/?ysclid=117dag09fk> (accessed 26.05.2022).
11. *Information and analytical materials on the results of monitoring the effectiveness of the activities of educational institutions of higher education*. <https://monitoring.miccedu.ru/?m=vpo> (accessed 26.05.2022).
12. Federal State Statistics Service. *Russia in numbers: Short. stat. coll.* M.: Rosstat-M.; 2021. 552 p. <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/12993> (accessed 26.05.2022). (In Russian).
13. Aimaletdinov T.A., Baymuratova L.R., Zaitseva O.A., Imaeva G.R., Spiridonova L.V. *Digital literacy of Russian teachers. Readiness to use digital technologies in the educational process*. M.: NAFI Publ. House; 2021. 88 p. (In Russian).
14. Gromyko G.L. *Theory of statistics*. M.: INFRA-M, 2015. 476 p. (In Russian).

Интеграция процессов разработки и внедрения инноваций в оборонном комплексе в формате «спрос – предложение»

Шинкевич Алексей Иванович¹

Д-р экон. наук, д-р техн. наук, зав. каф. логистики и управления
ORCID: 0000-0002-1881-4630, e-mail: ashinkevich@mail.ru

Харитонов Дмитрий Викторович²

Д-р техн. наук, зам. дир. научно-производственного комплекса
по производственной деятельности – начальник цеха
ORCID: 0000-0002-5121-6448, e-mail: haritonov.d1978@yandex.ru

¹Казанский национальный исследовательский технологический университет, г. Казань, Россия

²АО «Обнинское научно-производственное предприятие «Технология» имени А. Г. Ромашина», г. Обнинск, Россия

Аннотация

Цель исследования заключается в изучении процессов разработки и внедрения инноваций в оборонном комплексе в формате «спрос – предложение». Основными методами исследования являются диалектический и системный подход, метод формализации и моделирования, логико-функционального и логико-структурного анализа. В результате исследования разработана матрица жизненного цикла на этапах разработки и внедрения инноваций в оборонной промышленности, которая визуализирует задачи, функции, индикаторы, основные результаты по фазам и этапам жизненного цикла инноваций. Матрица предназначена менеджерам в качестве инструмента, помогающего сформулировать функции участников инновационного процесса, выполнять мониторинг и анализ проблемных зон в инновационной системе. Предложена бизнес-модель инновационной системы оборонного комплекса в формате «спрос – предложение», включающая элементы, создающие предложение и спрос на инновационную продукцию, элементы, реализующие механизмы посредничества между участниками, генерирующими спрос и предложение. Полученные результаты направлены на развитие методологии организации и управления разработкой и внедрением инноваций в оборонном комплексе. Они могут быть использованы органами власти при формировании инновационной политики, разработке и совершенствовании программ развития оборонной промышленности в России.

Ключевые слова

Инновации, оборонная промышленность, интеграция, жизненный цикл инноваций, спрос на инновации, предложение инноваций, индикаторы, ресурсы инновационной деятельности

Благодарность. Исследование выполнено в рамках гранта Президента Российской Федерации по государственной поддержке ведущих научных школ Российской Федерации № НШ-1886.2022.2

Для цитирования: Шинкевич А.И., Харитонов Д.В. Интеграция процессов разработки и внедрения инноваций в оборонном комплексе в формате «спрос – предложение» // Вестник университета. 2022. № 9. С. 47–55.

Integration of innovation development and implementation processes in defence industry according to a demand – supply format

Aleksei I. Shinkevich¹

Dr. Sci. (Econ.), Dr. Sci. (Tech.), Head of Logistics and Management Department
ORCID: 0000-0002-1881-4630, e-mail: ashinkevich@mail.ru

Dmitry V. Kharitonov²

Dr. Sci. (Tech.), Deputy Director of the Research and Production Complex for Production Activities – Head of the Workshop
ORCID: 0000-0002-5121-6448, e-mail: haritonov.d1978@yandex.ru

¹Kazan National Research Technological University, Kazan, Russia

²A.G. Romashin Obninsk Research and Production Enterprise “Technologiya”, Obninsk, Russia

Abstract

The purpose of this study is to investigate the development and implementation processes of defence innovation in a demand – supply format. The main research methods are the dialectical and systematic approach, the method of formalisation and modelling, logical-functional and logical-structural analysis. The result of the study is the design of a lifecycle matrix for the development and implementation phases of defence innovation that visualises the objectives, functions, indicators, key deliverables by phase and stage of the innovation lifecycle. The matrix is intended for managers as a tool to help formulate the functions of the participants in the innovation process and to monitor and analyse problem areas in the innovation system. A business model of the innovation system of the defense complex in the demand – supply format is proposed, including elements that create supply and demand for innovative products, implement mediation mechanisms between participants that generate supply and demand. The results obtained are aimed at developing a methodology for organising and managing the development and implementation of innovations in the defence industry and can be used by authorities in the innovation policy formation, in developing and improving the programmes for the defence industry development in Russia.

Keywords

Innovations, defense industry, integration, innovations life cycle, demand for innovations, innovations supply, indicators, innovation activity resources

Acknowledgements. The research was funded by the grant of the Russian Federation’s President for state support of leading scientific schools of the Russian Federation, project number NSh-1886.2022.2

For citation: Shinkevich A.I., Kharitonov D.V. (2022) Integration of innovation development and implementation processes in defence industry according to a supply-demand format. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 47–55.



ВВЕДЕНИЕ

В экономически и технически развитых странах активно распространяются различные формы интеграции процессов разработки и внедрения инноваций в виде совместного проведения научно-исследовательских работ, направленных преимущественно на обеспечение крупных технологических прорывов. В 1990-х гг. в работах американских ученых-экономистов получило количественное обоснование предположение Й. Шумпетера о том, что инновации являются главной движущей силой экономики [1]. Р. Лукас, П. Ромер, Р. Солоу разработали экономико-математические модели, которые наглядно демонстрировали взаимосвязь между спросом и предложениями на инновации на макроуровне и экономический рост на основе технического прогресса [2; 3]. Основными выводами этих моделей стало утверждение, что экономика, располагающая образованными человеческими кадрами и развитой наукой, имеет в долгосрочной перспективе лучшие шансы роста, чем экономика без инновационного предложения. Опираясь на это положение, практически все промышленно развитые страны объявили инновации приоритетным направлением экономического развития и активно занялись разработкой новых мер по стимулированию экономического роста через интеграцию процессов разработки и внедрения инноваций [4].

Система управления развитием интеграционных процессов в инновационной промышленной среде вызывает множество дискуссий, несмотря на значительный прогресс экономической науки в роли спроса и предложения на инновации. До сих пор не существует единого мнения относительно методологии классификации, ранжирования и анализа эффективности управления интеграционными процессами. Практически невозможно найти одни и те же количественные и качественные критерии для сравнения двух наиболее технологически продвинутых концепций – японской и американской. Если в японской модели ведущая роль в создании инноваций принадлежит крупным корпорациям и опирается на сложное корпоративное право, то американскую модель отличает сложный и действенный механизм финансирования инноваций через фондовый рынок, развитая сеть научно-технологических кластеров и частно-государственного партнерства [5–7]. Задача еще больше усложнится, если включить в такую классификацию новые инновационные системы, например модель имитации чужих технологий, на которой построена инновационная система Китая. Если американская и японская модели действуют с учетом авторского права, то китайская, наоборот, успешна благодаря тому, что данные права не соблюдаются.

Таким образом, сравнение инновационных систем разных стран до настоящего момента ограничивалось последовательным описанием каждой инновационной системы без выделения единых критериев для сравнения.

МАТРИЦА ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В ОБОРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Практика показывает, что государственное стимулирование интеграционных механизмов инновационной деятельности является сложным процессом, где результаты применения того или иного механизма стимулирования инновационной деятельности могут вызвать разные последствия в различных макроэкономических системах. Инновационная система представляет собой систему, внутри которой постоянно происходит взаимодействие между различными элементами. При этом каждый из элементов инновационной системы, будь то государственный институт или крупный бизнес, взаимодействуют и друг с другом, и одновременно включены во множество цепочек, связывающих их с другими элементами всей экономики страны [8].

Интеграционные инновационные процессы развиваются под влиянием национальных особенностей ведения бизнеса и управления государством, что обуславливает спрос и предложение на инновации. Поэтому существуют ограничения по внедрению механизмов стимулирования инноваций, которые успешны в одной стране, в научно-технологическую политику соседнего государства. В лучшем случае новые меры могут оказаться неэффективными, в худшем – усложнят и без того непростую систему взаимодействия между институтами и участниками инновационной системы.

Наконец, последствия экономического, политического или технологического государственного вмешательства в интеграционные процессы инновационной системы прогнозировать крайне затруднительно. Это связано в том числе с творческим характером процесса разработки инноваций. В любой инновационной системе происходит столкновение интересов различных участников. Собственники бизнеса, признавая стратегическую роль инноваций для экономики в целом, не всегда интересуются новыми технологиями, так как их целью является краткосрочная или среднесрочная выгода. Однако, инновации,

которые могут помочь собственникам снизить издержки производства или занять в кратчайшие сроки новые рынки, не всегда способствуют поступательному развитию экономики. Так, поспешность бизнеса входит в противоречие с интересами ученых, тщательно занимающихся научным процессом. Далее присоединяются интересы владельцев финансового капитала, ориентированные на постоянно меняющуюся стоимость валют, и интересы государства, в задачи которого входит стратегическое и устойчивое экономическое развитие. Развивая идеи основоположников теории инноваций, исследования современных экономистов логичным образом сводятся к поиску социально-экономических факторов, которые влияют на эффективность инновационной деятельности [2; 9]. Такими факторами может быть не только объем финансирования научных исследований, но и характеристика инновационной среды, в которой рождаются и материализуются новые идеи и знания.

В этой связи можно ввести понятие «инновационного бизнеса», что, в свою очередь, позволит перейти к терминам – «спрос», «предложение», «баланс», «прибыль» и т. д. Инновационный бизнес представляет собой бизнес, создающий свою стоимость через превращение инноваций в доход. В инновационном бизнесе существует два способа появления инновации:

- спрос на инновации, или потребность рынка в определенном товаре или услуге. К инновациям относятся нововведения, которые приводят к снижению издержек на производство существующих продуктов и услуг, а также модернизации маркетинга, приданию более выгодного вида продукции;
- предложение инноваций, или изобретательство, то есть интеллектуальная деятельность человека по созданию нового продукта, направленного на удовлетворение спроса, который отсутствует на рынке, но может появиться с появлением этого нового продукта.

Таким образом, можно утверждать о существовании двух классических бизнес-моделей инновационного процесса: от «идеи до продукта», или, в обратном направлении, «от спроса на продукт до идеи его создания». В бизнес-модели предложения инициатором создания нового продукта является собственник идеи, а в бизнес-модели спроса – потенциальный потребитель инновации. В бизнес-модели спроса возможны два варианта удовлетворения возникшей потребности (спроса): напрямую, через малые инновационные предприятия («модель прямого спроса»), или косвенно, через посредников в лице корпорации или государства («модель косвенного спроса»).

Инновационный процесс начинается с идеи, зародившейся в форме индивидуального знания. Затем инновация проходит несколько стадий, в которых она изменяется качественно (макет, прототип, опытная партия), и в итоге превращается в массовый продукт, отвечающий потребностям рынка. Процесс завершается модернизацией продукта или его заменой на принципиально новый продукт, в том числе вследствие изменения рыночных потребностей. Последняя стадия модели предложения инновация может стать толчком к началу модели спроса. Таким образом, модель предложения и спроса формируют полный жизненный цикл инновации. Полный жизненный цикл инновации – сложный процесс, состоящий из нескольких фаз, стадий и этапов, прохождение каждого из которых сопряжено с привлечением различных видов ресурсов и вовлечением в процесс прямых исполнителей, а также участников-посредников [9; 10].

В области управления жизненным циклом продукции военного назначения, действует национальный стандарт Российской Федерации «Управление жизненным циклом продукции военного назначения» (ГОСТ Р 56135-2014) [11]. Стандарт включает основные положения, задачи, объекты и субъекты управления жизненным циклом продукции военного назначения, а также функции основных организаций – участников работ на разных стадиях жизненного цикла. В таблице 1 представлены стадии жизненного цикла инноваций на примере продукции оборонной промышленности на основе ГОСТ Р 56135-2014.

Таблица 1

Стадии жизненного цикла инноваций на примере продукции оборонной промышленности на основе ГОСТ Р 56135-2014

Форма инновации	Вид испытания	Результат
Идея нового продукта	Анализ возможности разработки продукта	Скрытое знание

Форма инновации	Вид испытания	Результат
Макет (лабораторный образец)	Предварительное тестирование	Результаты тестирования
Прототип (действующая модель)	Лабораторные испытания Испытания на безопасность	Протокол лабораторных испытаний Сертификат безопасности
Опытная партия (производится по технологии штучного производства)	Производственные испытания Сертификация производства	Разрешение на применение Сертификат производства
Массовый продукт (производится по технологии серийного производства)	Оценка потребителей	Объем спроса

Источник: [11]

Процесс жизненного цикла развития инновации является многоэтапным и сложно управляемым. Если на первых этапах, этапах создания идеи-прототипа, наиболее сложно реализовать финансирование проекта, то на стадии опытной партии возникают сложности с выходом инновационной организации на рынок. С учетом трудностей прохождения жизненного цикла усилия организаторов инновационной деятельности во всем мире сводятся к созданию максимально благоприятных условий для инновационных компаний в период их стартап-развития [12].

Для этого необходимо:

- систематизировать понимание процессов, происходящих на каждом этапе жизненного цикла инновации, для чего нужно достаточно детально разобрать действия, осуществляемые участниками и посредниками на этих этапах;
- определить результаты и индикаторы выполнения этапов;
- определить исполнителей, в том числе прямых участников процессов и посредников;
- сформулировать перечень ресурсов и виды поддержки, которые необходимы исполнителям на каждом из этапов.

Концептуальная фаза предусматривает исследование потребностей рынка, включая работу экспертных советов и профильных государственных министерств; исследование уникальности инновационной идеи; действия по привлечению средств на реализацию проекта [12]. С позиции технической готовности выполняются: анализ научно-технических и технологических возможностей разработки инновационного продукта; разработка концепции продукта и выбор базовой технологии; тестирование, предварительная апробация, подготовка технического задания и технико-экономического обоснования.

На этапе исследований и разработок производится анализ технологической адекватности идеи; анализ патентной чистоты и возможности сертификации; идентификация прав на интеллектуальный продукт. Техническая часть касается проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР); создание прототипа или действующей модели; проведение лабораторных испытаний прототипа и разработка методик по применению [13].

Внедрение инноваций или коммерциализация разработок осуществляются на производственной стадии. Здесь проводятся: выбор организационной модели производства; договор с промышленным предприятием о правах использования результатов интеллектуальной деятельности; разработка технологии штучного производства; заключение договоров о производственной кооперации; разработка состава необходимого оборудования; определение перечня поставщиков; разработка промышленной технологии с привязкой к конкретному предприятию; осуществление подготовки серийного производства [14; 15]. Кроме того, этот этап предусматривает осуществление гарантийного сервисного обслуживания и контроля соблюдения технологического процесса производства.

Матрица жизненного цикла инноваций может быть использована для целей:

- формулировки перечня функций каждого из участников инновационного процесса от разработки до коммерциализации новшества;

- мониторинга и анализа проблемных зон в анализируемой инновационной системы;
- практической реализации конкретных инновационных проектов, то есть в качестве методического инструментария для организаторов инновационной деятельности и инновационных менеджеров.

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ОБОРОННОГО КОМПЛЕКСА В ФОРМАТЕ «СПРОС - ПРЕДЛОЖЕНИЕ»

С точки зрения экономистов инновации на стадии разработки представляют собой нематериальный актив. Однако инновационный бизнес имеет специфические особенности. Например, предложения наемного сотрудника, у которого может появиться инновационная идея, отражаются в балансе предприятия в виде расходов на оплату труда. Данные расходы снижают прибыль компании и, по сути, уменьшают пассив организации. В то же время, результат интеллектуальной деятельности сотрудника, после получения прав собственности на результатов интеллектуальной деятельности в виде патента или ноу-хау должен увеличить активы предприятия [16; 17]. Таким образом, если организация не производила никаких целенаправленных инвестиций или не осуществляла расходы на разработку идеи, ее функционирование нарушает управленческий баланс предприятия: снижает или не изменяет пассив и увеличивает актив.

Для целей упорядочивания бухгалтерского учета предусмотрена процедура постановки нематериального актива на баланс, которая сводится к искусственному увеличению капитала и имущества предприятия на величину, равную будущей стоимости результата интеллектуальной деятельности. Стоимость нематериального актива определяется по результатам регламентированной процедуры оценки стоимости имущества с применением трех подходов – затратного, рыночного и доходного [18; 19]. Однако, в отличие от других видов активов, для определения стоимости нематериального актива применение затратного и рыночного подходов не дает объективных результатов оценки. В то же время доходный подход опирается на прогноз будущих денежных потоков предприятия и определяет стоимость инновационного бизнеса только с определенной степенью вероятности. Для реализации вероятности и превращения инновации в массовый продукт, требуются инвестиционные вложения.

Проблема инноваций как нематериального актива заключается в том, что они, с одной стороны, увеличивают текущий капитал фирмы на некую виртуальную величину стоимости, а с другой – не дают в текущий момент времени прироста фактического благосостояния его собственников. Для монетизации данного виртуального состояния, напротив, требуется осуществить капитальные вложения. В результате стоимость инновационного бизнеса в начале его становления редко совпадает со справедливой оценкой [20; 21].

В укрупненной схеме функциональной бизнес-модели инновационной системы можно выделить три основных блока системообразующих элементов:

- элементы, создающие предложение на инновационную продукцию (научная и научно-образовательная среда);
- элементы, представляющие спрос на инновационную продукцию (государство, корпорации, частные потребители);
- элементы, реализующие механизмы посредничества между участниками, генерирующими спрос и предложение.

На рисунке 1 представлена схема функциональной бизнес-модели инновационной системы оборонного комплекса в формате «спрос – предложение».

Под «Образованием» и «Институтами» в функционально-технологической схеме понимается совокупность институциональных единиц, занятых предоставлением образовательных услуг и научно-исследовательской деятельностью. К элементу «Инфраструктура» относится комплекс объектов и систем, обеспечивающих функционирование других элементов инновационной системы: центры коллективного пользования, обладающие дорогостоящим научным оборудованием и высококвалифицированными кадрами, умеющими использовать и обслуживать оборудование. К элементу «инфраструктура» можно также отнести свободные площади для опытного производства. Инноваторы – это сообщества научных групп и исследователей, а также венчурных предпринимателей, которые выделяются инициативой коммерциализовать свои научные идеи и разработки.

Как и на традиционном рынке товаров и услуг, спрос на инновации в оборонной промышленности предъявляется «Государством» и «Корпорациями», которые владеют соответственно государственным и частным капиталом. Государство и корпорации опираются на спрос, который предъявляют предприятия промышленности боеприпасов и спецхимии, вооружений, судостроительной и авиационной промышленности.



ОПК – оборонно-промышленный комплекс

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Функциональная бизнес-модель инновационной системы оборонного комплекса в формате «спрос – предложение»

Исходя из изложенного выше, интеграция процессов разработки и внедрения инноваций для моделей спроса и предложения инноваций для оборонной промышленности осуществляется на макроуровне или на уровне государства. Основной функцией посредников является поддержка непрерывности жизненного цикла инноваций. К этому относятся бизнес-инкубаторы, технопарки, центры инновационного развития, биржи инноваций, центры трансфера технологий, венчурные фонды.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, исследование процессов разработки и внедрения инноваций в оборонном комплексе позволило получить следующие научно-практические результаты.

Уточнен понятийный аппарат и построена матрица жизненного цикла на этапах разработки и внедрения инноваций в оборонной промышленности на основе ГОСТ Р 56135-2014. Матрица визуализирует задачи, функции, индикаторы, основные результаты по фазам (концептуальная, исследования и разработки, производственная) и этапам (предпосевной, посевной, проектный, начальный рост, расширение) жизненного цикла инноваций. Матрица жизненного цикла инноваций может быть использована для целей формулировки функций участников инновационного процесса от разработки до коммерциализации новшества; мониторинга и анализа проблемных зон в анализируемой инновационной системе; в качестве методического инструментария для организаторов инновационной деятельности и инновационных менеджеров.

Предложена бизнес-модель инновационной системы оборонного комплекса в формате «спрос – предложение», включающая элементы, создающие предложение на инновационную продукцию (научная и научно-образовательная среда); элементы, представляющие спрос на инновационную продукцию (государство, корпорации по производству боеприпасов и спецхимии, вооружений, судостроительной

и авиационной промышленности); элементы, реализующие механизмы посредничества между участниками, генерирующими спрос и предложение.

Полученные в исследовании результаты направлены на развитие методологии организации и управления процессами разработки и внедрения инноваций в оборонном комплексе и могут быть использованы федеральными и региональными органами власти при формировании инновационной политики, разработке и совершенствовании программ развития оборонной промышленности в России.

Библиографический список

1. Шумпетер Й.А. *Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия*. М.: Эксмо; 2008. 864 с.
2. Ичкитидзе Ю.Р., Румянцева С.Ю. *Тренды инновационного развития: мировой опыт государственной поддержки новых отраслей: монография*. Санкт-Петербург: Издательско-полиграфическая ассоциация университетов России; 2016. 314 с.
3. Де Фрей М. *История макроэкономики: от Кейнса к Лукасу и до современности*. Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС; 2019. 576 с.
4. Худокормов А.Г., Лапидюс А. *Экономическая теория в историческом развитии: взгляд из Франции и России: монография*. Москва: ИНФРА-М; 2018. 668 с.
5. Сильвестров С.Н., Рыкова И.Н. *Эффективное государственное управление в условиях инновационной экономики: формирование и развитие инновационных систем: монография*. Москва: Дашков и Ко; 2011. <https://znanium.com/catalog/product/451025> (дата обращения: 19.04.2022).
6. Чепьюк О.Р., Куфтырёв И.Г. *Бизнес-моделирование инновационных систем: монография*. Н. Новгород: Изд-во Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; 2013. 123 с.
7. Эскиндарова М.А. *Инновации в высокотехнологичных отраслях промышленности: методическая и организационно-институциональная поддержка: монография*. Москва: Когито-Центр; 2016. 247 с.
8. Розенберг Н., Бирдцелл Л.Е. *Как Запад стал богатым. Экономическое преобразование индустриального мира: монография*. Пер. с англ. Б. Пинскер 3-е изд. Москва; Челябинск: Социум; 2020. 449 с.
9. Лафитский В.И., Терещенко Л.К., Едкова Т.А. *Технопарки в инфраструктуре инновационного развития: монография*. Москва: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве РФ: ИНФРА-М; 2022. 246 с.
10. Shinkevich A.I., Malysheva T.V., Zараichenko I.A., Lubnina A.A., Garipova G.R., Sharafutdinova M.M. Investigation of energy consumption trends in petro-chemical plants for the management of resource saving. In: *E3S Web of Conferences*. 2019;04005.
11. Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии. *ГОСТ Р 56135-2014. Управление жизненным циклом продукции военного назначения*. М.: Стандартинформ; 2016. 25 с.
12. Токарев Б.Е. *Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата*. Москва: ИНФРА-М; 2020. 264 с.
13. Голов Р.С., Мьяльник А.В. *Инновационно-синергетическое развитие промышленных организаций (теория и методология)*. Москва: Дашков и Ко; 2020. 418 с.
14. Панков А.В., Гусарова О.В. *Военно-экономическое развитие и безопасность: монография*. ИМЭМО РАН. Москва: Весь Мир; 2020. 440 с.
15. Малышева Т.В., Кандилов В.П., Николаев А.В. Конкурентоспособность продукции: информационно-аналитическая система «Продвижение товаров Республики Татарстан на внешние рынки». *Вопросы статистики*. 2015;4:57–66.
16. Леонов А.В., Пронин А.Ю. *Инновационно-технологические пути обеспечения национальной безопасности России: монография*. Москва: ИНФРА-М; 2022. 268 с.
17. Шинкевич М.В., Малышева Т.В. Совершенствование механизмов регулирования научно-инновационной деятельности на региональном уровне. *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. 2016;5(61):142–151.
18. Мухопад В.И. *Интеллектуальная собственность в современной экономике: система и ее синергетика*. Москва: ИНФРА-М; 2022. 624 с.
19. Мухопад В.И. *Коммерциализация интеллектуальной собственности: монография*. М: ИНФРА-М; 2019. 512 с.
20. Казанцев А.К. *Государственно-частное партнерство в научно-инновационной сфере: монография*. Москва: ИНФРА-М; 2021. 331 с.
21. Malysheva T.V., Shinkevich A.I., Ostanina S.S., Vodolazhskaya E.L., Moiseyev V.O. Perspective directions of improving energy efficiency on the meso and micro levels of the economy. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*. 2016;7(1):75–83.

References

1. Schumpeter J.A. *Theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy*. Moscow: Eksmo; 2008. (In Russian).
2. Ichkitidze Yu.R., Rumyantseva S.Yu. *Trends of innovative development: world experience of state support of new industries: monograph*. St. Petersburg: Publishing and Printing Association of Russian Universities; 2016. (In Russian).

3. De Frey M. *The history of macroeconomics: from Keynes to Lucas and up to the present*. Moscow: Delo RANEPa; 2019. (In Russian).
4. Khudokormov A.G., Lapidus A. *Economic theory in historical development: a view from France and Russia: monograph*. Moscow: INFRA-M; 2018. (In Russian).
5. Silvestrov S.N., Rykova I.N. *Effective public administration in an innovative economy: formation and development of innovative systems: monograph*. Moscow: Dashkov & Co; 2011. (In Russian).
6. Chepyuk O.R., Kuftyrev I.G. *Business modelling of innovative systems: monograph*. N. Novgorod: Nizhny Novgorod State University named after N. I. Lobachevsky Publ. House; 2013. (In Russian).
7. Eskindarova M.A. *Innovations in high-tech industries: methodological and organizational and institutional support: monograph*. Moscow: Kogito-Center; 2016. (In Russian).
8. Rosenberg N., Birdzell L.E. *How the West became rich. Economic transformation of the industrial world: monograph*. Trans. from Eng. B. Pinsker 3rd ed. Moscow; Chelyabinsk: Sotsium, 2020. (In Russian).
9. Lafitskiy V.I., Tereshchenko L.K., Edkova T.A. *Technoparks in the infrastructure of innovative development: monograph*. Moscow: Institute of Legislation and Comparative Law under the Government of the Russian Federation: INFRA-M; 2022. (In Russian).
10. Shinkevich A.I., Malysheva T.V., Zaraichenko I.A., Lubnina A.A., Garipova G.R., Sharafutdinova M.M. Investigation of energy consumption trends in petro-chemical plants for the management of resource saving. In: *E3S Web of Conferences*. 2019;04005.
11. Federal Agency for Technical Regulation and Metrology. *GOST R 56135-2014. Life cycle management of military products*. Moscow: Standartinform; 2016.
12. Tokarev B.E. *Marketing of innovative and technological startups: from technology to commercial result*. Moscow: INFRA-M; 2020. (In Russian).
13. Golov R.S., Mylnik A.V. *Innovative and synergetic development of industrial organizations (theory and methodology)*. Moscow: Dashkov and Co.; 2020. (In Russian).
14. Pankov L.V., Gusarova O.V. *Military-economic development and security: monograph*. IMEMO RAN. Moscow: The Whole World; 2020. (In Russian).
15. Malysheva T.V., Kandilov V.P., Nikolaev A.V. Competitiveness of products: information and analytical system “Promotion of goods of the Republic of Tatarstan to foreign markets”. *Questions of statistics*. 2015;4:57–66.
16. Leonov A.V., Pronin A. Yu. *Innovative and technological ways of ensuring national security of Russia: monograph*. Moscow: INFRA-M; 2022. (In Russian).
17. Shinkevich M.V., Malysheva T.V. Improvement of mechanisms of regulation of scientific and innovative activity at the regional level. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava*. 2016;5(61):142–151.
18. Mukhopad V.I. *Intellectual property in the modern economy: the system and its synergetics*. Moscow: INFRA-M; 2022. (In Russian).
19. Mukhopad V. I. *Commercialisation of intellectual property: monograph*. M: INFRA-M; 2019. (In Russian).
20. Kazantsev A.K. *Public-private partnership in the scientific and innovative sphere: monograph*. Moscow: INFRA-M; 2021. (In Russian).
21. Malysheva T.V., Shinkevich A.I., Ostanina S.S., Vodolazhskaya E.L., Moiseyev V.O. Perspective Directions of Improving Energy Efficiency on the Meso and Micro Levels of the Economy. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*. 2016;1(15):75-83.

Вызов пандемии для систем обучения и развития персонала

Яхонтова Елена Сергеевна¹

Д-р социол. наук, проф. каф. корпоративного управления
ORCID: 0000-0002-2640-8771, e-mail: Yakhontova@hotmail.com

Кутявин Дмитрий Васильевич²

Менеджер по планированию циклических активностей
ORCID: 0000-0001-8126-4099, e-mail: KutyaVin.dv@gmail.com

Володина Валерия Вячеславовна³

Канд. психол. наук, директор
ORCID: 0000-0003-2243-2587, e-mail: leravolodina@gmail.com

¹Высшая школа корпоративного управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы, г. Москва, Россия

²АО «Международные услуги по маркетингу табака» (МУМТ), г. Москва, Россия

³НКО «Psychological Emergency Rescue Service», г. Вильнюс, Литва

Аннотация

Цифровая экономика предопределила приоритетность цифровой трансформации всех процессов компаний, включая обучение и развитие персонала. Но далеко не все компании смогли быстро перестроиться на фоне цифровизации передовыми компаниями своих процессов. Однако пандемия COVID-19 кардинально изменила ситуацию, вынудив всех в срочном порядке переходить на удаленный формат работы и внедрять цифровые методы обучения и развития персонала. В статье представлен анализ особенностей ускоренного перевода обучения и развития персонала в цифровой формат в российских и зарубежных компаниях, а также оценки персонала во время пандемии. Проанализированы наиболее часто применяемые цифровые методы и подходы к развитию и оценке персонала, выявлены основные тенденции в сфере корпоративного обучения в России и мире и предложены рекомендации по совершенствованию цифровой трансформации обучения и развития персонала в современных условиях.

Ключевые слова

Человеческий капитал, цифровая экономика, управление персоналом, корпоративное обучение, развитие персонала, пандемия, базы знаний, трансформация, компетенции

Для цитирования: Кутявин Д.В., Володина В.В., Яхонтова Е.С. Вызов пандемии для систем обучения и развития персонала // Вестник университета. 2022. № 9. С. 56–64.

Pandemic challenge for staff training and development systems

Elena S. Yakhontova¹

Dr. Sci (Sociol.), Prof. at the Corporate Governance Department
ORCID: 0000-0002-2640-8771, e-mail: Yakhontova@hotmail.com

Dmitry V. Kutyavin²

Cycle Planning Manager, ORCID: 0000-0001-8126-4099, e-mail: Kutyavin.dv@gmail.com

Valeria V. Volodina³

Cand. Sci. (Psy), Director, ORCID: 0000-0003-2243-2587, e-mail: leravolodina@gmail.com

¹Higher School of Corporate Governance, Russian Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

²International Tobacco Marketing Services JSC, Moscow, Russia

³Psychological Emergency Rescue Service NPO, Vilnius, Lithuania

Abstract

The digital economy has predetermined the priority of digital transformation of all company processes, including staff training and development. But, not all companies have been able to adjust quickly in the face of the digitalisation of their processes by advanced companies. However, the pandemic COVID-19 radically changed the situation, forcing everyone to urgently switch to a remote work format and introduce digital methods for training and developing staff. The article presents an analysis of the peculiarities of accelerated digital transformation of staff training and development in Russian and foreign companies, and staff assessment during the pandemic. The most frequently used digital methods and approaches to staff development and assessment have been analysed, the main trends in corporate training in Russia and worldwide have been identified, and recommendations for improving digital transformation of training and personnel development in the current environment have been offered.

Keywords

Human capital, digital economy, staff management, corporate training, staff development, pandemic, knowledge bases, transformation, competencies

For citation: Kutyavin D.V., Volodina V.V., Yakhontova E.S. (2022) Pandemic challenge for staff training and development systems. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 56–64.



ВВЕДЕНИЕ

Пандемия, вызванная COVID-19, стала мощным вызовом бизнесу и повысила турбулентность в различных сферах экономики, включая рынок труда. В таких нестабильных условиях возросло значение способности компаний к сохранению устойчивости и развитию своего потенциала для роста в новых обстоятельствах. Человеческий капитал – ключевой элемент, обеспечивающий рост и конкурентоспособность компаний. Сотрудники обладают коллективными способностями, опытом и навыками, которые при эффективном управлении превращаются в ценные активы, основу конкурентных преимуществ. В настоящем исследовании под человеческим капиталом понимается совокупность компетенций компании, которые ей принадлежат и способствуют достижению целей [1]. В экономике знаний именно человеческий капитал определяет степень конкурентоспособности компаний на рынках. Для компаний, стремящихся обеспечить лидерство на рынке, важно не просто сохранять, но и постоянно развивать человеческий капитал. Важная роль в этом принадлежат подсистемам оценки и развития персонала.

Развитие человеческого капитала возможно с помощью найма сотрудников с необходимыми компетенциями или через обучение своего персонала. При этом найм новых сотрудников – процесс, всегда сопряженный с дополнительными рисками неоправданных ожиданий от потенциального кандидата, а стоимость привлечения внешнего кандидата обходится компании дороже, чем развитие действующего. Обучение персонала – наиболее подходящий способ развития человеческого капитала. Стимулами компаниям для усиления приоритетности обучения и развития персонала служат, согласно исследованиям, нехватка кадров (47 %), изменение курса и стратегии компании (31%), обратная связь по результатам исследований (30 %), результат оценки персонала (22 %) [2].

Пандемия и связанные с ней ограничения повлияли на процессы оценки персонала, а также внесли корректировки в корпоративные программы обучения. Подавляющее большинство программ оценки и обучения персонала были приспособлены к условиям живого общения, которые оказались неприменимы в условиях удаленной работы. Это стало вызовом для компаний, которые не внедряли цифровые технологии в управление персоналом. Чтобы выжить в условиях пандемических ограничений, многие компании были вынуждены ускоренно менять подходы к оценке и обучению персонала. В связи с этим изучение подходов компаний к сохранению и развитию своего человеческого капитала в чрезвычайных условиях пандемии представляет научный и практический интерес.

Цель данного исследования – изучить влияние ограничений, вызванных пандемией, на изменение подходов к оценке и развитию персонала российских и зарубежных компаний, выявить тренды корпоративного обучения в сложившихся условиях и выработать рекомендации по совершенствованию цифровой трансформации с целью развития человеческого капитала.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Методология исследования базируется на общенаучных методах: синтезе, анализе и описании. Теоретико-методологической основой исследования стало понимание влияния процессов оценки и развития компетенций на формирование человеческого капитала компаний. Эмпирическая база основана на контент-анализе литературы, публикаций и современных исследований на тему оценки и развития человеческого капитала компаний, находящихся в открытом доступе, а также на практическом опыте авторов.

Оценка и развитие являются важнейшими составляющими стратегии управления персоналом, поскольку в значительной мере детерминируют успех реализации корпоративной стратегии [3]. Оценка персонала – систематический процесс определения эффективности деятельности сотрудников в контексте текущих и перспективных задач, который позволяет получать важную информацию для принятия управленческих решений [4]. В связи с этим в систему оценки персонала входят оценка результативности выполнения поставленных задач, оценка компетенций и потенциала. В ряде случаев компании также оценивают деструкторы. Результаты оценки служат основой для разработки программ развития персонала [5]. Пандемия и вынужденный переход на удаленную работу внесли существенные коррективы в процедуры и подходы к оценке персонала.

Развитие и обучение персонала – взаимосвязанные элементы системы, нацеленной на повышение продуктивности и конкурентоспособности компании. При этом, как правило, обучение фокусируется на совершенствовании знаний и навыков персонала, а развитие – на изменении сознания и профессионализма [3; 6].

Эксперты задолго до пандемии утверждали, что цифровые технологии существенно изменят функции управления персоналом [7–9]. Передовые компании начали процессы цифровизации различных аспектов управления персоналом еще до пандемии. Наибольшего прогресса компании добились в цифровизации подходов к найму и обучению персонала. Аналитики обращали внимание на увеличение разрыва между лидерами цифровой трансформации управления персоналом и большинством компаний, которые не торопились инвестировать средства в эту сферу управления [8].

Еще до пандемии были выявлено влияние машинного обучения на бизнес-показатели компаний [9–11]. С началом пандемии ситуация резко изменилась, компании начали в экстренном порядке использовать цифровые технологии в управлении, а исследователи – изучать этот опыт [12–15]. Вместе с тем проблематика цифровизации обучения и оценки персонала в условиях пандемии пока остается малоизученной, что детерминирует научную значимость данной работы.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Пандемия COVID-19, начавшаяся в 2019 г., оказала существенное влияние на бизнес и коренным образом повлияла на рынок труда. До начала пандемии основными трендами рынка труда являлись:

- острый дефицит высококвалифицированных кадров, особенно у компаний, которые не внедрили системный подход к обучению и развитию персонала;
- нехватка экспертов по узким направлениям и специалистов, способных оперативно реагировать на вызовы и решать масштабные задачи, стоящие перед компаниями;
- рост потребности в специалистах, которые могли бы быстро приспосабливаться к постоянным изменениям и управлять ими;
- низкое кросс-функциональное (кросс-индустриальное) сотрудничество, влияющее на эффективность деятельности и детерминирующее требования к компетенциям персонала [2].

С началом пандемии на рынке труда появились новые вызовы:

- острый дефицит кадров на рынке труда, связанный с оттоком экспатов, усугубил проблемы, особенно в сфере производства и логистики. Многие компании стали еще больше дорожить своими высококвалифицированными кадрами, а в подборе новых стали более осторожны в виду роста издержек;
- изменение поведения потенциальных соискателей, связанное с осторожностью и избирательностью в выборе работодателя. Сотрудники меньше уходили от стабильных работодателей, ведь никому до конца не было ясно, каких отраслей еще коснется пандемия и каким окажется ее влияние [16; 17].

Таким образом, на рынке труда сократилось количество, но снизилось качество свободных высококвалифицированных кадров. Одновременно в условиях новой волны кризиса большинство компаний прибегли к проверенным практикам сокращения численности персонала и вменения оставшимся сотрудникам дополнительных функциональных обязанностей. Это неизбежно привело к росту требований к персоналу и росту нагрузок и стресса, что предопределило соответствующие потребности в обучении и развитии персонала. Однако в большинстве случаев корпоративная система обучения и развития не смогла удовлетворить эти потребности. Так, по данным компании Hays, только 56 % работодателей содействовали сотрудникам в развитии профессионализма в период пандемии, 44 % компаний либо не смогли выделить средства, либо считали, что дополнительное обучение – личное дело сотрудника [11].

Главная проблема, с которой столкнулись все компании – это невозможность проводить запланированное обучение в обычном формате, поскольку из-за пандемии нельзя было собрать персонал в одном месте в одно время. Программы обучения и развития пришлось или отменять, или переводить в онлайн-формат. В целом специалисты отмечают следующие тренды в корпоративном обучении:

- сокращение интенсивных тренингов в пользу коротких модулей по несколько часов;
- максимально практичный подход к созданию контента, чтобы учащиеся не теряли интерес к процессу;
- совмещение синхронного и асинхронного режимов дистанционного взаимодействия, причем во втором режиме удобнее давать информацию, а в первом – отрабатывать полученные навыки;
- персонал учится сразу на реальных бизнес-задачах. Компании интегрируют занятия в процесс работы над текущими проектами [12].

При этом удаленный формат обучения и развития персонала опирается на совокупность цифровых методов. В таблице 1 представлены типичные цифровые методы и форматы обучения и развития человеческого капитала в компаниях.

Типичные цифровые методы обучения и развития персонала

Формат	Краткое описание
Корпоративный образовательный портал	Комплексное программное решение, основные задачи которого – обеспечение сохранности и функционирования обучающего контента, а также сбор и обработка статистических данных о поведении участников корпоративной образовательной системы Позволяет получать образовательный контент в режиме 24/7. Высокая стоимость внедрения и поддержки
Видео-конференция / вебинар	Позволяют проводить обучение / встречи в дистанционном формате с использованием обучающих видео, либо слайд-шоу. Относительно простые в использовании с большим количеством доступных цифровых решений (Zoom, MSTeams, Webinar). Позволяет участникам обмениваться мнениями и задавать вопросы непосредственно во время процесса обучения Обучение проводится в определенное время, обозначенное организатором
Онлайн-моделирование бизнес сценариев	Используются для отработки полученных теоретических знаний. Чем лучше смоделированная среда отражает реальную ситуацию, тем качественнее возможно отработать различные сценарии Позволяет избегать ошибок в реальных бизнес-ситуациях Разработка бизнес-моделей трудоемкий процесс, требующий постоянного upgrade, как правило предоставляется сторонними провайдерами
Корпоративные базы знаний (Wiki)	Представляют своего рода мануал для сотрудников, главным преимуществом которого является легкий и не ограниченный по времени доступ. Относительно просто обновлять контент Индивидуальные знания становятся общими Требуется время для описания необходимых процессов
Дистанционное наставничество	Удаленная поддержка после или во время обучения с привлечением наставника либо линейного менеджера, контролирующего применение полученных знаний на практике, помогающих работать над ошибками
Электронные системы поддержки (чат-боты)	Аналог корпоративной базы знаний (wiki) с автоматизированным поиском необходимого материала. Данные выдаются по конкретному запросу Относительно не высокая стоимость внедрения, но для реализации необходимо привлекать сторонних провайдеров Также требуется большое количество времени для описания различных сценариев запросов

Составлено авторами по материалам исследования

Все эти цифровые методы обучения и развития дают отличный эффект в комбинации друг с другом. Но основным условием эффективности является готовность корпоративной системы управления к применению цифровых методов обучения – его продуманность, адекватность выявленной потребности в обучении, готовность персонала к обучению в онлайн-формате.

Исследование, проведенное одним из провайдеров бизнес-обучения, показало, что наиболее востребованными подходами к обучению и развитию являются тренинги – их используют 79 % компаний и онлайн-курсы (55 %). Еще одним выводом исследования является то, что 26 % компаний вообще не имели технических решений для повышения цифровых компетенций персонала, а 35 % компаний использовали «стандартные» платформы для проведения уже существующих тренингов (MS Teams, Zoom и т.п.) [2]. Это косвенно свидетельствует о слабой готовности компаний к полному переходу на цифровой формат обучения и развития. Хотя многие тренеры быстро освоили цифровые возможности для проведения интерактивных занятий в онлайн-формате, например, MIRO и пр.

Сложность процесса перевода обучения и развития персонала в онлайн-режим во многом была детерминирована тем, что у большинства компаний не было ни соответствующих сценариев, ни подготовленных сотрудников. Так, согласно статистике, только у 24 % компаний есть подразделения в структуре, отвечающие за обучение персонала. Поэтому компании в чрезвычайных условиях были вынуждены

модернизировать уже привычные для себя сценарии. Так, большинство компаний (62 %), по-прежнему, полагались на собственные ресурсы в корпоративном обучении, 36 % использовали внешних провайдеров и 2 % полностью переложили решение данной проблемы на своих сотрудников [2].

В таблице 2 приведен краткий сравнительный анализ способов организации дистанционного обучения, описываются ключевые преимущества и недостатки.

Таблица 2

Сравнительный анализ подходов к обучению персонала

	Преимущества	Недостатки
Оцифровка существующих программ обучения	Программы, максимально релевантные потребностям компании Относительно доступно Высокая скорость реализации	Требуются сторонние провайдеры для процесса оцифровки Изменение контента требует привлечение дополнительных финансовых ресурсов
Сторонние провайдеры для обучения в онлайн-формате	Стандартные (массовые) программы стоят дешево Высокое качество контента	Индивидуально разработанные программы стоят дорого База знаний принадлежит провайдеру, возможен ограниченный доступ
Создание корпоративного образовательного центра	Корпоративный образовательный центр может стать корпоративным центром R&D Возможность продавать экспертизу	Высокая стоимость организации Рассчитаны на охват широкой аудитории
Привлечение общеобразовательных учебных заведений (вузы, колледжи)	Дешевые базовые теоретические программы	Как правило отсутствуют практические наработки

Составлено авторами по материалам исследования

Полная цифровая трансформация обучения и оценки персонала требует не только зрелости системы управления, но и значительного бюджета. Поэтому свои корпоративные университеты есть только у крупных корпораций, таких как ПАО «Сбербанк», ГК «Роскосмос», ГК «Росатом», ПАО «Северсталь» и др. Также свои корпоративные университеты имеют информационно-технологические компании, которые нередко становятся центрами исследований и разработок. В целом в России только 47 компаний из рейтинга «Коммерсанта» ТОП-100 по выручке имеют собственный корпоративный университет, способный самостоятельно определять программы обучения и их формат [2; 18].

Для малых и средних компаний наиболее подходящим вариантом цифровой трансформации обучения и развития является привлечение провайдеров данных услуг и/или существующих корпоративных программ. При этом следует отметить, что в крупных городах России рынок провайдеров обучения и развития достаточно развит [2].

Пандемия внесла изменения в систему оценки персонала. В этой сфере эффективность также связана с использованием опыта провайдеров, поскольку самостоятельно быстро и качественно наладить цифровую систему оценки персонала для большинства компаний оказалось не по силам [19]. В настоящее время все большей популярностью пользуются цифровые онлайн-решения для оценки компетенций, предоставляемые опытными провайдерами и позволяющими получить более объективную оценку уровня компетентности и мотивации персонала [20]. На основании полученных данных оценки автоматизированная «система» помогает выстроить процесс обучения и развития, а также предложить релевантные материалы для каждого участника. Популярными на российском рынке являются – LeaderMeter и TalentQ от компании KornFerry, Formatta, PeopleForce и др. Так, например, крупные компании FMCG сектора (British American Tobacco, Mars, PepsiCo) за последние два года провели дистанционную оценку с помощью современных цифровых систем действующего персонала, а также на основании полученных результатов принимают решение о найме в штат потенциальных кандидатов.

Итак, пандемия ускорила процессы внедрения цифровых методов оценки и обучения персонала. Она также выявила слабость действующих систем управления, что не позволяло многим компаниям

быстро и качественно перестроить процессы обучения и развития, оценки персонала в условиях вынужденного перехода на удаленный формат работы, что во многом детерминировало определенные потери человеческого капитала.

С другой стороны, пандемия стала триггером цифровизации ключевых процессов управления персоналом, что, безусловно, оказывает положительное влияние на общую тенденцию к цифровой трансформации как условию сохранения устойчивости бизнеса и развитию человеческого капитала в современных условиях.

Цифровая экономика определяет динамику процессов и повышение скорости появления новых цифровых решений для развития человеческого капитала компаний. Политика санкций в отношении России также вносит свои коррективы в процессы цифровизации обучения и развития персонала отечественных компаний. Так, ряд цифровых платформ и инструментов стали работать нестабильно или вообще перестали быть доступны для российских пользователей. Но одновременно появляются отечественные аналоги.

Для того, чтобы продолжить процесс цифровизации в области обучения и развития персонала более эффективно, мы предлагаем следующие рекомендации для руководителей компаний:

- менеджменту следует постоянно осуществлять мониторинг предложений на рынке цифровых решений, направленных на сохранение и развитие человеческого капитала компаний, в частности, цифровые технологии обучения и развития персонала;
- вместо разрозненных решений по цифровизации отдельных функций или методов компаниям стоит внедрять комплексный подход и последовательно проводить цифровую трансформацию всей системы управления персоналом;
- компаниям необходимо изучать лучшие практики цифровизации оценки и обучения персонала для выбора оптимальной модели цифровой трансформации своей компании;
- компаниям следует уделять большее внимание оценке и развитию цифровых компетенций персонала, в первую очередь, руководителей, как условию своей конкурентоспособности в цифровой экономике;
- менеджменту следует проводить аудит корпоративной философии, поддерживать тех руководителей, которые являются апологетами развития человеческого капитала в контексте стратегии развития компании и дефицита квалифицированных кадров на рынке труда;
- компаниям предпочтительно активнее привлекать профессиональных провайдеров, имеющих хорошую репутацию на рынке для оптимизации затрат на развитие персонала. При выборе провайдера необходимо ориентироваться на его способность выстроить программы обучения и развития под потребности компании.

ДИСКУССИЯ

Настоящее исследование не позволило найти ответы на все вопросы, связанные с цифровизацией процессов обучения и развития персонала под влиянием вызовов времени и пандемии. В частности, нам представляется актуальным проведение сравнительного анализа отраслевых особенностей цифровизации отдельных кадровых функций и цифровой трансформации всей системы управления персоналом.

Нам также кажется крайне интересным исследовать влияние цифровых трансформаций на рынок труда. Цифровые навыки уже стали обязательным элементом в корпоративных моделях компетенций, с одной стороны, и преимуществом соискателей перед теми, у кого их нет. Но неясно, как они повлияют на систему образования, миграцию, ценностные ориентации трудовых ресурсов в ближайшем и отдаленном будущем. Кроме того, непонятно, как в будущем может сказаться «удобный» во всех смыслах онлайн-формат корпоративного обучения на коммуникации сотрудников, решении совместных задач, нетворкинге и развитии «мягких» навыков (англ. soft-skills), ключевых компетенций для достижения персонального успеха [20]. В связи с этим необходимо исследовать возможности гибридного формата корпоративного обучения, когда сочетаются онлайн и офлайн-форматы [21].

Представляют исследовательский интерес анализ особенностей оценки внешних провайдеров обучения, насколько традиционные методы будут способствовать выбору лучшего и способствовать развитию долгосрочного партнерства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пандемия послужила триггером для ускорения цифровизации процессов обучения и развития, а также оценки персонала. Анализ опыта успешных компаний показал, что цифровая трансформация

управления, включая оценку и обучение, неизбежна для сохранения и развития человеческого капитала и конкурентных позиций.

Обучение и развитие персонала собственными силами для многих компаний среднего и малого бизнеса – слишком сложная задача, а ее цифровое решение становится слишком затратным. Но это не повод отказа от корпоративного обучения и развития. Правильным решением этой проблемы может стать использование возможностей опытных провайдеров – их привлечение позволит не только крупным корпорациям, но и малому бизнесу использовать технические достижения для развития своего человеческого капитала.

Библиографический список

1. Яхонтова Е.С. Цифровая трансформация и модели управления компанией. *Проблемы теории и практики управления*. 2020;1:48–55.
2. Theory & Practice. *Исследование индустрии корпоративного обучения и развития России*. 2020. Москва; 2019. <https://intercomm.media/wp-content/uploads/2020/03/tpresearch-1.pdf> (дата обращения: 01.06.2022).
3. Яхонтова Е.С. *Стратегическое управление персоналом*. Москва: Дело; 2013. 378 с.
4. Аксенова Е.А. *Стратегический ассесмент: Как сформировать человеческий ресурс организационных изменений*: учеб. пособие для студентов вузов. Москва: Аспект Пресс; 2008. 352 с.
5. Завьялова Е.К., Латуха М.О. *Управление развитием человеческих ресурсов*. СПб: Изд-во СПбГУ; 2017. 251 с.
6. Завьялова Е.К., Ардишвили А. Современные проблемы российского корпоративного образования: возможно ли обучение без развития? *Российский журнал менеджмента*. 2019;17(4):499–516. <https://doi.org/10.21638/spbu18.2019.405>
7. Рьжков В., Нефедова О., Тарасова В., Чернов Е. Цифровая трансформация в России – 2020. *Аналитический отчет КМДА*. https://komanda-a.pro/projects/dtr_2020 (дата обращения: 01.06.2022).
8. Свиридонов П. *HR-тренды: скоро ли ждать цифровой трансформации найма. Завтра облачно*. 18.11.2019. <https://mcs.mail.ru/blog/hr-trendy-skoro-li-zhdat-cifrovoj-transformacii-najma> (дата обращения: 12.06.2022).
9. Ветерман Г., Боннет Д., МакАффи А. 9 элементов цифровой трансформации. *MIT Sloan*. 07.01.2014. <https://bit.ly/3qAQdmH> (дата обращения: 10.06.2022).
10. Дамм Н., Марчелло Ф., Сергиенко Я. Обучение со скоростью бизнеса. *Вестник McKinsey*. 2019;(34). <http://vestnikmckinsey.ru/organizational-models-and-management-systems/obuchenie-so-skorost-yu-biznesa/Print> (дата обращения: 15.06.2022).
11. ХАЙС. *Образование и карьера*. 2021. <https://hays.ru/research/education/> (дата обращения: 15.06.2022).
12. Лапина А. *Куда движется корпоративное обучение и что в нем изменила пандемия?* *Skillbox Media*. 02.04.2021. https://skillbox.ru/media/education/kuda_dvizhetsya_korporativnoe_obuchenie_i_chno_v_nyem_izmenila_pandemiya/ (дата обращения: 15.06.2022).
13. Сколково. *Чему корпорации будут учить своих руководителей в 2021 году?* <https://www.skolkovo.ru/researches/chemu-korporacii-budut-uchit-svoih-rukovoditelej-v-2021-godu/> (дата обращения: 12.06.2022).
14. Яхонтова Е.С. Удаленная работа и факторы ее успеха. *Проблемы теории и практики управления*. 2021;(2):172–189. <https://doi.org/10.46486/0234-4505-2021-2-172-189>
15. Ди Шмет А., Тегельберг Л., Тейнниссен Р., Вогель Т. *Преодоление усталости от пандемии: как перезагрузить организации в долгосрочной перспективе*. 2020. <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/overcoming-pandemic-fatigue-how-to-reenergize-organizations-for-the-long-run> (дата обращения: 18.06.2022).
16. Стригин А. Оптимизм не порок: Определены тренды рынка труда. *Российская газета*. 8(8359). 19.01.2021. <https://rg.ru/2021/01/19/reg-szfo/opredeleny-trendy-rynka-truda-2021.html> (дата обращения: 11.06.2022).
17. Поздеева Е. *Рынок труда 2021 – ожидания и реальность*. <https://www.finam.ru/analysis/newsitem/rynok-truda-2021-ozhidaniya-i-realnost-20210108-11000/> (дата обращения: 14.03.2022).
18. Коммерсантъ. *ТОР 100 компаний*. 14.12.2017. <https://www.kommersant.ru/doc/3495881> (дата обращения: 12.06.2022).
19. Глухов П.П., Попов А.А. Пандемия как тестирование цифровизации дополнительного образования. В сб.: Болотов В.А., Мерцалова Т.А. (сост., науч. ред.). *Оценка качества образования в условиях дистанционного обучения. Опыт проживания пандемии системами школьного образования стран постсоветского пространства*. М.: «Алекс» (ИП Поликанин А.А.); 2021. С. 167–174.
20. Laar E., Dersen A., Jay A., Dijk J.A., Naan J. Determinants of 21st century digital skills: a large-scale survey of experts. *Computers in Human Behavior*. 2019;100:93–104. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.06.017>
21. Кутявин Д.В. Экономика знаний как вызов для рынка труда. *Проблемы теории и практики управления*. 2021;(2):190–205. <https://doi.org/10.46486/0234-4505-2021-2-190-205>

References

1. Yakhontova E.S. Digital transformation and management models of a company. *Problemy teorii i praktiki upravleniya*. 2020;1:48–55.
2. Theory & Practice. *Research of the corporate training industry*. 2020. Moscow; 2019. <https://intercomm.media/wp-content/uploads/2020/03/tpresearch-1.pdf> (accessed 01.06.2022).
3. Yakhontova E.S. *Strategic personnel management*. Moscow: Delo; 2013. 378 p.
4. Aksenova E.A. *Strategic analysis: how widespread is the resource for organizational change*. Moscow: Aspect Press; 2008. 352 p.
5. Zavyalova E.K., Latukha M.O. *Management of available resources*. SPb: Publ. House of St. Petersburg State University. 2017; 251 p.
6. Zavyalova E.K., Ardishvili A. The contemporary problems of corporate education in Russian companies: can there be learning without development? *Russian Management Journal*. 2019;17(4):499–516. <https://doi.org/10.21638/spbu18.2019.405>
7. Ryzhkov V., Nefedova O., Tarasova V., Chernov E. *Digital transformation in Russia – 2020. Analytical report KMDA*. https://komanda-a.pro/projects/dtr_2020 (accessed 01.06.2022).
8. Sviridonov P. HR trends: is it soon to wait for the digital transformation of hiring. *Zavtra oblachno*. 18.11.2019. <https://mcs.mail.ru/blog/hr-trendy-skoro-li-zhdad-cifrovoj-transformacii-najma> (accessed 12.06.2022).
9. Veterman G., Bonnet D., McAfee A. The nine elements of digital transformation. *MIT Sloan*. 07.01.2014. <https://bit.ly/3qAQdmH> (accessed 10.06.2022).
10. Damme N., Marcello F., Sergienko Y. Learning at the speed of business. *Vestnik McKinsey*. 2019;(34). <http://vestnikmckinsey.ru/organizational-models-and-management-systems/obuchenie-so-skorost-yu-biznesa/Print> (accessed 15.06.2022).
11. HYES. *Education and career*. 2021. <https://hays.ru/research/education/> (accessed 15.06.2022).
12. Lapina A.V. Where is corporate training heading and what in the event of a pandemic? *Skillbox Media*. 02.04.2021. https://skillbox.ru/media/education/kuda_dvizhetsya_korporativnoe_obuchenie_i_chno_v_nyem_izmenila_pandemiya/ (accessed 15.06.2022).
13. Skolkovo. *What will corporations be teaching their sensors in 2021?* <https://www.skolkovo.ru/researches/chemu-korporacii-budut-uchit-svoih-rukovoditelej-v-2021-godu/> (accessed 12.06.2022).
14. Yakhontova E.S. *Remote work and its success factors. theory and practice of management*. 2021;(2):172–189. <https://doi.org/10.46486/0234-4505-2021-2-172-189>
15. Di Schmet A., Tegelberg L., Theinissen R., Vogel T. *Overcoming pandemic fatigue: how to recharge the organization in the expected future*. 2020. <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/overcoming-pandemic-fatigue-how-to-reenergize-organizations-for-the-long-run> (accessed 18.06.2022).
16. Strigin A.V. *Optimism is not a vice: Labor market trends identified*. *Russian newspaper*. 2021. 8 (8359). 19.01.2021. <https://rg.ru/2021/01/19/reg-szfo/opredeleny-trendy-rynka-truda-2021.html> (accessed 11.06.2022).
17. Pozdeeva E. *Labor market 2021 – expectation and reality*. <https://www.finam.ru/analysis/newsitem/rynok-truda-2021-ozhidaniya-i-realnost-20210108-11000/> (accessed 14.06.2022).
18. Kommersant. *TOP 100 companies*. 14.12.2017. <https://www.kommersant.ru/doc/3495881> (accessed 12.06.2022).
19. Glukhov P.P., Popov A.A. Evaluation of the quality of education in conditions of distance learning. In: *Bolotov V.A., Mertsalova T.A. (comp., sci. ed.). The experience of staying in a school education pandemic in the countries of the post-Soviet space*. M.: “Aleks” (IE Polikanin A.A.); 2021. P. 167–174.
20. Laar E., Dersen A., Jay A., Dijk J.A., Haan J. Determinants of 21st century digital skills: a large-scale survey of experts. *Computers in Human Behavior*. 2019;100:93–104. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.06.017>
21. Kutuyavin D.V. The knowledge economy as a challenge for the labor market. *Theory and practice of management*. 2021;(2):190–205. <https://doi.org/10.46486/0234-4505-2021-2-190-205>

Инфлюенсер-маркетинг: современные тенденции и перспективы

Аржанова Кристина Александровна

Канд. психол. наук, доц. каф. рекламы и связей с общественностью
ORCID: 0000-0002-9785-5069, e-mail: ka_arzhanova@guu.ru

Довжик Галина Владимировна

Канд. психол. наук, доц. каф. рекламы и связей с общественностью
ORCID: 0000-0002-9381-2475, e-mail: gv_dovzhik@guu.ru

Довжик Валерий Николаевич

Канд. психол. наук, доц. каф. маркетинга услуг и бренд-менеджмента
ORCID: 0000-0001-5062-7125, e-mail: vn_dovzhik@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

В статье представлены результаты исследования влияния инфлюенсер-маркетинга в цифровой среде как одного из самых популярных направлений digital-коммуникаций. Проблемой является трудность в привлечении подходящего блогера для рекламных целей. Методологическую основу исследования составили 2 базовые психологические концепции: когнитивная и интерактивная. Авторы провели критический анализ научной литературы и вторичных документов и обратились к понятиям референтности блогера, идентичности и статусов идентичности потребителя. В статье выдвинута и эмпирически подтверждена гипотеза о взаимосвязанности принятия решения о покупке рекламируемого товара и статуса идентичности потребителя. Эмпирическое исследование проводилось с использованием авторского методического инструментария, включающего проведение онлайн-опроса по методике исследования личностной идентичности Шнейдера. По результатам исследования сформулированы рекомендации маркетологам по выбору блогеров для целевой группы от 18–24 лет с разными статусами идентичности с целью формирования позитивного бренда товара. Приведены предложения для блогеров по взаимодействию с группами потребителей, обладающих указанными статусами идентичности. Даны прогнозы по развитию рынка инфлюенсер-маркетинга, востребованности профессии блогера, эффективности включения блогера в коммуникации компании как потенциальных партнеров, а также по взаимосвязи между уровнем вовлеченности потребителя и социальной сетью.

Ключевые слова

Блогер, бренд, технология цифрового маркетинга, инфлюенсер, инфлюенсер-маркетинг, референтность, цифровая среда, социальная сеть, поведение потребителей, цифровое поведение потребителей, идентичность, виды идентичности, вовлеченность, анкетирование, опрос

Для цитирования: Аржанова К.А., Довжик Г.В., Довжик В.Н. Инфлюенсер-маркетинг: современные тенденции и перспективы // Вестник университета. 2022. № 9. С. 65–71.



Influencer marketing: current trends and prospects

Kristina A. Arzhanova

Cand. Sci. (Psy.), Assoc. Prof. at the Advertising and Public Relations Department
ORCID: 0000-0002-9785-5069, e-mail: ka_arzhanova@guu.ru

Galina V. Dovzhik

Cand. Sci. (Psy.), Assoc. Prof. at the Advertising and Public Relations Department
ORCID: 0000-0002-9381-2475, e-mail: gv_dovzhik@guu.ru

Valery N. Dovzhik

Cand. Sci. (Psy.), Assoc. Prof. at the Service Marketing and Brand Management Department
ORCID: 0000-0001-5062-7125, e-mail: vn_dovzhik@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The article examines the influencer-marketing impact in the digital environment as one of the most popular lines of digital communications. The problem is the difficulty in recruiting a relevant blogger for promotional purposes. Methodologically, the study based on two basic psychological concepts: cognitive and interactive. The authors have conducted a critical analysis of scholarly literature and secondary documents and have addressed the concepts of blogger referentiality, identity and consumer identity statuses. The authors proposes and empirically verifies the hypothesis that the decision to buy an advertised product and the identity status of the consumer are interrelated. The empirical study was conducted using the author's methodological toolkit, including an online survey using the Schneider Personality Survey. Based on the results of the study, recommendations are given for marketers to select bloggers for the target group of 18–24 year olds with different identity statuses in order to build a positive product brand. Suggestions for bloggers to interact with consumer groups with specified identity statuses are provided. Forecasts are given on the development of the influencer-marketing market, the demand for the blogging profession, the effectiveness of including the blogger's inclusion in the company communications as potential partners, and the relationship between consumer engagement levels and social network.

Keywords

Blogger, brand, digital marketing technology, influencer, influencer-marketing, reference, digital environment, social network, consumer behavior, digital consumer behavior, identity, types of identity, engagement, questionnaire, survey

For citation: Arzhanova K.A., Dovzhik G.V., Dovzhik V.N. (2022) Influencer marketing: current trends and prospects. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 65–71.

ВВЕДЕНИЕ

Все большее количество людей с каждым годом получают доступ к сети «Интернет» (далее – Интернет), и это не может не сказываться на росте числа онлайн-потребителей, находящихся под ежедневным воздействием инфлюенсеров (от англ. influence – влияние) в социальных сетях. За последние 30 лет (с 1990 г.) блоги трансформировались из текстовых онлайн-дневников в средство для коммуникации с потребителями с использованием текстового, фото, аудио и видеоконтента.

Профессия инфлюенсера в России сейчас является очень популярной. Выбор онлайн-платформы для продвижения продукта также влияет на успешность рекламной кампании. Последние исследования инфлюенсер-маркетинга подтверждают информацию о том, что уровень вовлеченности (англ. engagement rate, ER), выражаемый через отношение лайков и комментариев к числу подписчиков, напрямую зависит от социальной сети. Согласно исследованию PureAuditor [1] (отраслевая аналитическая платформа) состояния инфлюенсер-маркетинга в 2020 г., инфлюенсеры с более 1 млн подписчиков в Tik-Tok имеют более высокий ER, чем подобные инфлюенсеры Instagram. Эти данные были получены по результатам анализа более 12 млн аккаунтов Instagram, 4,5 каналов YouTube и 5,2 млн аккаунтов Tik-Tok в течение 2020 г. Показатель ER у наноинфлюенсеров Instagram (от 1 до 5 тыс. подписчиков) составил 5 %. При росте числа подписчиков данный показатель снижается (мегаинфлюенсеры – 1,6 %) [2].

Тем не менее, несмотря на широкое присутствие инфлюенсеров в Интернете, 61 % маркетологов согласны с тем, что трудно найти подходящих блогеров для коммуникации с брендом работодателя [2].

В исследовании [3] показано, что сообщения в социальных сетях, которые с наибольшей вероятностью вынуждают потребителей принять новый продукт, создаются влиятельными лицами широкой общественности без демонстрации ими какой-либо спонсорской принадлежности к продукту. Для эффективности коммуникаций важно, чтобы блогер являлся референтной личностью для потребителей. Референтность подразумевает, что происходит совпадение (практически полное отождествление) интересов, мнений и ценностей инфлюенсера с его целевой аудиторией [4].

Интерес представляет исследование влияния статуса инфлюенсера на эффективность коммуникации.

В то время как влиятельные знаменитости (селебрити-инфлюенсеры) могут охватить более широкий потребительский рынок для брендов, влиятельные лица широкой общественности могут обеспечить, например, более высокую отдачу от инвестиций (англ. return on investment, ROI) [5]. Вторые оказывают большее влияние на покупательское поведение молодых потребителей и отношение к брендам по сравнению с первыми [6; 7].

Потребитель должен обладать определенной идентичностью. Это чувство, сумма знаний о себе, поведенческое единство. Идентичность – результат процесса рефлексии, который объединяет в себе представления индивида о самом себе, о путях своего развития, которые помогают ему воспринимать жизнь как опыт непрерывности сознания, что дает возможность совершать последовательные действия. Это определенная организация потребностей, способностей, убеждений, влияющих на его поведение. Существует несколько видов идентичности: личностная, гендерная, социальная и др. В контексте взаимодействия с блогером нас интересует социальная идентичность – ощущение принадлежности личности к определенной социальной системе (группе, сообществу и др.).

Дж. Марсия [8; 9] выделяет следующие статусы идентичности:

- достигнутая (реализованная) идентичность;
- мораторий;
- преждевременная (предрешенная) идентичность;
- диффузная идентичность;
- гиперидентичность.

Таким образом, целью исследования стало выявление особенностей инфлюенсер-маркетинга в цифровой среде и существования взаимосвязи между статусом идентичности потребителя и фактом принятия решения о покупке при посредничестве блогера.

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Для выявления упомянутых выше особенностей было проведено эмпирическое исследование, в задачи которого входили:

- оценка идентичности потребителя;

- оценка готовности потребителя совершить покупку;
- выявление взаимосвязи между идентичностью потребителя и принятием решения о покупке под влиянием поста инфлюенсера в социальной сети.

Эмпирическое исследование проводилось с использованием авторского методического инструментария, включающего проведение онлайн-опроса по методике исследования личностной идентичности Шнейдера (далее – МИЛИ) [10].

Экспериментальным фактором выступал рекламный пост инфлюенсера, для этого были выбраны блогеры – представители разных стран: Андрей Борисов (@gan_13_) [11] (Россия, 4 млн подписчиков), Джулиан Дюкэр – Julien Duquaire (@julendqr) (Франция, 362 тыс. подписчиков) [12] и Марго Стефани Перссон Дитц – Margaux (@dietz margauxdietz) (Швеция, 394 тыс. подписчиков) [13]. Для чистоты эксперимента были отобраны 2 группы респондентов: экспериментальная – 91 чел. и контрольная – 79 чел. из постоянно проживающих в Москве, проводящих в Интернете не менее 3-х часов в день, осуществляющих покупки через Интернет.

Эксперимент заключался в предложении двум группам респондентов разного стимульного материала: в одном случае пост инфлюенсера не включал описание продукта, в другом прилагались рисунки с описаниями, комментариями и лайками. Респондент выбирал те слова ассоциативного ряда, которые, по его мнению, соответствовали ему и его образу жизни.

Обработка результатов проводилась при помощи ключа к методике МИЛИ – ранжировки выбранных респондентом прилагательных, исходя из отнесения слов к одной из двум групп: социальное или асоциальное [8].

Количественно социальная идентичность оценивалась по формуле:

$$S = A / (A + B) \cdot 100, \% \quad (1)$$

где A – количество слов, выбранных респондентом из группы «социальное»; B – количество слов, выбранных респондентом из группы «асоциальное». Статистическая обработка данных выполнена в программе Microsoft Excel.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Результаты анкетирования подтвердили гипотезу исследования о существовании взаимосвязи между статусом идентичности и эффективностью рекламного сообщения (табл. 1, 2).

Таблица 1

Взаимосвязь между статусом идентичности респондентов и эффективностью рекламного сообщения с привлечением блогера (фото без описания), опросный лист № 1

Статус идентичности респондента	Количество ответов о решении приобрести продукт								
	пост 1-го блогера			пост 2-го блогера			пост 3-го блогера		
	да	нет	не знаю	да	нет	не знаю	да	нет	не знаю
Диффузная	2	0	0	1	1	0	0	2	0
Преждевременная	0	5	2	1	5	1	1	5	1
Мораторий	1	13	3	2	15	0	4	9	4
Достигнутая	2	28	4	8	23	3	19	11	4
Гиперидентичность	4	23	4	7	19	5	22	4	5

Составлено авторами по материалам исследования

Таблица 2

Взаимосвязь между статусом идентичности респондентов и эффективностью рекламного сообщения с привлечением блогера (фото с описанием), опросный лист № 2

Статус идентичности респондента	Количество ответов о решении приобрести продукт								
	Пост 1-го блогера			Пост 2-го блогера			Пост 3-го блогера		
	да	нет	не знаю	да	нет	не знаю	да	нет	не знаю
Диффузная	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Преждевременная	0	4	0	0	4	0	1	3	0

Статус идентичности респондента	Количество ответов о решении приобрести продукт								
	Пост 1-го блогера			Пост 2-го блогера			Пост 3-го блогера		
	да	нет	не знаю	да	нет	не знаю	да	нет	не знаю
Мораторий	2	8	2	1	10	1	4	7	1
Достигнутая	3	29	5	9	17	11	12	18	7
Гиперидентичность	5	19	1	4	16	5	5	10	10

Составлено авторами по материалам исследования

Полученные ответы в целом можно охарактеризовать как весьма неоднозначные.

С одной стороны, уровень идентичности потребителя напрямую влияет на принятие решения о покупке. С другой стороны, респонденты со всеми статусами идентичности негативно реагируют на рекламу, которая является необычной и неоднозначной. Так, негативно были восприняты посты 1, 2 [11; 12]. Ответы респондентов по 3-му посту разделились – респонденты со статусами идентичности «диффузная», «преждевременная» и «мораторий» восприняли пост негативно, а респонденты со статусами идентичности «достигнутая» и «гиперидентичность» – двояко. В статусе достигнутой идентичности респонденты положительно восприняли пост, выразив желание приобрести товар (щетку для лица), однако при предъявлении полной информации о посте значительная часть респондентов указала, что не стали бы приобретать рекламируемый товар. Включение дополнительной информации негативно повлияло на принятие решения о покупке и у респондентов со статусом гиперидентичности – они не знали, как на такую информацию реагировать. В то же время при отсутствии дополнительной информации большинство из них соглашалось приобретать рекламируемый товар.

Следовательно, важно выстраивать коммуникации с потребителями исходя из статуса их идентичности.

Нами сформулированы следующие рекомендации маркетологам по выбору блогеров (потенциальных сотрудников) для той или иной целевой группы пользователей от 18–24 лет, обладающих разным статусом идентичности.

1. Респонденты со статусами идентичности «диффузная», «преждевременная» и «мораторий» продемонстрировали нежелание приобретать товары у неизвестных для них блогеров.

При преждевременной идентичности индивид склонен не принимать самостоятельных решений, полагаться на чужое мнение и перенимать взгляды, ценности и установки у окружающих людей. Чтобы воздействовать на потребителей с этим статусом идентичности необходимо учитывать указанную потребность.

2. Потребителям со статусом идентичности «мораторий» необходимо демонстрировать рекламное сообщение, которое всегда было бы разным и удивляло их, так как у подобных индивидов ожидания неопределенны, желания и стремления могут противоречить друг другу, а взгляды они могут менять на диаметрально противоположные.

3. Для потребителей с достигнутой идентичностью необходимо создавать рекламное сообщение, которое бы соответствовало совокупности личностно-значимых целей, ценностей, убеждений, являющихся для них личностно-значимыми, которые дают им чувство направленности жизни, ее осмысление. Именно поэтому респонденты, увидев в сообщении, демонстрирующем семейные ценности, пару, которая совместно ухаживает за кожей, согласились приобрести представленный им на фотографии товар.

Факт того, что при введении дополнительной информации решение менялось, можно объяснить тем, что поколение Z, представители которого приняли участие в исследовании, воспринимают рекламное сообщение по-другому, чем представители предыдущих поколений. Они различают рекламную подачу, которая вызывает отторжение. В случае если блогер не является референтным, это становится более критичным.

4. Для потребителей с гиперидентичностью в рекламных коммуникациях необходимо использовать исключительно референтную для них личность, так как у подобных индивидов есть необходимость в субъекте с определенным статусом, ролью, работой и др.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования эмпирически доказана взаимосвязь между статусом идентичности потребителя и фактом принятия решения о покупке при посредничестве блогера. Результаты исследования могут быть использованы в коммуникациях брендов с потребителями в социальных сетях Telegram, «Россграм», «ВКонтакте» и др.

В ближайшие несколько лет профессия блогера будет оставаться одной из самых востребованных и популярных. Инфлюенсер-маркетинг сейчас является одним из ключевых инструментов интерактивного маркетинга. Успешность инфлюенсера зависит не только от особенностей целевой аудитории, статуса идентичности потребителей, но и от уровня его референтности.

Перспективы исследований, связанных с оценкой эффективности коммуникаций, представляются авторам в дальнейшем изучении влияния инфлюенсера на потребительское поведение.

Библиографический список

1. HypeAuditor. *State of Influencer Marketing 2021*. <https://hypeauditor.com/whitepapers/state-of-influencer-marketing-2021> (дата обращения: 30.06.2022).
2. Mediakix. *Influencer marketing 2019 industry benchmarks*. <https://mediakix.com/influencer-marketing-resources/influencer-marketing-industry-statistics-survey-benchmarks/#gs.2tkrXH0b> (дата обращения: 30.06.2022).
3. Wang L., Lee J. H. The impact of K-beauty social media influencers, sponsorship, and product exposure on consumer acceptance of new products. *Fashion and Textiles*. 2021;8:15. <https://doi.org/10.1186/s40691-020-00239-0>
4. Dovzhik G.V., Dovzhik V.N., Kurasova O.V. Empathy and identification as an online technology of blogger's communication in digital marketing. In: Popkova E.G., Ostrovskaya V.N., Bogoviz A.V. (eds). *Socio-economic Systems: Paradigms for the Future. Studies in Systems, Decision and Control*. Vol. 314. Cham: Springer; 2021. P. 1291–1301. https://doi.org/10.1007/978-3-030-56433-9_135
5. Trivedi J.P. Measuring the comparative efficacy of an attractive celebrity influencer vis-à-vis an expert influencer-a fashion industry perspective. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*. 2018;11(3):256–271. <https://doi.org/10.1504/IJECRM.2018.093771>
6. Schouten A.P., Janssen L., Verspaget M. Celebrity vs. influencer endorsements in advertising: The role of identification, credibility, and product-endorser fit. *International Journal of Advertising*. 2020;39(2):258–281. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1634898>
7. Trivedi J., Sama R. The effect of influencer marketing on consumers' brand admiration and online purchase intentions: An emerging market perspective. *Journal of Internet Commerce*. 2020;19(1):103–124. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1700741>
8. Marcia J.E. Development and validation of Ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1966;3(5):551–558. <https://doi.org/10.1037/h0023281>
9. Marcia J.E. *Identity in adolescence: Handbook of adolescent psychology*. N.Y.: Wiley; 1980.
10. Шнейдер Л.Б., Хрусталева В.В. Ассоциативный тест как основа конструирования методики изучения социальной идентичности. *Вестник РМАТ*. 2014;3:83–96.
11. Андрей Борисов. <https://www.instagram.com/p/BZGUEvklGpi/> (accessed 26.06.2022).
12. Julien Duquaire. <https://www.instagram.com/p/CH-sqDYCN6w/> (accessed 26.06.2022)
13. Margaux. <https://www.instagram.com/p/ByFrxmogZss/> (accessed 26.06.2022)

References

1. HypeAuditor. *State of Influencer Marketing 2021*. <https://hypeauditor.com/whitepapers/state-of-influencer-marketing-2021> (accessed 30.04.2022).
2. Mediakix. *Influencer marketing 2019 industry benchmarks*. <https://mediakix.com/influencer-marketing-resources/influencer-marketing-industry-statistics-survey-benchmarks/#gs.2tkrXH0b> (accessed 30.04.2022).
3. Wang L., Lee, J. H. The impact of K-beauty social media influencers, sponsorship, and product exposure on consumer acceptance of new products. *Fashion and Textiles*. 2021; ;8:15. <https://doi.org/10.1186/s40691-020-00239-0>
4. Dovzhik G. V., Dovzhik V. N., Kurasova O. V. Empathy and identification as an online technology of blogger's communication in digital marketing. In: Popkova E.G., Ostrovskaya V.N., Bogoviz A.V. (eds). *Socio-economic Systems: Paradigms for the Future. Studies in Systems, Decision and Control*. Vol. 314. Cham: Springer; 2021. P. 1291–1301. https://doi.org/10.1007/978-3-030-56433-9_135
5. Trivedi J. P. Measuring the comparative efficacy of an attractive celebrity influencer vis-à-vis an expert influencer-a fashion industry perspective. *International Journal of Electronic Customer Relationship Management*. 2018;11(3):256–271. <https://doi.org/10.1504/IJECRM.2018.093771>
6. Schouten A.P., Janssen L., Verspaget M. Celebrity vs. influencer endorsements in advertising: The role of identification, credibility, and product-endorser fit. *International Journal of Advertising*. 2020;39(2):258–281. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1634898>

7. Trivedi J., Sama R. The effect of influencer marketing on consumers' brand admiration and online purchase intentions: An emerging market perspective. *Journal of Internet Commerce*. 2020;19(1):103–124. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1700741>
8. Marcia J.E. Development and validation of Ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1966;3:551–558. <https://doi.org/10.1037/h0023281>
9. Marcia J.E. *Identity in adolescence: Handbook of adolescent psychology*. N.Y.: Wiley; 1980.
10. Shneider L.B., Hrustaleva V. V. Association test as methodological basis of studying the social identity. *Vestnik RLAT*. 2014;3:83–96.
11. Andrew Borisov. <https://www.instagram.com/p/BZGUEvklGpj/> (accessed 26.06.2021)
12. Julien Duquaire. <https://www.instagram.com/p/CH-sqDYCN6w> (accessed 30.06.2022).
13. Margaux. <https://www.instagram.com/p/ByFrxmogZss> (accessed 30.06.2022).

Развитие ESG-трансформации ритейла в России

Едемская Вероника Андреевна

Студент магистратуры, ORCID: 0000-0002-1453-7269, e-mail: edemskaya.veronika@gmail.com

Давыдова Елизавета Денисовна

Студент магистратуры, ORCID: 0000-0001-9676-4248, e-mail: Davydovaliz@mail.ru

Сухов Филипп Игоревич

Канд. техн. наук, доцент кафедры химии и инженерной экологии
ORCID: 0000-0001-7932-3010, e-mail: philipp.sukhov@mail.ru

Российский университет транспорта (МИИТ), г. Москва, Россия

Аннотация

В статье исследуется становление парадигмы устойчивого развития и ESG-повестки в России. Раскрывается деятельность крупнейших представителей российского ритейла: лидеров устойчивого развития и компаний с более слабой позицией в данной области. Отмечена взаимосвязь формы компании и ее позиции в ESG-рейтингах: компании, которые обязаны публично представлять информацию, находятся выше по уровню, чем непубличные. Характерная особенность прохождения рейтинговой ESG-оценки, связанная с запросами современного рынка, – получение высоких баллов в части G-аспекта и E-аспекта. Рекомендовано углубить деятельность в области устойчивого развития по части обучения сотрудников цифровым и экологическим компетенциям, а также усилить коммуникационные стратегии по части ESG-повестки крупнейших ритейлеров.

Ключевые слова

Экологический менеджмент, устойчивое развитие, ESG-трансформация, ритейл, розничная торговля, нефинансовая отчетность, рейтинг, ESG стратегия, политики организации

Для цитирования: Едемская В.А., Давыдова Е.Д., Сухов Ф.И. Развитие ESG-трансформации ритейла в России // Вестник университета. 2022. № 9. С. 72–80.



Russian retail ESG transformations development

Veronika A. Edemskaya

Graduate Student, ORCID: 0000-0002-1453-7269, e-mail: edemskaya.veronika@gmail.com

Elizaveta D. Davydova

Graduate Student, ORCID: 0000-0001-9676-4248, e-mail: Davydovaliz@mail.ru

Philip I. Sukhov

Cand. Sci. (Tech.), Assoc. Prof. at the Department of Chemistry and Environmental Engineering
ORCID: 0000-0001-7932-3010, e-mail: philipp.sukhov@mail.ru

Russian University of Transport, Moscow, Russia

Abstract

The article analyse the formation of the sustainable development paradigm and the ESG agenda in Russia. The activities of the largest Russian retailers: leaders in sustainable development and companies with a weaker position in this area is revealed. The relationship between the form of the company and its position in the ESG ratings has been noted. Thus, companies that are required to provide information publicly are higher in level than non-public ones. A characteristic feature of passing the ESG rating assessment is getting high scores in terms of the *G*-aspect and the *E*-aspect associated with the demands of the modern market. The authors recommended deepening activities in the field of sustainable development in terms of training employees in digital and environmental competencies, and to strengthen communication strategies regarding the ESG agenda of the largest retailers.

Keywords

Environmental management, sustainable development, ESG-transformation, retail, non-financial reporting, rating, ESG strategy, organisation policies

For citation: Edemskaya V.A., Davydova E.D., Sukhov F.I. (2022) Russian retail ESG transformations development. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 72–80.

ВВЕДЕНИЕ

Человечество с каждым годом развивается все быстрее, сталкиваясь при этом с множеством проблем. Одна из них остается актуальной уже несколько десятилетий – это ухудшение экологической обстановки и увеличение объемов загрязнения. Однако человечество достигло такой стадии благосостояния, что появилась необходимость уделять внимание долгосрочным проблемам. Так, в 1987 г. Организацией Объединенных Наций была принята «Концепция устойчивого развития человеческого общества», главной идеей которой является принцип удовлетворения насущных потребностей без ущерба для будущих поколений [1]. В отчете Г.Х. Брундтланд (Brundtland) было дано понятие устойчивого развития: «развитие, отвечающее потребностям настоящего, не ставя под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои потребности» [2]. Эта теория заставила человечество задуматься от том, что безграничное увеличение производства и потребления невозможно из-за ограниченного количества природных ресурсов и возрастающего ущерба окружающей среде.



С момента появления термина «устойчивое развитие» прошло уже больше 30 лет. Сейчас концепция стала более глубокой и затрагивает все большее количество умов. Под устойчивым развитием следует понимать совокупность экономических, социальных и управленческих изменений, направленных на решение социальных проблем, проблем рационального использования природных ресурсов, на развитие экономической деятельности и научно-технического процесса с целью повышения качества жизни людей, без ущерба для будущих поколений [3].

Одним из направлений, активно следующих принципам устойчивого развития в своей сфере, является предпринимательство. Бизнес – пластичная среда, которая быстро подстраивается под новые реалии. Трендом сегодняшнего дня становится вовлечение частного бизнеса в решение глобальных проблем. ESG-подход (от англ. environmental, social, governance) к управлению, при котором экономические, социальные и управленческие факторы включаются в процесс принятия решений для снижения рисков и устойчивого развития бизнеса, стал наглядным воплощением этого тренда.

ПОНЯТИЕ ESG

Итак, ESG – направление устойчивого развития, включающее в себя три основных аспекта управления:

- environmental – защита окружающей среды. Параметр определяет, насколько организация заботится об экологии, насколько важно для нее сократить наносимый ущерб;
- social – социальная ответственность. Параметр демонстрирует отношение организации к персоналу, поставщикам, потребителям и другим социальным группам;
- governance – корпоративное управление. Параметр подразумевает открытое взаимодействие акционеров и менеджмента компании, прозрачность отчетности, предоставление достоверной информации и др.

В России первыми сторонниками «зеленых» концепций стали банки. Помимо влияния на свою деятельность, банки стали увеличивать количество учитываемых рисков для выдачи кредитов. Помимо основных (кредитный риск, риски ликвидности и долгосрочности капитала, риск изменения кредитных ставок), стали учитываться следующие риски:

- экологические (стихийные бедствия, изменения климата, аварии и т.п.);
- социальные (дискриминация по полу, возрасту, расе и другим признакам, доступность новых технологий);
- управленческие (прозрачность, открытость, эффективность).

Банки смотрят на то, как заемщик будет управлять финансами не только с точки зрения бизнеса, но и с позиции устойчивого развития. Широко используются индикаторы, отражающие не только количественное, но и качественное развитие бизнеса. Банк России в 2020 г. разработал стандарты эмиссии «зеленых» и социальных облигаций, которые предполагают, что при выпуске таких облигаций должны быть прописаны точные данные о проектах, для которых привлекаются средства. Проекты должны соответствовать российским и международным стандартам [4]. В июле 2021 г. Банк России выпустил «Рекомендации по раскрытию публичными акционерными обществами нефинансовой информации», связанной с деятельностью этих обществ. В рекомендациях раскрыты ключевые вопросы ответственного инвестирования.

Несомненно, учитывая современные общественно-политические трансформации, терминология ESG может претерпевать изменения, тем не менее общий подход реализуемый в соответствии с ESG-принципами должен оставаться прежним. Приверженность организации к принципам ESG влияет на ее инвестиционную привлекательность, деловую репутацию, создает позитивный имидж в глазах общества [5; 6]. Также использование принципов влечет снижение затрат и способствует модернизации технических процессов [7].

Различные элементы ESG могут быть частями системы экологического менеджмента, приниматься во внимание при выборе стратегии в экологической политике организации участвовать в процессе обеспечения культуры безопасности [8; 9]. Существует несколько подходов к оценке принадлежности компании к числу тех, которые соблюдают требования системы экологического менеджмента. Соответствующими исследованиями и публикациями занимаются: Международная организация по стандартизации (Сертификат ISO 14001); Европейская Комиссия (Сертификат EMAS); Совет по экологическому строительству США (Сертификат USGBC); Британская организация BRE Global (Сертификат BREEAM); Greenpeace; Всемирный фонд дикой природы (WWF).

Одним из распространенных инструментов является создание устойчивых зеленых зданий, территорий и пространств по международным стандартам «зеленого» и «здорового» строительства», а также создание «зеленого офиса» [10; 11]. По данным опроса, 37 % российских компаний представляют программу «зеленого офиса» как элемент бренда. Исследования показывают, что внедрение данного инструмента свидетельствует о высокой экономической эффективности организации. Она позволяет снизить негативное воздействие на окружающую среду, а также вносит вклад в обеспечение устойчивого развития компании [12].

Новая экономика предполагает необходимость экологической нацеленности всех участников рынка. ESG-трансформация выстраивает позитивные взаимоотношения между разными группами стейкхолдеров, для объединения усилий по решению экологических и социальных проблем. Следует отметить, что не существует единого пути для достижения успеха по направлениям устойчивого развития. Для всестороннего стратегического анализа можно использовать индексы соответствия ESG-критериям – индексы устойчивого развития.

ESG-ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА: ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РОССИЙСКИХ РИТЕЙЛЕРОВ В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Вклад торговли в валовой внутренний продукт России на 2021 г. составляет 13 %. Розничная торговля является зеркалом текущей обстановки на рынке, так как отражает запрос и интересы различных категорий стейкхолдеров (заинтересованных сторон). На компаниях лежит большая ответственность за создание удобств для покупателей, правильную организацию внутренних процессов, заботу о сотрудниках, сокращение потенциального негативного воздействия на окружающую среду (например, количества образуемых отходов), работа с поставщиками в рамках создания ответственной цепочки поставок. Представители сферы розничной торговли стремятся наращивать продажи и быстро адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка для улучшения позиций в отрасли. Пандемия COVID-19 внесла значительные коррективы в стратегии развития бизнеса. Расходы ритейлеров выросли за счет сбоев в цепочках поставок, трудностей на предприятиях поставщиков. Для розничной торговли 2020 г. стал переломным моментом, критическое состояние привело к резкому переходу к онлайн-сервисам [13].

Обратимся к обзору аналитического агентства Infoline на сентябрь 2021 г. [14]. Топ-100 крупнейших российских ритейлеров по выручке возглавляют: X5 Group (бренды «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель»); «Магнит» (с учетом приобретения сети «Дикси»); Mercury Retail Group («Красное&Белое», «Бристоль»); Wildberries; DNS; «Лента»; «М.Видео-Эльдорадо»; Leroy Merlin; OZON; «Светофор».

По итогам 2021 г. среди ведущих FMCG-сетей по выручке «Светофор» занял 5 место, что отражает растущий спрос населения на дискаунтеры. На 6-е место вышел Auchan, далее – «METRO», «О'кей», «Вкусвилл» и «Монетка» [15]. Крупные сети развиваются вследствие экспансии на региональные рынки России [16; 17]. Улучшая качество управления, что является одним из направлений ESG-трансформации, сети значительно повышают эффективность бизнеса.

Если крупные международные компании розничной торговли, к примеру, Walmart, Tesco, примерно с 2000-х гг. занимаются устойчивым развитием, то компании, которые работают на российском рынке, заметно позже стали вовлекаться в повестку устойчивого развития. Накопленный опыт ESG-трансформации российского бизнеса сосредоточен в основном на компаниях, занимающихся нефтедобычей и переработкой нефти, химических предприятиях, представителях металлургии и прочих промышленных концернах, представителях банковской отрасли. Представители ритейла в России относительно недавно вошли в ESG повестку, что подтверждает отсутствие компаний розничной торговли до 2020 г. в рейтинговых системах оценки устойчивого развития и ESG-трансформаций, индексах устойчивого развития Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП). На 2021 г. отрасль розничной торговли по индексу РСПП «Ответственность и открытость» занимает лишь 10 место из 12 отраслей финальной выборки [18].

Довольно значимой чертой развития деятельности в области устойчивого развития компаний отрасли является объединение ритейлеров в сообщества для достижения единых целей. Так, в июне 2019 г. под эгидой Всемирного фонда дикой природы (WWF) участниками рынка розничной торговли подписан «Меморандум об устойчивом развитии и совершенствовании экологических практик». Данный шаг был реализован при поддержке отраслевых ассоциаций: Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) и Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ). Это важный шаг для начала совместной

работы по экологизации сектора ритейла в России. Несмотря на то, что не все ритейлеры приняли участие в подписании документа, направления экологических инициатив, реализуемых компаниями в рамках собственных ESG-стратегий и корпоративных программ устойчивого развития, довольно схожи. В свою очередь потребители становятся все более осведомленными о глобальных социальных и экологических проблемах и активно вовлекаются в социально-экологические инициативы бизнеса.

Если рассматривать российских ритейлеров с точки зрения их деятельности в области устойчивого развития, крупнейших представителей отрасли можно условно разделить на 3 группы – с сильной, средней и слабой ESG-позицией. Так, в первую группу входят X5 Retail Group, «Магнит», Leroy Merlin, «М.Видео-Эльдорадо»; во вторую – «Лента» и OZON; в третью – Mercury Retail Group, Wildberries, «ДНС», «Светофор» (табл. 1).

Таблица 1

Положение крупнейших представителей российского ритейла с точки зрения раскрытия информации о деятельности в области устойчивого развития и ESG

Название компании	Наличие Отчета и/или Стратегии по устойчивого развития	Наличие раздела у устойчивого развития на корпоративном сайте	Публичные Кодексы, политики по устойчивому развитию и ESG	Получение ESG-рейтингов	Итоговый балл	Позиция
X5 Retail Group	2	2	2	2	8	Сильная
Магнит	2	2	2	2	8	Сильная
Mercury Retail Group	1	1	0	1	3	Слабая
Wildberries	0	0	0	0	0	Слабая
ДНС	0	0	0	1	1	Слабая
Лента	1	1	1	2	5	Средняя
М.Видео-Эльдорадо	1	2	2	2	7	Сильная
Leroy Merlin	2	2	2	1	7	Сильная
OZON	2	1	1	1	5	Средняя
Светофор	0	0	0	0	0	Слабая

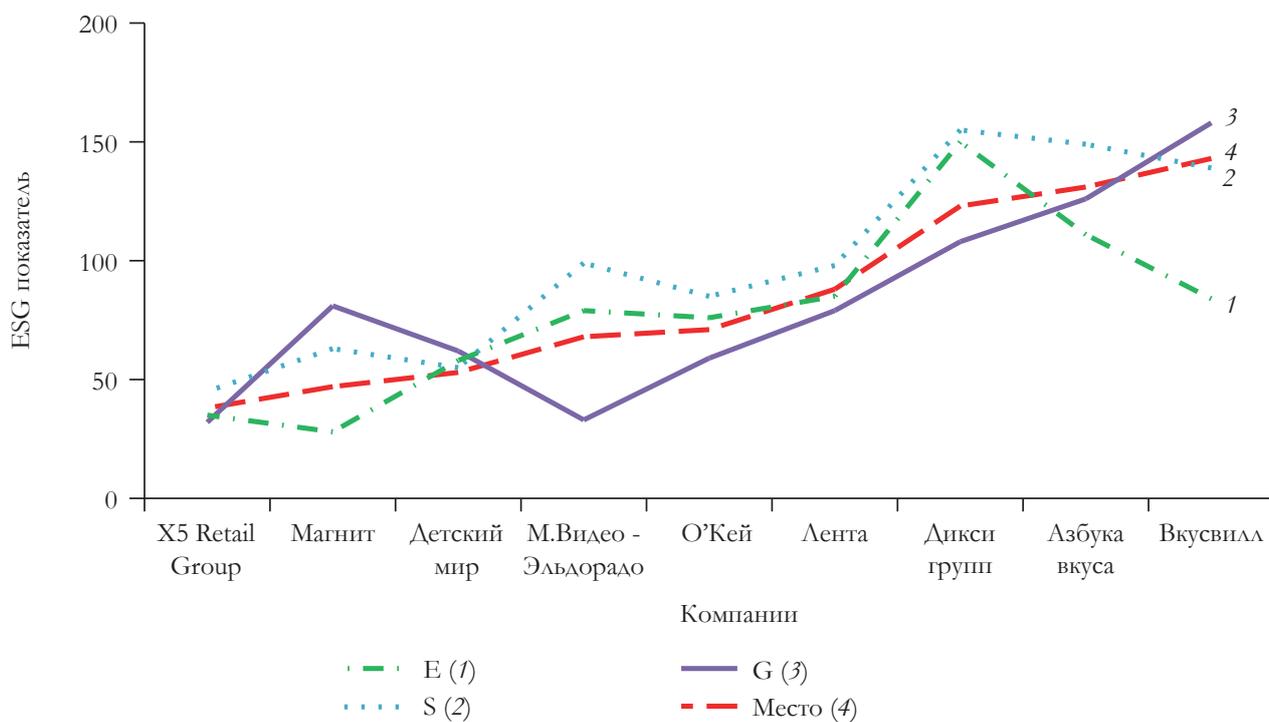
Примечание. Итоговый балл рассчитывается суммированием присвоенных баллов по отдельным показателям, в оценке которых 0 – минимальный балл, 2 – максимальный. Сильная позиция – 7–8 баллов, средняя позиция – 5–6 баллов, слабая – до 4 баллов.

Составлено авторами по материалам исследования

ESG-лидеры – преимущественно публичные компании, так как перед ними стоят обязательства раскрывать значимую часть информации. Данные компании длительное время публикуют финансовую и нефинансовую годовые отчеты, стратегии устойчивого развития и отчеты о данной деятельности, внутренние политики и кодексы, направленные на широкий круг заинтересованных сторон. Размер сети розничной торговли практически не коррелирует с ее приверженностью к ведению публичной деятельности в области устойчивого развития, однако последнее характерно для публичных компаний, возглавляющих список лидеров отрасли.

ESG-РЭНКИНГ

Наиболее обширным рэнкингом компаний по части ESG, который пользуется популярностью у кредиторов на российском рынке, является ESG-рэнкинг RAEX (рис. 1). С начала 2021 г. рэнкинг обновляется и пополняется в ежемесячном формате. По данным на 2022 г. в ESG-рэнкинг RAEX [19] вошли представители сегмента розничной торговли из 160 мест.



Примечание. Остальные компании топ-100 Retail Russia обзора аналитического агентства Infoline в ESG-рэнкинге RAEX 2022 г. отсутствуют
 Источник: [19]

Рис. 1. ESG-показатели крупнейших российских ритейлеров ESG-рэнкинга RAEX, 15 мая 2022 г.

Отмечено, что крупнейшие представители российского ритейла обладают высоким баллом по части G-аспекта и E-аспекта, что довольно показательно, так как в раскрытии информации заинтересованы, как правило, стейкхолдеры публичных компаний. Кроме того, с начала XXI в. идет довольно активный рост «экологической осознанности» бизнеса, пришедший на смену росту исключительно социальных программ компаний. Однако геополитическая обстановка может влиять на изменение вектора компаний по реализации ESG-подхода в управлении и корректироваться в сторону возвращения к социальным проектам и уход от приоритизации природоохранных и ресурсосберегающих проектов.

Ритейлерами проводится параллельная работа по сбору различных фракций отходов от населения. Помимо работы с экологическими клиентскими сервисами, компании озадачены сокращением количества образуемых отходов от собственной деятельности. Например, лидеры отрасли призывают отказаться от бумажных чеков, используют оборотную тару в цепочках поставок, внедряют отдельный сбор в офисах и магазинах, стремятся передавать до 100 % использованной упаковки, материалов и отработанного сырья на вторичную переработку. Для минимизации воздействия на окружающую среду и сокращения количества используемых ресурсов для обеспечения своей деятельности, помимо выполнения требований национальных нормативных актов, компании внедряют систему экологического менеджмента в свои процессы, сокращают углеродный след от собственной деятельности, участвуют в корпоративных программах ресурсосбережения.

Что касается социального аспекта, крупнейшие ритейлеры стремятся к созданию равных условий для трудоустройства, развивают инклюзивные проекты, работают с местными сообществами в виде благотворительных проектов и корпоративного волонтерства. Интересно, что в рамках стратегий устойчивого развития компании лидеры отрасли стремятся стать лучшими работодателями среди конкурентов. Тем не менее, отмечено, что в основном компании уделяют недостаточное внимание обучению сотрудников и стейкхолдеров принципам устойчивого развития, цифровым и экологическим навыкам. Среди ключевых тем обучения выделяют введение в должность и знакомство с корпоративной культурой, тренинги и инструктажи по безопасности, развитие профессиональных умений. В связи с этим рекомендовано включить в разделы программ обучения персонала элементы, связанные с получением сотрудниками «цифровых» и «экологических» компетенций, знаний в области концепции устойчивого развития, расширить коммуникационные стратегии в части ESG аспектов.

По части корпоративного управления дальше всего продвинулись публичные компании. Среди раскрываемой информации – структура совета директоров и прозрачность, структуры собственности, риск-анализ и управление рисками, взаимодействие с другими игроками рынка, бизнес-этика и комплаенс, раскрытие финансовой информации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С момента становления российского бизнеса розничной торговли на пути устойчивого развития и ESG-трансформации прошло порядка 5 лет. Проведенный анализ позволил выявить лидеров устойчивого развития среди крупнейших представителей российского ритейла. Отмечена взаимосвязь формы компании и ее позиции в ESG-рейтингах. Так, компании, которые обязаны публично представлять информацию заинтересованным сторонам (например, X5 Retail Group, «М.Видео-Эльдорадо», «Магнит»), находятся выше по уровню, нежели многие непубличные компании. Это связано с тем, что детальное раскрытие информации является важным аспектом в прохождении аналитической проверки в рамках присвоения рейтинга ESG. Качество раскрытия информации и полнота напрямую влияют на итоговые показатели. Стоит отметить, что в ключевые рэнкинги входят исключительно те компании, которые публично раскрывают внутреннюю информацию о деятельности в области устойчивого развития и ESG, и в той форме, которая может быть оценена по методике, принятой тем или иным рейтинговым агентством. Таким образом, говорить об общей ситуации среди всех представителей российского ритейла исключительно исходя из ESG-рейтингов некорректно.

Характерной особенностью ESG-подхода среди крупнейших ритейлеров является получение высоких баллов в части G-аспекта и E-аспекта, связанной с запросами современного рынка. Тем не менее геополитические события 2022 г. будут сказываться на росте социальных программ по части S-аспекта. На основе проведенного анализа предложено усилить работу бизнеса по направлению обучения и развития сотрудников и стейкхолдеров и включить элементы, связанные с разработкой программ по обучению и коммуникации в области устойчивого развития, усилить внешние и внутренние коммуникации по части ESG.

Риски, которые связаны как с внутренними, так и внешними факторами, способны влиять на ритейлеров не только с положения рейтинга ESG, но и играть роль в возможности полноценно вести деятельность в области устойчивого развития. Компании, стремящиеся сохранить позиции на новом рынке в режиме неопределенности, должны быть одновременно и более гибкими, и требовательными в условиях антикризисного управления, оперативно корректировать внутренние и внешние процессы, двигаться, опережая потенциальные проявления новых рисков.

Библиографический список

1. ООН. Развитие и международное экономическое сотрудничество. Доклад Всемирной комиссии по окружающей среде и развитию: наше общее будущее. 1987 г. <https://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf> (дата обращения: 20.06.2022).
2. Ефимова О.В., Волков М.А., Королева Д.А. Анализ влияния принципов ESG на доходность активов: эмпирическое исследование. *Финансы: теория и практика/Finance: Theory and Practice*. 2021;25(4):82–97. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-4-82-97>
3. Измайлова М.А. Устойчивое развитие как новая составляющая корпоративной социальной ответственности. *МИП (Модернизация. Инновации. Развитие)*. 2021;12(2):100–113. <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2021.12.2.100-113>
4. Мирошниченко О.С., Бранд Н.А. Банки в финансировании «зеленой» экономики: обзор современных исследований. *Финансы: теория и практика/Finance: Theory and Practice*. 2021;25(2):76–95. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-2-76-95>
5. Галазова С.С. Влияние ESG-факторов на устойчивое развитие компаний и финансовую результативность корпоративного сектора. *Вестник Ростовского государственного экономического университета «РИНХ»*. 2018;64:81–86.
6. Овечкин Д.В. Ответственные инвестиции: влияние ESG-рейтинга на рентабельность фирм и ожидаемую доходность на фондовом рынке. *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия Экономика и экологический менеджмент*. 2021;(1):43–53. <https://doi.org/10.17586/2310-1172-2021-14-1-43-53>
7. Груздева К.Н., Заборовская А.Е. ESG-концепция как ориентир устойчивого развития российского банковского сектора. В кн.: *Российские регионы в фокусе перемен: сборник докладов в двух томах, 18–20 ноября 2021 г., г. Екатеринбург*. Т. 2. Екатеринбург: УрФУ; 2022. С. 405–409.
8. Попов В.Г., Сухов Ф.И., Чамова Ю.А. Выбор стратегии энерго- и ресурсосбережения в рамках экологической политики организации. *Безопасность жизнедеятельности*. 2016;182:31–35.

9. Сухов Ф.И., Журавлев А.Н., Боровков Ю.Н. Культура безопасности на транспорте. *Транспорт. Транспортные сооружения. Экология*. 2019;(1):46–53. <https://doi.org/10.15593/24111678/2019.01.06>
10. Едемская В.А. Роль экологических стандартов LEED и BREEAM в обеспечении более здорового и безопасного пространства. В сб.: *Алешковский И.А. и др. (ред.). Материалы XXVIII международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов», Москва, 12–23 апреля 2021 г.* М.: МАКС Пресс; 2021.
11. Токсина Е.В. Вопросы природопользования в посткризисном пространстве: финансовые организации в формировании культуры природопользования. *Terra Economica*. 2010;8(1–3):110–116.
12. Чуланова О.Л., Рябова А.М., Колесов О.С. Исследование интеграции технологий «экологичный офис» и well-being в работу с персоналом современных организаций. *Вестник Евразийской науки*. 2021;13(1). <https://esj.today/PDF/52ECVN121.pdf> (дата обращения: 25.06.2022).
13. Суворова С.Д., Куликова О.М. Обзор основных тенденций, изменивших бизнес-процессы в продуктовом ритейле. *Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования*. 2021;7(57):90–95. <https://doi.org/10.47581/2021/PS-3/IE.7.57.15>
14. INFOline. *INFOline Retail Russia TOP-100. Итоги 2020 года. Тенденции 2021 года. Прогноз до 2023 года (исследование)*. <https://marketing.rbc.ru/research/47372/> (дата обращения: 25.06.2022).
15. INFOline. *INFOline: «Светофор» занял 5-е место в топ-10 FMCG-сетей и стал лидером по росту площадей*. [https://www.retail.ru/news/infoline-svetofor-zanyal-5-e-mesto-v-top-10-fmcg-setey-i-stal-liderom-po-rostu-p-9-fevralya-2022-213630/](https://www.retail.ru/news/infoline-svetofor-zanyal-5-e-mesto-v-top-10-fmcg-setey-i-stal-liderom-po-rostu-ploshchadey) (дата обращения: 25.06.2022).
16. Сергиян К.С., Мудрова Л.И. Развитие потребительского рынка в России в условиях жесткой конкуренции мировых и отечественных торговых сетей. *Экономический вестник Ростовского государственного университета*. 2008;6(1–3):421–425.
17. Центр пространственных исследований «Геонтеллекта». *Мониторинг экспансии ритейла за 3 года. Исследование перспективных регионов РФ для развития розничных торговых сетей*. <https://www.retail.ru/articles/monitoring-ekspansii-riteyla-za-3-goda-kuda-idet-offlayn-roznitsa/> (дата обращения: 19.06.2022).
18. Российский союз промышленников и предпринимателей. *Индексы РСПП в области устойчивого развития, корпоративной ответственности и отчетности 2021 (ESG-индексы) «Ответственность и открытость» и «Вектор устойчивого развития»*. <http://media.rspp.ru/document/1/f/d/fd4da5018c29f1fccb87df3b30aa1de.pdf> (дата обращения: 22.06.2022).
19. RAEX. *Ежемесячный ESG-рейтинг российских компаний (2021–2022 гг.). Рейтинг: ESG-Рейтинг российских компаний от 15.05.2022*. https://raex-rr.com/pro/ESG/ESG_companies/ESG_rating_companies/2022.5/ (дата обращения: 25.06.2022).

References

1. UN. *Development and international economic cooperation. Report of the world commission on environment and development: Our common future. 1987*. <https://www.un.org/ru/ga/pdf/brundtland.pdf> (accessed 20.06.2022).
2. Efimova O.V., Volkov M.A., Korolyova D.A. The impact of ESG factors on asset returns: empirical research. *Finance: Theory and Practice*. 2021;25(4):82–97. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-4-82-97>
3. Izmailova M.A. Sustainable development as a new component of corporate social responsibility. *MIR (Modernization. Innovations. Research)*. 2021;12(2):100–113. <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2021.12.2.100-113>
4. Miroshnichenko O.S., Brand N.A. Banks financing the green economy: a review of current research. *Finance: Theory and Practice*. 2021;25(2):76–95. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-2-76-95>
5. Galazova S.S. Influence of ESG-factors on sustainable development of companies and financial performance of corporate sector. *Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta "RINKb"*. 2018;64:81–86.
6. Ovechkin D.V. Responsible investment: impact of ESG rating on firms' profitability and expected return on the stock market. *Scientific Journal NRU ITMO. Series: Economics and Environmental Management*. 2021;(1):43–53. <https://doi.org/10.17586/2310-1172-2021-14-1-43-53>
7. Gruzdeva K.N., Zaborovskaya A.E. ESG concept as a guideline for the sustainable development of the Russian banking sector. In: *Russian regions in the focus of change: a collection of reports in two volumes, November 18–20, 2021, Yekaterinburg. Vol. 2*. Yekaterinburg: UrFU; 2022. P. 405–409. (In Russian).
8. Popov V.G., Sukhov F.I., Chamova Yu.A. Choice the strategy of energy and resource saving as part of environment policy. *Bezopasnost' zhiznedeyatel'nosti*. 2016;182:31–35.
9. Sukhov F.I., Zhuravlev A.N., Borovkov Yu.N. Safety culture in transport. *Transport, transportnye sooruzheniya, ekologiya*. 2019;(1):46–53. <https://doi.org/10.15593/24111678/2019.01.06>
10. Edemskaya V.A. The role of LEED and BREEAM environmental standards in providing a ealthier and safer space. In: *Aleshkovskiy I.A. et al (eds). Proceedings of XXVIII International Scientific Conference of Students, Postgraduate Students and Young Scientists "Lomonosov", Moscow, 12–23 April 2021*. Moscow: MAKS Press; 2021. (In Russian).

11. Toxina E.V. Questions of nature space crisis: financial organizations in the formation of environmental culture. *Terra Economicus*. 2010;8(1–3):110–116.
12. Chulanova O.L., Ryabova A.M., Kolesov O.S. Research on the integration of green office technologies and well-being into work with the personnel of modern organizations. *The Eurasian Scientific Journal [online]*. 2021;13(1). <https://esj.today/PDF/52ECVN121.pdf> (accessed 25.06.2022).
13. 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;7(57):90–95. <https://doi.org/10.47581/2021/PS-3/IE.7.57.15>
14. INFOLine. *INFOLine Retail Russia TOP-100. Results of 2020. Trends in 2021. Forecast until 2023. (Research)*. <https://marketing.rbc.ru/research/47372/> (accessed 25.06.2022). (In Russian).
15. INFOLine. INFOLine: “Svetofor” was ranked 5th in the top 10 FMCG chains and became the leader in terms of space growth. <https://www.retail.ru/news/infoline-svetofor-zanyal-5-e-mesto-v-top-10-fmcg-setey-i-stal-liderom-po-rostu-p-9-fevralya-2022-213630/> (accessed 25.06.2022). (In Russian).
16. Sergiyani K.S., Mudrova L.I. The development of the consumer market in Russia in the conditions of fierce competition between world and domestic retail chains. *Economical Herald of Rostov State University*. 2008;6(1–3):421–425.
17. Center for Spatial Research “Geointellect”. *Monitoring of retail expansion for 3 years. Study of promising regions of the Russian Federation for the development of retail trade networks*. <https://www.retail.ru/articles/monitoring-ekspansii-riteyla-za-3-goda-kuda-idet-oflayn-roznitsa/> (accessed 19.06.2022). (In Russian).
18. Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs. *RSPP Indices in the field of sustainable development, corporate responsibility and reporting 2021 (ESG-indices) “Responsibility and Openness” and “Sustainability Vector”*. <http://media.rspp.ru/document/1/f/d/fd4da5018c29f1fecb87df3b30aa1de.pdf> (accessed 22.06.2022). (In Russian).
19. RAEX. *Russian Union of Industrialists and Entrepreneurs RSPP Indices in the field of sustainable development, corporate responsibility and reporting 2021 (ESG-indices). Ranking: ESG-Ranking of Russian companies dated 15.05.2022*. <http://media.rspp.ru/document/1/f/d/fd4da5018c29f1fecb87df3b30aa1de.pdf> (accessed 22.06.2022). (In Russian).

Категориально-понятийный аппарат трансформации маркетинговых стратегий предприятий общественного питания

Седелников Владислав Михайлович

Мл. науч. сотр., Лаборатория моделирования пространственного развития территорий
ORCID: 0000-0003-0494-2647, e-mail: vms-1990@mail.ru

Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук, г. Екатеринбург, Россия

Аннотация

В статье представлены результаты исследования процессов трансформации маркетинговых стратегий предприятий общественного питания. Рассмотрены точки зрения отечественных и зарубежных ученых относительно дефиниций понятий «лояльность», «удовлетворенность» и «вовлеченность». Обосновано, что они взаимодополняют и взаимообуславливают друг друга. Выявлены основные подходы к трансформации маркетинговых стратегий (продуктово-ориентированный, клиентоориентированный и ценностно-ориентированный), отражена смена целевых установок в процессе формирования и реализации маркетинговых стратегий (от ориентации на продукт фирмы к направленности на взаимодействие с потребителями), что составляет научную новизну исследования. С позиции ценностно-ориентированного подхода уточнено понятие маркетинговой стратегии, как системы стратегических действий по развитию компании, имеющей своей целью формирование долгосрочных взаимоотношений с потребителями и повышение уровня их вовлеченности, удовлетворенности и лояльности на протяжении всего периода взаимодействия с потребителем (жизненного цикла клиента). В качестве направления дальнейших исследований обозначена оценка уровня влияния удовлетворенности, вовлеченности и лояльности на эффективность реализации маркетинговых стратегий предприятий общественного питания.

Для цитирования: Седелников В.М. Категориально-понятийный аппарат трансформации маркетинговых стратегий предприятий общественного питания // Вестник университета. 2022. № 9. С. 81–89.

Ключевые слова

Маркетинговые стратегии, предприятия общественного питания, лояльность, удовлетворенность, вовлеченность

Благодарность. 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.



Categorical and concept apparatus for the transformation of catering enterprises' marketing strategies

Vladislav M. Sedelnikov

Junior Researcher, Laboratory of Modelling of Spatial Development of Territories
ORCID: 0000-0003-0494-2647, e-mail: vms-1990@mail.ru

Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg, Russia

Abstract

The article presents the results of a study of the transformation processes of catering enterprises' marketing strategies. In particular, the study considers the views of domestic and foreign scholars concerning the definitions of the concepts of "loyalty", "satisfaction" and "engagement". It has been argued that they are complementary and mutually reinforcing. The main approaches to the marketing strategies transformation (product-oriented, customer-oriented and value-oriented) have been identified, the change of targets in the formation and implementation process of the marketing strategies (from focusing on the company's product to focusing on interaction with consumers) has been reflected, and that constitutes in whole the scientific novelty of the study. From the standpoint of a value-oriented approach, the marketing strategy concept has been clarified as a system of strategic actions for the development of a company, which aims to form long-term relationships with consumers and increase their level of involvement, satisfaction and loyalty throughout the entire period of interaction with the consumer (customer life-time cycle). As a direction for further research, is indicated an assessment of the satisfaction, involvement and loyalty influence level on the implementation effectiveness of catering enterprises' marketing strategies.

Keywords

Marketing strategies, catering enterprises, loyalty, satisfaction, involvement

Acknowledgements. The article was prepared in accordance with the research plan for the Laboratory of Modelling of Spatial Development of Territories of the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences for 2022.

For citation: Sedelnikov V.M. (2022) Categorical and concept apparatus for the transformation of catering enterprises' marketing strategies. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 81–89.

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня наблюдается высокий уровень конкуренции у предприятий на рынке общественного питания. Во-многом это объясняется повсеместным распространением информационных технологий, эффектами глобализации и выхода предприятий на международные рынки, улучшением качества цепочек производства, распределения и потребления готовой продукции. Кроме того, пандемия COVID-19 значительно видоизменила ситуацию на отечественном и зарубежном рынках: произошло падение уровня покупательной способности населения, были закрыты бизнесы в различных сферах и отраслях экономики (туристическая отрасль, сфера гостиничного бизнеса и гостеприимства, отрасль общественного питания). На государственном уровне были предприняты попытки поддержки бизнеса, наиболее незащищенных слоев населения, предотвращения распространения коронавирусной инфекции. На микроуровне получило дальнейшее развитие онлайн-покупок, интеграторов и онлайн-приложений для заказа ресторанной продукции. Отдельные игроки рынка общественного питания и сейчас продолжают функционировать в дистанционном формате.

В рамках глобального исследования потребительского поведения за 2020 г. «Россия: трансформация потребителя» [1] компания PricewaterhouseCoopers выявила основные черты его трансформации, связанные с неопределенностью на рынке и чувствительностью потребителя к цене, удобством и доступностью составляющих потребительского опыта, установлением баланса между онлайн и офлайн-форматами взаимодействия с потребителями, повышенным вниманием к здоровью потребителей и их близких.

Целью исследования является анализ подходов к трансформации маркетинговых стратегий предприятий общественного питания, раскрытие ценностно-ориентированного подхода в качестве наиболее соответствующего изменениям внешней среды, определение основных дефиниций ценностно-ориентированного подхода (удовлетворенность, вовлеченность, лояльность), их взаимовлияния и взаимосвязи.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

В условиях высокой степени турбулентности внешней и внутренней среды российских компаний, вызванной глобализацией экономики, развитием информационных технологий, пандемией, а также трансформацией поведения потребителей, особую актуальность приобретает совершенствование маркетинговых стратегий, переход от стратегий завоевания новых рынков и привлечения новых потребителей к стратегиям сохранения, удержания и возвращения потребителей, установлению с ними долгосрочных и взаимовыгодных отношений. На авансцену выходят нематериальные факторы достижения конкурентных преимуществ, такие как приверженность, лояльность, удовлетворенность, вовлеченность клиентов и т.д., при этом материальные результаты, такие как прибыль, выручка, доля рынка также сохраняют свою важность [2].

В этой связи автором были рассмотрены точки зрения отечественных и зарубежных ученых относительно дефиниций понятий «удовлетворенность», «вовлеченность» и «лояльность», обнаружена прямая взаимосвязь между данными показателями. В таблице 1 представлены основные определения понятия «лояльность», наиболее часто встречающиеся в зарубежных публикациях.

Таблица 1

Ключевые дефиниции понятия «лояльность»

Определение	Источник
Лояльность – многомерное понятие, которое включает в себя поведенческие, отношенческие и комплексные точки зрения. С поведенческой точки зрения, это статический результат динамического процесса анализа таких факторов, как фактическое потребление, повторная покупка, продолжительность и частота покупок, доля рынка. С отношенческой точки зрения – это привязанность к бренду в рамках таких нематериальных переменных, как доверие, психологическая привязанность и эмоциональная приверженность. С комплексной точки зрения – это одновременное рассмотрение поведенческих и отношенческих точек зрения	[3; 4]
Лояльность – предвзятая, поведенческая реакция, выражающаяся с течением времени, посредством принятия решений в отношении одной или нескольких альтернатив	[5]

Определение	Источник
Лояльность – глубоко укоренившееся обязательство совершения повторной покупки или предпочтения бренду, услуге или компании в будущем, несмотря на возможность переключения на альтернативные варианты	[6]
Лояльность клиентов – многомерная концепция, которая включает в себя поведенческие намерения о покупке в будущем, аффективную лояльность через позитивное отношение и когнитивную лояльность, рассматривая конкретную фирму как единственный вариант будущего покупательского поведения	[7]
Лояльность – измерение готовности клиентов продолжать пользоваться бизнес-продуктом или услугой и приобретать их	[8]
Лояльность – фокусирование компании на повышении ценности предоставляемых ими продуктов (услуг) с целью установления доверительных отношений с потребителями	[9]
Лояльность – твердое обязательство покупать или поддерживать продукт или услугу, которые будут предпочтительными в будущем, даже если влияние маркетинговой ситуации и усилий может привести к тому, что потребители изменят свои предпочтения Лояльность клиентов – повторные визиты клиентов или повторяющееся покупательское поведение, включающее эмоциональную приверженность или выражение благоприятного отношения к поставщикам услуг	[10]

Источники: [3–10]

Среди отечественных ученых также не существует единой точки зрения в отношении понятия «лояльность». Так, Л.С. Шаховская [11] понимает под лояльностью определенную философию и стратегию развития предприятий, которая заключается в установлении долгосрочных и взаимовыгодных отношений и формировании высокого уровня доверия и приверженности в отношении своих партнеров, потребителей и персонала. Некоторые авторы [12] в качестве признака лояльности покупателей выделяют повторные покупки, другие во главу угла ставят эмоциональное отношение к бренду, когда важен даже не сам факт покупки, а именно – отношение к данной компании.

Лояльность потребителей становится ключевым источником конкурентных преимуществ для компании [13]. Лояльные и удовлетворенные клиенты создают потребительскую ценность компании вследствие снижения количества отказов и жалоб клиентов, повторных покупок и увеличения доли кошелька, положительных отзывов и рекомендаций («сарафанного радио»), повышения чувствительности к кросс-продажам, которые в конечном итоге способствуют увеличению денежного потока и снижению доли расходов на рекламу [14; 15].

Вместе с тем в условиях развития информационных технологий, повышения информационной грамотности и осведомленности потребителей недостаточно отражены в отечественной и зарубежной литературе аспекты взаимовлияния потребительской вовлеченности, удовлетворенности и лояльности и их вклада в эффективность деятельности предприятий.

Наиболее важным аспектом в определении лояльности клиентов во многих компаниях является удовлетворенность клиентов [16]. Под потребительской удовлетворенностью понимается степень того, как клиенты оценивают продукцию в процессе и после ее использования, в том числе по сравнению с аналогичными продуктами других компаний в той же отрасли. Удовлетворенность клиентов – это совокупный опыт покупок и потребления, на который влияют два фактора: ожидания и качество обслуживания. J.-C. Suh и Y. Yi [17] определили удовлетворенность клиентов как «разницу, несоответствие между ожиданиями потребителей и фактическими результатами в процессе потребления продукции». Удовлетворение можно рассматривать как оценочный ответ на конкретный продукт или услугу, преимущественно основанный на фактическом использовании и опыте продукта или услуги.

Сегодня в большинстве исследований подтверждается прямая взаимосвязь между удовлетворенностью и лояльностью [18; 19]. Потребитель, который удовлетворен, будет совершать повторные покупки и советовать данную продукцию своим родным и знакомым. Это приводит к привлечению новых клиентов, что повышает финансовые показатели и укрепляет положение компании на рынке. Далее, с увеличением количества повторных покупок удовлетворенность может переходить в лояльность, и потребитель продолжает пользоваться продукцией компании, формируя ее денежный поток.

Взаимосвязь между удовлетворенностью и лояльностью не всегда линейна, поскольку эта взаимосвязь регулируется несколькими факторами, такими как характеристики рынка, психографические факторы и вовлеченность в продукт. Таким образом, удовлетворенность клиентов выступает в качестве посредника между качеством обслуживания и лояльностью [20].

В качестве основных критериев потребительской лояльности выступают: отсутствие чувствительности к действиям конкурентов, желание рекомендовать организацию своему ближайшему окружению (эффект «сарафанного радио»), потребность в продукте или услуге конкретной компании, позитивное отношение к бренду данной компании, его предпочтение в отношении брендов-конкурентов, эмоциональная вовлеченность (привязанность) к деятельности компании [21].

Процесс вовлеченности потребителей в деятельность компании может носить и физический характер. В качестве основных форм вовлеченности могут выступать обратная связь, совместное производство, сервисные инновации, кастомизация и совместное создание потребительской ценности.

Вовлеченность представляет собой процесс взаимодействия потребителей с компанией, имеющий своей целью создание у клиента положительного ощущения от взаимодействия с брендом, чувства сопричастности с деятельностью компании, за счет совместного создания ценности, эффекта «сарафанного радио», желания поделиться обратной связью в социальных сетях, приобрести товар (услугу) и стать более лояльным по отношению к компании.

Из-за неоднозначности термина «вовлеченность» в зарубежной литературе существует несколько схожих понятий, таких как engagement (участие, обязательство, вовлечение), involvement (вовлеченность, задействование), attraction (привлечение), commitment (обязательство, приверженность), retention (удержание, фиксация).

Таким образом, на основе анализа отечественных и зарубежных исследователей можно сделать вывод о наличии тесной взаимосвязи между удовлетворенностью, лояльностью и вовлеченностью.

Под удовлетворенностью потребителей предприятий общественного питания мы будем понимать степень сравнения фактических результатов потребительского опыта с предыдущими ожиданиями. Если опыт потребления клиентов равняется их ожиданиям или превосходит их, это приводит к повышению уровня удовлетворенности.

Лояльность представляет собой степень готовности потребителей продолжать пользоваться продуктами (услугами), приобретать их, приверженность предприятию общественного питания, принятие его целей и ценностей, корпоративных норм и правил, благожелательное отношение ко всей компании в целом. Отличительной особенностью лояльности является желание рекомендовать данную компанию для других потребителей.

Наконец, высшая степень лояльности, вовлеченность на рынке общественного питания, представляет собой наивысший уровень приверженности потребителей, комплекс мероприятий, связанных с предоставлением потребителям возможности улучшить деятельность предприятий, задействованием клиентов в решении текущих задач компаний, которые в конечном итоге приводят к дополнительным экономическим эффектам и эмоциональной привязанности потребителей.

АНАЛИЗ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В настоящее время наблюдается значительная дифференциация и эволюция подходов к управлению маркетингом, трансформируются маркетинговые стратегии компаний, наблюдается переход от ориентации на продукт фирмы (фирмоцентричные) к направленности на взаимодействие с потребителями (клиентоцентричные) (табл. 2).

Таблица 2

Основные подходы к трансформации маркетинговых стратегий

Критерии дифференциации	Фирмоцентричный (продуктово-ориентированный) подход	Клиентоориентированный подход	Клиентоцентричный (ценностно-ориентированный) подход
Периоды времени	1970-е, начало 1980-х гг.	Конец 1980-х, начало 1990-х гг.	1990-е гг. и по н. в.

Критерии дифференциации	Фирмоцентричный (продуктово-ориентированный) подход	Клиентоориентированный подход	Клиентоцентричный (ценностно-ориентированный) подход
Фокус управления маркетингом	Продукт, сбыт и эффективность продаж	Управление кратко- и среднесрочными отношения с потребителями (повышение качества обслуживания, удовлетворение потребностей)	Управление долгосрочными отношениями с потребителями (соответствие их ценностям)
Парадигма маркетинга	Товарный маркетинг	Трансакционный маркетинг	Маркетинг взаимоотношений (вовлечения, сотворчества)
Анализ потребителей	Анализ требований к характеристикам продуктов. Сегментация по товарам и услугам. Потребители – пассивные участники рынка	Анализ потребительских предпочтений функциональным и отношенческим характеристикам, удовлетворенности процессом обслуживания. Сегментация по поведенческим и демографическим критериям. Потребители – активные участники рынка	Анализ предпочтений отношенческим, функциональным и эмоциональным характеристикам процесса взаимодействия. Сегментация по психографическим критериям с выделением сегментов по уникальному потребительскому опыту. Потребители – активные участники рынка, партнеры по совместному созданию ценностей
Маркетинг-микс (инструментарий маркетинга)	Обеспечивает продвижение функциональных преимуществ продукта (4P)	Обеспечивает привлечение и удержание потребителей (7P)	Обеспечивает привлечение и удержание потребителей за счет персонализации покупательского опыта (4C)
Показатели (маркетинговые метрики)	Конкурентоспособность компании и продуктов, их рентабельность, доля рынка	Конкурентоспособность компании и продуктов, удовлетворенность потребителей (CSI), управление взаимоотношениями с потребителями (CRM), лояльность потребителей	Удовлетворенность, лояльность и вовлеченность потребителей, доля кошелька покупателя (SOW), CLV, CE, NPS

Составлено автором по материалам исследования

Из таблицы 2 следует, что на каждом этапе реализации маркетинговой стратегии (анализ, стратегическое планирование, реализация и контроль) наблюдается переход от товароориентированного подхода (акцент на товаре или услуге компании, показателях продаж, уровня конкурентоспособности фирмы) к клиентоориентированному подходу (акцент на интересах клиентов, анализ ценностей, соответствия ожиданиям потребителей и повышение качества их обслуживания). На рисунке 1 отражена смена целевых установок в маркетинговых стратегиях.

В свою очередь, данные трансформационные изменения подходов к реализации маркетинговых стратегий не могли не отразиться на понимании сущности дефиниции «маркетинговая стратегия». На основе систематизации основных точек зрения отечественных и зарубежных ученых в отношении данного понятия, дефиниции можно объединить в следующие группы: ресурсный, адаптационный, программный, системный и отношенческий подходы.

В рамках ценностно-ориентированного подхода, может быть предложено следующее определение. Маркетинговая стратегия – система действий компании по формированию долгосрочных взаимоотношений с потребителями на основе их удовлетворенности, вовлеченности и лояльности на протяжении всего периода взаимодействия с потребителем (жизненного цикла клиента).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Процесс изменения маркетинговых стратегий

ВЫВОДЫ

1. В условиях стремительного изменения факторов внешней среды, таких как глобализация российской экономики, развитие информационных ресурсов, пандемия COVID-19 и факторы внутренней среды компаний, имеющих дело с изменением потребительского поведения покупателей, актуализируется вопрос совершенствования и эффективности реализации маркетинговых стратегий предприятий. Это особенно заметно на примере рынка общественного питания, где стратегия завоевания новых рынков и привлечения новых клиентов не позволяют, по-прежнему, добиваться высоких показателей прибыльности и эффективности, а на авансцену выходит стратегия удержания клиентов, установления с ними долгосрочных и взаимовыгодных отношений.

2. Подобные изменения в маркетинге носят эволюционный характер и лишь частично вызваны действием факторов эндогенного и экзогенного характера. Изменяется инструментарий маркетинговых стратегий, наблюдается смещение в сторону нематериальных факторов достижения конкурентных преимуществ, таких как приверженность, лояльность, удовлетворенность, вовлеченность клиентов, при сохранении важности материальных результатов деятельности предприятий, таких как прибыль, доля рынка, количество производимой продукции.

3. Ценностно-ориентированный подход к разработке и реализации маркетинговых стратегий занимает особое место. Акцент при этом смещается в сторону долгосрочных взаимоотношений, в отличие от отдельных транзакций (политика удержания потребителей противопоставляется политике их привлечения), ориентацию на удержание более прибыльных сегментов потребителей и повышение качества и эффективности принимаемых управленческих и маркетинговых решений, обеспечение повторных обращений потребителей в компанию, что позволит создать потребительскую базу данных и предлагать кастомизированные товары и услуги.

В качестве направлений дальнейших исследований необходимо оценить уровень влияния факторов удовлетворенности, вовлеченности и лояльности на эффективность реализации маркетинговых стратегий предприятий общественного питания.

Библиографический список

1. Росконгресс. Глобальное исследование потребительского поведения за 2020 год «Россия: трансформация потребителя». <https://roscongress.org/materials/globalnoe-issledovanie-potrebitelskogo-povedeniya-za-2020-god-rossiya-transformatsiya-potrebitelya/> (дата обращения: 10.06.2022).
2. Brodie R.J., Hollebeck L.D., Juric B., Ilic A. Customer engagement: conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*. 2011;14(3):252–271. <https://doi.org/10.1177/1094670511411703>
3. Dick A.S., Basu K. Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 1994;22(2):99–113. <https://doi.org/10.1177/0092070394222001>
4. Jones T., Taylor S.F. The conceptual domain of service loyalty: How many dimensions? *Journal of Services Marketing*. 2007;21(1):36–51. <https://doi.org/10.1108/08876040710726284>
5. Sirgy M.J., Samli A.C. A path analytic model of store loyalty involving self-concept, store image, geographic loyalty, and socioeconomic status. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 1985;13(3):265–291. <https://doi.org/10.1007/bf02729950>
6. Oliver R.L. Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. *Journal of service management*. 2010;21(4):549–551. <https://doi.org/10.1108/09564231011066132>
7. Picon A., Castro I., Roldan J.L. The relationship between satisfaction and loyalty: A mediator analysis. *Journal of Business Research*. 2014;67(5):746–751. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.038>
8. Varsha G., Kok B.T., Nur Batrisyia S., Daisy M.H.K., Nur Aqilah M.U, Nur Darwisyah Z., Nur Farhah F.M., Kavita J. Contributing factors to customer loyalty in fast-food restaurants: A study of KFC. *Advances in Global Economics and Business Journal (AGEBJ)*. 2021;2(2):33–45.
9. Griffin J. The Internet's expanding role in building customer loyalty. *Direct Marketing*. 1996;59(7):50–53.
10. Kasiri L.A., Guan Cheng K.T., Sambasivan M., Sidin S.M. Integration of standardization and customization: Impact on service quality, customer satisfaction, and loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2017;35:91–97. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.11.007>
11. Шаховская А.С., Аракелова И.В. Эффективные подходы к развитию предприятий, отраслей, комплексов. В кн.: *Лояльность как основа формирования партнерских отношений в малом предпринимательстве: монография. В 3 кн. Кн. 2. Гл. 3. Разд. 3.5.* Одесса; 2013. С. 103–115.
12. Коновалова Е.Г. Формирование лояльных клиентов – фактор устойчивого развития предприятия. *Вестник Полоцкого государственного университета. Экономические и юридические науки*. 2013;(6):65–68.
13. Shulga L., Tanford S. Measuring perceptions of fairness of loyalty program members. *Journal of Hospitality Marketing and Management*. 2018;27(3):346–365. <https://doi.org/10.1080/19368623.2017.1359724>
14. Bruce C., Keiningham T.L., Aksoy L., Hsu M. A longitudinal analysis of customer satisfaction and share of wallet: investigating the moderating effect of customer characteristics. *Journal of Marketing*. 2007;71(1):67–83. <https://doi.org/10.1509/jmkg.71.1.67>
15. Hua N., Wei W., DeFranco A.L., Wang D. Do loyalty programs really matter for hotel operational and financial performance? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2018;30(5):2195–2213. <https://doi.org/10.1108/ijchm-12-2016-0643>
16. Al Masud A., Haque A., Azam S.M. Factors influencing customer loyalty towards fast food restaurants: An empirical study in Malaysia. *International Tourism and Hospitality Journal*. 2018;1(3):1–17.
17. Suh J.-C., Yi Y. When brand attitudes affect the customer satisfaction and loyalty relationship: The moderating role of product involvement. *Journal of Consumer Psychology*. 2016;16(2):145–155. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1602_5
18. Blattberg R.C., Malthouse E.C., Neslin S. Customer lifetime value: empirical generalizations and some conceptual questions. *Journal of Interactive Marketing*. 2009;23(2):157–168. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2009.02.005>
19. Kumar V., Pozza I., Petersen A.J., Shah D. Reversing the logic: the path to profitability through relationship marketing. *Journal of Interactive Marketing*. 2009;23(2):147–156. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2009.02.003>
20. Aksoy L., Buoye A., Aksoy P., Larivière B., Keiningham T.L. A cross-national investigation of the satisfaction and loyalty linkage for mobile telecommunications services across eight countries. *Journal of Interactive Marketing*. 2013;27(1):74–82. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2012.09.003>
21. Аймалетдинов Т.А. О подходах к исследованию лояльности клиентов в банковской сфере. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2013;114:55–63.

References

1. Global Consumer Behavior Survey 2020 “Russia: Consumer Transformation”. <https://roscongress.org/materials/globalnoe-issledovanie-potrebitelskogo-povedeniya-za-2020-god-rossiya-transformatsiya-potrebitelya/> (accessed 10.06.2022)
2. Brodie R.J., Hollebeck L.D., Juric B., Ilic A. Customer engagement: conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*. 2011;14(3):252–271. <https://doi.org/10.1177/1094670511411703>

3. Dick A.S., Basu K. Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 1994;22(2):99–113. <https://doi.org/10.1177/0092070394222001>
4. Jones T., Taylor S.F. The conceptual domain of service loyalty: How many dimensions? *Journal of Services Marketing*. 2007;21(1):36–51. <https://doi.org/10.1108/08876040710726284>
5. Sirgy M.J., Samli A.C. A path analytic model of store loyalty involving self-concept, store image, geographic loyalty, and socioeconomic status. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 1985;13(3):265–291. <https://doi.org/10.1007/bf02729950>
6. Oliver R.L. Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. *Journal of service management*. 2010;21(4):549–551. <https://doi.org/10.1108/09564231011066132>
7. Picon A., Castro I., Roldan J.L. The relationship between satisfaction and loyalty: A mediator analysis. *Journal of Business Research*. 2014;67(5):746–751. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.038>
8. Varsha G., Kok B.T., Nur Batrisyia S., Daisy M.H.K., Nur Aqilah M.U, Nur Darwisyah Z., Nur Farhah F.M., Kavita J. Contributing factors to customer loyalty in fast-food restaurants: A study of KFC. *Advances in Global Economics and Business Journal (AGEBJ)*. 2021;2(2):33–45.
9. Griffin J. The Internet's Expanding Role in Building Customer Loyalty. *Direct Marketing*. 1996;59(7):50–53.
10. Kasiri L.A., Guan Cheng K.T., Sambasivan M., Sidin S.M. Integration of standardization and customization: Impact on service quality, customer satisfaction, and loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2017;35:91–97. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.11.007>
11. Shakhovskaya L.S., Arakelova I.V. *Loyalty as a basis for the formation of partnerships in small business: monograph. Effective approaches to the development of enterprises, industries, complexes. In 3 vols. Book 2. Chapter 3. Section 3.5.* Odessa; 2013. C. 103–115. (In Russian).
12. Konovalova E.G. Formation of loyal customers – the factor of stable development of an enterprise. *Herald of Polotsk State University. Series D. Economics and law sciences*. 2013;(6):65–68.
13. Shulga L., Tanford S. Measuring perceptions of fairness of loyalty program members. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 2018;27(3):346–365. <https://doi.org/10.1080/19368623.2017.1359724>
14. Bruce C., Keiningham T.L., Aksoy L., Hsu M. A longitudinal analysis of customer satisfaction and share of wallet: investigating the moderating effect of customer characteristics. *Journal of Marketing*. 2007;71(1):67–83. <https://doi.org/10.1509/jmkg.71.1.67>
15. Hua N., Wei W., DeFranco A.L., Wang D. Do loyalty programs really matter for hotel operational and financial performance? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2018;30(5):2195–2213. <https://doi.org/10.1108/ijchm-12-2016-0643>
16. Al Masud A., Haque A., Azam S.M. Factors influencing customer loyalty towards fast food restaurants: An empirical study in Malaysia. *International Tourism and Hospitality Journal*. 2018;1(3):1–17.
17. Suh J.-C., Yi Y. When brand attitudes affect the customer satisfaction and loyalty relationship: The moderating role of product involvement. *Journal of Consumer Psychology*. 2016;16(2):145–155. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1602_5
18. Blattberg R.C., Malthouse E.C., Neslin S. Customer lifetime value: empirical generalizations and some conceptual questions. *Journal of Interactive Marketing*. 2009;23(2):157–168. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2009.02.005>
19. Kumar V., Pozza I., Petersen A.J., Shah D. Reversing the logic: the path to profitability through relationship marketing. *Journal of Interactive Marketing*. 2009;23(2):147–156. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2009.02.003>
20. Aksoy L., Buoye A., Aksoy P., Larivière B., Keiningham T.L. A cross-national investigation of the satisfaction and loyalty linkage for mobile telecommunications services across eight countries. *Journal of Interactive Marketing*. 2013;27(1):74–82. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2012.09.003>
21. Aimaletdinov T.A. On approaches to the study of customer loyalty in the banking sector. *The monitoring of public opinion: economic and social changes journal*. 2013;114:55–63.

Главные маркетинговые тренды на рынке российского кино в современных реалиях

Журавлева Ольга Вячеславовна

Канд. экон. наук, доц. каф. управления персоналом
ORCID: 0000-0001-5629-6830, e-mail: ov_zhuravleva@guu.ru

Лобачёва Анастасия Сергеевна

Канд. экон. наук, доц. каф. управления персоналом
ORCID: 0000-0002-4210-9018, e-mail: As_lobacheva@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

В статье рассмотрены актуальные маркетинговые тенденции в сфере российского кинематографа и фильмографии, сформировавшиеся в XXI веке в российском кино и международной федерации кинематографических обществ. Цель работы – определение направлений изменения маркетинговых стратегий для расширения целевой аудитории и извлечения предельно возможной прибыли из кинематографического бизнеса. Опираясь на ключевые труды по маркетингу и собственные наблюдения, авторы исследовали понятие и сущность маркетинга, его содержание и специфику. Были проанализированы различные способы расширения аудитории кинозалов кинотеатрами, программы лояльности клиентам. Выявлены основные тенденции в обществе, влияющие на создание кинематографических образов в современном кино, отмечены факторы развития современного общества и их корреляции с миром киноискусства, включая степень выраженности оказываемого влияния. Результаты исследования могут послужить основой для оценки эффективности маркетинговых стратегий.

Ключевые слова

Маркетинговые тренды, тенденции российского кинематографа, сущность маркетинга, специфика маркетинга, маркетинг кинематографа, факторы развития общества

Для цитирования: Журавлева О.В., Лобачева А.С. Главные маркетинговые тренды на рынке российского кино в современных реалиях // Вестник университета. 2022. № 9. С. 90–95.

Main marketing trends in the Russian cinema market in the current realities

Zhuravleva Olga Vyacheslavovna

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. of the of Personnel Management Department
ORCID: 0000-0001-5629-6830, e-mail: ov_zhuravleva@guu.ru

Lobacheva Anastasia Sergeevna

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. of Human Resource Management Department
ORCID: 0000-0002-4210-9018, e-mail: As_lobacheva@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The article examines current marketing trends in Russian cinema and film industry, which have emerged in the 21st century in Russian cinema and international federation of film societies. The aim of the study is to define the directions of marketing strategies for enlarging the target audience and extracting the maximum possible profit from cinematographic business. Based on key works on marketing and their own observations, the authors investigated the concept and essence of marketing, its content and specifics. Various ways of increasing the audience of cinemas and customer loyalty programmes were analysed. The main societal trends, which influence the creation of cinematographic images in contemporary cinematography, were identified, and the factors of modern society development and their correlation with the world of cinematography, including the degree of their influence, were pointed out. The results of the study can serve as a basis for evaluating the effectiveness of marketing strategies.

Keywords

Marketing trends, Russian cinema trends, marketing essence, marketing specifics, cinema marketing, society development factors

For citation: Zhuravleva O.V., Lobacheva A.S. (2022) Main marketing trends in the Russian cinema market in the current realities. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 90–95.

ВВЕДЕНИЕ

Российский кинематограф на сегодняшний день не сильно привлекает рядового зрителя: большинство граждан страны отдает предпочтение зарубежным новинкам, а не отечественному продукту. Это наглядно отражают показатели прибыльности кинопроката. Так, например, в России и странах СНГ за 2021 г. смогли окупиться лишь 5 фильмов из более, чем 60-ти выпущенных. Примечательно, что все из них относятся к категории фильмов для семейного просмотра.

Обращаясь к данным допандемийного периода, можно отследить неутешительное положение на отечественном рынке: на 2015 г. доля российской киноиндустрии в валовом внутреннем продукте государства едва составляла 0,01 %, хотя потенциально могла бы достигать в десятки раз больших показателей [1]. В то же время на зарубежные картины в российском валовом внутреннем продукте приходились

© Zhuravleva O.V., Lobacheva A.S., 2022.

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



0,06 %. Одна из ключевых причин низкой прибыльности российского кино – неудачные маркетинговые стратегии продвижения картин. Кроме того, после начала пандемии COVID-19 кинотеатрам приходится бороться за каждого зрителя в условиях жесточайшей конкуренции компаний, сумевших пережить антиковидные ограничения.

На 2022 г. ситуация не улучшилась: по информации результатов исследования, проведенного компанией «Невафильм Research» динамика закрытия кинотеатров за первый квартал 2022 г. побила рекорд 2020 г. На 1 июля 2022 г. в России работает 4 996 кинотеатров, что на 2 161 меньше в сравнении с данными на 1 января текущего года [2].

В связи с этим актуальность настоящего исследования неоспорима: анализ маркетинговых трендов на рынке кино позволит сделать вывод о необходимых мерах, которые способны значительно улучшить показатели продаж. Цель работы – сформировать представление об актуальных трендах маркетинга на рынке отечественного кино в современных реалиях. Задачи – определить сущность маркетинга, его специфику в киноиндустрии, проанализировать основные тенденции развития маркетинговой отрасли в рамках кинематографической деятельности, выявить факторы развития современного общества и их корреляции с миром киноискусства, включая степень выраженности оказываемого влияния. Объектом исследования выступали маркетинговые тренды в сфере кинопроизводства, предметом – тренды маркетинга в отечественном кинопроизводстве.

СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГА И ЕГО СПЕЦИФИКА В КИНОИНДУСТРИИ

Для определения ключевых тенденций маркетинга на рынке российского кино в современных реалиях необходимо, в первую очередь, четко понимать, что представляет собой маркетинг. Ряд экспертов, включая А.А. Исаева [3], в своих трудах отмечают многогранность понятия «маркетинг» и невозможность его однозначной трактовки, которая отражала бы всю его специфику. Существует несколько подходов к определению сущности маркетинга, который продемонстрирован в таблице, составленной на основе актуальных на данный момент научно-исследовательских работ.

Таблица 1

Виды определений термина «маркетинг»

Научной	Маркетинга
Джейн С.	Правильный продукт на правильном рынке
Котлер Ф., Келлер К.Л.	Социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний индивидов и групп посредством создания и предложения обладающих ценностью товаров и услуг и свободного обмена ими
Голубков Е.П.	Вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей людей посредством обмена
Трауг Дж.	Маркетинг – это кино, в котором главный герой – товар

Источники: [4–6]

Киноиндустрия в целом обладает характерными отличиями от иных рынков, на которых предложение как товаров, так и услуг, ярко коррелирует с объемами производства. В связи с этим процесс насыщения рынка также значительным образом отличается от других рынков. Главная особенность этого процесса заключается в специфике расширения обслуживания зрителей. На него затрачивается существенно меньший процент средств, чем по другим направлениям, так как для этого не требуется численное увеличение производимой продукции – фильмов. Обеспечение удовлетворения потребности клиентов в киноуслугах может быть реализовано, например, через дублирование кинолент и их адаптацию для экспорта в другие страны или продажу прав на показы. Главная цель производителей кинопродуктов – удовлетворить потребности населения: культурные и досуговые.

Таким образом, маркетинг является комплексным понятием, затрагивающим не только создание конкурентоспособного продукта на основе анализа целевой аудитории, ее нужд, потребностей и желаний, но и процесс его дальнейшей реализации, успешность которой, включая прибыльность, не зависит от объема производства кинопродукции.

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ОТРАСЛИ В РАМКАХ КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В рамках исследования авторы проанализировали теоретические источники [4–9] и другие и выполнили мониторинг актуальных данных в области деятельности кинематографа.

В XXI в. кинематограф претерпел кардинальные изменения, что связано со степенью развития прогресса не только технического, но и общественного. С каждым годом все более явной становится общественная обеспокоенность относительно базовых прав человека и их соблюдения в отношении абсолютно каждого члена общества. Это становится главной повесткой дня во всех отраслях жизнедеятельности, в том числе и в кинематографе, ведь это весомый инструмент для воздействия на общественное сознание [10]. Чем чаще человек наблюдает то или иное явление, тем быстрее начинает его принимать, осознавая условную нормальность происходящего. Ведь киноиндустрия оказывает прямое воздействие на чувства и эмоции людей, благодаря чему появляется возможность посмотреть на привычную ситуацию под новым углом, проявляя самые разные реакции, включая сопереживание, жалость, симпатию, злость к тем или иным персонажам или событиям [11]. Кинематограф выступает своеобразным ретранслятором развития общества, его культуры, так как наглядно их отражает [10]. Именно поэтому главные тенденции маркетингового продвижения коррелируют с преобразованиями, происходящими в социальной сфере.

РАЗНООБРАЗИЕ СОДЕРЖАНИЯ КАРТИН

Как в мировом, так и в отечественном кинематографе на сегодняшний день горячо приветствуются нетипичные персонажи, демонстрирующие судьбы категорий граждан, которые ранее киноиндустрия не освещала. Так, все большую популярность начинают набирать картины с участием актеров из числа малочисленных народов, стран ближнего зарубежья. Многие престижные кинопремии внедряют новые номинации, направленные на избавление от эйджизма, расизма, сексизма и иных форм социальных предубеждений, активно осуждаемых цивилизованным обществом.

Сегодня все чаще можно встретить образ сильной самостоятельной женщины, теперь «слабый пол» – настоящее оскорбление. Если раньше женщина в кино была спутницей главного персонажа, то сейчас она сама им становится. Не последняя роль отводится инклюзивности: особенности развития, включая ограниченные возможности не должны выступать причиной снижения социализации людей и активности их участия в общественной жизни.

Таким образом, приобретение прав на картины, так или иначе затрагивающие проблему притеснения какой-либо категории граждан и относящихся к ним социальных проблем, уже потенциально расширяет целевую аудиторию кинотеатров, значительно увеличивая прибыль.

ОСОБЫЕ СОБЫТИЯ КАК СПОСОБ РАСШИРЕНИЯ АУДИТОРИИ

Если еще 10 лет назад в кинотеатрах можно было посмотреть кино исключительно на русском языке, сегодня ситуация обстоит иначе. Для увеличения финансовых потоков многие компании предлагают гостям посмотреть привычные картины с субтитрами, что особенно актуально в больших городах для людей, изучающих иностранные языки. Все чаще организуются спецпоказы, на которых присутствуют актеры фильма, режиссеры, продюсеры, сценаристы, что существенно сильнее привлекает зрителей, ведь позволяет прикоснуться к истории создания картины и пообщаться со своими кумирами.

Аренда залов кинотеатра становится доступнее: провести день рождения, семейный праздник или корпоратив в кинотеатре может абсолютно каждый. Это также существенно улучшает имидж кинотеатров и выгодно их отличает на конкурентном рынке, повышая прибыль.

ВЫГОДНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Это метод, благодаря которому киноновинка или кинотеатр может получить первоклассную рекламу, например, через розыгрыш билетов на радио и в социальных сетях. Помимо этого, кинотеатры создают систему лояльности для поощрения преданных клиентов, что способствует большим продажам, так как человек осознает собственную выгоду и упускать ее не желает. К этому относятся и акционные предложения: скидки при покупке нескольких билетов или посещения киносеансов в определенные дни или часы, в день рождения, по праздникам и т.д.

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА: КОРРЕЛЯЦИЯ С МИРОМ КИНОИСКУССТВА

Говоря о развитии общества, важно четко понимать, в каких процессах оно выражается и чем обусловлено. Приоритетное влияние на развитие оказывают политическая и экономическая составляющие. Именно они в первую очередь отвечают за уровень качества жизни населения, его покупательную способность и, как следствие, востребованность киноиндустрии в конкретный период. Следует учитывать социально-культурную повестку, о которой было упомянуто ранее. Совокупность приведенных трех факторов не просто оказывает непосредственное влияние на жизнь граждан, но и формирует ее, что примечательно, во всех направлениях, включая кинематографическую отрасль [12].

ВЫВОДЫ

1. Маркетинг в сфере киноиндустрии представляет собой комплексное понятие. Оно отражает целый спектр направлений: от создания конкурентноспособного продукта на основе анализа целевой аудитории до процесса его реализации. Важно понимать, что объем кинопроизводства не определяет успешность показателей продаж и, как следствие, прибыльности.

2. Современный кинематограф – ретранслятор общественного развития, его отражающий. Ключевые тенденции маркетингового продвижения неразделимо связаны с преобразованиями, происходящими в области социальных взаимодействий.

3. Наиболее популярными и, как следствие, кассовыми становятся фильмы, так или иначе осуждающие любую дискриминацию: сексизм, эйджизм, расизм и иные формы притеснения человека и его базовых прав, например, свободы и безопасности.

4. С целью получения большей прибыли кинотеатры расширяют сферу предоставляемых услуг. Одно из самых распространенных решений – сдача помещений залов показа в аренду для празднования знаменательных событий или приятного времяпрепровождения определенным кругом лиц без присутствия посторонних людей. Все чаще проводятся встречи с создателями картин, что позволяет повысить стоимость билетов в несколько раз, выручив большую прибыль.

5. Создание собственных систем лояльности значительно увеличивает продажи в сетях кинотеатров из-за убеждения зрителей, что они упускают невероятную выгоду, и стимулирует клиентов тратить больше за счет многочисленных акционных предложений, создающих иллюзию экономии.

6. Самое сильное влияние на отрасль кинематографа как в России, так и в мире оказывают политическая, экономическая и социально-культурная сферы. В большей мере это обусловлено тем, что они напрямую коррелируют с уровнем жизни рядового гражданина, включая покупательную способность и возможность удовлетворять не только базовые потребности, но и более высокие, особенно эстетическую.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты проведенного исследования могут послужить основой для более узконаправленных работ, касающихся оценки эффективности каждого из трендов маркетинга на рынке российского кино на сегодняшний день и способов увеличения ее показателей.

Библиографический список

1. Карпушин Е.С., Кулакова А.И. *Российская киноиндустрия как часть экономики страны*. ЭКО. 2015;(8):181–189.
2. Research Новости. 7 % кинозалов закрыто в России в марте 2022 года. *Невафильм Research*. 08.04.2022. <https://research.nevafilm.ru/research/research-news/view/ru-screens-01042022/> (дата обращения: 05.08.2022).
3. Исаев А.А. Понятие «маркетинг»: проблема содержания. Территория новых возможностей. *Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса*. 2018;(2):73–79. <https://dx.doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2018-2/073-079>
4. Котлер Ф., Келлер К.Л. *Маркетинг менеджмент*. СПб.: Питер; 2018. 848 с.
5. Голубков Е.П. *Маркетинг для профессионалов: практический курс*. М.: Юрайт; 2019. 474 с.
6. Райс Э., Траут Дж. *Маркетинговые войны*. Пер. с англ. С. Жильцова. СПб.: Питер; 2013. 254 с.
7. Иневатова О.А. Рекламный маркетинг. Путь к успешной рекламной кампании. *Тенденции развития науки и образования*. 2021;(70-3):138–143. <https://doi.org/10.18411/lj-02-2021-109>

8. Скоробогатых И.И., Сидорчук Р.Р., Андреев С.Н. и др. *Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности*. М.: ИНФРА-М; 2020. 589 с. <https://doi.org/10.12737/1003504>
9. Фарахутдинов Ш.Ф. *Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях*. М.: ИНФРА-М; 2021. 231 с.
10. Драгунова Т.А., Родионова Е.Ю. Популяризация отечественного кинематографа как способ формирования русской культуры. *Colloquium-Journal*. 2019;(14-3):55–57. <https://doi.org/10.24411/2520-6990-2019-10429>
11. Кракашова В.Д. Влияние кинематографа на сознание студенческой молодежи. *Проблемы науки*. 2020;(11):104–106.
12. Азимов И.Н., Батыр У.А. Факторы, влияющие на социальное развитие общества. *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2021;(9-1):9–12. <https://doi.org/10.24412/2411-0450-2021-9-1-9-12>

References

1. Karpushin E.S., Kulakova A.I. The Russian film-industry as part of the national economy. *ECO*. 2015;(8):181–189.
2. Research News. 7% of cinemas will close in Russia in March 2022. *Nevafilm Research*. 08.04.2022. <https://research.nevafilm.ru/research/research-news/view/ru-screens-01042022/> (accessed 05.08.2022).
3. Isaev A.A. Concept of “marketing”: problem of content. *The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University of Economics and Service*. 2018;(2):73–79. <https://dx.doi.org/10.24866/VVSU/2073-3984/2018-2/073-079>
4. Kotler Ph., Keller L.K. *Marketing. Management*. Trans. from Eng. Spb.: Piter; 2018. 848 p. (In Russian).
5. Golubkov E.P. *Marketing for professionals: a practical course*. Moscow: Yurait; 2019. 474 p. (In Russian).
6. Reis A., Trout J. *Marketing warfare*. Trans. from Eng. Spb.: Piter; 2013. 254 p. (In Russian).
7. Inevatova O.A. Advertising marketing. The path to a successful advertising campaign. *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya*. 2021;(70-3):138–143. <https://doi.org/10.18411/lj-02-2021-109>
8. Skorobogatykh I.I., Sidorchuk R.R., Andreev S.N. et al. *Marketing: creating and communicating consumer value*. Moscow: INFRA-M; 2020. 589 p. <https://doi.org/10.12737/1003504>
9. Farakhutdinov Sh.F. *Current trends and innovative methods in marketing research*. Moscow: INFRA-M; 2021. 231 p.
10. Dragunova T.A., Rodionova E.Yu. Popularization of national cinema as a way of formation of Russian culture. *Colloquium-Journal*. 2019;(14-3):55–57. <https://doi.org/10.24411/2520-6990-2019-10429>
11. Krakashova V.D. The influence of cinema on the consciousness of students. *Problemy nauki*. 2020;(11):104–106.
12. Azimov I.N., Batyr U.A. Factors influencing the social development of society. *Economy and business*. 2021;(9-1):9–12. <https://doi.org/10.24412/2411-0450-2021-9-1-9-12>

Развитие экспорта регионов России в условиях санкционных ограничений

Красных Сергей Сергеевич

Мл. науч. сотр., Лаборатория моделирования пространственного развития территорий
ORCID: 0000-0002-2692-5656, e-mail: krasnykh.ss@uicc.ru

Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук, г. Екатеринбург, Россия

Аннотация

Актуальность исследования связана с необходимостью поиска драйверов роста социально-экономического развития регионов Российской Федерации в условиях проведения специальной военной операции, поскольку текущие беспрецедентные санкционные ограничения, направленные на российскую экономику, наносят ей серьезный урон. Вовлеченность во внешнеторговые отношения, а в частности экспорт, благоприятно влияет на социально-экономическое развитие региона. В статье проанализировано развитие экспорта регионов Российской Федерации и предложена пространственная модель экспорта с использованием локальных и глобальных индексов Морана. Модель позволяет определять кластеры высоких и низких значений исследуемого показателя, полюса роста, зоны влияния полюсов роста и кластера высоких значений, а также потенциальные территории, способные в будущем стать центрами развития экспорта Российской Федерации.

Ключевые слова

Экспорт, специальная военная операция, санкционные ограничения, пространственная эконометрика, локальные индексы Морана, глобальный индекс Морана

Благодарность. Статья подготовлена в соответствии с планом научно-исследовательских работ для лаборатории моделирования пространственного развития территорий Института экономики Уральского отделения Российской академии наук на 2022 год.

Для цитирования: Красных С.С. Развитие экспорта регионов России в условиях санкционных ограничений// Вестник университета. 2022. № 9. С. 96–102.

Export development of Russian regions under sanctions restrictions

Sergey S. Krasnykh

Junior Researcher, Spatial Development Modelling Laboratory
ORCID: 0000-0002-2692-5656, e-mail: krasnykh.ss@uiec.ru

Science Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg, Russia

Abstract

The relevance of this study is related to the need to search for drivers of growth in the socio-economic development of the regions of the Russian Federation in the context of a special military operation, since the current unprecedented sanctions restrictions aimed at the Russian economy are causing serious damage to it. Involvement in foreign trade relations, and in particular export, has a positive effect on the socio-economic development of the region. The article analyses the development of Russian regions exports and proposes a spatial model of exports using local and global Moran indices. The model allows us to determine clusters of high and low values of the studied indicator, growth poles, zones of influence of growth poles and a cluster of high values, and potential territories that can become export development centers of the Russian Federation in the future.

Keywords

Export, special military operation, sanctions restrictions, spatial econometrics, Local Moran Index, Global Moran Index

Acknowledgements. The article was prepared in accordance with the research plan for the Territories Spatial Development Modelling Laboratory of Economics Institute, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences for 2022.

For citation: Krasnykh S.S. (2022) Export development of Russian regions under sanctions restrictions. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 96–102.

ВВЕДЕНИЕ

24 февраля 2022 г. президент Российской Федерации (далее – РФ), В.В. Путин, обратился к гражданам и военнослужащим России, заявив о начале специальной военной операции (далее – СВО). В ответ на начало СВО зарубежными странами было наложено 10 128 санкций (на 08 мая 2022 г.) [1], в частности были заморожены активы Центрального банка Российской Федерации в банках стран «Большой семерки» [2], отключение ряда банков от системы международных платежей SWIFT [3]. Ряд стран (Великобритания, страны Европейского союза, Тайвань) наложили запрет на экспорт в Россию высокотехнологичных товаров. США, Австралия, Канада, Польша 9 апреля 2022 г. ввели запрет на импорт энергоносителей из России. Великобритания, Австралия, Новая Зеландия ввели 35 %-ный тариф на импорт основных видов российских товаров. Европейский союз ввел запрет на импорт сельскохозяйственной или пищевой продукции. Япония запретила импорт в страну продукции древесины и т.д. Таким образом, практически все основные категории экспорта РФ на ведущие рынки сбыта оказались под санкционными ограничениями.

© Krasnykh S.S., 2022.

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



В итоге введения перечисленных выше и других санкций наибольший урон получили отрасли экспорта высокотехнологичных товаров, в том числе SSSS (секретный экспорт), энергоносителей и пищевой продукции. На сегодня лишь страны Южной Америки, Африки, а также Израиль, Казахстан, Китай, Турция, ОАЭ и Азербайджан либо блокируют санкции, либо не вводят их в отношении РФ. Таким образом, в настоящее время рынки сбыта представлены в основном указанными странами за некоторыми исключениями.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

И.М. Гегечкори [4] отмечает, что затянувшиеся последствия финансово-экономического кризиса, вызванные экономическими санкциями, способствуют усилению значения внешнеэкономической деятельности. Тот же автор в [5] указывает, что необходимо ориентировать внешнеэкономическую политику на формирование условий для развития экспортоориентированной наукоемких отраслей. Е.В. Смирнов [6] отмечает, что применение санкций США и ЕС в отношении РФ будет иметь последствия для глобальных цепочек создания стоимости, а для экономики России наибольший ущерб на себе ощутят обычные граждане ввиду перераспределения доходов в обществе. Коллектив авторов [7] считает, что в нынешних санкционных реалиях страны стараются ограничить внутренний рынок от иностранных конкурентов и тем самым повышать цены на внутреннем рынке.

Н.М. Шум [8] анализирует пути совершенствования экспортного потенциала Хабаровского края, в том числе в реалиях введенных санкций из-за проведения СВО. Мероприятия направлены на модернизацию и совершенствование лесотехнического комплекса региона (подготовка кадров, развитие технической базы, развитие ресурсной составляющей, совершенствование экономического потенциала). А.Ф. Линецкий [9] считает, что необходима переориентация внешней торговли РФ на страны ближнего зарубежья, Латинской Америки, Африки и Азии. Снижение импорта в страну послужит стимулом развития замещающих производств. Следствием введенных санкций, будет снижение социально-экономического развития страны в переходный период. На необходимость жесткого реального импортозамещения, особенно в критически значимых областях, в условиях санкционных ограничений указывают Е.А. Капогузов и Р.И. Чупин [10].

Таким образом, ввиду беспрецедентного санкционного давления на экономику страны, тема развития экспорта РФ является крайне актуальной. Однако следует отметить, что в представленных исследованиях по этой тематике не прослеживаются анализ и построение пространственных моделей, которые могут быть полезны тем, что способны определять полюса роста исследуемого показателя, в данном случае, экспорта.

СОСТОЯНИЕ ЭКСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ввиду ограничений Федеральной таможенной службы на предоставление внешнеторговой статистики за 2022 г., сложно оценить реальные масштабы изменения внешнеторговой динамики РФ, поэтому для анализа экспорта РФ были использованы данные за 2021 г. [11; 12].

Таблица 1 Экспорт за период с января по декабрь 2021 г. составил 491,2 млрд долл. США, что практически на 31 % выше аналогичного периода за 2020 г. (336,4 млрд.долл. США) (табл. 1).

**Экспорт регионов России
за период с 2012 по 2021 г.**

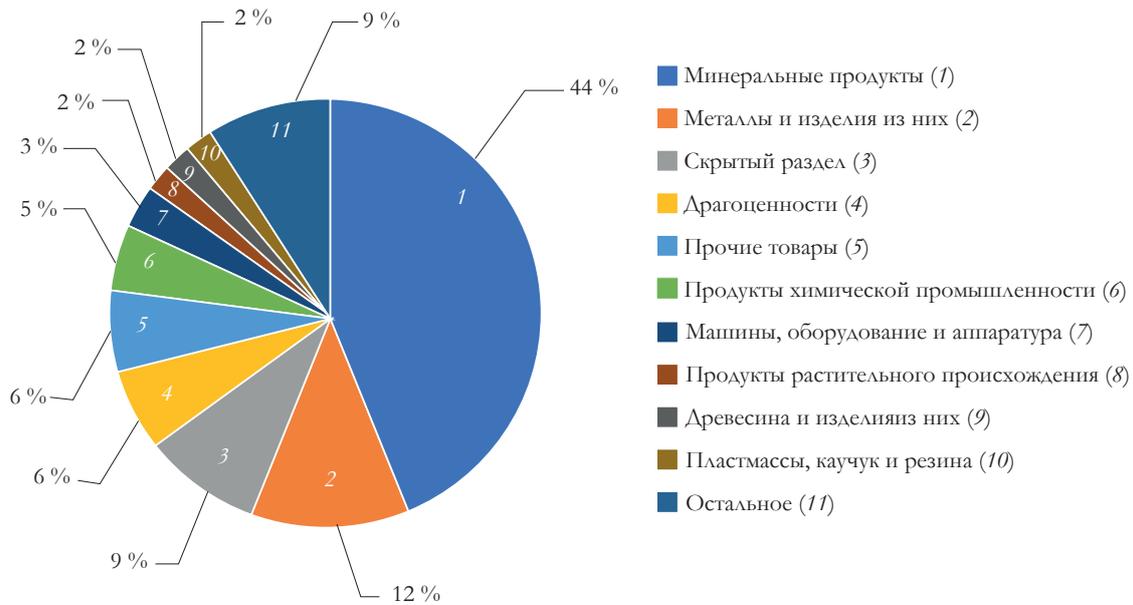
Год	Объем экспорта, млрд долл. США
2012	524,6
2013	527,2
2014	497,8
2015	343,5
2016	285,7
2017	357,8
2018	449,6
2019	424,4
2020	336,4
2021	491,2

Источник [11, 12]

Данные показатели экспорта являются рекордными с 2014 года. Настолько высокие показатели могут быть связаны, в том числе и с отсроченными экспортными отгрузками, вызванные пандемией COVID-19.

Основные товарные группы экспорта в 2021 г. представлены на рисунке 1.

Наибольшую долю в экспорте РФ составляют минеральные продукты, к ним относятся нефть и нефтепродукты, руды, шлак и пр. В 2021 г. Россия экспортировала их на 214,6 млрд долл. США. Основными потребителями данной продукции являются Нидерланды, Германия, Китай, Южная Корея, Япония, Польша, Италия и США. По сравнению с 2020 г., прирост данной товарной группы составил 46 %.



Источники [11; 12]

Рис. 1. Основные товарные группы экспорта

Экспорт металлов и изделий из них составил 57,3 млрд долл. США, эта товарная группа, по сравнению с 2020 г., показала прирост на 64 %. Преимущественно экспортировались черные металлы, медь и изделия из них, алюминий в следующие страны: Нидерланды, Турция, Китай, Беларусь, Казахстан, Тайвань, США.

Экспорт скрытого раздела, к которому относятся поставки вооружения, ядерное топливо, химическая продукция и пр., в 2021 г. составил 43,6 млрд. долл. США. Основными потребителями этой продукции стали Германия, Турция, Италия, Беларусь, Алжир, Китай, Франция и Иран. Изменение экспортной динамики по сравнению с 2020 г., этой товарной группы составляет 12 %.

Из анализа экспорт основных товарных групп за 2021 г. следует, что за исключением экспорта злаков, зерна (продуктов растительного происхождения), все основные товарные группы показали значительный прирост от 4 % до 64 %.

Таким образом, показатели экспорта РФ за 2021 г. являются одними из рекордных за последние семь лет. Страна сумела преодолеть коронавирусный кризис 2020 г., когда падение экспорта составило более 21 %. Значительным рынком сбыта российской продукции являются страны ЕС – Нидерланды, Германия, Польша, Италия; страны Азии – Южная Корея, Тайвань, Япония; США, которые наложили санкции на импорт, и частично на экспорт продукции из РФ. Поэтому экспортная динамика 2022 г., по сравнению с 2021 г., может показать более значительное падение, чем во времена коронавирусных ограничений.

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ МОДЕЛЬ ЭКСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Для построения пространственной модели экспорта РФ были использованы методы пространственной эконометрики, а именно расчет глобальных и локальных индексов Морана. Глобальный индекс пространственной автокорреляции I_G рассчитывается по формуле:

$$I_G = \frac{\sum_i \sum_j w_{ij} (x_i - \bar{x})(x_j - \bar{x})}{\frac{1}{n} \sum_i (x_i - \bar{x})^2 \sum_i \sum_j w_{ij}}, \quad (1)$$

где w_{ij} – элемент матрицы весов для регионов, $i = 1, 2, \dots, n, j = 1, 2, \dots, n, n$ – общее число регионов; x_i – исследуемый показатель региона.

Использование метода Морана позволит определить отсутствие или наличие пространственной кластеризации в процессах экспорта регионов РФ.

Для оценки силы пространственных отношений между регионами, выявления полюсов роста, а также их зон влияния, предлагается анализ локальных индексов Морана I_{L_i} ($i = 1, \dots, n$, где n – число регионов), которые рассчитываются по формуле:

$$I_{Li} = n \frac{(x_i - \bar{x}) \sum_j w_{ij} (x_j - \bar{x})}{\sum_j (x_j - \bar{x})^2} \quad (2)$$

В ходе оценки локальной автокорреляции, в зависимости от полученного индекса Морана, а также p и z значений, которые указывают на статистическую значимость рассчитанных коэффициентов пространственной автокорреляции, мы получим несколько видов территорий: кластер высоких значений *HH* (High – High), кластер низких значений *LL* (Low – Low), полюса роста *HL* (High – Low) и зону влияния пространственных кластеров высоких значений и полюсов роста *LH* (Low – High). В качестве исходных данных использовались показатели экспорта регионов РФ за 2021 г.

Таблица 2
Глобальный индекс Морана

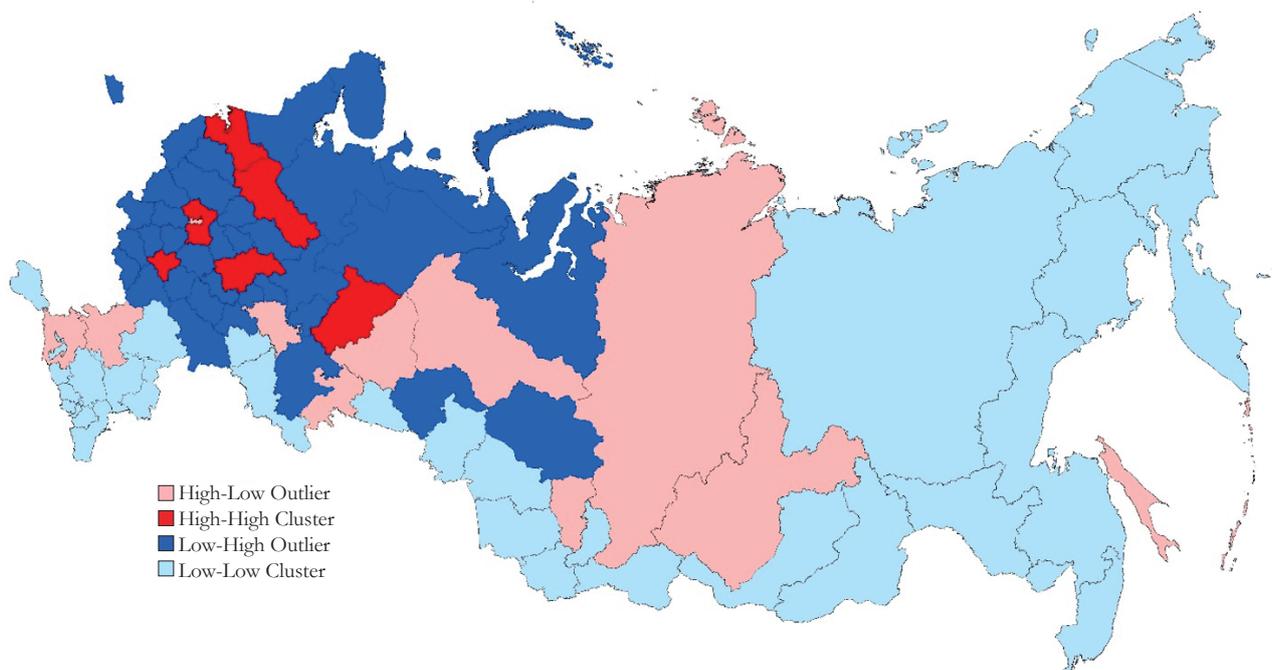
Показатель	Значение
Moran Index	0,375
z -value	3,5671
p -value	0,000001

Составлено автором по результатам исследования

Первым этапом построения пространственной модели экспорта РФ является оценка глобального индекса Морана (табл. 2).

Результаты оценки глобального индекса Морана свидетельствуют о следующем: так как z -оценка больше значения 2,5, а p -значение близко к нулю, то регионы в процессах экспорта товаров и услуг формируют пространственные кластеры взаимосвязанных территорий со своими полюсами роста и зонами влияния. Процессы пространственной

кластеризации, оцененные с помощью расчетов локальных индексов Морана представлены на рисунке 2.



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 2. Графическое представление диаграммы рассеивания Морана в процессах экспорта регионов Российской Федерации

В ходе оценки локальных индексов Морана были получены следующие кластеры.

1. Кластер низких значений (*LL Cluster*): Адыгея; Алтай; Бурятия; Дагестан; Ингушетия; Северная Осетия-Алания; Тыва; Хакасия; Кабардино-Балкарская Республика; Карачаево-Черкесская Республика; Чеченская Республика; Чукотский автономный округ; Еврейская автономная область; Калмыкия; Крым; Саха (Якутия); г. Севастополь; Алтайский, Забайкальский, Камчатский, Ставропольский, Хабаровский, Приморский края; Амурская, Астраханская, Волгоградская, Курганская, Магаданская, Новосибирская, Омская, Оренбургская, Самарская области. Этот тип территорий представляет из себя кластер регионов, который никак не связан с другими территориальными системами, а также они не испытывают на себе влияние пространственных кластеров и полюсов роста.

2. Кластер высоких значений (HN Cluster): г. Санкт-Петербург; Пермский край; Нижегородская, Вологодская, Липецкая, Ленинградская (Гатчина), Московская (Коломна) области. К этому кластеру относятся пространственные кластеры с высоким значением исследуемого показателя. Указанные территории испытывают на себе влияние полюсов роста и располагаются рядом с ними.

3. Территории, испытывающие на себе влияние кластеров высоких значений и полюсов роста (LN Outlier): Башкортостан; Карелия; Коми; Марий Эл; Мордовия; Удмуртия; Чувашия; Ненецкий автономный округ; Ямало-Ненецкий автономный округ; Архангельская, Белгородская, Брянская, Владимирская, Воронежская, Ивановская, Калининградская, Калужская, Кировская, Костромская, Курская, Мурманская, Новгородская, Орловская, Пензенская, Псковская, Рязанская, Саратовская, Смоленская, Ульяновская, Тамбовская, Тверская, Томская, Тульская, Тюменская, Ярославская области. Территории LN Outlier – территории с отрицательной пространственной автокорреляцией, то есть это зона влияния полюсов роста и кластеров.

4. Полюса роста (HL Outlier): Республика Татарстан; Иркутская, Кемеровская, Свердловская, Челябинская, Ростовская, Сахалинская области; Красноярский, Краснодарский края; Ханты-Мансийский автономный округ – Югра; Москва. К этим территориям относятся территории с отрицательной пространственной автокорреляцией и характеризуются как зоны с высокой концентрацией ресурсов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Использование теории полюсов роста в стратегиях развития регионов позволяет направлять финансовые ресурсы в регионы, которые в дальнейшем могут стать полюсами роста [13]. В связи с этим для развития экспорта регионов Российской Федерации, предлагается обратить особое внимание на территории Low-High Outlier, которые являются зонами влияния полюсов роста и кластеров высоких значений экспорта. Подавляющее большинство таких регионов сосредоточено в центральной части России (Тамбовская, Тверская, Тульская, Ярославская области и др.), имеют выход к морю (Архангельская, Мурманская области, Ненецкий автономный округ и др.) и обладают высокими запасами полезных ископаемых (Ямало-Ненецкий автономный округ, Томская область и др.).

Ввиду тесного географического соседства с полюсами роста, которые обладают высоким экономическим и экспортным потенциалом, данные территории могут образовывать социально-экономические агломерации, наращивая производственный, кадровый, инновационный потенциал, что крайне актуально, в условиях санкционных ограничений, и необходимости в импортозамещении.

Библиографический список

1. РИА Новости. *Володин подсчитал количество санкций против России*. <https://ria.ru/20220508/sanktsii-1787471086.html/> (дата обращения: 20.06.2022).
2. РБК. *ЕС заявил о намерении заморозить половину резервов Банка России*. <https://www.rbc.ru/economics/28/02/2022/621bdf199a79471a97bc53cb/> (дата обращения: 20.06.2022).
3. РБК. *ЕС и США договорились отключить некоторые российские банки от SWIFT*. <https://www.rbc.ru/politics/27/02/2022/621aa4b19a794748f324eeca/> (дата обращения: 20.06.2022).
4. Гегечкори И.М. Роль экономических санкций в укреплении внешнеэкономической безопасности России на современном этапе. *Образование. Наука. Научные кадры*. 2022;(1):130–132. <https://doi.org/10.24412/2073-3305-2022-1-130-132>
5. Гегечкори И.М. Экономические санкции против Российской Федерации и внешнеэкономическая безопасность: вызовы и угрозы. *Аудиторские ведомости*. 2022;1:97–100. <https://doi.org/10.24412/1727-8058-2022-1-97-100>
6. Смирнов Е.Н. Эволюция международной практики применения антироссийских экономических санкций. *Российский внешнеэкономический вестник*. 2022;(4):7–35. <https://doi.org/10.24412/2072-8042-2022-4-7-35>
7. Долгов С.И., Савинов Ю.А., Кириллов В.Н., Тарановская Е.В. Возможности противодействия санкциям в международной торговле. *Российский внешнеэкономический вестник*. 2022;(4):36–54. <https://doi.org/10.24412/2072-8042-2022-4-36-54>
8. Шум Н.М. Направления совершенствования развития экспортного потенциала Хабаровского края. *Экономическое развитие России*. 2022;29(5):51–58.
9. Линецкий А.Ф. Внешнеторговая деятельность России и субъектов федерации в современных геополитических условиях. *Теория и практика общественного развития*. 2022;171:29–34. <https://doi.org/10.24158/tpor.2022.5.4>
10. Капогузов Е.А., Чупин Р.И. «Санкции 2022»: Возможности и ограничения реакционного регулирования со стороны российского государства. *Journal of Economic Regulation*. 2022;13(1):67–74. <https://doi.org/10.17835/2078-5429.2022.13.1.067-074>

11. Ru-Stat. *Экспорт и импорт России по товарам и странам. Итоги внешней торговли России. Аналитика за 2021 год.* <https://ru-stat.com/analytics/9114/> (дата обращения: 20.06.2022).
12. Федеральная таможенная служба. *Анализ данных.* <http://stat.customs.gov.ru/analysis> (дата обращения: 20.06.2022).
13. Кожиева Ф.А. Региональное развитие в контексте теории полюсов роста. *Фундаментальные исследования.* 2015; (11–3):574–578.

References

1. RIA Novosti. *Volodin calculated the number of sanctions against Russia.* <https://ria.ru/20220508/sanktsii-1787471086.html/> (accessed 20.06.2022).
2. RBC. *The EU announced its intention to freeze half of the reserves of the Bank of Russia.* <https://www.rbc.ru/economics/28/02/2022/621bdf199a79471a97bc53cb/> (accessed 20.06.2022).
3. RBC. *The EU and the US have agreed to disconnect some Russian banks from SWIFT.* <https://www.rbc.ru/politics/27/02/2022/621aa4b19a794748f324eeca/> (accessed 20.06.2022).
4. Gegechkori I.M. The role of economic sanctions in strengthening Russia's foreign economic security at the present stage. *Образование, наука, научные кадры.* 2022;(1):130–132. <https://doi.org/10.24412/2073-3305-2022-1-130-132>
5. Gegechkori I.M. Economic sanctions against the Russian Federation and foreign economic security: challenges and threats. *Audit journal.* 2022;1:97–100. <https://doi.org/10.24412/1727-8058-2022-1-97-100>
6. Smirnov E.N. The evolution of international sanctions against Russia. *Rossiiskii vnesheekonomicheskii vestnik = Russian foreign economic journal.* 2022;(4):7–35. <https://doi.org/10.24412/2072-8042-2022-4-7-35>
7. Dolgov S. I., Savinov Yu. A., Kirillov V. N., Taranovskaya E. V. Opportunities to counter sanctions in international trade. *Rossiiskii vnesheekonomicheskii vestnik = Russian foreign economic journal.* 2022;(4):36–54. <https://doi.org/10.24412/2072-8042-2022-4-36-54>
8. Shum N.M. Directions for improving the development of the export potential of the Khabarovsk Territory. *Russian Economic Developments.* 2022;29(5):51–58.
9. Linetsky A.F. Foreign trade activity of Russia and subjects of the Federation in modern geopolitical conditions. *Teoriya i praktika obschestvennogo razvitiya = Theory and practice of social development.* 2022;171:29–34. <https://doi.org/10.24158/tpor.2022.5.4>
10. Kapoguzov E.A., Chupin R.I. “Sanctions 2022”: The impossibility and ban on regulation by the Russian state in a blow. *Journal of Economic Regulation.* 2022;13(1):67–74. <https://doi.org/10.17835/2078-5429.2022.13.1.067-074>
11. Ru-Stat. *Russia's exports and imports by commodity and country. Summary of Russian foreign trade. Analysis for 2021.* <https://ru-stat.com/analytics/9114/> (accessed 20.06.2022).
12. Federal Customs Service. *Data analysis.* <http://stat.customs.gov.ru/analysis/> (accessed 20.06.2022)
13. Kozhieva F.A. Regional development in the context of the theory of the poles of growth. *Fundamental research.* 2015;11(3):574–578.

Повышение вклада личного садоводства в обеспечение продовольственной безопасности

Гатауллин Ринат Фазлудинович

Д-р экон. наук, зав. сектором экономики и управления развитием территорий
ORCID: 0000-0002-7459-9728, e-mail: Gataullin.r2011@yandex.ru

Чувашаева Эльвира Рифовна

Науч. сотрудник сектора экономики и управления развитием территорий
ORCID: 0000-0003-0250-1119, e-mail: Elvirachuv@mail.ru

Институт социально-экономических исследований Уфимского федерального исследовательского центра
Российской академии наук, г. Уфа, Россия

Аннотация

В статье рассмотрена функциональная роль личного садоводства в обеспечении продовольственной безопасности в условиях экономических санкций, исторические корни данного института, его будущее. Проанализированы различия в интересах в ведении садоводческого хозяйства у разных групп населения, формирование эффективности производства в различных типах хозяйств, а также потенциал развития кооперации, который позволяет эффективно распределить средства, предназначенные для поддержки личного садоводства. Форма ведения личного подсобного хозяйства в России в последнее столетие несколько раз изменялась, особенно в ходе коллективизации и при переходе к рыночной модели хозяйствования. Существующие экономические различия между личными подсобными хозяйствами на селе и коллективными садами сегодня стираются все больше и больше. Соблюдение принципа справедливости требует соответствующих изменений и в их институциональном оформлении. Отмечены низкий уровень производства, преобладание ручного труда, что также требует изменений. В качестве критерия эффективности личного садоводства указана экономия на расходах, что отличается от соответствующего критерия в рыночном секторе (рентабельность производства). Авторы предлагают реструктурировать коллективные сады, превратив их в благоустроенные места жительства для наших сограждан. Это требует выполнения большого объема работ по водоснабжению и водоотведению, электрообеспечению, газоснабжению, ремонту и строительству дорог, вывозу мусора и т.д. Успешным инструментом решения указанных задач признается опыт работы созданного в Башкирии Фонда развития инфраструктуры садоводческих товариществ. Создание сервисных центров по обработке почвы, пунктов аренды малой техники, кооперативов по реализации излишков продукции позволит превратить сады в важный источник поступления фруктов, овощей и ягод.

Для цитирования: Гатауллин Р.Ф., Чувашаева Э.Р. Повышение вклада личного садоводства в обеспечение продовольственной безопасности // Вестник университета. 2022. № 9. С. 103–109.

Ключевые слова

Личное садоводство, продовольственная безопасность, кооперация, инфраструктура, реструктуризация

Благодарность. Данное исследование выполнено в рамках государственного задания УФИЦ РАН № 075-03-2022-001 от 14.01.2022 г.



Increasing the contribution of personal gardening to providing food security

Rinat F. Gataullin

Dr. Sci. (Econ.), Head of the Sector the Economics and Territorial Development Management
ORCID: 0000-0002-7459-9728, e-mail: Gataullin.r2011@yandex.ru

Elvira R. Chuvashaeva

Researcher of the Sector the Economics and Territorial Development Management
ORCID: 0000-0003-0250-1119, e-mail: Elvirachuv@mail.ru

Institute for Social and Economic Research, Separate Structural Subdivision,
Ufa Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences, Ufa, Russia

Abstract

The article discusses the functional role of personal gardening in ensuring food security in the context of economic sanctions, the historical roots of this institution, and its future. Differences in the interests in gardening among different groups of the population, the formation of production efficiency in various types of farms, and the potential for the development of cooperation, which allows for a more efficient distribution of funds intended to support personal gardening, are analysed. The form of subsistence farming in Russia has changed several times over the last century, especially under the course of collectivisation and during transition to a market economy model. The existing economic distinction between smallholdings in rural areas and collective gardens is now more and more blurred. Compliance with the principle of justice requires appropriate changes in their institutional design. The low production level, the manual labor predominance have been noted that also require changes. The efficiency criterion for personal gardening is cost savings, which differs from the corresponding criterion in the market sector – production profitability. The authors suggest restructuring collective gardens into livable places for our fellow citizens. This requires great deal of work on water supply and sanitation, electricity supply, gas supply, repair and construction of roads, garbage disposal, etc. A successful tool for solving these problems is the experience of the Fund for the Horticultural Associations' Infrastructure Development in Bashkiria. The creation of service centers for tillage, rental points for small equipment, cooperatives for the sale of surplus products will make it possible to turn orchards into an important source of fruits, vegetables and berries.

Keywords

Personal gardening, food security, cooperation, infrastructure, restructuring

Acknowledgements. This study was carried out within the framework of the state order of the Ural Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences No. 075-03-2022-001 14.01. 2022.

For citation: Gataullin R.F., Chuvashaeva E.R. (2022) Increasing the contribution of personal gardening to providing food security. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 103–109.



ВВЕДЕНИЕ

В условиях экономических санкций стран Запада по отношению к России особую актуальность получает обеспечение продовольственной безопасности. По большей части производства сельскохозяйственной продукции наша страна в последнее десятилетие добилась самообеспечения. Наибольший дефицит по производству продуктов питания наблюдается в производстве фруктов, ягод и овощей. Обеспеченность Российской Федерации овощами достигло 86,3 %, фруктами и ягодами – 42,4 % [1]. Основная часть производства фруктов, ягод и овощей в России приходится на личные подсобные хозяйства (далее – ЛПХ) граждан и сады.

Различные аспекты садоводства отражены в работах отечественных ученых [2–10]. При этом общественная форма ее осуществления остается не освещенной. С другой стороны, сегодня предметом исследования все чаще выступает именно эта сторона деятельности [4; 5]. Несмотря на это вопросы трансформации личных хозяйств и их разновидности – садов в современных условиях требуют дополнительных исследований.

МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ

В настоящем исследовании проблемы развития личного садоводства раскрыты посредством теоретического обобщения существующих тенденций в этой области, включая систематизацию экономических функций данной формы хозяйствования, цели производства, характера труда и анализа критериев эффективности.

Авторами проведен социологический опрос 112 собственников садов в 3 товариществах в г. Уфы, по результатам которого выявлялись существующие различия в целях хозяйствования.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Как мы считаем, по общественной форме реализации садоводство может выступать товарным и личным. Товарное садоводство все более широкое распространение получает в южных областях России. В средней полосе большинство садов бывших колхозов и совхозов сейчас заброшены. Сады у сельского населения сохранились как часть их ЛПХ, в городских поселениях – в качестве участков в садовых товариществах. Последние представляют форму кооперации, а отдельные участки – личные сады.

После революции, в период коллективизации на базе частных хозяйств населения в сельской местности были созданы колхозы, совхозы и личные подсобные хозяйства. Особенностью российских малых городов было также совмещение несельскохозяйственных видов деятельности с производством продуктов питания. Такая ситуация во многих городах сохраняется и сегодня. Сады и огороды горожан несколько отличались от ЛПХ, которые действительно имели подсобный характер, были связаны с колхозами и совхозами множеством связей по кооперации: по обеспечению кормами, предоставлению транспортных услуг и т.д.

Сегодня сельское хозяйство в сельской местности перестало быть основной сферой приложения труда [11], а приусадебные хозяйства сохранились, и они мало чем отличаются от садов и огородов горожан. Поэтому мы предлагаем эту форму хозяйствования



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Экономические функции личных садов

признать личным садоводством, так как именно садоводство и огородничество стали основным видом хозяйствования в этих участках. Это характерно и для хозяйств горожан. На рисунке 1 схематически представлены экономические особенности личных садов.

Наряду с экономическими функциями, личные сады выполняют важные социальные функции по трудовому воспитанию и профессиональной ориентации молодежи благодаря формированию хозяйского отношения к земле и любви к сельскохозяйственному труду. Содержание личных садов для значительной части населения остаются средством самовыражения, сферой проявления творческих способностей, деловой и хозяйственной энергии, средством приобретения навыков эффективного ведения хозяйства. В то же время для большинства селян и части горожан главной целью ведения личных садов и сегодня является удовлетворение собственных потребностей в продуктах питания.

В таблице 1 представлены особенности ведения личных садов в их сравнении с общественным производством. В общественном производстве и личном садоводстве имеются различия в способе соединения рабочей силы со средствами производства.

Таблица 1

Основные экономические характеристики хозяйств по способам ведения

Признаки хозяйствования	Личное садоводство	Крестьянские хозяйства	Крупные и средние хозяйства
Собственность на землю	Частная	Частная	Частная
Характер труда	Личный труд членов семьи	Сочетание наемного труда с личным трудом членов семьи	Наемный труд
Технический уровень производства	Преобладание ручного труда	Преобладание машинного производства	Преобладание машинного производства
Цель производства	Обеспечение членов семьи продуктами питания и получение дополнительных личных доходов	Получение прибыли	Получение прибыли
Критерии эффективности	Экономия в расходах	Рентабельность производства	Рентабельность производства

Составлено авторами по материалам исследования

Современный этап развития экономики России определяется ее переходным характером, когда рыночные отношения еще не смогли охватить полностью все отрасли и виды деятельности. К таковым, на наш взгляд, прежде всего, относится сельское хозяйство. В настоящее время все хозяйства делятся на государственные, муниципальные и частные предприятия и личные хозяйства населения. К частной собственности относятся крестьянские (фермерские хозяйства), крупные и средние сельскохозяйственные организации, которые были созданы через реорганизацию бывших колхозов и совхозов. На базе последних были созданы малые сельскохозяйственные предприятия, хозяйства индивидуальных предпринимателей, сохранились некоторые подсобные хозяйства несельскохозяйственных предприятий. Особняком стоит группа личных хозяйств и других индивидуальных хозяйств граждан. В число последних входят хозяйства граждан, имеющих земельные участки (садовые, огородные и другие), не входящих в объединения, а также граждан, имеющих участки для индивидуального жилищного строительства.

ОПЫТ РАЗВИТИЯ САДОВОДЧЕСКИХ ХОЗЯЙСТВ В БАШКОРТОСТАНЕ

Достижение полного обеспечения населения фруктами, овощами и ягодами требует решения ряда проблем. На примере Республики Башкортостан, которая занимает среди регионов 7-ое место по численности населения, рассмотрим формирование инфраструктуры садоводческих хозяйств.

Дачными и садовыми участками в республике владеют более 0,5 млн чел. Столько же семей в сельской местности обладает приусадебными участками. В личном пользовании граждан имеется более 0,3 млн га земли, из них половина – в сельской местности, 14 % – в садовых участках. Актуальной в этой области является упорядочение землепользования занятых коллективными садами, ЛПХ и индивидуальными домами. В проекте «Комплексная программа развития инфраструктуры и территорий садоводческих и дачных некоммерческих объединений Республики Башкортостан на 2022–2025 гг.» [3] в качестве основных направлений работы выделены:

- землеустройство и кадастровый учет земель, выявление неиспользованных земель и картографическое их отражение, определение их правового статуса и возможностей эффективного использования;
- водоснабжение и водоотведение;
- электроснабжение и освещение;
- газоснабжение;
- ремонт и строительство дорог;
- вывоз мусора;
- обеспечение пожарной и экологической безопасности, охрана территорий;
- развитие бизнеса на территории садов;
- обучение и консультирование руководителей коллективных садов.

Кроме этого, важную роль могут сыграть создание сервисных центров по обработке почв, пунктов аренды малой техники, кооперативов по реализации излишков продукции.

Сегодня половина садовых участков не поставлены на кадастровый учет, 80 % садовых электросетей изношены, 55 % – не имеют централизованного водоснабжения, 67 % – газоснабжения [12]. Общая протяженность дорог до садовых товариществ по всей республике составляет 1 600 км, из них только у 30 км дорог определены владельцы. На их ремонт 77 садовым товариществам будут выделены 50 млн руб.

Непростой проблемой является сочетание интересов членов садовых товариществ. Большая часть садов сформировалась 45–50 лет назад. Земельные участки выделялись трудовым коллективам. Они объединяли людей на базе общих интересов. Возможности вложиться у них также были одинаковы. Сегодня чуть более половины садоводов в Республике Башкортостан уже пенсионеры. Многие из числа первых владельцев уже умерли. Из числа обследованных садоводов 28 % приобрели участки через покупку. Большая часть из их числа (83 %) садоводством занимаются в целях производства фруктов и овощей для личного потребления, а также для загородного отдыха. Некоторые садоводы (6 %) приоритетным считают получение дополнительных доходов или создание на основе сада собственного бизнеса (5 %).

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

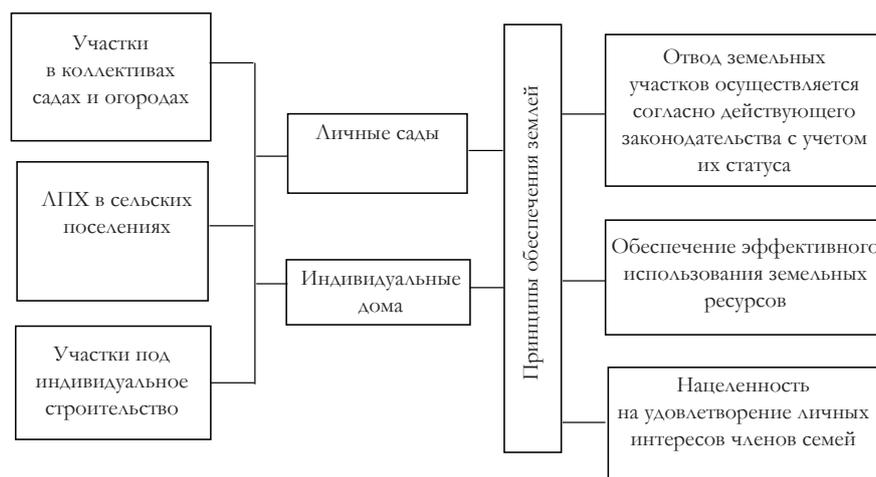
Разнонаправленность целевых настроений у садоводов создает конфликты в товариществах, что обуславливает необходимость усиления контроля над деятельностью садоводческих обществ.

Каждый садовод должен иметь возможность вступать в кооперативы по содержанию электрических сетей, строительству и ремонту дорог, по реализации произведенной продукции. В связи с этим отметим положительный опыт создания в Башкирии Фонда развития инфраструктуры садоводческих товариществ. Кооперация в этом направлении позволит решить многие вопросы без крупных затрат. Например, строительство 1 км дороги с песчанно-гравийным покрытием с привлечением специализированных организаций будет дешевле в 1,8 раза. Это касается и ремонта энергетических сетей.

Расширение садоводства, всемерная его поддержка в условиях России должны стать действующим фактором. В России, с богатством ее земельных ресурсов, представление земли на льготных условиях должно стать одним из составляющих национальной идеи. Малообеспеченные и многодетные семьи должны получить возможность иметь земельный участок бесплатно.

В 2021 г. был предложен законопроект «О семейных поместьях и семейных поселениях в Российской Федерации», в котором предусматривалась бесплатное предоставление семьям до 1 га для садоводства, огородничества и производства других продуктов питания [13]. В этом законопроекте, к сожалению, отсутствует механизм обеспечения равного доступа для граждан к созданию так называемых семейных поместий. Не учитываются особенности предоставления земельных участков в пригородных и санаторных зонах, что создает опасность распространения коррупции (рис. 2).

Мы считаем, что предоставление земельных участков гражданам для удовлетворения их личных потребностей в жилье и садоводстве должно иметь единую правовую базу. Отсутствие и противоречия между разными нормативными актами создают условия для распространения коррупции. В зависимости от статуса предоставления земельных участков (в поселениях или вне них) все участки в коллективных садах и огородах, сельских поселениях и под индивидуальное строительство должны быть включены в единый реестр. При этом должен быть разработан единый порядок отвода земельных участков, которые должны быть представлены в соответствии с их статусом. Земли в границах поселений должны предоставляться платно.



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Реструктуризация личного землепользования

вом в городах требует создания единой правовой базы их функционирования и признания их единого статуса. Существующие различия между ними сегодня состоят в землеобеспеченности, уровне благоустройства. Считаем, что эти различия со временем будут стираться. Но реконструкция садовых товариществ в плане концентрации земельных участков, их благоустройства требует значительных инвестиций, в том числе за счет государственного бюджета.

С учетом существующих в стране традиций ведения личного хозяйства и землепользования необходима реконструкция существующих личных садов, превращения их в благоустроенные места круглогодичного проживания граждан. Сады должны играть важную роль в обеспечении населения страны фруктами, ягодами и овощами.

Библиографический список

1. Болдова К. Грозит ли России дефицит продуктов питания в 2022 году. *Открытый журнал*. 01.03.2022. <https://journal.open-broker.ru/research/grozit-li-rossii-deficit-produktov-pitaniya> (дата обращения: 19.06.2022).
2. Авдеева М.Г., Демина Г.Р., Шафиков Р.А. Состояние и перспективы развития садоводства Республики Башкортостан. *Достижение науки и техники АПК*. 2007;(2):20–22.
3. Ахметов В.Я., Якшимбетова Г.И. Садоводство и огородничество как перспективные малые формы хозяйствования на территории Республики Башкортостан. *Индустриальная экономика*. 2021;(5-3):222–227. https://doi.org/10.47576/2712-7559_2021_5_3_222
4. Овчинцева Л.А. Особые звенья в системе аграрной структуры. *Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе*. 2018;27:30–39.
5. Петриков А.В. Кооперативное движение горожан: классификация и производственный потенциал некоммерческих объединений граждан по материалам Всероссийской сельскохозяйственной переписи 2016 г. *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. 2018;(3):3–13.
6. Велибекова Л.А. Пути развития садоводства на Северном Кавказе. *АПК: Экономика, управление*. 2021;(11):70–80. <https://doi.org/10.33305/2111-70>
7. Чутчева Ю.В., Сендов М.М., Тогоев О.Ш. Инвестиционные процессы в агропромышленном комплексе. *Международный технико-экономический журнал*. 2012;(5):5–8.
8. Минаков И.А. Государственная поддержка развития садоводства: опыт и проблемы. *Наука и образование*. 2020;3(1):152–163.
9. Назаренко А.В., Грудина О.Н., Кенина Д.С. Состояние садоводства Российской Федерации: проблемы и перспективы развития. *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2021;11(11-1):152–158. <https://doi.org/10.34670/AR.2021.96.53.018>
10. Соломахин М.А., Соломахин А.А. Состояние и перспективы развития отрасли садоводства. *Инновационная экономика и право*. 2020;(1(15)):133–134.
11. Гатауллин Р.Ф., Сагатгареев Р.М. Личное подсобное хозяйство граждан: сущность и перспективы. *Никоновские чтения: сборник материалов конференции*. 2000;(5):150–151.

Такой подход должен быть распространен и на пригороды в пределах 20–25 км удаленности от городских поселений. Требуется упростить порядок предоставления земельных участков, отменить запретные меры для создания микроферм по выращиванию птиц, кроликов и скотоводства при наличии не более 2–3 голов.

ВЫВОДЫ

Стирание различий между личными подсобными хозяйствами в сельской местности и коллективным садоводством

12. Э. Зиянгиров. Зачем садовые товарищества объединят в единый фонд. Реальное время. 07.12.2021. <https://realnoevremya.ru/articles/234123-v-bashkirii-zaymutsya-resheniem-problem-sadovyh-tovarischestv> (дата обращения: 19.06.2022).
13. Российская Федерация. *Законопроект федерального закона № 87131-8 «О семейных поместьях и семейных поселениях в Российской Федерации»*. <https://sozd.duma.gov.ru/bill/87131-8> (дата обращения: 19.06.2022).

References

1. Boldova K. Is Russia facing a food shortage in 2022. *Onkrytyi zhurnal*. 01.03.2022. <https://journal.open-broker.ru/research/grozit-li-rossii-deficit-produktov-pitaniya> (accessed 19.06.2022).
2. Avdeeva M.G., Demina G.R., Shafikov R.A. Status and prospects for the development of horticulture in the Republic of Bashkortostan. *Achievements of science and technology in agribusiness*. 2007;(2):20–22.
3. Akhmetov V.Ya., Yakshimbetova G.I. Gardening and horticulture as promising small forms of management on the territory of the republic of bashkortostan. *Industrial Economics*. 2021;(5-3):222–227. https://doi.org/10.47576/2712-7559_2021_5_3_222
4. Ovchintseva L.A. Special units of agrarian structure system. *Modeli, sistemy, seti v ekonomike, tekhnike, prirode i obschestve = Models, systems, networks in economics, engineering, nature and society*. 2018;27:30–39.
5. Petrikov A.V. Cooperative movement of citizens: classification and production potential of noncommercial associations of citizens on materials of the All-Russian Agricultural Census of 2016. *Fundamental and applied research studies of the economics cooperative sector*. 2018;(3):3–13.
6. Velibekova L.A. Ways of gardening development in the North Caucasus. *APK: ekonomika, upravlenie = AIC: Economics, Management*. 2021;(11):70–80. <https://doi.org/10.33305/2111-70>
7. Chutcheva Yu.V., Seidov M.M., Togoiev O.Sh. Investment processes in agro-industrial complex. *International Technical and Economic Journal*. 2012;(5):5–8.
8. Minakov I.A. State support for development gardening: experience and challenges. *Science and education*. 2020;3(1):152–163.
9. Nazarenko A.V., Grudina O.N., Kenina D.S. The state of horticulture in the Russian Federation: problems and development prospects. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra*. 2021;11(11-1):152–158. <https://doi.org/10.34670/AR.2021.96.53.018>
10. Solomakhin M.A., Solomakhin A.A. State and prospects development of horticulture. *Innovative Economics and Law*. 2020;15:133–134.
11. Gataullin R.F., Sagatgareev R.M. Personal subsidiary farming of citizens: essence and prospects. *Nikonovskie chteniya: sbornik materialov konferentsii*. 2000;(5):150–151.
12. E. Ziyangirov. Why garden partnerships will be united into a single fund. *Real'noe vremya*. 07.12.2021. <https://realnoevremya.ru/articles/234123-v-bashkirii-zaymutsya-resheniem-problem-sadovyh-tovarischestv> (accessed 19.06.2022).
13. Russian Federation. *Draft Federal Law No. 87131-8 “About family estates and family settlements in the Russian Federation”*. <https://sozd.duma.gov.ru/bill/87131-8> (accessed 19.06.2022).

Направления совершенствования механизма индексации пенсий в условиях трансформации российской экономики

Дорофеев Михаил Львович

Канд. экон. наук, доцент департамента общественных финансов
ORCID: 0000-0002-2829-9900, e-mail: dorofeevml@yandex.ru

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Финуниверситет), г. Москва, Россия

Аннотация

Целью исследования является анализ действующего механизма индексации пенсий российских пенсионеров и поиск направлений его возможного развития в условиях структурной трансформации российской экономики. Для достижения этой цели проведен статистический и коэффициентный анализ показателей уровня пенсионного обеспечения из базы данных Росстата. По результатам анализа сделан вывод, что при прочих равных условиях, не представляется возможным принципиально улучшить уровень пенсионного обеспечения и необходимо продолжать проводить существенные реформы пенсионной системы России. С учетом новых реалий, в которых Россия оказалась после февраля 2022 г., в статье предложены и проанализированы направления, при которых можно проводить дальнейшее реформирование российской пенсионной системы. Предлагаемые направления классифицированы по четырем группам: 1) меры общеэкономического характера, косвенно, влияющие на уровень пенсионного обеспечения; 2) изменение общих параметров существующей пенсионной системы в целях ее оптимизации; 3) развитие системы негосударственного пенсионного страхования для решения проблемы низкого коэффициента замещения высокодоходных групп получателей пенсии; 4) изменение существующего механизма индексации пенсий, предполагающее более радикальные изменения для принципиального повышения уровня пенсионного обеспечения российских пенсионеров.

Ключевые слова

Индексация, пенсии, Пенсионный фонд Российской Федерации, инфляция, индексация пенсий, индекс заработной платы; государственное регулирование экономики

Благодарность. Статья подготовлена по результатам исследования, выполненного за счёт бюджетных средств по Государственному заданию Финансового университета при Правительстве Российской Федерации 2022 года.

Для цитирования: Дорофеев М.Л. Направления совершенствования механизма индексации пенсий в условиях трансформации российской экономики // Вестник университета. 2022. № 9. С. 110–119.

Directions for improving the pension indexations mechanism in the context of Russian economy's transformation

Mikhail L. Dorofeev

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Public Finance Department
ORCID: 0000-0002-2829-9900, e-mail: dorofeevml@yandex.ru

Financial University, Moscow, Russia

Abstract

The purpose of this study is to analyse the current mechanism for indexing pensions of Russian pensioners and find directions for its possible development in the context of the structural transformation of the Russian economy. To achieve this goal, a statistical and coefficient analysis of pension level indicators from the Rosstat database was carried out. Based on the results obtained, it was concluded that, all other things being equal, it is not possible to fundamentally improve the level of pension provision and it is necessary to continue to carry out significant reforms of the Russian pension system. Taking into account the new realities in which Russia found itself after February 2022, authors proposed and analysed directions in which it would be possible to further reform the Russian pension system. The proposed directions were classified into four groups: 1) measures of a general economic nature, indirectly affecting the level of pension provision; 2) changing the general parameters of the existing pension system in order to optimize it; 3) the development of a non-governmental pension insurance system to solve the problem of a low replacement rate for high-income groups of pension recipients and 4) a change in the existing mechanism for indexing pensions, which involves more radical changes to fundamentally increase the level of pension provision for Russian pensioners.

For citation: Dorofeev M.L. (2022) Directions for improving the pension indexations mechanism in the context of Russian economy's transformation. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 110–119.

Keywords

Indexation, pensions, Russian Federation Pension Fund, inflation, indexation of pensions, salary index, economy's state regulation

Acknowledgements. The study was funded by the Financial University under the Government of the Russian Federation in 2022.



ВВЕДЕНИЕ

Мировой финансово-экономический кризис запустил ряд необратимых процессов по пересмотру существующей модели мировой финансовой системы. Эти тенденции получили развитие как в направлении повышения устойчивости банковской системы в большинстве стран мира, так и в ряде реформ бюджетных систем, целью которых стало повышение уровня их финансовой устойчивости [1]. Уже после 2008 г. в ряде европейских стран была инициирована цепочка непопулярных реформ по повышению пенсионного возраста, сокращению расходов и пересмотру отношения к устойчивому росту уровня государственного долга. В свою очередь, в нескольких странах эта реформа затронула и механизмы индексации пенсий. Новые вызовы перед системами социального и, в частности, пенсионного обеспечения, которые сформировались в период пандемии COVID-19 и геополитических событий 2022 г., значительно истощили резервы правительства и сократили потенциал инструментов государственного финансового регулирования. Одними из наиболее существенных рисков современности, угрожающими социально-незащищенным группам граждан во многих странах мира, являются: 1) старение населения и дисбалансы пенсионных систем; 2) угроза резкого роста бедности, связанная с беспрецедентно ускоряющейся инфляцией и даже 3) голод, который может возникнуть из-за резкого сворачивания процессов глобализации и роста градуса изоляционизма ряда стран [2].

В большинстве стран пенсии индексируются на основе: 1) индекса цен; 2) индекса заработной платы или 3) комбинированного использования этих показателей. Выбор того или иного механизма индексации пенсий зависит от целеполагания в развитии страны. В настоящее время во многих странах Организации экономического сотрудничества и развития (далее – ОЭСР) пенсии индексируются 1–2 раза в год на базе индекса потребительских цен или индекса заработной платы. В ряде развитых стран (Германия, Франция, Австрия) все больше переходят к пенсионным системам, в которых пенсии индексируются в соответствии с динамикой заработных плат, а не инфляции [3]. В таких странах пенсия признается частью доходов домохозяйства, и поэтому ее величина должна быть привязана к уровню средней заработной платы, а не инфляции. Вследствие такой специфики индексации пенсий можно зафиксировать коэффициент замещения пенсией утрачиваемого заработка на определенном уровне [4].

В международной практике существуют прецеденты, когда страны переходили от индексации пенсий с использованием индекса заработной платы к индексации на основе индекса цен даже в периоды экономического роста и формального отсутствия кризисов, потому что этого требовал принцип сбалансированности бюджета (Италия в 1992 г., Франция в 1993 г., Австрия в 2004 г.) [3]. Вместе с тем, кризисные периоды оказывали намного большее влияние на принятие решений по временному изменению нормальной работы утвержденных механизмов индексации пенсий вследствие экстренного вмешательства регуляторов. Так, в ряде европейских стран (Италия, Испания, Франция, Греция, Венгрия, Болгария, Румыния, Португалия и др.) в период 2009–2015 гг. вводились временные ограничения или полная заморозка индексаций пенсий в рамках проведения бюджетной консолидации после кризиса 2008 г. [5].

В большинстве стран, практикующих механизм индексации пенсий на основе индекса заработной платы, применяется показатель средней заработной платы. Встречаются варианты индексации по медианному уровню заработной платы, по заработной плате до и после вычета налога на доходы физических лиц (НДФЛ). Встречаются механизмы индексации на основе сетки средних заработных плат по секторам экономики. Индексация пенсий на основе заработной платы до вычета НДФЛ считается самым дорогостоящим вариантом для бюджета среди прочих [4].

Целью настоящей статьи является исследование действующего механизма индексации пенсий российских пенсионеров и анализ направлений его возможного развития в условиях структурной трансформации российской экономики, связанной с геополитическими событиями 2022 г.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Для исследования механизма индексации пенсий в основной части статьи используются официальные документы правительства, в которых описана стратегия развития пенсионной системы до 2030 г., а также официальные данные Росстата с показателями пенсионного обеспечения граждан России. На основе этих данных с использованием методов статистического и коэффициентного анализа данных проведено исследование рядов данных с показателями уровня пенсионного обеспечения российских пенсионеров.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

АНАЛИЗ ДЕЙСТВУЮЩЕГО МЕХАНИЗМА ИНДЕКСАЦИИ ПЕНСИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Пенсии российских пенсионеров индексируются в соответствии с динамикой инфляции. По действовавшему до 2016 г. законодательству индексировались пенсии всех (работающих и неработающих) пенсионеров. После 2016 г. были приняты поправки в законодательство, согласно которым пенсии работающих пенсионеров перестали индексировать. На сегодня какой-либо информации о возможном пересмотре этого решения не существует. В соответствии с действующим механизмом пенсионной системы России каждый год страховая пенсия индексируется не ниже уровня инфляции предшествующего года, а социальные пенсии индексируются с учетом темпов роста величины прожиточного минимума пенсионера (далее – ПМП) [6].

Индексация пенсий с ориентацией на динамику инфляции рассматривается некоторым учеными как наиболее эффективный и идеологически корректный механизм управления уровнем благосостояния пенсионеров [7]. В данном случае пенсия рассматривается не как доход, а как поступления домохозяйства, перераспределяемые в виде трансфертов из системы государственного социального страхования. В мировой практике такой подход направлен в большей степени на обеспечение сбалансированности пенсионной системы, а не на увеличение или сохранение высокого уровня пенсий в соответствии с коэффициентом замещения утраченной заработной платы. Вместе с тем, гарантирование пенсионеру льготного доступа к качественной системе здравоохранения в дополнение к индексации пенсий на уровень инфляции позволяет решить большую часть задач по управлению уровнем бедности пенсионеров [8].

Актуальной проблемой реформирования пенсионного обеспечения в России является неразрешимость задачи по индексации пенсий опережающими темпами по отношению к ПМП и к средней заработной плате [9]. Для принципиального изменения уровня пенсионного обеспечения российских пенсионеров и гарантирования роста их доходов в реальном выражении необходимо изменить параметры индексации пенсии, привязав ее к динамике индекса средней заработной платы, а не к инфляции. Для этого необходимо изменить целеполагание в функционировании пенсионной системы России в пользу цели по обеспечению достойного уровня пенсий на уровне не менее 40 %-ного коэффициента замещения утраченного заработка.

Сравнение темпов изменения среднего размера номинальной пенсии с динамикой инфляции показывает, что в периоды кризисов происходит снижение реального размера пенсий и отставание темпов их индексации от уровня инфляции прошлого года (табл. 1).

Таблица 1

Сравнение динамики индексации среднего размера пенсий с темпом роста цен

№	Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
I.	<i>Средний размер назначенных пенсий по видам пенсионного обеспечения, темп прироста г/г, %</i>									
1.	Средний размер пенсии, из них получающие пенсии:	-	9,6	8,6	10,9	2,9	7,2	5,8	5,7	5,6
1.1	– по старости	-	9,5	8,0	10,9	2,7	7,4	5,9	6,0	5,7
1.2	– по инвалидности	-	9,2	8,1	11,5	2,7	6,7	5,4	5,9	5,2
1.3	– по случаю потери кормильца (на каждого нетрудоспособного члена семьи)	-	10,7	8,9	10,3	3,2	8,6	6,8	6,7	6,0
1.4	– пострадавшие в результате радиационных и техногенных катастроф и члены их семей	-	2,8	13,2	10,1	4,6	5,3	4,8	4,6	6,6

№	Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
1.5	– федеральные государственные гражданские служащие	-	12,9	10,9	10,5	1,8	6,9	6,9	6,2	7,4
1.6	– социальные	-	8,9	17,1	10,0	4,1	1,9	3,3	2,2	5,9
II.	Инфляция по годам по состоянию на 1 января (за прошлый год)	-	6,5	11,4	12,9	5,4	2,5	4,3	3,0	4,9
III.	<i>Реальная стоимость 1000 рублей пенсии в ценах 2013 г. с учетом темпов индексации и динамики инфляции, руб.</i>									
3	Средний размер пенсии, из них получающие пенсии:	1 000	1 029	1 003	986	962	1 007	1 022	1 048	1 056
3.1	– по старости	1 000	1 028	997	979	954	1 000	1 015	1 044	1 053
3.2	– по инвалидности	1 000	1 026	996	984	958	998	1 008	1 036	1 038
3.3	– по случаю потери кормильца (на каждого нетрудоспособного члена семьи)	1 000	1 040	1 017	994	973	1 030	1 055	1 092	1 104
3.4	– пострадавшие в результате радиационных и техногенных катастроф и члены их семей	1 000	966	982	957	950	976	981	996	1 012
3.5	– федеральные государственные гражданские служащие	1 000	1 060	1 056	1 034	999	1 042	1 067	1 100	1 126
3.6	– социальные	1 000	1 023	1 076	1 048	1 035	1 029	1 019	1 011	1 021
IV.	<i>Индексация пенсий по данным Пенсионного фонда России (ПФР), %</i>									
4.1	Страховая пенсия	-	10,1	8,3	11,4	4,0	5,8	3,7	7,1	6,6
4.2	Социальная пенсия	-	1,8	17,1	10,3	4,0	1,5	2,9	2,0	6,1
4.3	Стоимость пенсионного коэффициента после индексации (в баллах)	-	-	-	71,41	74,27	78,58	81,49	87,24	93,00
4.4	Прирост стоимости пенсионного коэффициента после индексации, г/г, %	-	-	-	-	4,0	5,8	3,7	7,1	6,6

Источник: [10]

Кроме этого, в условиях серьезных кризисных обострений Правительство может использовать неконвенциональные методы социальной поддержки, позволяющие управлять динамикой объемов финансирования социальных обязательств государства перед пенсионерами. Так, вместо индексации пенсий в 2016 г., пенсионерам выплатили разовую надбавку к страховой пенсии, а следующая индексация проходила с более низкой базы 2015 г. [11]. Отметим, что аналогичные меры были предприняты во многих европейских странах, в которых после 2008 г. была ограничена или полностью заморожена индексация пенсий. Это так же как и в России привело к снижению уровня реальных пенсий европейских пенсионеров. В качестве компенсации европейские страны проводили единовременные выплаты пенсионерам или другие меры социальной поддержки. Некоторые страны впоследствии использовали повышенные темпы индексации пенсий для компенсации отставания среднего уровня пенсий от среднего уровня заработных плат [12].

Догоняющая индексация пенсий по уровню инфляции в периоды восстановления российской экономики ничуть не приблизила коэффициент замещения пенсий к целевым значениям, утвержденным в Стратегии развития пенсионной системы Российской Федерации до 2030 г. (далее – Стратегия) [9]. Этот факт, с одной стороны, доказывает нежелание правительства России достигать поставленных целей, задекларированные в Стратегии, а с другой стороны, говорит о больших проблемах в системе пенсионного обеспечения, не позволяющих достигать указанных целей и в итоге приводящих к серьезному отклонению фактического уровня пенсионного обеспечения от плановых изменений.

Механизм индексации пенсий в России имеет ряд непрозрачных элементов, которые позволяют правительству манипулировать процессом индексации пенсии с целью сбалансировать бюджет ПФР вместо того, чтобы обеспечивать сохранение и наращивание реального уровня благосостояния пенсионеров [4]. К таким элементам можно отнести: 1) периодические подмены индексаций разовыми выплатами, что позволяет повысить средний уровень доходов пенсионеров в текущем году, занижая базу для проведения индексации среднего размера пенсий в следующем периоде; 2) временные расхождения в фиксации годовой инфляции и момента индексации пенсий; 3) возможность увеличения пенсионного балла для индексации пенсий вместо таргетирования индекса роста среднего размера пенсии в соответствии с фактической инфляцией.

Рост степени огосударствления экономики может приводить к принятию неоптимальных решений и существенно снижать эффективность финансового механизма, темпы экономического роста, а также оказывать негативное влияние на реальные доходы пенсионеров. Опыт позднего СССР показывает, что ручное регулирование рано или поздно приводит к острейшим товарным дефицитам, черному рынку и искаженным данным об уровне цен в экономике [6]. Индексация пенсий в таких условиях не выполняет своей главной функции по сохранению и увеличению уровня благосостояния пенсионеров. В этой связи с учетом очень серьезных изменений, произошедших в российской экономике в начале 2022 г., следует с особой осторожностью относиться к нерыночным методам государственного регулирования.

А.А. Сафонов и К.В. Угодников [4] предлагают индексировать страховые пенсии в соответствии с индексом роста заработной платы. По мнению авторов, это позволило бы довести коэффициент замещения заработной платы до 50 % и выше (более чем в два раза выше текущего уровня), если проводить расчеты с 2011 г. Кроме того, подобные изменения привели бы к росту расходов бюджета ПФР почти в два раза (на 48% при прочих равных условиях). Авторы статьи считают, что в бюджете ПФР есть резервы для обеспечения этих расходов. Они лежат в плоскости реформирования системы льгот для пенсионеров, отказа от регрессии по выплатам страховых взносов для работодателей. Данные меры в совокупности могли бы повысить доходы ПФР на сопоставимую величину. В периоды отставания темпов роста пенсионных выплат от динамики средней заработной платы государство должно компенсировать эту разницу из средств Фонда национального благосостояния России или наращивания денежной эмиссии Банком России. Авторы не раскрыли подробностей проведенных расчетов, поэтому сложно судить, насколько они обоснованы и учитывают ли они комплексность проблемы реформирования пенсионной системы. Тем не менее, можно согласиться с идеей, что бюджет ПФР может иметь немало внутренних резервов для повышения уровня пенсионного обеспечения российских пенсионеров [13; 14].

УСЛОВИЯ ПОВЫШЕНИЯ МИНИМАЛЬНОГО И СРЕДНЕГО УРОВНЯ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Сравнение России с другими странами на основе данных ОЭСР показывает, что масштабы проблемы старения населения в России значительно меньше, чем в среднем по странам-членам ОЭСР [15]. Старение населения является гораздо более серьезным демографическим и социально-экономическим риском для развитых стран, чем для стран группы БРИКС. С одной стороны, факт сравнительно плавного ухудшения демографической ситуации в России позволяет не прибегать к принятию экстренных мер по реформированию пенсионной системы под влиянием демографического фактора. С другой стороны, относительно невысокий уровень пенсионного обеспечения требует продолжать работу по поиску внутренних резервов и внешних источников повышения эффективности пенсионной системы России.

Ввиду того, что индексация пенсий в России фактически ограничена требованием обеспечения долгосрочной устойчивости пенсионной системы, механизм индексации связан с динамикой макроэкономических параметров развития российской экономики. Данные условия функционирования механизма индексации пенсий не позволяют принципиально улучшить уровень пенсионного обеспечения в России при прочих равных условиях [16]. Для этого приходится продолжать реформировать пенсионную систему и устранять ее внутренние проблемы и дисбалансы.

Среди внутренних проблем, снижающих уровень финансовой устойчивости и одновременно обуславливающих резервы и перспективные направления повышения долгосрочной финансовой устойчивости, можно выделить следующие [17]:

- неэффективное управление резервом ПФР, созданным в 2002 г. для прохождения «демографической ямы» 2010-х гг. и полностью исчерпанным до 2007 г.;

- решение об учете пенсионных прав в распределительной системе исходя из начисленных, но не уплаченных взносов;
- проблема финансового обеспечения пенсий «досрочникам»;
- непоследовательность тарифной политики в области обязательного пенсионного страхования;
- неоднократная смена администратора страховых взносов в государственных внебюджетных фондах;
- отвлечение кассовых остатков средств ПФР на счет федерального бюджета;
- спорные время и сценарий повышения пенсионного возраста с 2019 г.

Для принципиального роста уровня среднего пенсионного обеспечения необходимо продолжение оптимизации бюджета ПФР и реформирование пенсионной системы России в направлениях, представленных в таблице 2.

Таблица 2

Направления повышения уровня пенсионного обеспечения российских пенсионеров

Направления реформирования	Ожидаемый результат		
	гарантирование уровня минимального пенсионного обеспечения	обеспечение достойного уровня среднего пенсионного обеспечения	максимизация уровня пенсионного обеспечения
<i>1. Меры общеэкономического характера</i>			
1.1. Обеспечение ускоренных темпов экономического роста с одновременным введением системой тонкой настройки финансового перераспределения для того, чтобы не допустить опережающий рост заработной платы к пенсиям	+	+	–
1.2. Сокращение доли теневой экономики	+	+	–
1.3. Повышение финансовой грамотности населения	+	+	+
1.4. Регулирование уровня доходного неравенства	+	+	–
1.5. Повышение качества и доступности системы бесплатного здравоохранения	+	+	–
<i>2. Изменение общих параметров пенсионной системы</i>			
2.1. Повышение пенсионного возраста для женщин на 3–5 лет сверх принятой в 2018 г. пенсионной реформы	+	–	–
2.2. Снижение численности пенсионеров-досрочников по формальным признакам	+	+	–
2.3. Повышение требований к продолжительности трудового страхового стажа пенсионера	+	+	–
2.4. Пересмотр льгот страховых взносов для отдельных видов плательщиков (например, самозанятых)	+	+	–
2.5. Ликвидация регрессивности системы страховых взносов (от 22 % + 10 % к 22 %)	+	–	–
2.6. Повышение тарифов страховых взносов в ПФР	+	+	–
2.7. Создание условий для того, чтобы работающие граждане позже выходили на пенсию	+	+	–
2.8. Увеличение минимального размера оплаты труда (МРОТ) опережающими темпами по отношению к инфляции до достижения определенного уровня пенсионного обеспечения	+	+	–
<i>3. Развитие системы добровольного и негосударственного пенсионного обеспечения</i>			
3.1. Продление программы государственного софинансирования пенсий	–	+	+

Направления реформирования	Ожидаемый результат		
	гарантирование уровня минимального пенсионного обеспечения	обеспечение достойного уровня среднего пенсионного обеспечения	максимизация уровня пенсионного обеспечения
3.2. Совершенствование экосистемы накопительного пенсионного страхования	–	+	+
<i>4. Реформирование механизма индексации пенсий</i>			
4.1. Изменение базы расчета индекса цен и утверждение альтернативной структуры потребительской корзины пенсионера	+	+	–
4.2. Привязка индексации пенсий к росту среднего размера заработной платы или использование смешанных схем (индексация по инфляции и индексу заработной платы)	+	+	–

Составлено автором по материалам исследования

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Основным методом сохранения уровня пенсионного обеспечения является индексация пенсий. Совершенствование механизма индексации пенсий возможно в направлении разработки и внедрения специфического индекса цен, отличного от показателя потребительской инфляции. Возможно применение смешанных моделей индексации пенсии с разными весами для индекса цен и индекса заработной платы (50/50; 60/40; 70/30). Это позволит одновременно и обгонять инфляцию и контролировать рост нагрузки на бюджет ПФР.

К внутренним источникам повышения уровня минимального и среднего пенсионного обеспечения российских пенсионеров можно выделить упрощение структуры пенсии, переход к однородной пенсии с упразднением экономически неоправданного деления на «твердые» и «дифференцированные» части; постепенная ликвидация дисбалансов в бюджете Пенсионного фонда, возникающих из-за существования льготных категорий пенсионеров и льготных категорий плательщиков пенсионных взносов.

К более решительным мерам по повышению уровня пенсионного обеспечения можно отнести повышение тарифов страховых взносов в ПФР, что приведет к росту налоговой нагрузки на бизнес и работников и вероятно негативно скажется на динамике доли теневой экономики. Увеличение МРОТ, составляющего не менее 43 % от медианной заработной платы, приводит к росту отчислений во внебюджетные фонды и, соответственно, позволит увеличить уровень доходов бюджета ПФР. Одной из мер может стать дополнительное увеличение пенсионного возраста для женщин на 3–5 лет при условии успешного выполнения планов по увеличению средней продолжительности жизни в России.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Фундаментальный принцип любого механизма индексаций пенсий основан на требовании недопущения превышения расходов пенсионной системы над источниками их финансирования. Выбор конкретного механизма складывается под влиянием совокупности специфических социально-экономических и фискальных факторов внутри каждой отдельно взятой страны.

Индексация пенсий в России по сравнению с другими странами проводится достаточно неплохом уровне. Вместе с тем, догоняющий механизм индексации пенсий на основании индекса цен в периоды восстановления российской экономики ничуть не приблизил коэффициент замещения пенсий к целевым значениям, утвержденным в Стратегии развития пенсионной системы Российской Федерации до 2030 г. [9].

В статье продолжена классификация направлений повышения пенсионного обеспечения российских пенсионеров, в рамках которой предложены косвенные меры общеэкономического характера, а также ряд прямых мер, включающих изменение общих параметров пенсионной системы, развитие добровольного и негосударственного пенсионного обеспечения и реформирование механизма индексации пенсий.

Последнее предлагается рассмотреть с точки зрения введения смешанной схемы индексации, учитывающей в большей степени индекс цен, однако также учитывающей и динамику средней заработной платы.

Библиографический список

1. Дорощев М.Л. Актуальные вызовы, стоящие перед системой макропруденциального регулирования экономики в современных условиях. *Банковское дело*. 2020;(5):44–51.
2. Пенсионный фонд России. *Индексация пенсий*. https://pfr.gov.ru/grazhdanam/pensionres/index_pens/#:~:text=Индексация%20пенсий.%20Страховые%20пенсии%20неработающих,выплаты%20-%206%20564%2C31%20руб (дата обращения: 05.06.2022).
3. Hohnerlein E.M. Pension indexation for retirees revisited – Normative patterns and legal standards. *Global Social Policy*. 2019;19(3):246–265. <https://doi.org/10.1177/1468018119842028>
4. Сафонов А.Л., Угодников К.В. Индексация пенсионных выплат: поиски баланса между инфляцией и изменением заработной платы в экономике. *Финансы: теория и практика*. 2022;26(1):156–168. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2022-26-1-156-168>
5. Hinrichs K. In the wake of the crisis: Pension reforms in eight european countries. *ZeS Working Paper*. 2015;(1). Bremen: Universität Bremen. https://www.socium.uni-bremen.de/uploads/News/2015/ZeS-AP_2015_01.pdf (дата обращения: 19.06.2022).
6. Трофимов А.В., Вельбой М.А. Проблема товарного дефицита в СССР 1980-х годов в современной историографии. *Известия Уральского государственного экономического университета*. 2007;(1):272–279.
7. Шушук В.В., Топунова И.Р. Обобщение мирового опыта проведения пенсионных реформ. *Трудовое право*. 2008;(6):48–53.
8. Korenman S., Remler D.K., Hyson R.T. Health insurance and poverty of the older population in the United States: The importance of a health inclusive poverty measure. *The Journal of the Economics of Ageing*. 2021; 18:100297. <https://doi.org/10.1016/j.jeoa.2020.100297>
9. Министерство труда и социальной защиты РФ. *Стратегия развития пенсионной системы Российской Федерации до 2030 года*. <https://mintrud.gov.ru/docs/mintrud/projects/20> (дата обращения: 05.06.2022).
10. Росстат. *2.3 Основные показатели пенсионного обеспечения в Российской Федерации*. <https://rosstat.gov.ru/folder/13877?print=1> (дата обращения: 05.06.2022).
11. РБК Политика. *В Германии предупредили об угрозе сильнейшего со Второй мировой голода*. https://www.rbc.ru/politics/08/05/2022/62776f029a794710e8fa04d3?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (дата обращения: 05.06.2022).
12. European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion. *The 2018 pension adequacy report: current and future income adequacy in old age in the EU. Vol. I*. Publish. Office; 2018. <https://data.europa.eu/doi/10.2767/406275> (дата обращения: 19.06.2022).
13. Горлин Ю.М., Ляшок В.Ю. Пенсионный гамбит. *Журнал Новой экономической ассоциации*. 2019;(2):138–147. <https://doi.org/10.31737/2221-2264-2019-42-2-7>
14. Иванов С.Ф. Пенсионная реформа – 2019: детерминанты, последствия, альтернативы. *Демографическое обозрение*. 2019;6(2):6–54. <https://doi.org/10.17323/demreview.v6i2.9871>
15. OECD. *Pensions at a Glance 2017: OECD and G20 Indicators*, OECD Publishing. Paris; 2017. https://doi.org/10.1787/pension_glance-2017-en (дата обращения: 19.06.2022).
16. Шалагин А.Ю. Разработка методики поддержки уровня государственного пенсионного обеспечения с учетом механизма индексации трудовых пенсий. *Труд и социальные отношения*. 2013;24(3):33–39.
17. Седова М.А. Сбалансированность бюджета пенсионного фонда России и проблемы финансовой устойчивости пенсионной системы. *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. 2018;(5):64–70.

References

1. Dorofeev M.L. Actual challenges facing the system of macroprudential regulation of the economy in modern conditions. *Bankovskoe delo*. 2020;(5):44–51.
2. Pension Fund of Russia. *Indexation of pensions*. https://pfr.gov.ru/grazhdanam/pensionres/index_pens/#:~:text=Индексация%20пенсий.%20Страховые%20пенсии%20неработающих,выплаты%20-%206%20564%2C31%20руб (accessed 05.06.2022).
3. Hohnerlein E.M. Pension indexation for retirees revisited – Normative patterns and legal standards. *Global Social Policy*. 2019;19(3):246–265. <https://doi.org/10.1177/1468018119842028>
4. Safonov A.L., Ugodnikov K.V. Indexation of pension payments: finding a balance between inflation and wage changes in the economy. *Finance: Theory and practice*. 2022;26(1):156–168. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2022-26-1-156-168>

5. Hinrichs K. In the wake of the crisis: Pension reforms in eight european countries. *ZeS Working Paper*. 2015;(1). Bremen: Universität Bremen. https://www.socium.uni-bremen.de/uploads/News/2015/ZeS-AP_2015_01.pdf (accessed 19.06.2022).
6. Trofimov A.V., Velboy M.A. The problem of commodity deficit in the USSR of the 1980s in modern historiography. *Izvestiya Ural'skogo Gosudarstvennogo Ekonomicheskogo Universiteta*. 2007;(1):272–279.
7. Shushukov V.V., Topunova I.R. Generalization of world experience in pension reforms. *Trudovoe pravo*. 2008;(6):48–53.
8. Korenman S., Remler D.K., Hyson R.T. Health insurance and poverty of the older population in the United States: The importance of a health inclusive poverty measure. *The Journal of the Economics of Ageing*. 2021;18:100297. <https://doi.org/10.1016/j.jeo.2020.100297>
9. Ministry of Labour and Social Protection of the Russian Federation. *Strategy for the development of the pension system of the Russian Federation until 2030*. <https://mintrud.gov.ru/docs/mintrud/projects/20> (accessed 05.05.2022).
10. Rosstat. *2.3 Main indicators of pension provision in the Russian Federation*. <https://rosstat.gov.ru/folder/13877?print=1> (accessed 05.06.2022).
11. RBC Politics. *Germany warned of the threat of the worst famine since the Second World War*. https://www.rbc.ru/politics/08/05/2022/62776f029a794710e8fa04d3?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop (accessed 05.06.2022).
12. European Commission, Directorate-General for Employment, Social Affairs and Inclusion. *The 2018 pension adequacy report: current and future income adequacy in old age in the EU. Vol. I*. Publish. Office; 2018. <https://data.europa.eu/doi/10.2767/406275> (accessed 19.06.2022)
13. Gorlin Yu.M., Lyashok V.Yu. Pension Gambit. *New Economic Journal*. 2019;(2):138–147. <https://doi.org/10.31737/2221-2264-2019-42-2-7>
14. Ivanov S.F. Pension reform-2019: determinants, consequences, alternatives. *Demographic review*. 2019;6(2):6–54. <https://doi.org/10.17323/demreview.v6i2.9871>
15. OECD. *Pensions at a Glance 2017: OECD and G20 Indicators*, OECD Publishing. Paris; 2017. https://doi.org/10.1787/pension_glance-2017-en (accessed 19.06.2022)
16. Shalagin A.Yu. Retirement pension adjustment mechanism as a tool of state pension scheme support methodology development. *Trud i sotsial'nye otnosheniya = Labor and social relations journal*. 2013;24(3):33–39..
17. Sedova M.L. Balancing of the Russian Pension Fund's budget and the problems of the pension system's sustainability. *Izvestia SPbGEU*. 2018;(5):64–70.

Бюджеты субъектов Российской Федерации как финансовая основа их экономической безопасности

Зотиков Николай Зотикович

Канд. экон. наук, доц. каф. финансов, кредита и экономической безопасности
ORCID: 0000-0001-5631-9123, e-mail: Zotikovcontrol@yandex.ru

Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова, г. Чебоксары, Россия

Аннотация

Обеспечение стабильности экономической безопасности невозможно без устойчивой бюджетно-налоговой системы. В связи с этим налоговая система, являясь одновременно фактором финансовой безопасности, должна способствовать обеспечению такого развития экономики, при котором создавались бы необходимые финансовые ресурсы для социально-экономического развития каждого региона, условия для успешного противостояния внутренним и внешним угрозам. Актуальность и значимость обеспечения экономической безопасности регионов и страны в целом усилились в последнее время из-за складывающейся неблагоприятной политической и экономической обстановки: навязывания России Западом экономических санкций из-за событий на Украине, что ведет к спаду производства, снижению объемов доходов бюджетов. Объявляемое эмбарго на импорт нефти и газа из России непосредственно скажется на экономике экспортно-ориентированных регионов, занимающихся добычей нефти и газа, а косвенно и на бюджетах других регионов из-за сокращения им межбюджетных трансфертов из федерального бюджета в связи со снижением нефтегазовых доходов в федеральном бюджете. В этих условиях первостепенное значение приобретает вопрос увеличения доходов бюджетов в результате изменения налогово-бюджетного механизма.

Ключевые слова

Бюджеты регионов, налоговые доходы, экономическая безопасность, бюджетно-налоговая безопасность, дефицит бюджета, сбалансированность бюджета, вызовы и угрозы экономической безопасности, межбюджетные трансферты, дотации, госдолг субъектов Российской Федерации

Для цитирования: Зотиков Н.З. Бюджеты субъектов Российской Федерации как финансовая основа их экономической безопасности // Вестник университета. 2022. № 9. С. 120–130.

The Russian Federation subjects budgets as a financial basis for their economic security

Nikolai Z. Zotikov

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Department of Finance, Credit and Economic Security
ORCID: 0000-0001-5631-9123, e-mail: Zotikovcontrol@yandex.ru

Chuvash State University named after I.N. Ulyanov, Cheboksary, Russia

Abstract

Ensuring the stability of economic security is impossible without a sustainable budget and tax system. In this regard, the tax system, being at the same time a factor of financial security, must contribute to ensuring such economic development that creates the necessary financial resources for socio-economic development of each region, the conditions for successful counteraction to internal and external threats. The relevance and importance of regional and national economic security has increased recently due to the unfavourable political and economic environment: the imposition of economic sanctions on Russia by the West due to the events in Ukraine. This leads to a decline in production, a decrease in budget revenues. The announced embargo on oil and gas imports from Russia will directly affect the economy of export-oriented regions engaged in oil and gas production, and indirectly on the budgets of other regions due to the reduction of interbudgetary transfers from the federal budget due to the reduction in oil and gas revenues in the federal budget. Under these conditions, the issue of increasing budget revenues through changes in the tax and budget mechanism is of paramount importance.

Keywords

Regional budgets, tax revenues, economic security, budgetary and tax security, budget deficit, budget balance, challenges and threats to economic security, interbudgetary transfers, subsidies, Russian Federation subjects public debt

For citation: Zotikov N.Z. (2022) The Russian Federation subjects budgets as a financial basis for their economic security. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 120–130.



ВВЕДЕНИЕ

Экономическая безопасность региона предусматривает мероприятия по обеспечению эффективного развития территорий и предотвращению внешних и внутренних угроз. Она характеризуется сбалансированностью доходов и расходов, развитием предпринимательства, стимулированием привлечения инвестиций, объемами бюджетного финансирования, бюджетным обеспечением внешних и внутренних обязательств.

К основным вызовам и угрозам экономической безопасности Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 г. [1] относят:

- «низкие темпы экономического роста;
- несбалансированность национальной бюджетной системы;
- сохранение значительной доли теневой экономики;
- усиление дифференциации населения по уровню доходов;
- неравномерность пространственного развития Российской Федерации (далее – РФ), усиление дифференциации регионов и муниципальных образований по уровню и темпам социально-экономического развития;
- уязвимость финансовой системы РФ по отношению к глобальным рискам».

Для экономического пространства России характерно преобладание регионов с острыми экономическими, демографическими, геополитическими проблемами. Значительную угрозу экономической безопасности страны представляют именно такие регионы. Выделяют следующие типы регионов: кризисные; отстающие (слаборазвитые); депрессивные регионы; дотационные; регионы-доноры.

Составной частью экономической безопасности региона является налогово-бюджетная безопасность. Экономические и финансовые процессы последних лет, продолжающаяся пандемия коронавируса, объявленные Западом России санкции, в том числе эмбарго на импорт нефти и газа из России, как никогда усиливают роль и значение экономической безопасности, которая стала составной частью общей национальной безопасности страны. В этом заключается актуальность и практическая значимость исследования.

Цели и задачи исследования – на основании официальных данных выявление проблемных вопросов в формировании бюджетов регионов, вызовов и угроз, ослабляющих их экономическую безопасность. Исследованием установлены излишняя централизация бюджетных средств на федеральном уровне, неэффективная система распределения налоговых доходов между бюджетами различных уровней, ведущая к дальнейшему усилению финансовой зависимости регионов от федерального центра. Автором предложены отдельные меры по улучшению финансового состояния бюджетов регионов, в частности, путем перераспределения налогов между бюджетами, направленному на снижение доли межбюджетных трансфертов в их бюджетах.

Информационной базой исследования послужили официальные данные Федеральной налоговой службы РФ, Федеральной службы государственной статистики РФ (Росстат) по изучаемым вопросам. В процессе исследования применены общеэкономические методы, такие как анализ, синтез, обобщение, группировка, табличный, абстракции и др.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Экономическая безопасность непосредственно связана с безопасностью налоговой системы, являющейся ее главным компонентом, несоблюдение которой ведет к экономическим и социальным последствиям: экспорт капитала, наличие теневой экономики, налоговый дефицит, ослабление стимулирующей и регулирующей функций налога, усиление зависимости регионов от федерального бюджета и т.п.

Далее рассмотрим налоговые доходы консолидированного бюджета РФ (далее – КБ РФ) и консолидированных бюджетов субъектов РФ (далее – КБС РФ) за 2010, 2015, 2018–2020 гг. (табл. 1).

Согласно данным таблицы 1, в 2020 г. по сравнению с 2010 г.:

- налоговые доходы КБ РФ увеличились в 2,7 раза, КБС РФ – в 2,23 раза;
- величина налогов, зачисляемых в КБС РФ, уменьшилась с 58,6% до 48,4% или на 17,4%, в том числе:
- налога на прибыль – с 85,6% до 72,8%, что связано в числе других причин с увеличением ставки налога на прибыль, зачисляемого в федеральный бюджет, с 2% до 3% на период с 2017 г. по 2024 г.;
- поступления налогов, полностью зачисляемых в КБС РФ, увеличились: НДФЛ в 2,3 раза, имущественных налогов в 2,15 раза, СНР – в 3,28 раза;
- при увеличении величины всех налогов в 2,7 раза федеральные налоги увеличились в 2,74 раза, региональные налоги в 2,2 раза, местные налоги в 2 раза.

Таблица 1

Налоговые доходы бюджетов РФ

Виды налоговых доходов	2010 г.			2015 г.			2018 г.			2019 г.			2020 г.			2020 г. / 2010 г.	
	всего, млрд руб.	КБС		всего, млрд руб.	КБС, млрд руб.		всего, млрд руб.	КБС, млрд руб.		всего, млрд руб.	КБС		всего, млрд руб.	КБС		всего, %	КБС, %
		млрд руб.	%		млрд руб.	%		млрд руб.	%		млрд руб.	%		млрд руб.	%		
Налоговые доходы В том числе:	7 659,5	4 487,4	58,6	13 720,4	6 905,9	9 399,4	21 142	9 399,4	22 503,4	10 123,2	20 737,8	10 033,8	48,4	270,7	223,6		
– налог на прибыль	1 774,4	1 519,4	85,6	2 598,9	2 107,5	3 104,4	4 099,9	3 104,4	4 543,1	3 358,1	4 018,1	2 926,7	72,8	226,4	192,6		
– НДФЛ	1 789,6	1 789,6	100,0	2 806,5	2 806,5	3 653,0	3 653,0	3 653,0	3 955,2	3 955,2	4 251,9	4 251,9	100,0	237,6	237,6		
– акцизы	441,4	327,5	74,2	1 014,4	486,5	632,4	1 493,2	632,4	1 277,5	755,3	1 833,1	797,9	43,5	415,3	243,6		
– имущественные налоги	630,2	630,2	100,0	1 068,4	1 068,4	1 396,8	1 396,8	1 396,8	1 350,8	1 350,8	1 357,9	1 357,9	100,0	215,5	215,5		
– СНР*	178,8	178,8	100,0	345,3	345,3	512,7	512,7	512,7	588,6	588,6	588,6	588,6	100,0	328,0	328,0		
Всего налогов:	7 659,5	4 487,4	58,6	13 720,4	6 905,9	9 399,4	21 142	9 399,4	22 503,4	10 123,2	20 737,8	10 033,7	48,4	270,7	223,6		
– федеральные	6 850,5	3 678,4	53,7	12 304	5 489,5	7 482,1	19 224,8	7 482,1	20 556,3	8 176,1	18 786,2	8 082,2	43,0	274,2	219,7		
– региональные	497,3	497,3	100,0	852,4	852,4	1 148,4	1 148,4	1 148,4	1 095,8	1 095,8	1 098,6	1 098,6	100,0	220,9	220,9		
– местные	132,9	132,9	100,0	218,7	218,7	256,1	256,1	256,1	263,0	263,0	266,5	266,5	100,0	200,5	200,5		
– СНР	178,8	178,8	100,0	345,3	345,3	512,7	512,7	512,7	588,6	588,6	586,4	586,4	100,0	328,0	328,0		

* – специальные налоговые режимы

Источник: [2]

При этом доля налогов, зачисляемых в КБС РФ, уменьшилась:

- федеральных налогов – с 82,0% до 80,6%;
- региональных налогов – с 11,0% до 10,9%;
- местных налогов – с 3,0% до 2,7%.

«Регионы практически полностью зависят от средств, перераспределяемых из федерального бюджета, региональных налогов не хватает на выполнение всех функций» [3].

Таким образом, КБС РФ формируются на 80% и более за счет федеральных налогов (в том числе в 2020 г. за счет НДС на 42,4%, налога на прибыль – 29,2%, акцизы – 7,9%), незначительна доля региональных налогов (налог на имущество организаций, транспортный налог 10–11%), местных налогов (налог на имущество физических лиц, земельный налог не более 3%), при увеличении поступлений СНР в 3,28 раза их доля в доходах бюджета не превышает 6%. Причиной этому являются следующее:

- малый бизнес не расширяется, не укрупняется, не становится средним, остается микропредприятием, чему не способствует ограничение выручки, позволяющей применять «упрощенку», величиной в 150 млн руб. (при этом к малым относятся предприятия с выручкой до 800 млн руб. в год);
- в связи с отсутствием возможности принятия к вычету суммы «входного» НДС крупные предприятия с «упрощенцами» не сотрудничают.

«Основными целями региональной налоговой политики на перспективу должны стать сохранение бюджетной устойчивости, изменение пропорций распределения налогов всех уровней» [4].

Далее рассмотрим доходы КБС РФ в разрезе федеральных округов (табл. 2).

Таблица 2

Доходы КБС РФ по федеральным округам за 2010 и 2020 гг.

Год	Единицы	Доходы по округам								
		РФ	ЦФО	СЗФО	ЮФО	СКФО	ПФО	УФО	СФО	ДФО
<i>Налоговые доходы, всего</i>										
2010	млрд руб.	6537,3	2102,9	759,0	416,6	271,3	1006,5	720,6	710,9	546,7
	%	100,0	32,2	11,6	6,4	4,1	15,4	11,0	10,9	8,4
2020	млрд руб.	14901,2	5099,2	1639,4	1203,6	645,5	2092,7	1392,3	1508,5	1314,6
	%	100,0	34,2	11,1	8,1	4,3	14,1	9,3	10,1	8,8
2020 / 2010	%	227,9	242,5	216,0	288,9	237,9	207,9	193,2	212,2	240,5
<i>Налог на прибыль</i>										
2010	млрд руб.	1519,5	613,0	173,5	66,3	18,5	197,7	217,6	155,7	77,1
2020	млрд руб.	2927	1193,5	347	148,6	140,4	314,6	376,3	290,9	228,9
2020 / 2010	%	192,6	194,7	200,0	224,1	758,9	159,1	172,9	186,8	296,9
<i>НДС</i>										
2010	млрд руб.	1790,5	693,3	216,5	108,0	35,3	247,3	188,7	172,6	127,4
2020	млрд руб.	4253,1	785,9	537,8	265,9	88,6	523,5	394,4	368,8	287
2020 / 2010	%	237,5	113,3	248,4	246,2	251,0	211,7	209,0	213,7	225,3
<i>Имущественные налоги</i>										
2010	млрд руб.	628,2	204,1	70,6	47,6	12,1	109,7	100,8	64,9	30,3
2020	млрд руб.	1358	437,3	160,8	113,6	29,3	188,4	214,6	108,8	105,1
2020 / 2010	%	216,2	214,2	227,8	238,6	242,1	171,7	212,9	167,6	346,9

Примечание: ЦФО – Центральный федеральный округ; СЗФО – Северо-Западный федеральный округ; ЮФО – Южный федеральный округ; СКФО – Северо-Кавказский федеральный округ; ПФО – Приволжский федеральный округ; УФО – Уральский федеральный округ; СФО – Сибирский федеральный округ; ДФО – Дальневосточный федеральный округ.

Источник: [5]

Таблица 3

Финансовый результат КБС РФ по федеральным округам

Округ	Единицы	2010 г.				2015 г.				2020 г.				2020/2010, %		
		всего	в т.ч. бюджетный процесс	расход	прибыль (+) / убыток (-)	всего	в т.ч. бюджетный процесс	расход	прибыль (+) / убыток (-)	всего	в т.ч. бюджетный процесс	расход	прибыль (+) / убыток (-)	всего	в т.ч. бюджетный процесс	расход
РФ	млрд руб.	6 537,3	1 511,7	6 636,9	-99,6	9 308,2	1 683,0	9 749,8	-441,6	14 901,2	4 102,8	15 577,7	-676,5	227,9	271,4	234,7
ЦФО	млрд руб.	2 102,9	277,8	2 093,3	+9,6	3 090,4	346,2	2 993,5	+23,2	5 099,2	875,2	5 317,7	-218,5	242,5	315,0	254,0
	% (доля в РФ)	32,2	18,4	31,5	-	33,2	20,6	30,7	-	34,2	21,4	34,1	-	106,2	116,3	108,2
СЗФО	млрд руб.	759,0	132,4	779,1	-20,1	1 019,6	125,0	1 035,6	-16,0	1 639,4	363,9	1 731,9	-92,5	216,0	274,8	222,3
	% (доля в РФ)	11,6	8,7	11,7	-	10,9	7,4	10,6	-	11,0	8,9	11,1	-	94,8	102,3	94,9
ЮФО	млрд руб.	416,5	115,3	439,7	-23,2	691,8	196,1	738,1	-46,3	1 203,6	485,4	1 212,4	-8,8	289,0	421,0	275,7
	% (доля в РФ)	6,4	7,6	6,6	-	7,4	11,6	7,6	-	8,1	11,8	7,8	-	126,5	155,3	118,2
СКФО	млрд руб.	271,3	174,5	277,3	-6,0	358,7	216,1	380,7	-22,0	645,5	440,7	642,3	+3,2	237,9	252,6	231,6
	% (доля в РФ)	4,1	11,5	4,2	-	3,8	12,8	3,9	-	4,3	10,7	4,2	-	104,9	93,0	100,0
ПФО	млрд руб.	1 006,5	285,4	1 081,3	-74,8	1 365,3	274,2	1 449,7	-84,4	2 092,7	698,6	2 210,7	-118,0	207,9	244,8	204,4
	% (доля в РФ)	15,4	18,9	16,3	-	14,7	16,3	14,9	-	14,0	17,0	14,2	-	90,9	89,9	87,1
УФО	млрд руб.	720,6	118,9	704,3	+16,3	974,0	90,3	980,8	-6,8	1 392,3	239,6	1 531,2	-138,9	193,2	201,5	217,4
	% (доля в РФ)	11,0	7,9	10,6	-	10,5	5,4	10,0	-	9,2	5,8	9,8	-	83,6	74,4	92,4
СФО	млрд руб.	710,9	180,9	783,3	-72,4	907,0	201,0	1 091,6	-333,8	1 508,5	491,5	1 577,9	-69,4	212,2	271,7	201,4
	% (доля в РФ)	10,9	12,0	11,8	-	9,2	10,6	11,2	-	10,2	12,1	10,1	-	93,6	100,8	85,6
ДФО	млрд руб.	546,7	226,3	475,7	+71,0	950,6	256,7	806,1	+44,5	1 314,6	506,0	1 350,0	-35,4	240,5	223,6	283,8
	% (доля в РФ)	8,4	15,0	7,3	-	10,3	15,3	8,3	-	8,8	12,3	8,7	-	104,8	82,0	119,2

Источник: [5]

Согласно данным таблицы 2, в 2020 г. по сравнению с 2010 г.:

- доходы консолидированных бюджетов субъектов РФ в целом по РФ увеличились в 2,28 раза, в том числе по ЮФО в 2,89 раза, по УФО на 93,2 %;
- в доходах консолидированных бюджетов субъектов РФ доля регионов ЦФО увеличилась с 32,2 % до 34,2 %, уменьшилась доля регионов ПФО с 15,4 % до 14,1 %, регионов УФО с 11,0 % до 9,3 %, незначительна доля регионов СКФО (4,1–4,3 %), ЮФО (6,4–8,1 %);
- в доходах бюджетов доля налога на прибыль уменьшилась по РФ с 23,2 % до 19,6 % и по всем округам, в том числе по ЦФО с 29,0 % до 23,4 %, увеличилась лишь по СФО (с 6,8 % до 21,7 %);
- доля НДС в доходах бюджетов по РФ увеличилась с 27,4 % до 28,5 %, в том числе по СЗФО с 28,5 % до 32,8 %, УФО с 26,2 % до 28,3 %, незначительна доля НДС в бюджетах регионов СКФО (13,0–13,7 %);
- доля имущественных налогов уменьшилась по РФ с 9,6 % до 9,1 %, увеличилась по СЗФО с 9,3 % до 9,8 %, ДФО с 5,5 % до 8,0 %, незначительна их доля в бюджетах регионов СКФО (4,5 %).

В 2020 г. по сравнению с 2010 г.:

- доходы КБС РФ увеличились в 2,28 раза, во всех федеральных округах более 2-х раз, за исключением регионов УФО (рост на 94,2 %);
- доля доходов регионов ЦФО составляет более 1/3 всей суммы доходов КБС РФ (в 2010 г. – 32,2 %, 2020 г. – 34,2 %);
- в величине доходов КБС РФ незначительна доля регионов СКФО (3,6–4,3 %), регионов ЮФО (6,4–8,1 %), регионов ДФО (8,4–8,8 %);
- доля безвозмездных поступлений в бюджетах регионов ЦФО увеличилась с 18,4 % в 2010 г. до 21,4 % в 2020 г., уменьшилась в бюджетах регионов ПФО с 18,9 % до 17,0 %, УФО с 7,9 % до 5,8 %;
- расходы КБС РФ увеличились в 2,34 раза, в том числе регионов ЦФО в 2,54 раза, ЮФО в 2,75 раза, ДФО в 2,83 раза;
- по итогам за 2010 г. и 2015 г. регионы СЗФО, ЮФО, СКФО, ПФО, СФО были убыточными, за 2018 г. бюджеты всех округов были прибыльными, в 2019 г. имел убыток лишь один округ – ЦФО (–124,2 млрд руб.), по итогам 2020 г. за исключением СКФО, все федеральные округа убыточны, убыток по РФ составил 4,5 % доходов бюджета (676,5 млрд руб.).

По итогам 2021 г.:

- 5 бюджетов регионов с профицитом (Еврейская АО, Республика Марий Эл, Мордовия, Пензенская область, Карачаево-Черкесская Республика);
- 7 регионов со сбалансированным бюджетом (Оренбургская, Костромская, Орловская, Тамбовская, Омская области, Удмуртия, Камчатский край);
- 73 региона с дефицитом бюджета [6].

«Достижение равенства доходов и расходов бюджета является довольно редким случаем в практике составления бюджетов, но его можно достичь путем сдерживания роста государственных расходов и установления в стране уровня налогообложения» [7].

Для целей оценки качества баланса бюджета автор использует «коэффициент сбалансированности бюджета:

$$(K) = (D - T) / (P - C_1), \quad (1)$$

где D – доходы; P – расходы, T – межбюджетные трансферты; C₁ – субвенции» [8]. Чем ближе K к 1, тем бюджет более сбалансирован за счет собственных доходов, и риск дефицита невелик (табл. 4).

Таблица 4

Структура межбюджетных трансфертов (МТ) из федерального бюджета бюджетам субъектов РФ, млрд руб.

Виды МТ	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2020 / 2016, %
Доходы КБС РФ	9 923,8	10 758,1	12 392,5	13 572,3	14 901,2	150,1
МТ, всего	1 567,7	1 690,0	2 044,8	2 387,1	3 698,3	235,9
Дотации	656,1	759,0	1 035,4	924,0	1 303,6	198,7

Окончание табл. 4

Виды МТ	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2020 / 2016, %
В том числе:						
– дотации на выравнивание	513,7	614,4	644,5	675,2	717,9	139,8
– на сбалансированность, гранты	131,7	133,8	380,4	237,6	575,6	437,0
– субсидии	356,5	419,8	381,8	556,6	1 011,5	283,7
– субвенции	334,3	326,1	331,7	396,6	606,2	181,3
– иные МТ	220,7	185,1	295,8	510,0	776,9	352,0

Источники: [5; 9]

Согласно данным таблицы 4, в 2020 г. по сравнению с 2016 г.:

– доходы КБС РФ увеличились в 1,5 раза, МТ – в 2,36 раза, что привело к увеличению их доли с 15,8% до 24,8% или на 57,0%;

– в величине МТ дотации увеличились в 2 раза, их доля уменьшилась с 41,9% до 35,2%, в том числе дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности увеличились на 39,8%, их доля в МТ уменьшилась с 32,8% до 19,4%; дотации на сбалансированность, гранты увеличились в 4,4 раза, их доля увеличилась с 8,4% до 15,6% или на 85,7%;

– при увеличении субсидий в 2,8 раза их доля увеличилась с 22,7% до 27,4%;

– субвенции увеличились на 81,3%, их доля в МТ уменьшилась на 23,0%.

Одной из причин дотационности бюджетов регионов, по мнению Таштамирова, является то, что «порядок выделения и распределения дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности высокодотационных региональных бюджетов не прозрачен и имеет ряд алгоритмических ошибок в механизме. Также дотирование не предусматривает возможностей использования полученных средств в наращивании экономической активности» [10].

«Помимо роста государственного и коммерческого долга, а также дефицитности, состояние региональных бюджетов характеризуется высоким уровнем дотаций, которые носят безвозвратный характер и демонстрируют финансовую зависимость и неспособность обеспечить такой уровень доходов, при котором субъект сможет самостоятельно покрывать собственные расходы» [11].

Другой важной проблемой бюджетов регионов является наличие у них государственного долга (табл. 5).

Таблица 5

Объем и структура государственного долга субъектов РФ

Структура госдолга	Объем госдолга						2021 / 2019, %
	На 1 января 2020 г.		На 1 января 2021 г.		На 1 января 2022 г.		
	млрд руб.	%	млрд руб.	%	млрд руб.	%	
Госдолг, всего	2 113,0	100,0	2 496,0	100,0	2 474,5	100,0	117,1
В том числе внутренний долг	2 086,8	98,8	2 468,4	98,9	2 449,0	99,0	117,4
Из них:							
– государственные ценные бумаги	588,5	28,2	769,8	31,2	799,8	32,6	135,9
– кредиты от кредитных организаций, иностранных банков	575,8	27,6	568,1	23,0	257,5	10,5	44,7
– бюджетные кредиты	876,8	42,0	1 094,0	44,3	1 363,2	55,7	155,5
– государственные гарантии	45,6	2,2	36,2	1,5	28,4	1,2	62,3
Объем государственного внешнего долга, тыс. долл. США							
Внешний долг, всего	421 857	100,0	374 102	100,0	342 489	100,0	81,2
В том числе:							
– бюджетные кредиты	151 201	35,8	119 523	31,9	111 776	32,6	73,9
– государственные гарантии	156 808	37,2	164 540	44,0	146 511	42,8	93,4
– иные долговые обязательства	113 848	27,0	90 039	24,1	84 202	24,6	74,0

Источник: [12]

Как следует из данных таблицы 5 на 1 января 2022 г., по сравнению с датой на 1 января 2020 г.:

- объем государственного долга субъектов РФ увеличился на 17,1%, в том числе объем внутреннего госдолга на 17,4%, его доля увеличилась с 97,9% до 99,0%;
- при увеличении государственных ценных бумаг на 35,9% их доля увеличилась с 28,2% до 32,6%;
- уменьшением кредитов от кредитных организаций, иностранных банков с 575,8 млрд руб. до 257,5 млрд руб. их доля в величине межбюджетных трансфертов уменьшилась с 27,6% до 10,5%;
- с увеличением бюджетных кредитов на 55,5% их доля увеличилась с 42,0% до 55,7%;
- объем внешнего госдолга уменьшился на 18,8%, в том числе объем бюджетных кредитов на 26,1%, их доля уменьшилась с 35,8% до 32,6%;
- величина государственных гарантий уменьшилась на 6,6%, их доля в величине внешнего госдолга увеличилась с 37,2% до 42,8%;
- с уменьшением иных долговых обязательств на 26,0% их доля уменьшилась с 27,0% до 24,6%.

«Подавляющее большинство регионов в России сегодня вынуждены наращивать свой внутренний государственный долг для покрытия бюджетного дефицита» [13, с. 68].

По мнению О.И. Рябичевой [14, с. 35], «одним из перспективных решений проблемы региональных долгов могло бы стать соглашение о частичном рефинансировании имеющихся обязательств региона по бюджетным кредитам с жестким закреплением доли регионального долга, обязательной к погашению за счет средств самого региона. Это будет стимулировать региональные власти изыскивать источники погашения долга и введет практику ответственного отношения к своим долгам и долговой политике».

ВЫВОДЫ

Определенными рисками и угрозой экономической безопасности регионов являются следующие обстоятельства:

- темпы роста налоговых доходов КБ РФ опережают темпы роста налоговых доходов КБС РФ; в налоговых доходах бюджетов регионов значительное место занимают федеральные налоги (более 80%), незначительна роль региональных и местных налогов, что снижает их стимулирующую и регулируемую функции;
- расходы бюджетов регионов увеличиваются темпами, опережающими темп роста доходов, что вызывает их дефицит;
- рост МТ, выделяемых регионам, опережает темп роста доходов бюджетов, что приводит к увеличению их доли в величине доходов бюджетов;
- в структуре МТ более 1/3 занимают дотации, которые, как правило, используются в целях покрытия дефицита бюджетов и не направляются на цели роста производства в регионах; действующая система МТ неэффективна: первичное на основе БК РФ и НК РФ, а затем вторичное распределение средств в соответствии с законами о бюджетах не делает прозрачной и обоснованной систему межбюджетных отношений, внося в них субъективизм;
- одной из угроз экономической безопасности регионов является увеличивающийся размер государственного внутреннего и внешнего долга субъектов РФ, в структуре государственного внутреннего долга преобладают бюджетные кредиты.

Доходная составляющая регионального и местного бюджетов должна формироваться в основном за счет региональных и местных налогов.

Действующий налогово-бюджетный механизм без перераспределения налоговых доходов между бюджетами в пользу региональных бюджетов их экономическую безопасность не обеспечит. Существующее распределение налогов между бюджетами не учитывает происшедшие изменения разграничения полномочий регионов в налогово-бюджетной сфере.

В целях повышения роли малого бизнеса в доходах КБС РФ предлагается:

- вменить в обязанность «упрощенцев» уплату налога на добавленную стоимость (НДС), что расширит круг их контрагентов;
- увеличить величину выручки, позволяющей применять «упрощенку», до 800 млн руб. в год.

Необходимо увеличить доходную базу налоговых доходов региональных и местных бюджетов, закрепив за ними определенную часть федеральных налогов взамен существующих трансфертов, что создаст заинтересованность в увеличении и использовании налогового потенциала региона, всесторонне

обосновав эти решения соответствующими расчетами. Особенно это важно в связи с отменой с 2021 г. единого налога на вмененный доход (ЕНВД).

По результатам исследования состояния бюджетов различных уровней за длительный период (с 2003 г. по 2018 г.) в целях обеспечения прибыльности бюджетов регионов, сокращения доли межбюджетных трансфертов (замены их основной части налоговыми доходами) и обоснования соответствующими расчетами авторами статьи [15] и автором настоящей статьи предложены следующие меры:

- передать субъектам РФ часть НДС в размере 2% от действовавшей ставки (18%);
- передать регионам дополнительно 3% ставки налога на прибыль, то есть закрепить весь налог на прибыль за региональными бюджетами, передав их часть местным бюджетам.

Библиографический список

1. Российская Федерация. Указ президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года». <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41921> (дата обращения: 03.06.2022).
2. Федеральная налоговая служба. Данные по формам статистической и налоговой отчетности (отчеты о начислении и поступлении налогов, сборов, СВ и иных обязательных платежей). https://www.nalog.gov.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/ (дата обращения: 03.06.2022).
3. Боброва А.В., Борзова Н.А. О проблеме межбюджетных отношений в Российской Федерации. *Управление в современных системах*. 2018;(3):9–19.
4. Явкин В.В., Аршинов, И.В. Влияние инвестиций в инновации на повышение налоговых доходов регионального бюджета. *Экономика, социология и право*. 2016;(12):86–89.
5. Росстат. Регионы России. Социально – экономические показатели – 2021 г. Стат. сб. М.; 2021. 1112 с. https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2021.pdf (дата обращения: 03.06.2022).
6. Центр развития региональной политики. Бюджеты регионов в 2021 году: стратегии дефицита. <https://bit.ly/3MbfYUC> (дата обращения: 03.06.2022).
7. Коновалов А.А., Наумов, С.А., Леонова А.А. Сущность и причины дефицита бюджета на современном этапе. *Ростовский научный журнал*. 2018;(5):27–32.
8. Куликова Е.И. Возможности повышения доходов регионального бюджета за счет реализации собственного потенциала. *Современные тенденции развития науки и технологий*. 2016;(2-6):88–93.
9. Росстат. Регионы России. Социально – экономические показатели – 2019 г. Стат. сб. М.; 2019. 1204 с. https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2019.pdf (дата обращения: 03.06.2022).
10. Таштамир М.Р. Оценка влияния межбюджетных трансфертов на динамику доходов высокодотационного регионального бюджета (на материалах Чеченской республики). *Вестник Чеченского государственного университета им. А.А. Кадыева*. 2020;38(2):54–63. <https://doi.org/10.36684/chesu-2020-38-2-54-63>
11. Фадеева Е.Ю. Дефицитность региональных бюджетов и способы ее преодоления. *Проблемы современной экономики (Новосибирск)*. 2016;(31):55–66.
12. Министерство финансов РФ. Объем и структура государственного долга субъектов РФ и долга муниципальных образований. https://minfin.gov.ru/ru/performance/public_debt/subdbt/ (дата обращения: 03.06.2022).
13. Наумов И.В., Никулина Н.Л. Сценарное моделирование влияния динамики государственного долга на валовой региональный продукт субъектов России. *Финансы: теория и практика*. 2021;25(6):68–84. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-6-68-84>
14. Рябичева О.И. Государственные заимствования регионов в современной России. *Экономика и управление: проблемы, решения*. 2017;7(10):32–35.
15. Зотиков Н.З., Арланова О.И., Львова М.В. Налогово-бюджетный механизм и его влияние на экономику. Монография в рамках гранта РФФИ № 18-010-00357 на тему «Совершенствование налогово – бюджетного механизма и его влияние на экономику региона». Чебоксары; 2020.184 с.

References

1. Russian Federation. Decree of the President of the Russian Federation of May 13, 2017 No. 208 “On the strategy of economic security of the Russian Federation for the period until 2030” <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41921> (accessed 03.06.2022).
2. Russian Federation. *Data on the forms of statistical and tax reporting (reports on the accrual and receipt of taxes, fees, ST and other obligatory payments)*. https://www.nalog.gov.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/ (accessed 03.06.2022).

3. Bobrova A.V., Borzova N.A. On problems of inter-budgetary relations in Russian Federation. *Upravlenie v sovremennykh sistemakh*. 2018;(3):9–19.
4. Yavkin V.V., Arshinov I.V. Influence of investments in innovations on the increase of tax revenues of the regional budget. *Ekonomika, sotsiologiya i pravo*. 2016;(12):86–89.
5. Rosstat. *Regions of Russia. Socio-economic indicators – 2021. Statistical Collection*. M; 2021. 1112 p. https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2021.pdf (accessed 03.06.2022).
6. Regional Policy Development Centre. *Regional budgets in 2021: deficit strategies*. <https://bit.ly/3MbfYUC> (accessed 03.06.2022).
7. Konovalov A.A., Naumov, S.A., Leonova A.A. The essence and causes of the budget deficit at the present stage. *Rostovskii nauchnyi zhurnal* 2018;(5):27–32.
8. Kulikova E.I. Opportunities to increase regional budget revenues by realizing their own potential. *Sovremennye tendentsii razvitiya nauki i tekhnologii*. 2016;(2-6):88–93.
9. Rosstat. *Regions of Russia. Socio-economic indicators – 2019. Statistical Collection*. M; 2019. 1204 p. https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2019.pdf (accessed 03.06.2022).
10. Tashtamirov M.R. Assessment of the impact of inter-budget transfers on the income dynamics of the high-level regional budget (on the materials of the Chechen Republic). *Vestnik Chechenskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.A. Kadyrova*. 2020;38(2):54–63. <https://doi.org/10.36684/chesu-2020-38-2-54-63>
11. Fadeeva E.Yu. Deficit of regional budgets and ways to overcome it. *Problems of the modern economy (Novosibirsk)*. 2016;(31):55–66.
12. Russian Federation Finance Ministry. *The volume and structure of the public debt of the constituent entities of the Russian Federation and the debt of municipalities*. https://minfin.gov.ru/ru/performance/public_debt/subdbt/ (accessed 03.06.2022).
13. Naumov I.V., Nikulina N.L. Scenario modelling of the impact of the dynamics of public debt on the gross regional product of Russian regions. *Finance: theory and practice*. 2021;25(6):68–84. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2021-25-6-68-84>
14. Ryabicheva O.I. Government borrowings of the regions in modern Russia. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya*. 2017;7(10):32–35.
15. Zotikov N.Z., Arlanova O.I., Lvova M.V. *Tax and budget mechanism and its impact on the economy. Monograph within the framework of the RFBR grant No. 18-010-00357 on the topic "Improving the tax and budgetary mechanism and its impact on the regional economy"*. Cheboksary; 2020. 184 p.

Роль цифровых технологий в повышении конкурентоспособности марочного продукта

Кокорева Наталья Валерьевна

Канд. пед. наук, доц. каф. маркетинга услуг и бренд-менеджмента
ORCID: 0000-0001-9603-1116, e-mail: kokoreva1977@mail.ru

Силина Светлана Александровна

Канд. экон. наук, доц. каф. маркетинга услуг и бренд-менеджмента
ORCID: 0000-0003-3180-9390, e-mail: marketinguslug@yandex.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

В условиях усиления рыночной конкуренции и стандартизации продуктовых предложений актуальной остается проблема формирования конкурентоспособности компаний. Цель исследования заключается в разработке практических рекомендаций по повышению конкурентоспособности марочных продуктов посредством внедрения цифровых технологий. Для достижения цели применены поведенческий и деятельный подход к конкуренции. Конкурентоспособность рассматривается как результат действий, усиливающих конкурентные позиции компании на рынке. Исследована возможность использования цифровых технологий в процессе создания дополнительной потребительской ценности как основы конкурентоспособности продуктового предложения. Приведены результаты анализа научных публикаций и передовых практик в области разработки и внедрения цифровых технологий в хозяйственную деятельность субъектов рыночных отношений. Новизна исследования заключается в выявлении роли использования цифровых технологий в повышении конкурентоспособности марочных продуктов и определении условий их успешного внедрения для достижения задач по формированию конкурентных преимуществ компании. Результаты анализа позволили сделать следующие выводы: компаниям при формировании конкурентных преимуществ с помощью цифровых инструментов необходимо целенаправленно разрабатывать комплексные программы цифровизации, а не ограничиваться реализацией краткосрочных проектов по внедрению той или иной технологии; определять и реализовывать такую стратегию создания ценности для потребителей, которая была бы недостижимой для конкурентов; координировать имеющиеся у организации ресурсы и усилия по формированию цифровых компетенций сотрудников.

Ключевые слова

Конкуренция, цифровые технологии, инновации, марочные продукты, конкурентные преимущества, потребительская ценность, клиентский опыт, лояльность

Для цитирования: Кокорева Н.В., Силина С.А. Роль цифровых технологий в повышении конкурентоспособности марочного продукта // Вестник университета. 2022. № 9. С. 131–136.



The role of digital technologies in increasing the competitiveness of branded products

Nataliya V. Kokoreva

Cand. Sci. (Ped.), Assoc. Prof. at the Marketing of Services and Brand Management Department
ORCID: 0000-0001-9603-1116, e-mail: kokoreva1977@mail.ru

Svetlana A. Silina

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Marketing of Services and Brand Management Department
ORCID: 0000-0003-3180-9390, e-mail: marketinguslug@yandex.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

In the conditions of increasing market competition and standardization of product offerings, the problem of forming the companies' competitiveness remains urgent. The purpose of the study is to develop practical recommendations for improving the competitiveness of branded products through the introduction of digital technologies. To achieve the goal, a behavioral and active approach to competition is applied. Competitiveness is considered as the result of actions that strengthen the company's competitive position in the market. The possibility of using digital technologies in the process of creating additional consumer value as the basis for the competitiveness of the product offer is investigated. The results of the analysis of scientific publications and best practices in the field of development and implementation of digital technologies in the economic activities of market relations entities are presented. The novelty of the research lies in identifying the role of the use of digital technologies in increasing the competitiveness of branded products and determining the conditions for their successful implementation to achieve the objectives of forming the competitive advantages of the company. The results of the analysis allowed us to draw the following conclusions: companies, when forming competitive advantages with the help of digital tools, need to develop purposefully comprehensive digitalisation programs, and not be limited to the implementation of short-term projects for the introduction of a particular technology; identify and implement a strategy for creating value for consumers that would be inaccessible to competitors; coordinate the resources and efforts available to the organization in terms of the formation of digital competencies of employees.

Keywords

Competition, digital technologies, innovations, branded products, competitive advantages, consumer value, customer experience, loyalty

For citation: Kokoreva N.V., Silina S.A. (2022) The role of digital technologies in increasing the competitiveness of branded products. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 131–136.

ВВЕДЕНИЕ

Стремительное развитие цифрового общества приносит изменения во все сферы социально-экономических отношений, открывает новые возможности для всех участников современных рыночных отношений. Новый индустриальный переворот (Индустрия 4.0), основанный на быстром развитии информационного общества, распространении искусственного интеллекта, становлении цифровой экономики, вооружает производителей новыми методами и инструментами достижения потребительского доверия и лояльности к марочным продуктовым предложениям [1]. Использование технологий цифрового моделирования и проектирования при разработке продуктов, осуществлении производственных и сервисных процессов, способствует повышению эффективности деятельности предприятий, усилению их конкурентоспособности.

Использование новых достижений при разработке марочных продуктов способствует повышению эффективности деятельности компании и усилению ее конкурентоспособности, однако требует дополнительных затрат, как интеллектуальных, так и финансовых. Необходимо отметить, что значимость развития цифровой экономики, цифровой трансформации бизнеса признана на государственном уровне. В целях формирования необходимых условий для развития цифровой экономики, обеспечения ускоренного внедрения цифровых технологий в социально-экономической сфере подписан Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203 «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы» [2], принята Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [3]. Задачи, решаемые государством в области информатизации и цифровизации, направлены на повышение качества жизни граждан, обеспечение экономического роста, национального суверенитета. Таким образом, при выборе стратегии своего развития, любой компании необходимо ориентироваться на данные приоритеты.

ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ

Изучению вопросов конкурентоспособности фирм посвятили свои исследования зарубежные ученые: М.Е. Портер, Г. Минцберг, Дж. Столк, Ф. Эванс, А.Е. Шульман, К.К. Прахалад, Д. Траут, У.Ч. Ким, Дж. Кэй и другие. В России эту тему в своих работах освещали Г.Л. Азоев, Ю.Б. Рубин, А.П. Челенков, А.Ю. Юданов, С.Р. Филонович, Г.Н. Константинов, Р.А. Фатхутдинов.

В этом исследовании авторы опираются на поведенческий, деятельный подход к конкуренции в противовес структурному и рассматривают конкурентоспособность как результат действий, усиливающих конкурентные позиции компании на рынке. М. Портером предложены базовые стратегические подходы, направленные на повышение потребительской ценности: снижение издержек, фокусирование, дифференцирование [4]. Дифференциация происходит по следующим направлениям: по продукту, услугам, персоналу, каналам распределения, имиджу. Отличительные особенности марочных продуктов основываются на уникальных предложениях, гарантирующих потребителям преимущества. Не всегда уникальность заключается в продукте. Уникальной может быть услуга, впервые представленная с помощью цифровых технологий на рынке, позволяющая обеспечить непрерывный клиентский опыт и персонализацию марочных предложений.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Вопросы разработки, влияния и внедрения цифровых технологий в бизнес являются одними из ключевых современных научных изысканий. По результатам исследований применения цифровых технологий в современном бизнесе, специалистами, в том числе Г. Руденко, выделены девять основных элементов внедрения цифровых технологий в стандартный бизнес. Элементы сгруппированы, в свою очередь, по трем направлениям деятельности [5].

1. Преобразование качества обслуживания клиентов:

- система сбора клиентской информации, уровня удовлетворенности клиентов;
- использование цифровых технологий в коммуникациях с клиентами;
- создание дополнительных точек взаимодействия с целевой аудиторией.

2. Трансформирование операционных процессов (компании получают конкурентные преимущества от преобразования внутренних процессов посредством их электронной обработки и автоматизации):

- цифровая автоматизация, снижающая жизненный цикл производства продуктов;
- виртуализация рабочего пространства: внедрение режима удаленной работы, электронного документооборота;
- оптимизация исполнительного управления.

3. Преобразование бизнес-моделей:

- цифровое преобразование бизнеса, предполагающее дублирование или замену формы реализации основных его функций с традиционной на цифровую;
- создание нового цифрового бизнеса;
- цифровая глобализация (преобразование крупными международными компаниями мульти-национальных операций до глобальных масштабов с помощью цифровых ресурсов).

Сегодня исследователи и практики отмечают сокращение периода конкурентного преимущества компаний на основе инноваций [6; 7]. Качество и надежность товаров воспринимаются потребителями как естественный процесс и не являются конкурентным преимуществом. Остается значимой роль эмоциональной и духовной составляющих в восприятии марочных продуктов, вследствие чего потребители склонны выбирать бренды, а не товары. Современным потребителям сегодня важно получать комплексное марочное продуктовое предложение, включающее информацию и впечатления. Ценность сейчас в большей степени создается компанией совместно с клиентом. С помощью цифровых технологий можно интерактивно взаимодействовать с покупателями, создавать ролики, истории, вовлекать их в игру, формируя лояльность и приверженность [8].

Виртуальные шоурумы, онлайн-сервисы для проектирования квартир, профессиональное VR-обучение (англ. virtual reality – виртуальная реальность), виртуальные консультанты, интерактивные презентации проектов – все это примеры успешного внедрения цифровых продуктов на современном рынке.

С помощью инновационных инструментов цифровых технологий можно осуществлять бесконтактный шоппинг, это позволяет избегать физических контактов с людьми, товарами и инфраструктурой.

Набирают популярность цифровые шоурумы. Например, с каждым годом увеличивается количество автомобильных компаний, запускающих онлайн-платформы по продаже автомобилей: Renault, Hyundai, Volkswagen, Chery. В цифровом шоуруме доступны актуальные модели выбранного автомобиля, варианты комплектаций. У клиента может более подробно изучить информацию об опциях, ценах и сроках поставки. Например, 3D-шоурум Volkswagen Taos дает пользователю возможность рассмотреть автомобиль со всех сторон, а также совершать различные действия: открыть багажник или двери, включить фары, поменять цвет кузова, диски [9]. Главная задача цифровых шоурумов – заинтересовать потенциального клиента и дать ему возможность развлечься, повлиять на решение о покупке.

Технологии 3D-моделирования объектов реального мира активно задействованы строительными компаниями, производителями сложных технологических изделий, в сфере индустрии развлечений, туризма, моды, в производстве и продаже мебели, а также в других отраслях.

VR-шоурумы в мире недвижимости позволяют покупателю виртуально «переехать» в его новую квартиру, ознакомиться со стилистическими дизайн-решениями, видами из окон, различными планировками комнат.

Передовые компании на рынках мебели и товаров для дома также демонстрируют интерес к цифровым технологиям. Например, в магазинах российской сети по продаже мебели и товаров для дома Hoff реализуется проект «виртуальный шоурум». Он дает возможность производителям товаров экономить на аренде выставочных площадей в торговых центрах, а потребителям – экономить время на поиски нужной мебели, декораций, различных аксессуаров. Шоурум представляет собой помещение с диваном, видеозэкраном и комплектом VR-шлемов с контроллерами. С помощью очков виртуальной реальности потребители могут рассмотреть виртуальные дома и квартиры различной планировки, расставить на свой вкус декорации и мебель. А с помощью контроллера – поменять модель, цвет, текстуру обивки мебели, заранее задать предпочитаемый стиль и виртуально подобрать предметы интерьера в едином стиле.

Достаточно интересным направлением fashion-индустрии для потребителей является цифровая мода. Это виртуальная одежда, которую можно сочетать, создавая индивидуальный гардероб. В виртуальной реальности можно подобрать огромное количество образов для фотографий в социальных сетях и при этом иметь в реальности небольшой гардероб вещей для повседневной жизни. Авторы выражают надежду, что этот тренд сможет повлиять на экологическую ситуацию в мире: на создание одежды не нужно будет тратить промышленные мощности, воду, электроэнергию, уменьшится количество выбросов

парникового газа при производстве одежды, решится вопрос с утилизацией текстиля. Разработка цифровых коллекций поможет бренду сформировать имидж первооткрывателя, новатора, который экспериментирует и внедряет современные технологии.

Потребитель, приобретая впечатления, эмпирический опыт, становится участником увлекательной «игры»: у него появляется возможность исследовать, фантазировать, создавать.

Необходимо отметить, что сложность вопроса формирования конкурентных преимуществ компании с помощью цифровых технологий обусловлена, с одной стороны, быстрым их развитием, а с другой – столь же быстрым тиражированием таких приемов конкурентами. Особое внимание необходимо уделить проблеме принятия инноваций и прорывных технологий людьми и уровню сформированности их цифровых компетенций. Ведь далеко не все являются активными пользователями цифровых устройств и могут легко ими управлять.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цифровые технологии играют значительную роль в формировании конкурентных преимуществ компании, создавая прочные взаимоотношения с целевой аудиторией и другими участниками рыночного пространства. Интернет вещей, инструменты виртуальной и дополненной реальности, чат-боты, технологии искусственного интеллекта, блокчейн, роботизация, 3D-моделирование позволяют формировать лояльность потребителей на основе непрерывного онлайн-взаимодействия с брендом, предоставления разнообразного привлекательного контента, создания уникального, персонализированного опыта, вовлечения в развитие и совершенствование марочного продукта.

Однако при формировании конкурентных преимуществ с помощью цифровых инструментов необходимо учитывать следующие аспекты.

1. Компаниям необходимо целенаправленно разрабатывать комплексные программы цифровизации, а не ограничиваться реализацией краткосрочных проектов по внедрению той или иной технологии.
2. Для формирования устойчивого конкурентного преимущества важно определять и реализовывать такую стратегию создания ценности для потребителей, которая была бы недостижимой для конкурентов.
3. Следует координировать имеющиеся у организации ресурсы и усилия при формировании цифровых компетенций сотрудников.

Таким образом, перечисленные выше цифровые технологии при внедрении в процесс формирования конкурентоспособного марочного предложения будут способствовать устойчивому развитию компании в современных рыночных условиях.

Библиографический список

1. Котлер Ф. *Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете*. Пер. с англ. Хорошилова М. М.: Эксмо; 2019. 224 с.
2. Российская Федерация. *Указ президента Российской Федерации от 09.05.2017 № 203 «О стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы»*. <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201705100002> (дата обращения: 23.07.2022).
3. Правительство Российской Федерации. *Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»*. <http://static.government.ru/media/files/urKHm0gTPPnzJlaKw3M5cNLo6gczMkPF.pdf> (дата обращения: 23.07.2022).
4. Портер М.Е. *Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов*. Пер. с англ. Минервин И. М.: Альпина Бизнес Букс; 2005. 454 с.
5. Руденко Г.П. Цифровые технологии: новые возможности для бизнеса. *Эффективное антикризисное управление*. 2014;1(82):42–47.
6. Ламбен Ж.-Ж. *Менеджмент, ориентированный на рынок*. Пер. с англ. Малкова И. 2-е изд., перераб. и доп. СПб.: Питер; 2017. 926 с.
7. Трушин И.С. Конкурентоспособность низкотехнологичных фирм в условиях информационной экономики. *Экономика и предпринимательство*. 2014;3(44):150–156.
8. Шишакова Ю.В., Кокорева Н.В., Силина С.А. Современные инструменты развития коммуникаций бренда в цифровой среде. В сб.: Г.Ю. Гуляев (отв. ред.) *Результаты современных научных исследований и разработок: материалы 15-й Всероссийской научно-практической конференции, Пенза, 23 ноября 2021 г.* Пенза: Наука и Просвещение; 2021. С. 118–123.
9. Полухин А. Автокомпании все чаще предлагают покупать машины онлайн. Российская газета. Пятница 19 нояб. 2021. <https://rg.ru/2021/10/19/avtokompanii-vse-chashche-predlagaiut-pokupat-mashiny-onlajn.html> (дата обращения: 23.07.2022).

References

1. Kotler F. *Marketing 4.0. Turning from traditional to digital: technologies of promotion on the Internet*. Trans. from Eng. Khoroshilova M. Moscow: Eksmo; 2019. 224 p. (In Russian).
2. The Russian Federation. *Decree of the President of the Russian Federation dated 09.05.2017 No. 203 "On the Strategy for the development of the Information Society in the Russian Federation for 2017–2030"*. <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201705100002> (accessed 23.07.2022).
3. The Government of the Russian Federation. *Passport of the national program "Digital Economy of the Russian Federation"*. <http://static.government.ru/media/files/urKHm0gTPPnzJlaKw3M5cNLo6gczMkPF.pdf> (accessed 23.07.2022).
4. Porter M.E. *Competitive strategy: A Methodology for analyzing industries and competitors*. Trans. from Eng. Minervin I. Moscow: Alpina Business Books; 2005. 454 p. (In Russian).
5. Rudenko G.P. Digital technologies: new business opportunities. *Effective anti-crisis management*. 2014;1(82):42–47.
6. Lamben J.-J. *Market-oriented management*. Trans. from Eng. Malkova I. 2nd ed., revised and enlarged. St. Petersburg: Piter; 2017. 926 p. (In Russian).
7. Trushin I.S. Competitiveness of low-tech firms in the information economy. *Economics and entrepreneurship*. 2014;3(44):150–156.
8. Shishakova Yu.V., Kokoreva N.V., Silina S.A. Modern tools for the development of brand communications in the digital environment. In: G.Yu. Gulyaev (ed.) *Results of a modern scientific research and development: proceedings of the 15th All-Russian Scientific and Practical Conference, Penza, 23 November 2021*. Penza: Science and Education; 2021. P. 118-123.
9. Polukhin A. Auto companies are increasingly offering to buy cars online. *Rossiyskaya Gazeta*. Friday, 19 Nov. 2021. <https://rg.ru/2021/10/19/avtokompanii-vse-chashche-predlagaiut-pokupat-mashiny-onlajn.html> (accessed 23.07.2022).

Подходы к измерению показателей производственной деятельности предприятий нефтегазового сектора Российской Федерации на основе статистической отчетности

Хабиб Марина Далхатовна

Канд. экон. наук, доц. каф. статистики
ORCID: 0000-0001-8876-0300, e-mail: marina-khabib@mail.ru

Максимов Павел Николаевич

Аспирант¹, начальник отдела демографических расчетов²
e-mail: Maksimov@gks.ru

¹Государственный университет управления, г. Москва, Россия

²Федеральная служба государственной статистики, г. Москва, Россия

Аннотация

В статье освещены подходы к расчету показателей, характеризующих производственную деятельность предприятий нефтегазового сектора Российской Федерации на основе отчетности Федеральной службы государственной статистики. Отмечена неоднородность структуры производственной деятельности. Подняты вопросы переоценки значимости основных и вспомогательных видов экономической деятельности предприятий нефтегазового сектора. Указана важность оценки процессов межотраслевого перераспределения добавленной стоимости. Освещены перспективы развития оценки показателей выпуска, промежуточного потребления и добавленной стоимости на основе анализа групп предприятий. Указаны принципы и критерии отнесения предприятий к группе. Рассмотрены показатели выпуска крупнейших компаний нефтегазового сектора Российской Федерации. Приведена методология поэтапного расчета показателей выпуска, промежуточного потребления и добавленной стоимости для крупных предприятий. Сделан вывод о целесообразности расчета показателей выпуска, промежуточного потребления и добавленной стоимости для осуществления построения факторных моделей.

Ключевые слова

Нефтегазовый сектор, выпуск, промежуточное потребление, добавленная стоимость, производственные группы предприятий, федеральное статистическое наблюдение, отрасли экономики, виды экономической деятельности

Для цитирования: Хабиб М.Д., Максимов П.Н. Подходы к измерению показателей производственной деятельности предприятий нефтегазового сектора Российской Федерации на основе статистической отчетности // Вестник университета. 2022. № 9. С. 137–144.



Approaches to measuring production performance enterprises in the oil and gas sector of the Russian Federation based on statistical reporting

Marina D. Khabib

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Statistics Department
ORCID: 0000-0001-8876-0300, e-mail: marina-khabib@mail.ru

Pavel N. Maksimov

Postgraduate Student¹, Head of the Demographic Calculations Unit²,
e-mail: Maksimov@gks.ru

¹State University of Management, Moscow, Russia

²Federal State Statistics Service, Moscow, Russia

Abstract

The article highlights approaches to calculating indicators characterising the production activities of oil and gas enterprises in the Russian Federation on the basis of the Federal State Statistics Service's reports. The production activities structure's heterogeneity has been noted. The issues of reassessing the importance of core and ancillary economic activities in the oil and gas sector are raised. The importance of assessing the intersectoral redistribution of value added is pointed out. Prospects for the performance assessment development of output, intermediate consumption and value added are highlighted an outlook by enterprise group analysis. The principles and criteria for assigning enterprises to the group are indicated. The output indicators of the largest companies in the oil and gas sector of the Russian Federation are considered. A methodology for step-by-step calculating the output, intermediate consumption and value added indicators for large enterprises is provided. The authors concluded that calculating the indicators of output, intermediate consumption and value added for the factor models construction is expediency.

Keywords

Oil and gas sector, output, intermediate consumption, value added, production groups of enterprises, federal statistical observation, economic sectors, types of economic activity

For citation: Khabib M.D., Maksimov P.N. (2022) Approaches to measuring production performance enterprises in the oil and gas sector of the Russian Federation based on statistical reporting. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 137–144.



ВВЕДЕНИЕ

Нефтегазовый сектор для России за несколько десятилетий приобрел исключительную роль. Помимо того, что он является одним из основных источников пополнения бюджета, происходит развитие высокотехнологичных отраслей, связанных с добычей и переработкой нефти и газа. Ввиду комплекса причин происходит стремительный процесс перестройки мирового рынка энергоносителей. В том числе это связано и с развитием технологий производства, транспортировки, хранения и потребления энергии. Также в соответствии с вызовами времени меняются как подходы к межстрановому регулированию рынка, так и стратегии поведения участников рынка энергоносителей [1].

Несмотря на актуальные процессы распространения зеленой энергетики, главными энергоносителями остаются нефть и газ. Помимо прямой продажи нефти и газа, российские организации специализируются на широком спектре производств, связанных с использованием нефти и газа и переработкой нефти и газа. Продукты переработки нефти и газа используются в транспорте, строительстве, сельском хозяйстве, энергетике, используются домохозяйствами. Из нефти производятся синтетические материалы, каучуки, лаки, минеральные удобрения, синтетические волокна и т.д. [2].

При этом для нефтегазового сектора характерно ведение предприятиями экономической деятельности с высокой долей добавленной стоимости [3].

Авторы настоящей статьи предлагают рассмотреть возможность выполнения расчетов показателей, характеризующих производственную деятельность предприятий нефтегазового сектора: выпуска, промежуточного потребления и добавленной стоимости на основе имеющейся статистической отчетности.

ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ

В соответствии с утвержденной Федеральной службой государственной статистики (Росстат) официальной статистической методологией определения доли нефтегазового сектора в валовом внутреннем продукте Российской Федерации (далее – РФ) и индекса физического объема валовой добавленной стоимости нефтегазовый сектор составляют производственные единицы, которые осуществляют деятельность в области добычи нефти и газа, нефтепереработки (первичный подсектор) и оказывают услуги, связанные с добычей нефти и газа, их переработкой, транспортировкой и продажей (вторичный подсектор) [4].

При этом идентифицировать деятельности производственных единиц нефтегазового сектора возможно в соответствии с кодами Общероссийского классификатора видов экономической деятельности ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2), принятым и введенным в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) от 31 января 2014 г. № 14-ст (ОКВЭД 2) [5].

Следует отметить, что доход от ведения экономической деятельности, связанной с добычей, распределением и транспортировкой, обработкой нефти и газа, а также от других видов деятельности, входящих в состав нефтегазового сектора, может быть перераспределен в другие виды экономической деятельности. Характерно, что межотраслевое перераспределение сырьевых доходов – процесс постоянный. При этом в рамках отдельных крупных предприятий, ведущих несколько видов экономической деятельности, происходит процесс перераспределения добавленной стоимости [6].

Предприятия нефтегазового сектора проводят работу по оптимизации своих основных и вспомогательных видов экономической деятельности, оценивая объем добавленной стоимости в целом, а также значимость каждого отдельного вспомогательного вида деятельности (результаты таких видов деятельности, по сути, представляют собой этапы при создании цепочки добавленной стоимости) [7].

В соответствии с общепринятыми методологическими основами макроэкономики добавленная стоимость определяется как разница между выпуском и промежуточным потреблением. Выпуск – суммарная стоимость товаров и услуг, являющихся результатом производственной деятельности предприятия. Промежуточное потребление – стоимость трансформирующихся или потребляемых в процессе производства товаров и услуг [8].

Производственный процесс предприятия, относящегося к нефтегазовому сектору, может иметь диверсифицирован в разрезе видов экономической деятельности неравномерно. Так, весь производственный процесс предприятия, как правило, связан и основан на преобладающей роли основного вида экономической деятельности. При этом в отдельные периоды функционирования предприятия неосновные виды экономической деятельности способны приносить больше выручки, чем основные. С точки зрения

развития конкурентных преимуществ особое значение приобретают процессы технологизации нефтяных производственных цепочек и бизнес-моделей [9].

Таблица 1

Доля выпуска отдельных видов экономической деятельности в общем объеме выпуска компании в 2020 г., %

Обозначение	Вид экономической деятельности	Наименование компании					
		Башнефть	Газпром нефть	Лукойл	Новатэк	Сибур	Транснефть
ОКВЭД 06	Добыча нефти и природного газа	16,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ОКВЭД 19	Производство кокса и нефтепродуктов	71,0	94,0	0,0	59,4	38,1	0,0
ОКВЭД 20	Производство химических веществ и химических продуктов	2,3	0,0	0,0	0,0	54,3	0,0
ОКВЭД 35	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0
ОКВЭД 46	Торговля оптовая, кроме оптовой торговли автотранспортными средствами и мотоциклами	0,1	5,1	54,5	40,6	0,9	0,1
ОКВЭД 49	Деятельность сухопутного и трубопроводного транспорта	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	98,8
ОКВЭД 52	Складское хозяйство и вспомогательная транспортная деятельность	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
ОКВЭД 62	Разработка компьютерного программного обеспечения, консультационные услуги в данной области и другие сопутствующие услуги	0,9	0,3	0,0	0,0	0,0	0,6
ОКВЭД 63	Деятельность в области информационных технологий						
ОКВЭД 68	Операции с недвижимым имуществом	0,1	0,0	5,2	0,0	0,0	0,1
ОКВЭД 70	Деятельность головных офисов; консультирование по вопросам управления	0,0	0,0	40,3	0,0	0,8	0,0
ОКВЭД 82	Деятельность административно-хозяйственная, вспомогательная деятельность по обеспечению функционирования организации, деятельность по предоставлению прочих вспомогательных услуг для бизнеса						
ОКВЭД 77	Аренда и лизинг	9,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Прочие виды экономической деятельности		0,2	0,1	0,0	0,0	6,0	0,2

Составлено авторами по материалам исследования

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ВЫПУСКА, ПРОМЕЖУТОЧНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ И ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОВОГО СЕКТОРА

Наиболее точная оценка добавленной стоимости возможна при отслеживании поэтапного процесса создания добавленной стоимости.

В процессе экономической деятельности предприятия часто образуют кооперированные структуры, что связано как с процессом производства товаров и услуг, с организацией доставки и реализации товаров и услуг, реструктуризацией, этапами поглощения и объединения с другими компаниями и пр. Внутри таких структур, когда поэтапное производство организовано не только в разных регионах, но и в разных странах, имеют место трансфертное ценообразование и другие затрудняющие оценку создаваемой добавленной стоимости сложности [10]. В этом случае перспективным является подход

к учету групп предприятий, то есть сбору и накоплению сведений о деятельности групп предприятий, получаемых в результате федеральных статистических наблюдений.

Под группой предприятий в соответствии с утвержденной Росстатом методикой определения групп предприятий (юридических лиц) в экономике Российской Федерации, понимается объединение предприятий, связанных финансовыми связями, и находящимися под контролем главы группы. Принципы контроля предусматривают вхождение предприятия только в одну группу [11]. Именно контроль главы группы над предприятием является главным признаком отнесения того или иного предприятия к группе.

Непосредственно сам процесс отнесения предприятия к группе основан на анализе открытой информации. Например, крупными компаниями публикуется информация об аффилированных лицах и структурные производственные связи, консолидированная бухгалтерская отчетность. При этом единые правила и порядок публикации подобных сведений отсутствуют, данные об организации могут быть неструктурированными, отличаться по составу и быть неактуальными.

В границы группы в соответствии с принятыми методологическими принципами включаются юридические аффилированные лица, статистическая отчетность которых может являться основанием оценки вклада в работу всей группы [11].

Однако вопрос расчета, корректировки и публикации показателя валовой добавленной стоимости, созданной группами предприятий (в разрезе групп предприятий) носит перспективный характер. В Росстате основным методом определения добавленной стоимости, создаваемой предприятиями нефтегазового сектора, является прямая оценка результатов производственной экономической деятельности на основе статистических структурных обследований.

Вопрос корректной оценки добавленной стоимости, создаваемой отраслями нефтегазового сектора связан с измерением объемов производства и потребления в процессе производства товаров и услуг предприятиями. По крупным и средним предприятиям на основании структурного обследования «№ 1-предприятие» собирается статистика по таким показателем, характеризующим производство и потребление предприятием товаров и услуг, как «Отгрузка товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами», «Продано товаров, приобретенных для перепродажи», «Расходы на приобретение товаров для перепродажи», «Расходы на приобретение сырья, материалов, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий для производства и продажи продукции», «Расходы на приобретение энергию, топлива», «Арендная плата», «Расходы по оплате работ и услуг сторонних организаций по проведению геологоразведочных работ» [12].

Для предприятий торговли выпуск принимается равным марже от перепродажи товаров.

На основании получаемых статистических данных осуществляется расчет следующих показателей: выпуск, промежуточное потребление, валовая добавленная стоимость.

Приведем пример расчета добавленной стоимости для предприятия, относящегося к категории крупных и средних, и предоставившего отчет по форме «№ 1 – предприятие» (табл. 2, 3).

Таблица 2

Данные по выпуску предприятия

№ строки	Наименование	Значение, тыс. руб.
-	Выпуск товаров и услуг, кроме торговли (строки 502+507–601+(607–606)+(663–662))	200 893 898
502	Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами	199 327 383
507	Продано товаров, приобретенных для перепродажи	41 051 740
601	Расходы на приобретение товаров для перепродажи	38 774 739
606	Остатки товаров для перепродажи на начало года	84 875
607	Остатки товаров для перепродажи на конец года	59 905
662	Остатки готовой промышленной продукции собственного производства на начало года	3 512 858
663	Остатки готовой промышленной продукции собственного производства на конец года	2 827 342

Составлено авторами по материалам исследования

Данные по промежуточному потреблению предприятия

№ строки	Наименование	Значение, тыс. руб.
-	Промежуточное потребление (строки 610+616+621+625+627–628+629–630+639–641+649+657+(658·0,4))	69 542 076
610	Расходы на приобретение сырья, материалов, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий для производства и продажи продукции	5 019 963
616	Расходы на приобретение энергии	1 500 378
621	Расходы на приобретение топлива	207 430
625	Расходы на приобретение воды	577
627	Остатки на складе сырья, материалов, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, приобретенных для производства и продажи продукции на начало года	48 002
628	Остатки на складе сырья, материалов, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, приобретенных для производства и продажи продукции на конец года	1 907 169
629	Остатки на складе топлива для производства и продажи продукции на начало года	372
630	Остатки на складе топлива для производства и продажи продукции на конец года	15 072
639	Арендная плата	6 974 512
641	Арендная плата за земельные участки	16 050
649	Представительские расходы	290
657	Расходы по оплате работ и услуг сторонних организаций	57 270 114
658	Другие расходы, связанные с производством и продажей продукции (товаров, работ, услуг)	1 146 827
719	Расходы по оплате работ и услуг сторонних организаций по проведению геологоразведочных работ	106 884

Составлено авторами по материалам исследования

В целом по юридическому лицу валовая добавленная стоимость (далее – ВДС) определяется как разница между выпуском товаров и услуг и промежуточным потреблением:

$$\text{ВДС} = 200\,893\,898 - 69\,542\,076 = 131\,351\,822 \text{ тыс. рублей.}$$

Оценка показателя «выпуск» для многотерриториальных предприятий, зарегистрированных, например, в Москве, осуществляется на основании формы «№ 1-предприятие» следующим образом:

Сначала оценивается выпуск товаров и услуг по юридическим лицам, зарегистрированным на территории Москвы, затем – выпуск товаров и услуг по юридическим лицам, зарегистрированным на территории других субъектов РФ. Из выпуска товаров и услуг по многотерриториальным предприятиям вычитается выпуск товаров и услуг по территориально-обособленным подразделениям крупных и средних предприятий, находящихся на территории других субъектов РФ, юридическое лицо которых расположено на территории Москвы. К полученной разнице добавляется выпуск товаров и услуг по многотерриториальным предприятиям по Москве, а также выпуск товаров и услуг по территориально-обособленным подразделениям крупных и средних предприятий, находящихся на территории Москвы, но принадлежащих юридическим лицам, расположенным на другой территории.

Расчет промежуточного потребления по крупным и средним предприятиям, также являющихся многотерриториальными (что характерно для предприятий нефтегазового сектора), отличается от расчета выпуска из-за особенностей отражения затрат обособленных подразделений и головных предприятий и осуществляется следующим образом.

На основе сведений о расходах на производство и продажу продукции (товаров, работ и услуг) (данные формы «№ 1-предприятие») по каждому территориально-обособленному подразделению промежуточное потребление рассчитывают на основе выпуска товаров и услуг по территориально-обособленным подразделениям и удельного веса промежуточного потребления в выпуске товаров и услуг, сложившегося в соответствующей отрасли экономики региона. Таким образом, расчет сведений о промежуточном потреблении требует ряда допущений.

Расчеты вышеназванных показателей для малых предприятий, микропредприятий, индивидуальных предпринимателей имеют свои особенности, связанные с наличием или, скорее, отсутствием достаточной статистической отчетности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, на основе первичной статистической отчетности можно определить выпуск, промежуточное потребление и добавленную стоимость как для отдельных предприятий нефтегазового сектора, так и для всего нефтегазового сектора Российской Федерации. На основании этих данных на уровне отдельных отраслей или групп предприятий, объединенных, например, по принципу вхождения в группу, целесообразно строить факторные модели. Это позволит исследователям определить в динамике основные направления производственного развития нефтегазового сектора России.

Библиографический список

1. Макарова А.А., Григорьева Л.М., Митрова Т.А. *Эволюция мировых энергетических рынков и ее последствия для России*. Москва: Изд-во ИНЭИ РАН-АЦ при Правительстве РФ; 2015. 400 с.
2. Ахметов С.А., Ишмияров М.Х., Веревкин А.П., Докучаев Е.С., Малышев Ю.М. *Технология, экономика и автоматизация процессов переработки нефти и газа*. Санкт-Петербург: Недра; 2006. 868 с.
3. Воронина С.В. Экономическая добавленная стоимость как инструмент управления стоимостью компании. *Вестник ЮУрГУ*. 2012;(22):6–10.
4. Хабиб М.Д., Максимов П.Н. Сложности оценки добавленной стоимости, создаваемой предприятиями нефтегазового сектора Российской Федерации. *Вестник университета*. 2021;(8):150–154. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-8-150-154>.
5. Федеральная служба государственной статистики. *Официальная статистическая методология определения доли нефтегазового сектора в валовом внутреннем продукте Российской Федерации и индекса физического объема валовой добавленной стоимости нефтегазового сектора*. Приказ Росстата от 01 июля 2022 г № 481. <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/met481-010722.pdf> (дата обращения: 22.07.2022).
6. Баранов Д.Н. Современные тенденции развития нефтегазовой отрасли Российской Федерации, *Московский экономический журнал*. 2021(4):435–445. <https://doi.org/10.24412/2413-046X-2021-10235>
7. Дубровина Т.А., Щетинина Е.А., Щетинина Е.Д. Структура цепочки добавленной стоимости как фактор инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности объекта. *Научный результат: сетевой научно-практический журнал. Серия: Экономические исследования*. 2015;1(2):29–38. <http://research-result.ru/media/economic/2015/2/econ4.pdf> (дата обращения: 22.07.2022).
8. Портер М. *Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость*. Пер. с англ. 2-е изд. Москва: Альпина Бизнес Букс; 2006. 715 с.
9. Давиденко Л.М. Современные тенденции промышленной интеграции в нефтехимии и нефтепереработке. *Вестник Омского университета*. 2014;(3):130–135.
10. Александрова А.И. Закревская А.В. Соколицын А.С. Анализ экономики нефтегазового сектора в РФ. *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия Экономика и экологический менеджмент*. 2019;(2):3–14. <https://doi.org/10.17586/2310-1172-2019-12-2-3-14>
11. Федеральная служба государственной статистики. *Методика определения состава и учета групп предприятий (юридических лиц) в экономике Российской Федерации*. Приказ Росстата от 13 марта 2020 г. № 122. <https://bazanra.ru/rosstat-prikaz-n122-ot13032020-h4724210/> (дата обращения: 22.07.2022).
12. Федеральная служба государственной статистики. *Указания по заполнению форм федерального статистического наблюдения за затратами на производство и продажу продукции (товаров, работ, услуг) за 2021 год*. <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ukazaniya.pdf> (дата обращения: 22.07.2022).

References

1. Makarov A.A., Grigoriev L.M., Mitrova T.A. *Evolution of world energy markets and its consequences for Russia*. Moscow: INEI RAS-AC under the Government of the Russian Federation; 2015. (In Russian).
2. Akhmetov S.A., Ishmiyarov M.H., Verevkin A.P., Dokuchaev E.S., Malyshev Yu.M. *Technology, economics and automation of oil and gas refining processes*. Moscow: Chemistry; 2005. (In Russian).
3. Voronina S.V. Economic value added as a company value management tool. *Vestnik YuRGU*. 2012;(22):6–10.
4. Khabib M.D., Maksimov P.N. Difficulties in assessing the added value created by enterprises of the oil and gas sector of the Russian Federation. *Vestnik universiteta*. 2021;(8):150–154. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-8-150-154>

5. Federal State Statistics Service. *Official statistical methodology for determining the share of the oil and gas sector in the gross domestic product of the Russian Federation and the index of the physical volume of the gross value added of the oil and gas sector*. Rosstat Order No. 481 dated on July 01, 2022. <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/met481-010722.pdf> (accessed 07.22.2022).
6. Baranov D.N. Modern trends of development of the oil and gas industry of the Russian Federation. *Moscow Economic Journal*. 2021(4):435–445. <https://doi.org/10.24412/2413-046X-2021-10235>
7. Dubrovina T.A., Shchetinina E.A., Shchetinina E.D. The structure of the value chain as a factor of investment attractiveness and competitiveness of the object. *Scientific result: network scientific and practical journal. Series: Economic Research*. 2015;1(2):29–38. <http://research-result.ru/media/economic/2015/2/econ4.pdf> (accessed 22.07.2022).
8. Porter M. *Competitive advantage: how to achieve a high result and ensure its sustainability*. Trans. from Eng. 2nd ed. Moscow: Alpina Business Books Publ. House; 2006. (In Russian).
9. Davidenko L.M. Modern trends of industrial integration in petrochemistry and oil refining. *Vestnik Omskogo universiteta*. 2014(3):130–135.
10. Aleksandrova A.I., Zakrevskaya A.V., Aleksandrova A.I., Sokolitsyn A.S. Analysis of the economy of the oil and gas sector in the Russian Federation. *Scientific journal NRU ITMO. Series Economics and Environmental Management*. 2019;(2):3–14. <https://doi.org/10.17586/2310-1172-2019-12-2-3-14>
11. Federal State Statistics Service. *Methodology for determining the composition and accounting of groups of enterprises (legal entities) in the economy of the Russian Federation*. Rosstat Order No. 122 dated on March 13, 2020. <https://bazanpa.ru/rosstat-prikaz-n122-ot13032020-h4724210/> (accessed 22.07.2022).
12. Federal State Statistics Service. *Instructions on filling out the forms of the federal statistical monitoring of the costs of production and sale of products (goods, works, services) for 2021*. <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Ukazaniya.pdf> (accessed 22.07.2022).

Исследование динамики коэффициента монетизации экономики России и его влияния на макроэкономические показатели

Бердышев Александр Валентинович

Канд. экон. наук, доц. департамента банковского дела и монетарного регулирования
ORCID: 0000-0002-0634-9321, e-mail: AVBerdyshev@fa.ru

Сопов Даниил Константинович

Студент, ORCID: 0000-0002-5431-2275, e-mail: Daniilsop_19@mail.ru

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Финуниверситет), г. Москва, Россия

Аннотация

Коэффициент монетизации является важнейшим показателем уровня насыщенности экономики деньгами. В статье проводится исследование динамики коэффициента монетизации российской экономики в 2017–2021 гг., дается прогноз уровня монетизации на 2022 г., а также оценка его влияния на ключевые макроэкономические показатели: безработицу, инфляцию и экономический рост. На основе проведенного корреляционного анализа выявлено существование сильной связи между коэффициентом монетизации и уровнем безработицы в России, при этом повышение безработицы в стране способствует снижению валового внутреннего продукта, который, в свою очередь, является важным компонентом при расчете уровня монетизации. Выявлена прямая линейная зависимость между уровнем монетизации и валовым внутренним продуктом. Определено существование прямой зависимости между уровнем инфляции и монетизацией российской экономики. Сделан вывод о необходимости повышения уровня монетизации российской экономики.

Ключевые слова

Коэффициент монетизации, денежная масса, денежные агрегаты, валовой внутренний продукт, безработица, инфляция, корреляционный анализ, трендовый анализ

Для цитирования: Бердышев А.В., Сопов Д.К. Исследование динамики коэффициента монетизации экономики России и его влияния на макроэкономические показатели // Вестник университета. 2022. № 9. С. 145–152.

Determination of the monetisation coefficient dynamics of the Russian economy and its impact on macroeconomic indicators

Aleksandr V. Berdyshev

Cand. Sci (Econ.), Assoc. Prof. at the Banking and Monetary Regulation Department
ORCID: 0000-0002-0634-9321, e-mail: AVBerdyshev@fa.ru

Daniil K. Sopov

Student, ORCID: 0000-0002-5431-2275, e-mail: Daniilsop_19@mail.ru

Financial University, Moscow, Russia

Abstract

The monetisation coefficient is the most important indicator of the saturation level of the economy with money. This article examines the dynamics of the monetisation coefficient of the Russian economy in 2017–2021, provides a forecast for the level of monetisation for 2022, and an assessment of its impact on key macroeconomic indicators: unemployment, inflation and economic growth. Based on the correlation analysis, the existence of a strong relationship between the monetisation coefficient and the unemployment rate in Russia has been determined, while an increase in unemployment in the country contributes to a decrease in the gross domestic product, which, in turn, is an important component in calculating the monetisation level. A direct linear relationship between the monetisation level and gross domestic product has been revealed. The existence of a direct relationship between the level of inflation and the monetisation of the Russian economy has been determined. The conclusion is made about the need to increase the monetisation level of the Russian economy.

Keywords

Monetisation coefficient, money supply, monetary aggregates, gross domestic product, unemployment, inflation, correlation analysis, trend analysis

For citation: Berdyshev A.V., Sopov D.K. (2022) Determination of the monetisation coefficient dynamics of the Russian economy and its impact on macroeconomic indicators. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 145–152.



ВВЕДЕНИЕ

Уровень монетизации является одной из важнейших характеристик экономического развития страны, воздействующей на динамику ключевых макроэкономических показателей. В современных научных публикациях [1–3] активно дискутируется проблема низкого уровня монетизации российской экономики вследствие подчиненности реализуемой Банком России денежно-кредитной политики сдерживанию инфляции. В этих условиях вызывает научный интерес исследование влияния уровня монетизации на такие ключевые макроэкономические показатели, как безработица, инфляция и экономический рост.

Монетизация экономики – «степень насыщенности национальной экономики деньгами и прочими ликвидными активами» [4]. Уровень монетизации следует рассматривать в качестве одного из определяющих факторов формирования условий устойчивого развития экономики.

ОЦЕНКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ УРОВНЯ МОНЕТИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Для расчета коэффициента монетизации K российской экономики будет использоваться следующий подход [5, с. 47]:

$$K = \frac{M_2}{\text{ВВП}} \cdot 100\%, \quad (1)$$

где M_2 – денежная масса в национальном определении; ВВП – валовой внутренний продукт.

На основе формулы (1) может быть определена общая обеспеченность экономики деньгами. Помимо этого, в числителе этой дроби могут быть использованы и денежные агрегаты M_0 и M_1 . Использование отдельных денежных агрегатов позволяет оценивать за счет каких компонентов денежной массы происходит рост или снижение общего уровня насыщенности экономики денежными средствами.

Гипотетические значения коэффициента монетизации могут варьироваться от нуля до бесконечности, однако нормативным считается значение более 50%. Если показатель в стране будет ниже этого порога, то можно констатировать дефицит денежной массы, а также ожидать появления денежных суррогатов. В среднем же по миру значение коэффициента монетизации составляет 125 %, при том, что для развитых стран характерно его значение 150 % и выше [6].

Перейдем к практической части исследования. Информационной основой значений денежного агрегата M_2 и ВВП Российской Федерации для дальнейших расчетов явились данные Росстата [7] и Infotables [8]. После подстановки соответствующих значений по годам в формулу (1), получим:

$$K_{2017} = \frac{42\,442,2}{91\,843,2} \cdot 100\% = 46,21\%;$$

$$K_{2018} = \frac{47\,109,3}{103\,861,7} \cdot 100\% = 45,36\%;$$

$$K_{2019} = \frac{51\,660,3}{109\,608,3} \cdot 100\% = 47,13\%;$$

$$K_{2020} = \frac{58\,651,1}{107\,315,3} \cdot 100\% = 54,65\%;$$

$$K_{2021} = \frac{66\,252,4}{130\,795,3} \cdot 100\% = 50,65\%.$$

Спрогнозируем значение коэффициента монетизации в России на 2022 г. Если бы на основе полученных значений данного коэффициента в период 2017–2021 гг., прослеживалась четко выраженная тенденция, то без сомнения использовался бы метод аналитического выравнивания рядов динамики. В целом можно применить этот способ в рассматриваемом случае, однако закономерность будет далека от реальности, поскольку в период 2019–2022 гг. Россия столкнулась с рядом макроэкономических проблем, вызванных коронакризисом и обострением внешнеполитической ситуации. Именно поэтому отсутствует какая-либо линейная зависимость между показателями в рассматриваемом периоде.

Таким образом, чтобы объективно спрогнозировать коэффициент монетизации на 2022 г., целесообразно прибегнуть к инструментарию MS Excel. Для начала построим кривую, отражающую значения коэффициента монетизации по известным данным за прошедшие годы, после чего определяем линию тренда для этой зависимости. Методом подбора максимального совпадения определяем ее наилучший вид – в нашем случае это полиномиальная линия тренда в третьей степени. Уравнение, описывающее закономерность изменения коэффициента монетизации в заданных условиях, имеет следующий вид:

$$y = -0,0118x^3 + 0,1057x^2 - 0,2576x + 0,6287, \quad (2)$$

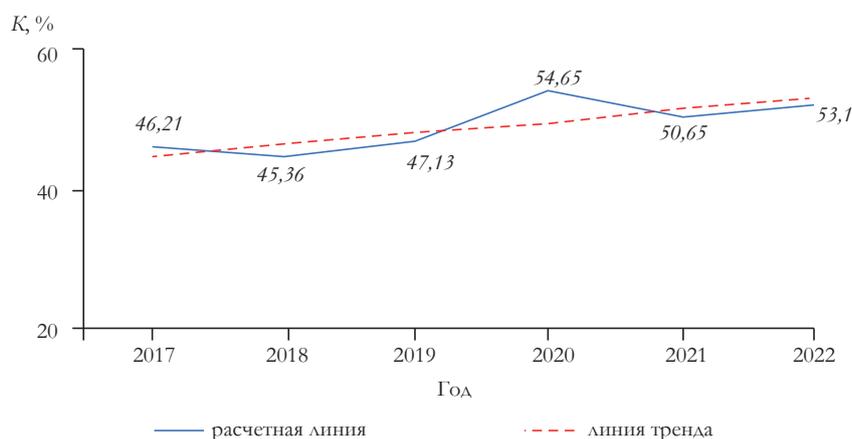
где x – предопределенная переменная, влияющая на M_2 ; y – значение коэффициента монетизации.

С помощью инструмента «подбор параметра» находим соответствующие x для каждого года, а после используем функцию «Тенденция» для определения показателя x для 2022 г. Подставляем этот показатель в исходное уравнение и получаем прогноз значения коэффициента монетизации в 2022 г. в России – 53,1 %. Отметим, что по такому же алгоритму можно рассчитать значения показателя и на последующие годы, например, для 2023 г. получим 53,34 %, однако из-за нестабильности мировой экономики, а также турбулентности на геополитической арене, бессмысленно строить прогнозы более чем на один год вперед, поэтому в работе авторы ограничились только реалистичными краткосрочными прогнозами. На основании полученных данных построим график изменения коэффициента монетизации в России (рис. 1).

Как следует из графика, в условиях глобальной нестабильности современной экономики, коэффициент монетизации в России также принимает различные значения. После подъема в 2020 г. последовал заметный спад в 2021 г., однако на основе прогнозных данных, мы предполагаем увеличение этого показателя примерно на 5 % к концу 2022 г. В целом, в России достаточно низкие значения коэффициента монетизации, близко граничащие с нижним порогом нормативного показателя в 50 %. В 2021 г. он и вовсе был равен предельному значению, и теперь крайне важно, чтобы в 2022 г. значение коэффициента монетизации приобрело повышательный тренд, что будет соответствовать прогнозу.

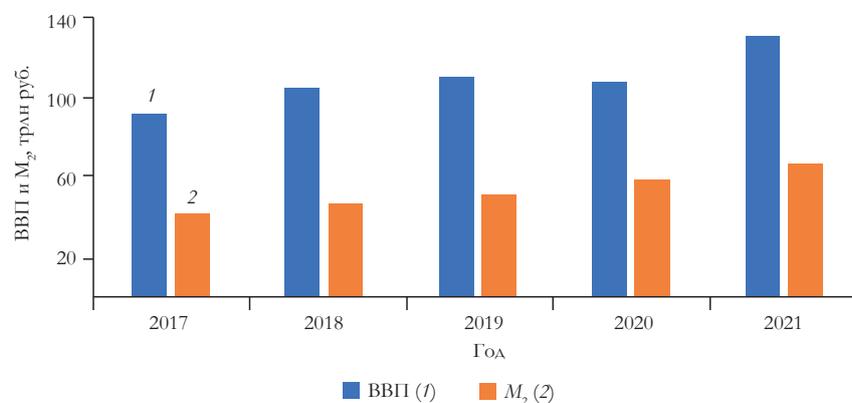
После определения общих значений коэффициента монетизации в России, необходимо рассмотреть его структуру, анализируя изменения непосредственно денежного агрегата M_2 и ВВП страны. Для этого представим имеющиеся данные в графическом виде (рис. 2).

Из графика также следует, что ВВП России в рассматриваемом периоде характеризуется общей тенденцией роста, прерывающейся



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Динамика коэффициента монетизации в России



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Изменение ВВП и M_2 в России в 2017–2021 гг.

в отдельные годы. Так, коронакризис 2020 г. спровоцировал сокращение ВВП. При этом в 2021 г. наблюдается откат величины ВВП до прежнего уровня, а позже и превышение допандемийных показателей на 19,3 %. Динамика же денежного агрегата M_2 постоянна и имеет четко выраженную повышательную тенденцию.

Возвращаясь к прогнозу уровня монетизации в 2022 г., следует отметить, что ВВП в 2022 г. может существенно сократиться в условиях санкционных ограничений (по данным Банка России снижение ВВП ожидается на 7,5 % [9]), в то время как агрегат M_2 продолжит расти, таким образом значение коэффициента монетизации увеличится, что также подтверждает ранее высказанное предположение о его прогнозируемом повышении.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВЛИЯНИЯ МОНЕТИЗАЦИИ НА МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

В макроэкономической практике выделяют три основные проблемы: безработица, инфляция и экономический рост. Они являются основными показателями, характеризующими уровень развития экономики. Именно поэтому следующим шагом в исследовании будет оценка влияния монетизации на уровень безработицы, инфляции и экономического роста.

Для оценки влияния коэффициента монетизации на рассматриваемые макроэкономические показатели использовался корреляционный анализ, суть которого заключается в изучении связи между отдельными переменными. Этот метод, чаще всего применяется в статистических исследованиях. Он позволяет определить есть ли между какими-либо показателями связь, и если да, то насколько сильная. Значения получаемого коэффициента корреляции колеблются в диапазоне от -1 до 1 , где -1 – сильная обратная зависимость, когда более высоким значениям одного признака соответствуют более низкие значения другого признака, а 1 – высокая прямая зависимость, где при повышении или понижении одного значения, второе также повышается или понижается в соответствующем направлении.

Первым макроэкономическим показателем в нашем анализе был уровень безработицы. В Росстате он не рассчитывается отдельно, поэтому для максимальной достоверности используемой информации авторы определяют его самостоятельно, используя сведения о количестве безработных и рабочей силы в России по данным Росстата [10], по формуле [11, с. 131]:

$$u = \frac{U}{L} \cdot 100\% , \tag{3}$$

где U – количество безработных; L – рабочая сила.

Соответствующие расчеты приведены в таблице 1.

Таблица 1

Расчет уровня безработицы в России по годам

Год	Безработные, тыс. чел.	Рабочая сила, тыс. чел.	Уровень безработицы, %
2017	3 969,5	76 285,4	5,20
2018	3 658,5	76 190,1	4,80
2019	3 464,8	75 397,9	4,60
2020	4 321,3	74 922,7	5,77
2021	3 630,5	75 349,9	4,82

Составлено авторами по материалам исследования

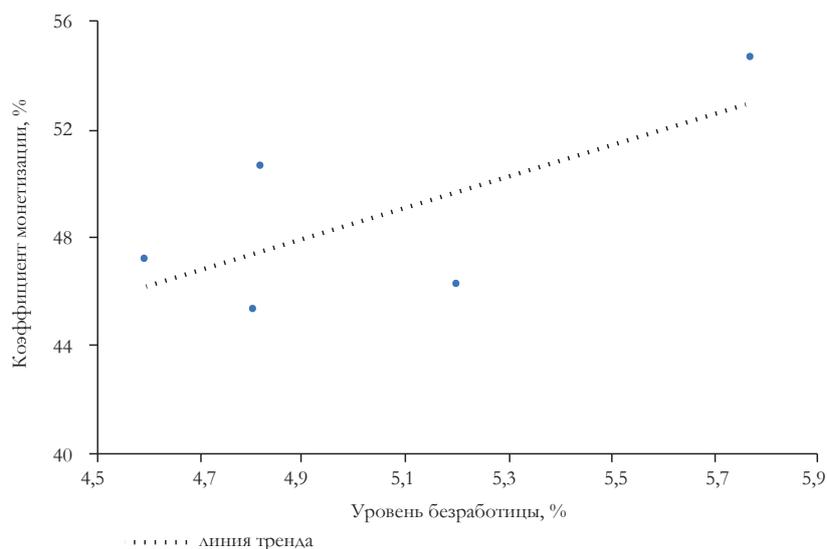
Для расчета зависимости между изменениями коэффициента монетизации и уровня безработицы в России, использовалась функция корреляции. В результате ее применения получим показатель, равный 0,700041948. Согласно интерпретации числового значения корреляции можно утверждать, что между показателями высокая положительная связь, то есть изменения уровня монетизации в России приводят к колебаниям в уровне безработицы, причем более высоким значениям коэффициента монетизации соответствуют более высокие показатели безработицы, и наоборот, так как связь линейная (рис. 3).

Графическая интерпретация корреляции факторов подтверждает, что связь между коэффициентом монетизации и уровнем безработицы в России довольно высокая, так как точки расположены вдоль линии тренда и имеют незначительный разброс.

Следующим фундаментальным макроэкономическим показателем является инфляция, поэтому нами был проведен корреляционный анализ между коэффициентом монетизации и уровнем инфляции в России (рис. 4). Данные по уровню инфляции получены с портала «Мировые финансы» [12], где они рассчитаны на основе официального индекса потребительских цен по годам, представленного Росстатом. Таким образом, имеем следующие значения инфляции: 2017 г. – 2,5 %, 2018 г. – 4,3 %, 2019 г. – 3 %, 2020 г. – 4,9 % и 2021 г. – 8,39 %.

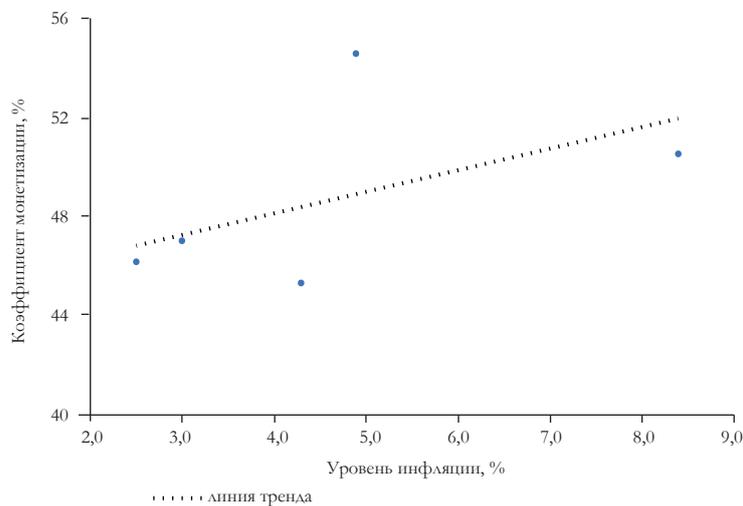
Коэффициент корреляции между инфляцией и монетизацией равен 0,502807836, что свидетельствует о высокой, но в то же время близкой к средней положительной линейной зависимости этих двух показателей. График подтверждает это, ведь все точки находятся приблизительно вдоль линии тренда. Однако инфляция растет заметно быстрее уровня монетизации экономики, а данные за 2018 г. и 2020 г. имеют более значительное отклонение от тенденции, чем значения за другие годы. Следовательно, можно утверждать, что связь между уровнем инфляции в России и коэффициентом монетизации безусловно существует, но она менее выражена, чем, например, у безработицы с тем же показателем.

Рассматривая экономический рост, важно отметить, что на этот показатель оказывают влияние многие внешние и внутренние факторы, а количественное его измерение может быть представлено разными переменными. Далее авторами экономический рост определялся через ВВП и его изменение. Являясь важным параметром, используемым при расчете монетизации экономики, он безусловно определяет вектор изменения последнего, однако важно отметить, что рассматриваемые показатели находятся в тесной зависимости, и коэффициент монетизации также определяет рост или снижение ВВП в последующие годы. Поэтому становится возможным прогнозирование будущих значений каждого из этих показателей на основе использования данных о динамике другого за определенный период. Коэффициент корреляции между факторами составляет 0,421929168, что является значением средней положительной зависимости. Это наименьшая корреляция из трех рассмотренных макроэкономических факторов, что обуславливается тем, что наряду с ВВП, коэффициент монетизации в равной пропорции формирует величина денежной массы. При этом, как отмечается в исследованиях [1; 2; 13], существует высокая положительная корреляционная зависимость между приростом ВВП и денежной массы.



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 3. Зависимость уровня безработицы от коэффициента монетизации



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 4. Зависимость уровня инфляции от коэффициента монетизации

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате корреляционного анализа определено, что монетизация экономики напрямую влияет на ключевые макроэкономические показатели. Безусловно, такие фундаментальные индексы находятся под воздействием многих внешних факторов, и в равной степени, как и экономика в целом, могут иметь некоторые одинаковые тенденции в зависимости от экономической или политической ситуации в стране. Однако можно с уверенностью сказать, что выявленные в процессе исследования зависимости далеко не примеры ложной корреляции, когда существует некоторый неучтенный фактор, который в равной степени оказывает влияние на исследуемые показатели. В нашем случае можно дать развернутое объяснение выявленным корреляционным связям. Так, повышение уровня безработицы в стране способствует снижению ВВП, который, в свою очередь, является значимым компонентом при расчете уровня монетизации. В условиях роста денежной массы при сокращении уровня ВВП значение коэффициента монетизации будет возрастать, что подтверждается выявленной нами прямой линейной зависимостью этих факторов. В то же время, выявленное повышение уровня инфляции под воздействием роста монетизации может восприниматься в качестве обоснования неоправданно жесткой, по мнению авторов, денежно-кредитной политики Банка России, нацеленной на контроль за инфляцией посредством ограничения денежного предложения в ущерб развитию экономики. Таким образом, следует отметить необходимость увеличения уровня монетизации российской экономики в интересах ускорения роста ВВП, что возможно обеспечить в условиях умеренно высокой (превышающей целевой ориентир в 4 %, которого придерживается регулятор) инфляции.

Таким образом, уровень монетизации является значимым показателем, определяющим экономическое развитие страны. Он оказывает существенное влияние на такие макроэкономические показатели, как безработица, инфляция и экономический рост, однако и сам в равной степени подвержен воздействию со стороны этих показателей.

Библиографический список

1. Андрианов В.Д. Монетизация экономики: глобальные тенденции и российские реалии. *Бизнес и банки*. 2013;(34):1–3.
2. Глазьев С.Ю. *О неотложных мерах по укреплению экономической безопасности России и выводу российской экономики на траекторию опережающего развития. Доклад*. М.: Институт экономических стратегий; Русский биографический институт, 2015. 60 с.
3. Глазьев С.Ю. О механизмах реализации целей национального развития России в условиях смены технологических и мирохозяйственных укладов. *Научные труды Вольного экономического общества России*. 2021;(230.4):66–70. <https://doi.org/10.38197/2072-2060-2021-230-4-66-70>
4. Banki.ru. *Монетизация экономики*. https://www.banki.ru/wikibank/monetizatsiya_ekonomiki/ (дата обращения: 22.06.2022).
5. Маркина Е.В., Александрова Л.С., Бураков Д.В., Дубова С.Е., Захарова О.В., Криворучко С.В. и др. *Финансы, деньги, кредит: учебник*. Под ред. М.А. Абрамовой. Москва: КноРус; 2022. 256 с.
6. Кондратенко М.А., Бердышев А.В. Проблема роста коэффициента монетизации экономики России в современных реалиях: основные факторы и перспективы. *Вектор экономики*. 2017;(12):80.
7. Росстат. *О производстве и использовании валового внутреннего продукта (ВВП)*. https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/59_08-04-2022.htm (дата обращения: 22.06.2022).
8. Infotables.ru. *Денежная масса M2 в России*. <https://infotables.ru/statistika/79-ekonomicheskaya-statistika-rossii/905-dinamika-denezhnoj-massy> (дата обращения: 22.06.2022).
9. Банк России. *Макроэкономический опрос Банка России*. https://www.cbr.ru/statistics/ddkp/mo_br/ (дата обращения: 12.07.2022).
10. Росстат. *Трудовые ресурсы, занятость и безработица*. https://rosstat.gov.ru/labour_force (дата обращения: 29.06.2022).
11. Кураков Л.П., Игнатъев М.В., Тимирясова А.В. и др. *Макроэкономика: учебник для вузов*. Под общ. ред. Л.П. Куракова. М.: ИАЭП; 2017. 336 с.
12. iFinance. *Инфляция в России по годам: 1991–2022*. <http://global-finances.ru/inflyatsiya-v-rossii-po-godam/> (дата обращения: 29.06.2022).
13. Глазьев С.Ю. Потенциальные возможности роста российской экономики и денежно-кредитная политика Банка России. Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018;11(5):30–48. <https://doi.org/10.15838/esc.2018.5.59.2>

References

1. Andrianov V.D. Monetisation of the economy: global trends and Russian realities. *Business and banks*. 2013;(34):1–3.
2. Glaziev S. *On urgent measures to strengthen Russia's economic security and bring the Russian economy onto a trajectory of advanced development. Report*. Moscow: Institute of Economic Strategies; Russian Biographical Institute; 2015. 60 p.
3. Glaziev S. On the mechanisms for realizing the goals of Russia's national development in the context of changing technological and world economic structures. *Scientific works of the Free Economic Society of Russia*. 2021;(230.4):66–70. <https://doi.org/10.38197/2072-2060-2021-230-4-66-70>
4. Banki.ru. *Monetization of the economy*. https://www.banki.ru/wikibank/monetizatsiya_ekonomiki/ (accessed 22.06.2022).
5. Markina E.V., Alexandrova L.S., Burakov D.V., Dubova S.E., Zakharova O.V., Krivoruchko S.V. et al. *Finance, money, credit: textbook*. Ed. M.A. Abramova. Moscow: KnoRus; 2022. 256 p. (In Russian).
6. Kondratenko M., Berdyshev A. The problem of the growth of the coefficient of monetization of the Russian economy in modern realities: the main factors and prospects. *Economy vector*. 2017;(12):80.
7. Rosstat. *On the production and use of gross domestic product (GDP)*. https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/59_08-04-2022.htm (accessed 22.06.2022).
8. Infotables.ru. *Money supply M2 in Russia*. <https://infotables.ru/statistika/79-ekonomicheskaya-statistika-rossii/905-dinamika-denezhnoj-massy> (accessed 22.06.2022).
9. Bank Rossii. *Macroeconomic survey of the Bank of Russia*. https://www.cbr.ru/statistics/ddkp/mo_br/ (accessed 12.07.2022).
10. Rosstat. *Labor resources, employment and unemployment*. https://rosstat.gov.ru/labour_force (accessed 29.06.2022).
11. Kurakov L.P., Ignatiev M.V., Timiryasova A.V., etc. *Macroeconomics: textbook for universities*. Ed. L.P. Kurakov. M.: IAEP; 2017. 336 p.
12. iFinance. *Inflation in Russia by year*. <http://global-finances.ru/inflyatsiya-v-rossii-po-godam/> (accessed 29.06.2022).
13. Glazyev S. Potential Growth Opportunities for the Russian Economy and Monetary Policy of the Bank of Russia. *Economic and social changes: facts, trends, forecast*. 2018;11(5):30–48. <https://doi.org/10.15838/esc.2018.5.59.2>

Выявление уязвимых зон формирования общественных финансов региона в условиях санкционных ограничений

Иванов Павел Андреевич

Канд. экон. наук, зав. сектором региональных финансов и бюджетно-налоговой политики
ORCID: 0000-0001-9880-0521, e-mail: ivanov-ran@mail.ru

Институт социально-экономических исследований, Уфимский федеральный исследовательский центр
Российской академии наук, г. Уфа, Россия

Аннотация

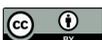
Статья посвящена проблеме выявления уязвимых зон формирования и использования общественных финансов региона в условиях санкционного давления на примере Республики Башкортостан. По результатам проведенного анализа основных налоговых доходов консолидированного бюджета республики выявлены зоны, в наибольшей мере подверженные риску недополучения доходов: 1) высокая волатильность динамики налога на прибыль организаций по сравнению с налогом на доходы физических лиц; 2) снижение диверсификации поступлений по налогу на прибыль в отраслевом разрезе; 3) рост вклада в объем налоговых поступлений тех видов экономической деятельности, которые имеют режим наибольшего налогового и инвестиционного благоприятствования (необходимость совершенствования системы налоговых и инвестиционных преференций). Проанализированы внешние факторы формирования уязвимых зон общественных финансов субъектов Российской Федерации. Сформулированы предложения по повышению эффективности использования общественных финансов.

Ключевые слова

Общественные финансы, экономические санкции, бюджет, регион, результативность, инвестиции, государственная программа, стратегическое планирование

Благодарность. Работа выполнена в рамках государственного задания Уфимского федерального исследовательского центра Российской академии наук № 075-03-2022-001 от 14.01.2022 г.

Для цитирования: Иванов П.А. Выявление уязвимых зон формирования общественных финансов региона в условиях санкционных ограничений // Вестник университета. 2022. № 9. С. 153–160.



Identification of vulnerable zones of the formation of region's public finances under sanctions restrictions

Pavel A. Ivanov

Cand. Sci. (Econ.), Manager of the Department Regional Finance and Fiscal Policy
ORCID: 0000-0001-9880-0521, e-mail: ivanov-ran@mail.ru

Institute for Socio-Economic Research, Ufa Federal Research Center, Russian Academy of Sciences, Ufa, Russia

Abstract

The article is devoted to the problem of identifying vulnerable areas for the formation and use of public finances in the region under sanctions pressure on the example of the Republic of Bashkortostan. According to the results of the analysis of the main tax revenues of the consolidated budget of the republic, the zones most exposed to the risk of shortfall in income were identified: firstly, the high volatility of the dynamics of the corporate income tax compared to the personal income tax, and secondly, the decrease in the diversification of tax revenues on profit in the sectoral context, thirdly, the growth of the contribution to the volume of tax revenues of those types of economic activity that have the most favorable tax and investment regime (the need to improve the system of tax and investment preferences). The external factors of formation of vulnerable zones of public finances of subjects of the Russian Federation are analysed. Proposals have been formulated to improve the efficiency of the use of public finances.

Keywords

Public finances, economic sanctions, budget, region, performance, investments, government programme, strategic planning

Acknowledgments. This study was carried out within the framework of the state assignment of the Ufa Federal Research Centre of the Russian Academy of Sciences No. 075-03-2022-001 or 14.01.2022 r.

For citation: Ivanov P.A. (2022) Identification of vulnerable zones of the formation of region's public finances under sanctions restrictions. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 153–160.

ВВЕДЕНИЕ

В современных кризисных условиях наблюдается рост влияния общественных финансов в обеспечении устойчивого социально-экономического развития территорий. В этой связи одной из актуальных задач государственного управления является выявление и оценка зон формирования общественных финансов, наиболее подверженных риску недополучения налоговых и неналоговых доходов относительно плановых (ожидаемых) значений в условиях санкционных ограничений. Еще одним важным аспектом является определение (корректировка) направлений использования общественных финансов, обеспечивающих повышение эффективности использования бюджетных средств в контексте нивелирования негативных эффектов от санкций.

В настоящее время Правительством Российской Федерации [1; 2] и органами власти регионов [3; 4] разработаны и приняты пакеты антисанкционных мер, затрагивающие различные аспекты финансово-инвестиционного обеспечения социально-экономического развития территорий. В частности, принятый в Республике Башкортостан (далее – РБ) пакет мер (всего 154 меры поддержки на общую сумму 54,3 млрд руб.) [4]



включает в себя меры институционального и бюджетного характера, поддержки как субъектов малого и среднего предпринимательства, так и системообразующих организаций, а также другие направления поддержки бизнеса и населения. Однако высокая неопределенность сложившейся ситуации требует постоянного оперативного отслеживания и учета вновь возникающих угроз и вызовов, в том числе в сфере общественных финансов. Основой собственных источников пополнения общественных финансов региона являются налоговые и неналоговые доходы консолидированного бюджета территории. В этой связи возникает необходимость анализа динамики и структуры доходов региональных бюджетов с позиции их устойчивости и результативности использования в современных условиях.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Вопросы исследования бюджетной устойчивости, результативности использования бюджетных средств территорий рассмотрены в работах О.Г. Аркадьевой [5], В.В. Климанова [6], Н.М. Сабитовой [7], И.А. Соколова [8] и других авторов. Тем не менее, на современном этапе развития бюджетной системы страны до сих пор как в научно-экспертной, так и нормативно-правовой сфере нет единого подхода к определению понятия «результативность» применительно к общественным финансам территорий. Проблема четкого описания данного понятия осложняется его смешением с другими схожими категориями, такими как «эффективность» и «экономность» использования общественных финансов. Как правило, под результативностью общественных финансов отечественными учеными понимается степень достижения запланированных результатов (в виде целевых показателей и социально-экономических эффектов их реализации), а отношение показателя результативности к уровню финансирования, в свою очередь, показывает эффективность бюджетных расходов [9; 10]. В Бюджетном кодексе России под результативностью использования бюджетных средств понимается достижение «наилучшего результата с использованием определенного бюджетом объема средств» [11]. Однако в такой формулировке наилучший результат может не только не совпадать с запланированным, но и быть меньше его [12].

Помимо этого, остается в недостаточной мере проработанным вопрос необходимости согласования параметров стратегического и бюджетного планирования территорий. Несмотря на упоминание в основополагающих нормативных документах [11; 13] бюджетного прогноза и государственных программ как документов стратегического планирования в законодательстве до сих пор нет четкого закрепления формирования целевых индикаторов долгосрочного бюджетного планирования исходя из стратегических целей (предполагает выработку активной бюджетной политики по созданию условий для формирования источников их достижения), а не только в соответствии с краткосрочным прогнозом социально-экономического развития территории на ближайшие три года, что с учетом современных реалий санкционного давления и необходимости перехода фактически к мобилизационному типу экономики повышает актуальность данного аспекта, в том числе для целей обеспечения результативности использования бюджетных средств.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

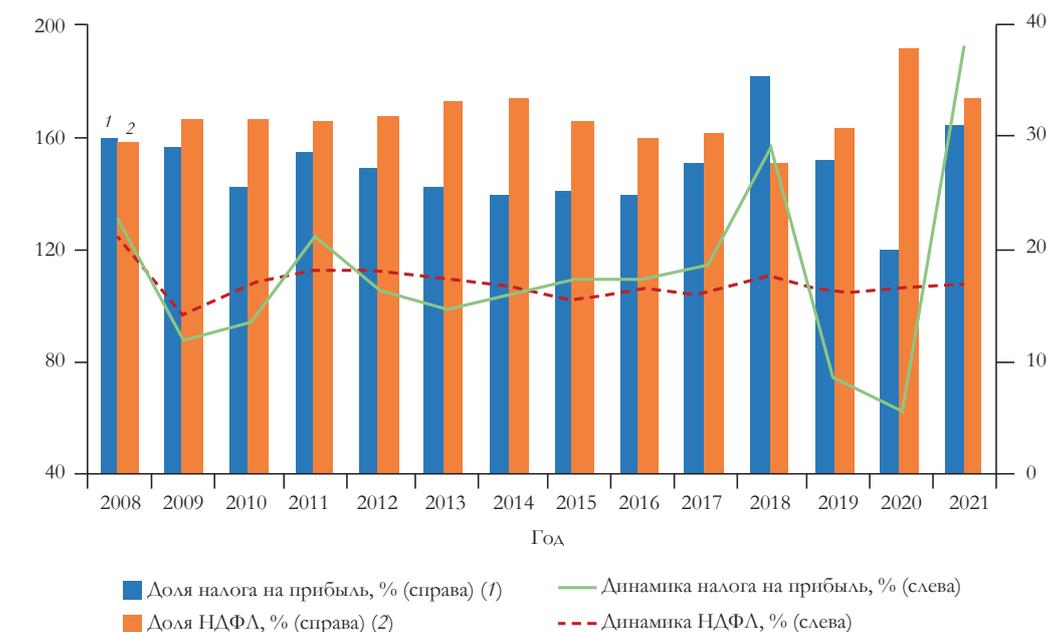
Цель исследования заключается в выявлении и оценке уязвимых зон общественных финансов субъектов Российской Федерации (далее – РФ) на примере консолидированного бюджета РБ. Информационной базой для исследования послужили данные Федерального казначейства [14] и Федеральной налоговой службы о налоговых поступлениях в бюджеты субъектов РФ в разрезе видов экономической деятельности [15]. В качестве методов анализа использовались методы системного анализа и группировок, обобщения и синтеза. Для сопоставления уровней налоговых поступлений санкционного и досанкционного периода использовались самые свежие на момент написания статьи данные налоговой отчетности за январь – апрель 2021–2022 гг.

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ

По результатам анализа структуры и динамики налоговых поступлений в консолидированный бюджет региона по 2 основным налогам (налогу на прибыль организаций и налогу на доходы физических лиц – НДФЛ, которые формируют более половины от всего объема налоговых и неналоговых доходов) были выявлены следующие уязвимые зоны формирования и использования общественных финансов РБ.

1. Наличие значительной неустойчивости динамики налога на прибыль организаций, формирующего в различные годы от 20% до 35% налоговых и неналоговых поступлений консолидированного

бюджета РБ. В то же время 28–37% формирует налог на доходы физических лиц, однако его динамика имеет более устойчивый характер (рис. 1).



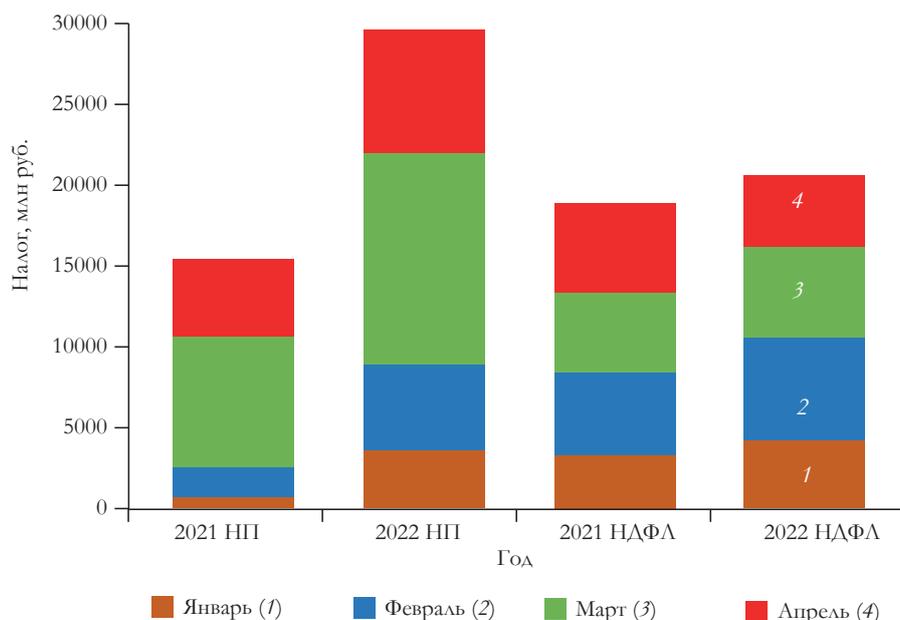
Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Динамика налога на прибыль, НДФЛ и их долей в налоговых и неналоговых доходах консолидированного бюджета РБ

За январь – апрель 2022 г. поступления в консолидированный бюджет республики по налогу на прибыль по сравнению с аналогичным периодом прошлого года выросли почти в 2 раза с 15,4 млрд руб. до 29,6 млрд руб., по НДФЛ – на 9% (с 18,9 до 20,6 млрд руб.) (рис. 2). При этом с начала введения санкционных ограничений месячные налоговые поступления оставались выше прошлогодних значений (за исключением объема по НДФЛ в апреле 2022 г.), на что в определенной мере повлиял рост цен как на экспортные (повышение доходов добывающего сектора), так и на импортные товары (рост прибыли торговых организаций), что подтверждается данными налоговых поступлений в отраслевом разрезе.

2. Повышение концентрации поступлений по налогу на прибыль в определенных видах экономической деятельности.

За январь – апрель 2022 г. 77,6% (65,4% за аналогичный период 2021 г.) поступлений по налогу на прибыль составили организации оптовой розничной торговли (53,3% при доле 19,0% в 2021 г.) и обрабатывающих производств (24,3% при доле 46,4% в 2021 г.). При этом в структуре НДФЛ данные виды экономической деятельности также занимают лидирующие позиции, но с гораздо меньшей суммарной долей (34,4%) (табл. 1).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 2. Динамика поступлений налога на прибыль (НП) и НДФЛ в консолидированный бюджет РБ за январь-апрель 2021 – 2022 гг.

Таблица 1

Структура налоговых поступлений в бюджет РБ по налогу на прибыль организаций и НДФЛ по видам экономической деятельности за январь – апрель 2021 – 2022 гг., %

Вид экономической деятельности	Налог на прибыль			НДФЛ		
	2021 г.	2022 г.	+/-	2021 г.	2022 г.	+/-
Сельское хозяйство	0,1	0,1	0,0	2,1	2,2	0,2
Добыча полезных ископаемых	-0,1	1,1	1,1	7,1	7,9	0,8
Обрабатывающие производства, из них:	46,4	24,3	-22,1	19,8	21,7	1,9
– производство пищевых продуктов	2,0	1,3	-0,7	1,5	1,9	0,4
– производство нефтепродуктов	0,4	0,2	-0,2	1,5	1,9	0,5
– производство химических веществ и химических продуктов	11,5	6,5	-5,0	2,7	3,1	0,4
– производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях	2,7	9,8	7,1	0,4	0,4	0,0
– производство прочей неметаллической минеральной продукции	1,8	1,9	0,1	1,2	1,4	0,1
– производство летательных аппаратов, включая космические, и соответствующего оборудования	17,5	-0,03	-17,5	3,8	3,6	-0,2
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	7,7	5,0	-2,7	4,1	4,8	0,7
Водоснабжение, водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность и ликвидация загрязнений	0,7	0,3	-0,4	1,0	1,0	0,0
Строительство	3,8	3,1	-0,6	5,8	5,9	0,1
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	19,0	53,3	34,4	11,2	12,8	1,5
Транспортировка и хранение	2,7	2,8	0,0	8,4	9,0	0,6
Деятельность финансовая и страховая	9,8	4,1	-5,7	3,7	3,7	0,0
Деятельность профессиональная, научная и техническая	4,9	3,7	-1,3	6,4	7,4	1,1
Другие ВЭД	4,9	2,2	-2,7	30,4	23,6	-6,8

Составлено автором по материалам исследования

3. Необходимость формирования со стороны государства благоприятного инвестиционного и налогового климата. Наибольший рост по налогу на прибыль за рассматриваемый период продемонстрировала отрасль «производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях» (рост в 7,0 раз в номинальном выражении и в 5,8 раза в сопоставимых ценах) при практически неизменном уровне НДФЛ (1,2 и 1,02 раза соответственно). На наш взгляд, росту способствует как возросшая потребность в лекарственных препаратах (вакцинах) в ковидный и постковидный периоды, а также необходимость обеспечения национальной безопасности в этой сфере в условиях санкций (например, значительные инвестиции по импортозамещению препаратов свертываемости крови и противоопухолевых средств вкладываются в предприятие «Фармстандарт–УфаВИТА», производящее также вакцины «Спутник V» и «Спутник Лайт»), так и формирование благоприятного налогового режима для данного вида деятельности (пониженная ставка НДС в 10%). В свою очередь, наибольшее падение показала отрасль производства летательных аппаратов (одним из крупнейших налогоплательщиков в данной отрасли является ПАО «ОДК–УМПО», специализирующийся на производстве авиадвигателей для военных и гражданских самолетов), формировавшая в январе–апреле 2021 г. 17,5% всех поступлений по налогу на прибыль (за январь–апрель 2022 г. 0,0%), а также 3,8% НДФЛ (3,6% за аналогичный период прошлого года). Вместе с тем, вследствие обострения геополитической обстановки государство направило дополнительные финансовые средства в проекты, реализуемые в рамках гособоронзаказа, что будет способствовать улучшению финансовых результатов предприятий военно-промышленного комплекса.

В современных условиях санкционного давления на российскую экономику важное значение приобретают факторы внешнего воздействия, особенно для регионов с высоким уровнем внешнеэкономической активности (по итогам 2021 г. объем внешнеторгового оборота РБ составил более 4,6 млрд долл. США, из которых 80 % приходилось на экспортные операции). Проведенный анализ санкционной политики стран Запада в части выявления уязвимых зон общественных финансов РФ и ее регионов позволил определить в качестве основных рисков для бюджетной системы страны в целом следующие:

– нестабильность объемов налоговых доходов, поступающие от экспортных операций, а также сложность их прогнозирования вследствие высокой волатильности валютного курса рубля (ослабление в 1,6 раза с февраля по март 2022 г., укрепление с марта по июнь 2022 г. более чем в 2 раза и затем новая волна ослабления курса в начале июля). Это ведет к снижению поступлений от продажи углеводородов несмотря на рост их стоимости на мировых биржах. Для сравнения, если в феврале 2022 г. среднемесячная стоимость 1 барреля нефти марки Urals составляла 7 127 руб., в марте 9 233 руб., то в апреле уже 5 487 руб., в мае – 5 094 руб. Кроме того, из-за санкционных ограничений продажа нефти осуществляется с большим дисконтом (около 30 долл. США от цены марки Brent при 5 долл. США до введения санкций). В качестве оптимального с точки зрения обеспечения социально-экономической стабильности страны курса рубля на Петербургском международном экономическом форуме первым заместителем председателя Правительства РФ А.Р. Белоусовым назван коридор 70–80 руб. за один доллар США. При этом по заявлениям различных экспертов курс рубля в 60–65 руб. и ниже ведет к разбалансировке бюджетной системы и формирует трудности для государства в части дальнейшего расширения масштабов финансовой поддержки экономики;

– санкционные ограничения на обслуживание внешнего государственного долга РФ, номинированного в долларах США и евро (носит технический характер и относится только к долгам федерального правительства, т.к. регионы не имеют внешнего государственного долга). Введенный Президентом РФ в конце июня 2022 г. временный порядок выплат по еврооблигациям в рублях [16] формирует механизм обхода санкций по схеме аналогичной оплате за газ в рублях. Однако оценить эффективность данной меры будет возможно только после начала ее полноценной реализации;

– рост дефицита бюджета к концу года вследствие увеличения расходов на социальную поддержку населения (внеплановая индексация с 1 июня МРОТ, прожиточного минимума, пенсий и социальных пособий), возможного принятия дополнительных пакетов антисанкционных мер поддержки экономики (в т.ч. на региональном уровне) и роста государственных расходов на финансирование деятельности военно-промышленного комплекса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, учитывая высокую волатильность динамики налоговых поступлений по налогу на прибыль организаций и необходимость сохранения социальной направленности бюджетных расходов наиболее приоритетными направлениями формирования и использования общественных финансов Республики Башкортостан являются:

– рост финансовой и нефинансовой поддержки бизнеса за счет капитализации региональных институтов развития, введения дополнительных налоговых послаблений для инвесторов приоритетных инвестиционных проектов, резидентов территорий опережающего социально-экономического развития и особой экономической зоны «Алга», оказания консультационной и информационной помощи, в том числе экспортно-ориентированным предприятиям. Принятый 30 июня на заседании Государственного Собрания – Курултая Республики Башкортостан пакет законопроектов [17] содержит комплекс мер, направленных на решение данных вопросов. Однако остается актуальным вопрос повышения эффективности использования бюджетных средств, в том числе в рамках данных мероприятий (по итогам I квартала 2022 г. эффективность реализации большинства государственных программ РБ находилось на среднем и низком уровнях, в результате 55 % показателей не достигли своих плановых значений);

– расширение социальной поддержки малоимущих слоев населения, а также содействие занятости граждан (развитие центров компетенций и программ переподготовки) и формированию платежеспособного спроса на основе создания условий для открытия новых (расширения имеющихся) производств

с высокой добавленной стоимостью (посредством субсидирования затрат на создание инженерной и социальной инфраструктуры, внедрение практики предоставления дешевых длинных кредитных ресурсов на основе целевой проектной эмиссии с использованием счетов эскроу [18], развития системы заключения офсетных контрактов с субъектами малого и среднего предпринимательства и др.), в том числе в области импортозамещения и критических технологий.

Данные меры будут способствовать росту финансовых результатов субъектов хозяйствования и доходов населения, что позволит увеличить объем налоговых поступлений как основы для формирования общественных финансов регионов.

Библиографический список

1. Российская Федерация. *Федеральный закон от 29.11.2021 № 384-ФЗ (ред. от 14.03.2022) «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации и установлении особенностей исполнения бюджетов бюджетной системы Российской Федерации в 2022 году»*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_401514/ (дата обращения: 04.07.2022).
2. Российская Федерация. *Федеральный закон от 09.03.2022 № 53-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и Федеральный закон «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации и установлении особенностей исполнения бюджетов бюджетной системы Российской Федерации в 2022 году»*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411112/ (дата обращения: 04.07.2022).
3. *План мероприятий по обеспечению стабилизации экономической ситуации в Москве*. <https://cdn.sobyainin.ru/static/pdf/plan-meropriyatiy.pdf> (дата обращения: 04.07.2022).
4. Республика Башкортостан. *Распоряжение Главы Республики Башкортостан от 29.04.2022 № РГ-128 «О первоочередных мерах по обеспечению устойчивого развития Республики Башкортостан в условиях санкционного давления»*. <https://nra.bashkortostan.ru/35526/> (дата обращения: 04.07.2022).
5. Аркадьева О.Г., Березина Н.В. Влияние «ядра» доходов региональных бюджетов на стрессоустойчивость социально-экономических подсистем. *Актуальные проблемы экономики и права*. 2021;15(1):15–30. <https://doi.org/10.21202/1993-047X.15.2021.1.15-30>
6. Климанов В.В., Михайлова А.А. Факторы обеспечения бюджетной устойчивости региона. *Финансы*. 2021;(9):15-19.
7. Сабитова Н.М. Фискальные риски субъектов Российской Федерации. *Финансы и кредит*. 2022;28(3):508–527. <https://doi.org/10.24891/fc.28.3.508>
8. Соколов И.А., Белев С.Г., Сучкова О.В. Как обеспечить бюджетную устойчивость в России? *Проблемы прогнозирования*. 2021;(4):66–76. <https://doi.org/10.47711/0868-6351-187-66-76>
9. Молчанова Н.П., Нурисламова Н.Р. Активная бюджетная политика и ее роль в стабилизации национальной экономики. *THEORIA: педагогика, экономика, право*. 2021;(1):58–68. https://doi.org/10.51635/27129926_2021_1_582
10. Пазданикова Н.П., Блусь Ю.П., Блусь П.И. Экспертная оценка программного планирования регионального развития. *Ars Administrandi (Искусство управления)*. 2018;10(4):548–568. <https://doi.org/10.17072/2218-9173-2018-4-548-568>
11. Российская Федерация. *Бюджетный кодекс РФ от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 28.06.2022)*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/ (дата обращения: 04.07.2022).
12. Афанасьев М.П., Шап Н.Н. Инструментарий оценки эффективности бюджетных программ. *Вопросы государственного и муниципального управления*. 2013;(3):13–16.
13. Российская Федерация. *Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ (ред. от 31.07.2020) «О стратегическом планировании в Российской Федерации»*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/fe7140d7cfc6c641ae322fe648d99702d8b2a8f1/ (дата обращения: 04.07.2022).
14. Федеральное казначейство Российской Федерации. *Отчеты об исполнении консолидированных бюджетов субъектов РФ*. <https://roskazna.gov.ru/ispolnenie-byudzhetov/konsolidirovannye-byudzhetny-subektov/1019/> (дата обращения: 05.07.2022).
15. Федеральная налоговая служба Российской Федерации. *Статистика и аналитика*. https://www.nalog.gov.ru/rn02/related_activities/statistics_and_analytics/ (дата обращения: 04.07.2022).
16. Российская Федерация. *Указ Президента РФ от 22.06.2022 № 394 «О временном порядке исполнения перед резидентами и иностранными кредиторами государственных долговых обязательств Российской Федерации, выраженных в государственных ценных бумагах, номинальная стоимость которых указана в иностранной валюте»*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_419920/ (дата обращения: 06.07.2022).
17. РБ. *Государственное Собрание – Курултай Республики Башкортостан. Материалы к заседанию*. http://gsrb.ru/ru/materials/materialy-k-zasedaniyu-gs-k-rb/?SECTION_ID=1721 (дата обращения: 06.07.2022).

18. Галушка А.С., Ниязметов А.К. Деньги: путь к новому качеству. Стратегии бизнеса. 2020;8(2):50–54. <https://doi.org/10.17747/2311-7184-2020-2-50-54>

References

1. Russian Federation. *Federal Law No. 384-FZ of November 29, 2021 (as amended on March 14, 2022) "On Amendments to the Budget Code of the Russian Federation and Certain Legislative Acts of the Russian Federation and Establishing Specifics for Executing Budgets of the Budgetary System of the Russian Federation in 2022"*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_401514/ (accessed 04.07.2022).
2. Russian Federation. *Federal Law No. 53-FZ of 09.03.2022 "On Amending the Budget Code of the Russian Federation and the Federal Law "On Amending the Budget Code of the Russian Federation and Certain Legislative Acts of the Russian Federation and Establishing Specifics for Executing Budgets of the Budgetary System of the Russian Federation in 2022"*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411112/ (accessed 04.07.2022).
3. *Plan of measures to ensure the stabilization of the economic situation in Moscow*. <https://cdn.sobyenin.ru/static/pdf/plan-meropriyatiy.pdf> (accessed 04.07.2022).
4. Republic of Bashkortostan. *Decree of the Head of the Republic of Bashkortostan dated April 29, 2022 No. RG-128 "On priority measures to ensure the sustainable development of the Republic of Bashkortostan in the face of sanctions pressure"*. <https://npa.bashkortostan.ru/35526/> (accessed 04.07.2022).
5. Arkadeva O.G., Berezina N.V. Impact of the "core" incomes of the regional budgets on the resilience of social-economic subsystems. *Actual problems of economics and law*. 2021;15(1):15–30. <https://doi.org/10.21202/1993-047X.15.2021.1.15-30>
6. Klimanov V.V., Mikhaylova A.A. Factors for Ensuring the Fiscal Resilience of the Region. *Finance*. 2021;(9):15–19.
7. Sabitova N.M. Fiscal risks of subjects of the Russian Federation. *Finance and credit*. 2022;28(3):508–527. <https://doi.org/10.24891/fc.28.3.508>
8. Sokolov I.A., Suchkova O.V., Belev S.G. How to ensure fiscal sustainability in Russia. *Studies on Russian Economic Development*. 2021;32(4):383–390. <https://doi.org/10.1134/S1075700721040158>
9. Molchanova N.P., Nurislamova N.R. Active fiscal policy and its role in stabilizing the national economy. *THEORIA: pedagogy, economics, law*. 2021;(1):58–68. https://doi.org/10.51635/27129926_2021_1_582
10. Pazdnikova N.P., Blus Yu.P., Blus P.I. Experts Evaluation of Regional Program Planning. *Ars Administrandi*. 2018;10(4):548–568. <https://doi.org/10.17072/2218-9173-2018-4-548-568>
11. Russian Federation. *Budget Code of the Russian Federation of July 31, 1998 No. 145-FZ (as amended on June 28, 2022)*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/ (accessed 04.07.2022).
12. Afanasiev M.P., Shash N.N. Assessment methodologies of the state-funded program efficiency. *Public administration issues*. 2013;(3):13–16.
13. Russian Federation. *Federal Law No. 172-FZ of June 28, 2014 (as amended on July 31, 2020) "On Strategic Planning in the Russian Federation"*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/fe7140d7cfc6c641ae322fe648d99702d8b2a8f1 (accessed 04.07.2022).
14. Federal Treasury of the Russian Federation. *Reports on the execution of the consolidated budgets of the constituent entities of the Russian Federation*. <https://roskazna.gov.ru/ispolnenie-byudzhetrov/konsolidirovannyye-byudzhety-subektov/1019/> (accessed 05.07.2022).
15. Federal Tax Service of the Russian Federation. *Statistics and analytics*. https://www.nalog.gov.ru/rn02/related_activities/statistics_and_analytics/ (accessed 04.07.2022).
16. Russian Federation. *Decree of the President of the Russian Federation of June 22, 2022 No. 394 "On the temporary procedure for the execution to residents and foreign creditors of state debt obligations of the Russian Federation denominated in government securities, the nominal value of which is indicated in foreign currency"*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_419920/ (accessed 06.07.2022).
17. *State Assembly – Kurultai of the Republic of Bashkortostan. Materials for the meeting*. http://gsrb.ru/ru/materials/materialy-k-zasedaniyu-gs-k-rb/?SECTION_ID=1721 (accessed 06.07.2022).
18. Galushka A.S., Niyazmetov A.K. Money: the path to new quality. *Business Strategies*. 2020;8(2):50–54. <https://doi.org/10.17747/2311-7184-2020-2-50-54>

Инструмент оценки и подготовки проекта для получения внешнего финансирования

Соблиров Азамат Андемирканович

Зам. руководителя, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1803-5573>, e-mail: azamat-soblirov@yandex.ru

Сообщество «Бизнес Ангелы России», г. Москва, Россия

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы комплексной оценки бизнеса с привлечением помощи консультантов и инвесторов на предмет получения инвестиций. Компании при разработке инвестиционных проектов и в процессе поиска инвестора часто ориентируются в основном на финансовые показатели. Однако практика подготовки проектов к получению инвестиций показывает, что для принятия того или иного инвестиционного решения необходимо применять не только финансовые оценки проекта, но и другие его составляющие. Автором проведены глубинные интервью с группой инвесторов и по результатам предложен оригинальный фреймворк для экспресс-оценки проекта в процессе его подготовки к инвестированию. Фреймворк может служить методической основой для работы с инвесторами по проектам малого и среднего предпринимательства, а также применяться как инструмент определения основных направлений развития проекта и бизнеса. Фреймворк апробирован автором на реальных проектах и подтвердил свое соответствие поставленным задачам.

Ключевые слова

Бизнес-проект, малый и средний бизнес, оценка бизнеса, бизнес-консультирование, инвестор, инвестиции, система сбалансированных показателей, фреймворк

Для цитирования: Соблиров А.А. Инструмент оценки и подготовки проекта для получения внешнего финансирования // Вестник университета. 2022. № 9. С. 161–167.



A tool for evaluating and preparing a project for obtaining external financing

Azamat A. Soblirov

Deputy Head, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1803-5573>, e-mail: azamat-soblirov@yandex.ru

Business Angels of Russia Community, Moscow, Russia

Abstract

The article deals with the issues of a comprehensive business assessment comprehensive business assessment with the help of consultants and investors for the purpose of obtaining investment. Companies often focus mainly on financial indicators when developing investment projects and searching for an investor. However, the practice of preparing projects to receive investment shows that in order to make a particular investment decision, it is necessary to apply not only the financial evaluation of the project, but also its other components. The author has conducted in-depth interviews with a group of investors and based on the results has proposed an original framework for rapid assessment of the project in the process of its preparation for investment. The framework can serve as a methodological basis for working with investors on small and medium-sized business projects, and as a tool for determining the main directions of project and business development. The framework has been tested by the author on real projects and has proved to be fit for purpose.

Keywords

Project, evaluation, investor, investments, framework

For citation: Soblirov A.A. (2022) A tool for evaluating and preparing a project for obtaining external financing. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 161–167.

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы в России увеличивается число проектов малого и среднего бизнеса, реализация которых требует внешнего финансирования. Источником такого финансирования могут быть банки, отраслевые фонды, или частные инвесторы. Обычно инициатору проекта сложно самостоятельно провести весь цикл переговоров с потенциальными внешними инвесторами ввиду недостаточной информированности о предпочтениях и критериях инвесторов. Инициатору проекта помогает консультант, который ищет потенциальных инвесторов и консультирует по поводу подготовки проекта и самого бизнеса к получению инвестиций. Консультации, связанные с помощью инициатору проекта из сферы малого и среднего бизнеса – относительно небольшая ниша на рынке консультирования. Практика деятельности консультанта такова, что он знакомится с идеей проекта и первичной документацией, совместно с инициатором проекта готовит презентацию проекта, продвигает его, устанавливает контакт с потенциальным инвестором и затем доводит проект до стадии, готовой к принятию инвестиций. Консультант на предварительной стадии оценивает проект и бизнес инициатора проекта не только по финансовым критериям, но и нефинансовым, среди которых – критерии обучения и развития персонала и бизнеса в целом, а также критерии связей с клиентами и другими стейкхолдерами.

© Soblirov A.A., 2022.

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



Консультации, направленные на помощь инициатору проекта сферы малого и среднего бизнеса – относительно небольшая ниша на рынке консультирования [1–3]. Традиционная практика управленческого консультирования в процессе привлечения инвестиций делает основной акцент на финансовых показателях проекта. Возникает вопрос: достаточно ли проанализировать финансовую модель проекта, прогнозные финансовые показатели этой модели и оценить соответствующие финансовые риски? Практика подготовки проектов к получению инвестиций показывает, что для принятия того или иного инвестиционного решения используются не только финансовые оценки проекта, но и другие оценки. Среди них – оценка команды проекта, ее опыт, готовность управлять развитием проекта после получения инвестиций, оценка рынка, его способность воспринять предлагаемые товары и услуги, маркетинговые составляющие проекта, зрелость персонала и управленческая компетентность менеджмента проекта.

Проект должен быть сбалансированным: он должен продемонстрировать готовность к получению инвестиций не только с точки зрения прогнозных финансовых показателей, но и готовность других составляющих проекта. Эта сбалансированность родственна сбалансированной системе показателей – концепции Нортон и Каплана [4], которая достаточно известна в практике построения системы стратегического управления организациями. Как известно, Нортон и Каплан настаивали на том, чтобы в показателях, применяемых в рамках стратегического управления, участвовали практически на равных финансовые показатели, клиентские показатели, показатели бизнес-процессов и показатели обучения и развития.

Традиционно компании при разработке инвестиционных проектов и в процессе поиска инвестора ориентируются в основном на финансовые показатели. Подчас в целях улучшения краткосрочных финансовых показателей некоторые «близорукие» организации снижали расходы на обучение, маркетинг и обслуживание клиентов, что в дальнейшем пагубно сказывалось на общем финансовом состоянии компании. Вместе с тем опытный инвестиционный консультант работает, как правило, с четырьмя составляющими системы сбалансированных показателей Нортон и Каплана (финансовые индикаторы, клиентские индикаторы, индикаторы бизнес-процессов и индикаторы обучения и развития).

Автор провел исследование, включая глубинные интервью 12 профессиональными инвесторами, действующими в рамках сообщества «Бизнес-ангелы России», на которых выяснялось их отношение к возможным критериям оценки проекта и бизнеса на предмет возможного финансирования. Оказалось, что их представления о значимых параметрах проекта достаточно сбалансированы. Они оценивают не только и не столько финансовые показатели проекта, сколько другие значимые характеристики бизнеса. Среди них – опыт команды, наличие потенциальных клиентов и договоры с ними, договоренности с местными органами власти и пр. Таким образом родилась идея формирования фреймворка оценки проекта и бизнеса для предварительной оценки готовности проекта к получению инвестиций. Этот фреймворк был отработан в практике консультационной деятельности автора в рамках подготовки ряда инвестиционных проектов, получивших инвестиции со стороны частных инвесторов в рамках деятельности сообщества «Бизнес-ангелы России».

Процедура оценки проектов тестировалась на реальных инвестиционных проектах, дорабатывалась и уточнялась. После этого процедура была продемонстрирована участникам глубинных интервью и апробирована ими на реальных проектах. В целом она была признана полезным инструментом, позволяющим в экспресс-режиме планировать действия по подготовке проекта к рассмотрению потенциальными инвесторами.

ФРЕЙМВОРК ОЦЕНКИ ПРОЕКТА И БИЗНЕСА

Предлагаемый автором фреймворк позволяет: 1) осуществлять диагностику готовности проекта к инвестированию; 2) определять основные направления подготовки проекта к рассмотрению инвестором; 3) выделить основные направления действий по повышению готовности бизнеса для инвестирования.

Разработанный фреймворк представляет собой не столько метод получения интегральной оценки проекта, сколько метод эффективного диалога между инициаторами проекта и консультантами в процессе подготовки проекта к инвестированию. Он лишь дополняет традиционные методы оценки в практике управления проектом [5].

Консультант, курирующий проект, проводит оценку проекта по трем блокам показателей:

- финансовые показатели;
- показатели обучения и развития;
- показатели взаимодействия с клиентами и стейкхолдерами.

Фактически проверка проекта по этим показателям представляет собой усеченную экспресс-процедуру Due Diligence, которая представляет собой оценку объекта инвестирования. Данная процедура включает в себя оценку инвестиционных рисков, независимую оценку объекта инвестирования, всестороннее исследование деятельности компании, комплексную проверку ее финансового состояния и положения на рынке. В русскоязычной практике процедура Due Diligence также известна как прединвестиционный анализ, который консалтинговые компании готовы осуществить в сделках по приобретению. Процедура этого анализа достаточно подробно освещена в профессиональной литературе [6]. В традиционном управлении проектами используются преимущественно финансовые показатели и не различные.

Не заменяя собой исчерпывающей процедуры Due Diligence, предлагаемый автором фреймворк предназначен для первоначальной диагностики иницируемого проекта.

Приведенные выше три показателя и методы их оценки сведены в таблицы (табл. 1–3). В таблице 1 раскрыта процедура интегральной оценки финансовых параметров проекта; в таблице 2 – процедура интегральной оценки параметров обучения и развития; в таблице 3 – интегральная оценка взаимодействия с клиентами и с внешней средой. Эти процедуры являются эмпирическими результатами деятельности автора в сфере консультирования представителей малого и среднего бизнеса по поводу поиска и сопровождения инвестиций в проекты, разработанные на базе малого и среднего бизнеса.

Таблица 1

Процедура интегральной оценки финансовых параметров проекта

Номер <i>n</i>	Финансовый показатель	Обозначение, ед.	Интегральный финансовый показатель Φ_n	
			условие	значение
1	Срок окупаемости	t , годы	$t < 2$ $t > 6$ $2 \leq t \leq 6$	1 0 $\Phi_1 = 1,5 - 0,25t$
2	Ликвидность*	L , отн. ед.	$L > 0,3$ $L < 0,05$ $0,05 \leq L \leq 0,3$	1 0 $\Phi_2 = 0,2 + 4L$
3	Соотношение «выручка – косвенные расходы»	K , % от выручки	$K < 6$ $K > 10$ $6 \leq K \leq 10$	1 0 $\Phi_3 = 2,5 - 0,25K$
4	Расходы сырья, комплектующих, затрат на административно-управленческий персонал, затрат на непроизводственные операции; аутсорсинг	R	Имеются простые способы рационализировать R^{**}	0,3
			Имеются способы рационализировать R^{**} , которые требуют дополнительной проработки и длительного времени	$0,3 \leq \Phi_4 \leq 0,8$
			R^{**} признаны близкими к оптимальным	$0,8 \leq \Phi_4 \leq 1,0$
5	Соотношение кредиторской и дебиторской задолженностей	S , отн. ед.	$S < 0,7$ $S > 2,7$ $0,7 \leq S \leq 2,7$	1 0 $\Phi_5 = 1,5 - 0,5S$
-	Усредненная оценка Φ		$\Phi = (\Phi_1 + \Phi_2 + \Phi_3 + \Phi_4 + \Phi_5) / 5$	

*– наиболее ликвидные активы и быстро реализуемые активы по отношению к наиболее срочным обязательствам и краткосрочным пассивам

**– оптимизация, при которой интегральный финансовый показатель определяется экспертно на основе бенчмаркинга и возможностей альтернативных поставщиков

Составлено автором по материалам исследования

Таблица 2

Процедура интегральной оценки обучения и развития

Номер <i>n</i>	Показатель обучения и развития	Обозначение, ед.	Интегральный показатель обучения и развития P_n	
			условие	значение
1	Команда, обладающая опытом	-	У членов команды проекта имеется опыт реализации аналогичных проектов У членов команды опыт минимален Опыт имеется, но не в полной мере	1 0 $0 < P_1^* < 1$
2	Количество удачных из 10 аналогичных проектов	У, абс. ед.	$8 \leq U^{**} \leq 10$ $U^{**} < 3$ $3 \leq U^{**} < 8$	1 0,2 $P_2 = -0,6 + 0,2U$
3	Вовлеченность (приверженность) персонала	В, %	$B \geq 80$ $B < 20$ $20 \leq B < 80$	1 0 $P_3 = -1/3 + B/60$
4	Наличие резервов, устойчивость по отношению к внешним шокам, гибкость	-	Имеются достаточные резервы; команда проекта имеет навык быстрого реагирования на внешние шоки; система управления характеризуется достаточной гибкостью Резервы имеются, но они не в полной мере могут обеспечить кризисный период; команда не в полной мере готова противостоять внешним шокам; гибкость в управлении проектом имеется, но она недостаточна Резервы практически отсутствуют; команда не готова реагировать на внешние шоки; гибкость в управлении явно недостаточна	$0,8 \leq P_4^* \leq 1,0$ $0,2 < P_4 < 0,8$ $0 \leq P_4 \leq 0,2$
-	Усредненная оценка Р	-	$P = (P_1 + P_2 + P_3 + P_4)/4$	

* – определяется экспертным путем

** – определяется путем бенчмаркинга аналогичных проектов

Составлено автором по материалам исследования

Таблица 3

Процедура интегральной оценки клиентов и внешней среды

Номер <i>n</i>	Показатель клиентов и внешней среды	Интегральный показатель обучения и развития K_n	
		условие	значение
1	Соотношение производственных мощностей и рынка*	Рынок готов поглотить наращиваемый выпуск продукции без изменения цены и условий продажи Рынок готов поглотить наращиваемый выпуск продукции, но для успешных продаж потребуются вложить дополнительные усилия и средства в новую систему продажи Имеются сомнения, что наращиваемый выпуск продукции будет без потерь поглощен рынком	$0,8 \leq K_1^{**} \leq 1$ $0,2 < K_1 < 0,8$ $0 \leq K_1 \leq 0,2$

Номер <i>n</i>	Показатель клиентов и внешней среды	Интегральный показатель обучения и развития K_n	
		условие	значение
2	Наличие эффективной обратной связи от клиентов	Налажена эффективная обратная связь от клиентов и она встроена в процесс постоянного совершенствования бизнес процессов	$0,8 \leq K_2^{**} \leq 1$
		Обратная связь от клиентов осуществляется, однако она не встроена в процесс постоянного совершенствования бизнес процессов	$0,2 < K_2^{**} < 0,8$
		Обратная связь от клиентов не осуществляется	$0 \leq K_2^{**} \leq 0,2$
3	Наличие эффективной связи с поставщиками	С поставщиками налажена эффективная партнерская связь, которая дает гарантии надежности и высокого качества поставок	$0,8 \leq K_3^{**} \leq 1$
		С поставщиками налажена связь, но она носит эпизодический характер и не дает гарантии надежности и высокого качества поставок	$0,2 < K_3^{**} < 0,8$
		С поставщиками обратная связь практически отсутствует	$0 \leq K_3^{**} \leq 0,2$
4	Отношения с местными органами власти (если применимо)	Имеются отлаженные связи с местными органами власти	$0,8 \leq K_4^{**} \leq 1$
		Связь с местными органами власти носит эпизодический и нестабильный характер	$0,2 < K_4^{**} < 0,8$
		Связь с местными органами власти отсутствует	$0 \leq K_4^{**} \leq 0,2$
5	Оценка K	Коэффициент K подсчитывается на базе трех либо четырех составляющих, в зависимости от того, важными ли для того или иного проекта являются отношения с местными органами власти. Если да, то K подсчитывается на базе всех четырех слагаемых, если нет, то на базе первых трех слагаемых	$K = (K_1 + K_2 + K_3 + K_4) / 4$ или $K = (K_1 + K_2 + K_3) / 3$

* – определяется, соответствуют ли мощности запросам рынка

** – определяется экспертным путем

Составлено автором по материалам исследования

Общая оценка сбалансированности проекта (СП) определяется по формуле:

$$СП = \Phi \cdot P \cdot K, \quad (1)$$

где Φ – интегральный финансовый показатель; P – интегральный показатель обучения и развития; K – интегральный показатель клиентов и внешней среды.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Предложенный фреймворк позволяет произвести экспресс-оценку готовности проекта к инвестированию – насколько проект может масштабироваться и развиваться, может ли он стать одним из системообразующих бизнесов региона. Фреймворк опирается не только и не столько на финансовые параметры проекта, как это часто бывает в рамках стандартных процедур анализа проекта, а его главной идеей является идея сбалансированной системы показателей и параметров проекта, которые анализируются на предварительной стадии подготовки проекта к инвестированию и служат основой для действий по совершенствованию параметров рассматриваемого проекта. При этом на первой стадии происходит интегральная оценка проекта. Если $СП < 0,3$, то проект требует доработки в той части, которая

наибольшим образом воздействовала на уменьшение общей оценки сбалансированности проекта. Как правило, это те показатели, которые получили наиболее низкую оценку.

Реализация предложенного фреймворка в деятельности консультанта по привлечению инвестиций в проекты среднего и малого бизнеса показала целесообразность и полезность его использования.

Предложенный фреймворк выявляет общий уровень сбалансированности проекта, показывает готовность проекта к финансированию, выявляет те стороны проекта, которые требуют доработки. При этом это касается не столько проекта, изложенного на бумаге, сколько реальных параметров бизнеса, который собирается акцептировать инвестиции. После коррекции соответствующих бизнес-процессов следует новый тур оценки, и после того, как общий уровень сбалансированности начинает превышать пороговое значение, переговоры о получении инвестиций вступают в решающую фазу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В консалтинговой деятельности, направленной на помощь клиенту в получении инвестиций для реализации проекта, целесообразно использовать предложенный автором фреймворк. Его целесообразно использовать не только для интегральной оценки того или иного проекта, но и для определения направлений развития проекта и бизнеса, на основе которого планируется его осуществление.

Предложенный фреймворк может быть модифицирован в дальнейшем. Главной отличительной особенностью этого фреймворка является концепция сбалансированности, которая предусматривает баланс между финансовыми составляющими проекта, а также клиентской составляющей и составляющей обучения и развития. Основными пользователями результатов и рекомендаций настоящего исследования могут стать консультанты, содействующие привлечению инвестиций в проекты малого и среднего бизнеса, предприниматели, занятые поисками инвесторов, а также сами инвесторы, ищущие приемлемые проекты для инвестирования.

Библиографический список

1. Гитман Л.Дж., Джонк М.Д. *Основы инвестирования*. Москва: Дело; 1999. 1008 с.
2. Кокшаров А.Р. Анализ состояния проектного управления в реалиях российского бизнеса. *Российское предпринимательство*. 2019;20(1):71–84. <https://doi.org/10.18334/rp.20.1.39717>
3. Мирзоян М.О. Развитие рынка услуг инвестиционного консультирования. *Российский внешнеэкономический вестник*. 2017;(11):110–124.
4. Есипов В.Е. *Экономическая оценка инвестиций*. СПб.: Вектор; 2006. 288 с.
5. Полковников А.В., Дубовик М.Ф. *Управление проектами. Полный курс MBA*. М: Олимп-Бизнес, 2018. 552 с.
6. Каплан Р. и Нортон Д. *Сбалансированная система показателей*. Пер. с англ. М. Павловой. М.: Олимп-бизнес; 2017. 320 с.

References

1. Gitman L., Jonk M. *Fundamentals of Investing*. Moscow: Delo; 1999. (In Russian).
2. Koshkarov A.R. Analysis of the state of project management in the realities of Russian business. *Rossiyskoe predprinimatelstvo*. 2019;20(1):71–84. <https://doi.org/10.18334/rp.20.1.39717>
3. Mirzoyan M.O. Development of the market of services of investment consultations. *Rossiiskii vnesheekonomicheskii vestnik = Russian Foreign Economic Journal*. 2017;(11):110–124.
4. Esipov V.E. Economic evaluation of investments. SPb.: Vector; 2006. (In Russian).
5. Polkovnikov A.V., Dubovik M.F. *Project management. Complete MBA course*. M: Olimp-Biznes; 2018. (In Russian).
6. Kaplan R. and Norton D. *Balanced scorecard*. Trans. from Eng. M. Pavlova. M.: Olimp-biznes; 2017. (In Russian).

Трансформация образовательного пространства под воздействием пандемии: благополучие студентов и преподавателей в системе высшего образования

Кожевникова Лариса Валерьевна

Канд. филос. наук, доц. каф. философии
ORCID: 0000-0001-6231-6869, e-mail: lakozhevnikova@yandex.ru

Старовойтова Ирина Евгеньевна

Канд. филос. наук, доц. каф. философии
ORCID: 0000-0002-8527-1840, e-mail: iestar1@mail.ru

Шишкова Анастасия Викторовна

Канд. филос. наук, доц. каф. философии
ORCID: 0000-0002-0904-6705, e-mail: avs.guu@gmail.com

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

В статье представлено исследование нескольких направлений трансформации образовательного пространства под воздействием пандемии COVID-19. В фокусе внимания находятся: когнитивное благополучие студента; тьюторская модель взаимодействия преподавателя и студента в цифровизирующемся образовательном пространстве; функционирование института академической мобильности в условиях пандемии и постпандемического мира. Когнитивное благополучие учащихся подразумевает овладение цифровой грамотностью при неукоснительном соблюдении норм цифровой этики. Тьютор в современном образовании играет роль не только разработчика индивидуальной образовательной траектории, но и контролера и воспитателя. Для успешного осуществления тьюторских функций профессорско-преподавательскому составу вузов необходимо дополнительное обучение. Основные тренды академической мобильности – внутренняя и виртуальная мобильности. Авторы пришли к выводу о необходимости адекватной инфраструктурной политики образовательных организаций и бюджетного финансирования неизбежных преобразований образовательного пространства. Результаты статьи могут быть использованы в дальнейших исследованиях проблем трансформации высшего образования, при разработке предложений и рекомендаций специалистам в области управления высшим образованием для использования в практической деятельности.

Ключевые слова

Цифровизация образования, дистанционное обучение, когнитивное благополучие, академическая мобильность, цифровое неравенство, цифровая этика

Для цитирования: Кожевникова Л.В., Старовойтова И.Е., Шишкова А.В. Трансформация образовательного пространства под воздействием пандемии: благополучие студентов и преподавателей в системе высшего образования // Вестник университета. 2022. № 9. С. 168–175.

© Кожевникова Л.В., Старовойтова И.Е., Шишкова А.В., 2022.

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



Transforming educational space under the impact of the pandemic: student and teacher well-being in higher education

Larisa V. Kozhevnikova

Cand. Sci. (Philos.), Assoc. Prof. at the Philosophy Department
ORCID: 0000-0001-6231-6869, e-mail: lakozhevnikova@yandex.ru

Irina E. Starovoytova

Cand. Sci. (Philos.), Assoc. Prof. at the Philosophy Department

Anastasiya V. Shishkova

Cand. Sci. (Philos.), Assoc. Prof. at the Philosophy Department
ORCID: 0000-0002-0904-6705, e-mail: avs.guu@gmail.com

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The article presents the study of some areas of educational space transformation under the COVID-19 pandemic influence. The focus of attention is on such problems as the cognitive well-being of the student, the tutor model of teacher-student relations in the digitalising educational space, the functioning of academic mobility institution in a pandemic and post-pandemic world. Cognitive well-being of students implies mastering digital literacy with strict adherence to the norms of digital ethics. A tutor in modern education plays the role of not only a developer of an individual educational trajectory, but also a controller and educator. For the successful implementation of tutoring functions, the teaching staff of universities needs additional training. The main trends in academic mobility are internal and virtual mobility. The authors conclude that educational organisations need for adequate infrastructural policy, and educational space – inevitable transformations in budget financing. The results of the article can be used in further research on the higher education transformation problems, in the development of proposals and recommendations for specialists in the of higher education management field for use in practice.

Keywords

Education digitalisation, distance learning, cognitive well-being, academic mobility, digital divide, digital ethics

For citation: Kozhevnikova L.V., Starovoytova I.E., Shishkova A.V. (2022) Transforming educational space under the impact of the pandemic: student and teacher well-being in higher education. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 168–175.



ВВЕДЕНИЕ

Цифровизация образования, глобальный тренд последних лет, серьезно ускорила свое развитие в условиях пандемии COVID-19. В связи с этим значительная часть современных исследований в области образования так или иначе обращается к анализу принесенных пандемией изменений. Так, проведенные EDUCAUSE Horizon (глобальный исследовательский проект, охватывающий около 200 стран и освещающий тренды, вызовы и новые технологии в сфере образования, ранее – The NMC Horizon; авторы этих докладов описывают самые важные разработки в области образовательных технологий, называют главные вызовы, затрудняющие внедрение новых технологий в образовательный процесс, и выделяют основные тренды, определяющие развитие современного образования – *примеч. авт.*) в 2020 и 2021 гг. исследования были сосредоточены на особенностях функционирования высшего образования в условиях пандемии и постпандемического мира. В отчетах за эти годы проанализировано более 130 различных технологий и практик, три из которых на протяжении нескольких лет называются экспертами в качестве ключевых. Это аналитика процесса обучения, открытые образовательные ресурсы и технологии искусственного интеллекта. Технологии адаптивного дизайна и технологии XR (AR/VR/MR/Haptic), встречающиеся в отчетах вплоть до 2020 г., в 2021 г., уступили место онлайн-обучению, а также смешанным и гибридным моделям построения курсов. Это логичные изменения – смешанное и гибридное обучение продолжают начатую в 2020 г. тему дизайна образовательных программ, а онлайн-обучение, вступившее в фазу взрывного роста в пандемию, несомненно, будет играть важную роль и в постпандемическом высшем образовании.

Представляется, что сквозная тема, проходящая через все наблюдаемые тенденции – это трансформация общественного представления о целях и ценностях, задачах и роли системы высшего образования в современном мире в контексте двух интенсифицирующихся процессов: расширения сферы дистанционного обучения и обострения цифрового неравенства. Данные процессы требуют от всех акторов системы образования повышения уровня информационной культуры, в частности, обретения высокого уровня цифровой грамотности и компетентности.

Именно цифровая грамотность является одним из важнейших факторов, определяющих степень успешной интегрированности студента и преподавателя в современную образовательную среду, а также способствующих преодолению цифрового разрыва, под которым мы понимаем даже не столько разницу в уровне доступа к технологиям, сколько разрыв между уровнем владения этими технологиями и различия в получаемых от технологий благах. Таким образом, в фокусе внимания настоящего исследования находятся такие проблемы, как когнитивное благополучие студента и развитие одной из новых моделей отношений между преподавателями и студентами – тьюторской модели – в цифровизирующемся образовательном пространстве.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объект исследования – основные тренды трансформации образования под воздействием вызовов цифровизации и пандемии COVID-19.

Предметом исследования являются некоторые аспекты информационной культуры студентов и преподавателей (цифровая грамотность, когнитивное благополучие студентов и преподавателей в рамках тьюторской модели взаимодействия) в условиях динамичной трансформации образовательного пространства.

Цель исследования – разработка рекомендаций и мер, направленных на повышение информационной культуры и качества образования в условиях трансформации образовательного пространства вуза. Образовательная среда вуза изменяется под воздействием природных и техногенных факторов, и вызовы, с которыми столкнулось образование в последние два года, нуждаются в теоретическом осмыслении.

При подготовке статьи использовались метод анализа вторичных источников, проводился социологический опрос студентов.

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

ПРОБЛЕМА КОГНИТИВНОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ СТУДЕНТОВ

Авторам статьи представляется, что цифровая грамотность является одной из важных составляющих когнитивного благополучия современных учащихся. Когнитивное благополучие – психологическое, когнитивное, социальное и физическое функционирование и возможности, которые необходимы

обучающимся для счастливой и полноценной жизни. Когнитивное благополучие учащихся подразумевает овладение определенными навыками, необходимыми для полноценной жизни в современном обществе – для эффективного обучения в течение всей жизни, успешного решения профессиональных задач, участия в деятельности гражданского общества. В число этих навыков входят умение студентов использовать академические знания для решения проблем самостоятельно или в сотрудничестве с другими, а также критическое мышление и способность рассматривать идеи с различных точек зрения [1].

В 2015 г. исследователи оценивали навыки по таким областям компетентности, как чтение, математика, совместное решение проблем, финансовая грамотность, а особое внимание уделялось научной грамотности. В 2018 г. к этим областям в качестве центральной на указанный период времени добавилась оценка способности учащихся рассматривать глобальные проблемы и учитывать специфику культурного разнообразия.

Научная грамотность определяется как способность заниматься вопросами, связанными с наукой и ее идеями в качестве рефлексирующего гражданина. Академически грамотный человек готов участвовать в аргументированном обсуждении проблемных научно-технических вопросов, что требует умения объяснять явления с научной точки зрения, оценивать и разрабатывать программы исследований, анализировать различные факты и интерпретировать научные данные [1].

Кроме того, цифровизация образовательного пространства требует развития новых навыков работы с большими объемами входящей информации, в том числе с использованием новых инструментов и технологий. При этом формирование информационной культуры молодежи зачастую происходит хаотично, и уже в университете могут выявляться определенные пробелы в информационных компетенциях. К сожалению, современные образовательные организации все чаще сталкиваются с тем, что получать высшее образование приходят отстающие от своих сверстников обучающиеся, поскольку цифровой разрыв начинает проявляться на этапе получения среднего образования. С увеличением объема дистанционного обучения разрыв продолжает нарастать между обладателями цифровых преимуществ и теми, кто с трудом получает доступ к базовым устройствам и сетевым ресурсам [2].

Проведенное авторами в 2019–2020 гг. социологическое исследование [3] показало, что информационная культура студентов является недостаточно развитой в области поиска, организации и хранения учебной информации. Необходимо повышение их цифровой грамотности в результате участия вуза в процессе формирования информационной культуры студентов. Кроме того, большая часть студентов осведомлена об основных проблемах информационной безопасности, но недооценивает риски цифровизации образовательной среды вуза: сохранность личных данных и нарушение коммуникационной приватности, асимметричное распределение информации и цифровую дискриминацию.

Помимо общих проблем цифровой грамотности, серьезного внимания требует изучение ценностных ориентаций учащихся, этических аспектов их поведения и норм безопасности в цифровом образовательном пространстве.

Информационная этика рассматривает аксиологическое содержание и нравственные характеристики коммуникативных особенностей в образовательном пространстве, связанные с процессом создания, контроля и доступа к информации [4–6]. Такие особенности цифрового пространства, как глобальность, анонимность, доступность, интерактивность, порождают множество этических проблем, вытекающих из противоречия между технологическим развитием и нравственностью. В основе информационной этики образовательного пространства вуза фундаментальные академические ценности: честность, доверие, справедливость, уважение и ответственность, которые определяют принципы и правила поведения преподавателей и учащихся. От того, в какой мере эти ценности находят воплощение в стратегии и политике высшего учебного заведения и получают поддержку со стороны преподавателей и учащихся, зависят качество обучения, академическая атмосфера вуза и его развитие.

Среди множества практик неэтичного поведения учащихся, например, таких как использование шпаргалок во время экзамена, списывание у другого студента, в студенческих работах больше всего распространен плагиат. При этом сами студенты не считают, что использование информации с различных интернет-сайтов без ссылок считается плагиатом. Одной из разновидностей плагиата является цифровой копипаст – способ создания текста копированием чужого текста в свой, или чужое произведение, опубликованное под своим именем. Причины часто кроются в отсутствии знаний элементарных правил цитирования, а также страхе и неуверенности в своих силах в области написания текстов.

Обозначенные этические проблемы в образовательном пространстве вуза должны рассматриваться и решаться системно в рамках информационной культуры академического сообщества и информационного общества в целом.

НОВАЯ МОДЕЛЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ СО СТУДЕНТАМИ

Индивидуализация образования и рост инклюзии рождает спрос на новую профессию – разработчик образовательных траекторий, тьютор, или архитектор виртуальной реальности. Предназначение тьютора – разработка индивидуальных образовательных программ учащихся и сопровождение процесса дистанционного образования [7].

Дефицит информационно-образовательной среды, цифровая некомпетентность обучающегося негативно влияют на результативность обучения. Студентам, обучающимся с использованием цифровых дистанционных технологий, для планирования учебного времени, целеполагания, выбора методов и направлений обучения нужен помощник – тьютор. Однако деятельность тьютора не сводится, на наш взгляд, к разработке индивидуальной образовательной траектории и функции «проводника» по извилистым дорогам образования. Тьютор – человек, который призван своевременно распознать, выявить способности и возможности обучающегося для оптимального развития личности будущего бакалавра или магистра.

Участники образовательного процесса являются не только непосредственными участниками внедрения высоких технологий в образование, но и заложниками научно-технического прогресса. Современные технологии все более сужают жизненное пространство обучающегося и обучающего. Происходит дегуманизация пространства образования. Развитие интеллекта, нравственное воспитание, развитие творческого потенциала личности оказываются под угрозой. Тьютор – человек на страже вышеперечисленных гуманитарных ценностей.

Основной функцией тьютора, конечно, является создание и проектирование информационно-образовательной среды. Под информационно-образовательной средой дистанционного обучения понимается «совокупность учебных материалов, средств их разработки, хранения, передачи и доступа к ним, предназначенная для дистанционного обучения» [8].

Информационно-образовательную среду дистанционного обучения сегодня составляют следующие формы организации учебного процесса:

- e-Learning – обучение с помощью интернет-ресурсов;
- m-learning – обучение с помощью мобильных устройств с целью обеспечения справочной литературой;
- использование Skype для дистанционного обучения;
- использование открытых электронных образовательных ресурсов и Microsoft Excel – для организации открытого учета знаний и создания виртуальных групп на облаке;
- гайденс-сопровождение (guidance) – разработка информационных ресурсов на облаке и системы педагогического сопровождения, направленной на поддержку личности: информирование, консультирование, сбор информации, очные и онлайн-беседы [9].

Очевидно, что содержание тьюторской деятельности в дистанционном обучении состоит не только в создании качественного учебно-методического контента по предмету, интерактивного, избыточного, целостного и практико-ориентированного. Тьютор помогает обучающемуся организовать процесс самообучения. Тьютору приходится также решать вопросы контроля успеваемости и качества усвоения обучающимися учебного материала в процессе обучения; проводить индивидуальные и групповые тьюторские консультации; создавать комфортные психологические условия обучения, межличностного взаимодействия, создавать предпосылки для рефлексии; способствовать развитию личности обучающегося.

Опыт вынужденного перехода образования к дистанционным формам показал, что для коммуникации с коллегами и студентами, для создания качественного цифрового контента, который можно эффективно использовать в образовательном процессе, для успешного осуществления тьюторских функций профессорско-преподавательскому составу вузов необходимо дополнительное обучение, повышение квалификации. Для обеспечения технической и организационной стороны дистанционного образовательного процесса вуз остро нуждается в большом количестве высококвалифицированных специалистов в области программирования и системного администрирования.

ТРАНСФОРМАЦИИ ИНСТИТУТА АКАДЕМИЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ

Еще одним фактором, влияющим на благополучие студентов, преподавателей и ученых, является возможность участия в системе академической мобильности. Под академической мобильностью понимают ограниченный период обучения, преподавания и/или исследования в стране, резидентом которой студент или академический сотрудник не является. После завершения периода должен обязательно вернуться в свою страну [10].

Функционирование института академической мобильности в условиях пандемии и постпандемического мира также претерпевает определенные изменения.

С одной стороны, в условиях интеграции государств и народов во всех сферах жизни общества, в условиях открытия реальных и виртуальных границ студенты получили возможность получить образование, гарантирующее последующее трудоустройство, а национальные вузы приобрели сильных конкурентов в лице брендовых вузов Европы и США. Повышение профессиональной квалификации и поддержание научного «тонуса» также невозможны без активных контактов ученого с наукой и образованием других стран, и академическая мобильность сейчас является залогом научной результативности. С другой стороны, пандемия способствовала закрытию границ и снижению числа рабочих поездок. Кроме того, мы видим рост антиглобалистских настроений, выражающийся в виде выхода ряда стран из международных организаций и соглашений, создании более сильных барьеров для иммиграции, обострении межстрановых и межнациональных конфликтов [2] и сталкиваемся с необходимостью трансформации политики образовательных организаций с целью сохранения традиций открытого и свободного обмена идеями и международного сотрудничества.

В настоящее время российская система международной академической мобильности основана главным образом на системе государственной поддержки, так как уже некоторое время наблюдается сокращение академических и образовательных контактов российских ученых с зарубежными партнерами из-за уменьшения внимания и финансирования российскими университетами и научными центрами из-за санкций последних семи лет [11]. Данные факторы в совокупности с влиянием пандемии привели к тому, что основными направлениями стали внутренняя и виртуальная мобильности.

В каждом из восьми федеральных округов Российской Федерации в федеральных, научно-исследовательских и опорных университетах имеется потенциал для сетевого обмена опытом. Организованы центры коллективного пользования уникальным оборудованием, осуществляются межвузовские научные и образовательные проекты, известные ученые привлекаются к преподавательской работе в этих вузах, организуются стажировки. Все это не только способствует оптимизации использования научно-исследовательского потенциала страны, но и уменьшает отставание региональных вузов.

Одним из трендов последнего времени можно назвать гибридные формы академической мобильности: сочетание физической и сетевой мобильности. В ситуации, связанной с пандемией COVID-19, возможно, именно виртуальной мобильности уделяется необычно большое внимание. Виртуальная форма мобильности, в первую очередь массовые открытые онлайн-курсы (МООК), представляет собой движение информации, цифровых потоков, формирование каналов коммуникации в информационно-образовательной среде с помощью новейших технологий. Высокий уровень инклюзии – важная позитивная особенность виртуальной академической мобильности. Однако активному развитию международной виртуальной академической мобильности препятствует ряд факторов: недостаточность материально-технической базы и нехватка кадров для реализации виртуальных форм обучения; языковой барьер; нормативно-правовой вопрос – признание международных дипломов, полученных в результате дистанционного и сетевого обучения, работодателем и заинтересованными организациями [12].

ДИСКУССИЯ

Повышая инклюзивность образования, дистанционные технологии дают доступ к образовательным услугам тем людям, которые в силу различных причин, ранее были этого доступа лишены, и таким образом, с одной стороны, способствуют сокращению цифрового разрыва и уменьшению неравенства. С другой стороны, проблема цифрового неравенства заключается не только в наличии или отсутствии доступа к различным сетевым ресурсам, но и в уровне цифровой грамотности, а также в объеме благ, получаемых пользователями онлайн-ресурсов. Кроме того, в некоторых случаях дистанционные технологии приводят к уменьшению или даже замене традиционного очного обучения, что при отсутствии должного

контроля и давления коммерциализации порождает риск превращения образования в имитационный институт, своего рода образовательный симулякр. Вкупе с требующимися для полноценного открытого дистанционного обучения самодисциплиной и высокой мотивацией такая ситуация может привести не к всеобщему просвещению на уровне высшей школы, а к увеличившейся сегрегации между «элитами» и «низями» – теми, кто может позволить себе дорогостоящее обучение в традиционном очном формате (в престижных вузах, с частными преподавателями, в малых группах и т.д.), и теми, кто вынужден полагаться только на самообучение на открытых платформах, которое также сопряжено с преодолением некоторых барьеров, или дистанционное обучение в оставшихся после процесса оптимизации системы высшего образования отечественных вузах.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мерами, которые могли бы препятствовать укреплению цифрового барьера, является адекватная инфраструктурная политика образовательных организаций, направленная на предоставление доступа к новым технологиям для тех, кто был лишен такой возможности, и повышение цифровой грамотности и компетентности студентов для того, чтобы каждый из обучающихся, независимо от своего бэкграунда, мог в равной степени воспользоваться благами цифрового мира.

Формирование навыков, необходимых для благополучной жизни, продолжается в организациях среднего профессионального и высшего образования, поэтому комплексное внимание к когнитивному аспекту благополучия обучающихся и преподавателей должно быть частью культуры образовательного пространства, а одна из главных составляющих когнитивного благополучия, цифровая грамотность, находится в фокусе пристального внимания всех участников образовательного процесса.

Препятствия на пути академической мобильности (внешнеполитические, социально-экономические, социокультурные, природные) ведут к риску потери наиболее талантливых российских студентов и преподавателей для отечественной экономики и науки, а также к профессиональной деградации оставшихся в стране преподавателей и ученых.

Ценности цифровой этики должны находить воплощение в стратегии и политике высшего учебного заведения и получать поддержку со стороны преподавателей и учащихся, от этого зависят академическая атмосфера вуза и его развитие.

Библиографический список

1. OECD. *PISA 2015 Results (Volume III): Students' Well-Being*. Paris: PISA, OECD Publ.; 2017. <https://doi.org/10.1787/9789264273856-en>
2. Pelletier K. et al. *EDUCAUSE Horizon Report: Teaching and Learning Edition*. Boulder, CO: EDUCAUSE; 2021. <https://bit.ly/3LStgW0> (accessed 08.06.2022).
3. Iatsenko O., Shishkova A., Starovoytova I., Kozhevnikova L. (2019). Information technology and ethics in the educational space. In: *Bataev D.K.S. et al. (eds.). Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism. Vol 76. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. Future Academy; 2019. P. 1798–1806. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.12.04.242>
4. Асеева И.А. Этические вызовы цифровой эпохи. *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент*. 2019;9(3):202–212.
5. Еременко Т.В., Меркулова О.Г. *Информационно-этические ситуации в научной деятельности вуза: учеб.-метод. пособие*. Рязань: Ряз. гос. ун-т имени С.А. Есенина; 2016. 80 с.
6. Толстикова И.И. Информационная этика современного общества. *Культура и технологии: электронный мультимедийный журнал*. 2018;3(3):58–64. <https://doi.org/10.17586/2587-800X-2018-3-3-58-64>
7. Челнокова Е.А., Набиев Р.Д. Внедрение тьюторской деятельности в образовательное пространство высшего учебного заведения. *Вестник Мининского университета*. 2014;(4). <https://vestnik.mininuniver.ru/jour/article/view/559> (дата обращения: 01.06.2022).
8. Маркелова Ю.И. Роль тьютора в системе дистанционного обучения. *Известия вузов. Серия: Гуманитарные науки*. 2013;4(3):198–201.
9. Авадаева И.В., Анисимова-Ткалич С.К., Везетну Е.В., Вовк Е.В., Голденева В.С., Гребенникова В.М. и др. *Методологические основы формирования современной цифровой образовательной среды: монография*. Нижний Новгород: НПО «Профессиональная наука»; 2018. <http://scipro.ru/conf/monographeducation-1.pdf> (дата обращения: 17.06.2022).

10. Певная М.В., Калинина А.Н. Академическая мобильность как объект исследований в контексте понимания нелинейности высшего образования в России. *Вестник Сургутского государственного педагогического университета*. 2016;41:73–81.
11. Рязанцев С.В., Ростовская Т.К., Skorobogatova V.I., Bezverbnyy V.A. Международная академическая мобильность в России. Тенденции, виды, государственное стимулирование. *Экономика региона*. 2019;15(2):420–435. <https://doi.org/10.17059/2019-2-9>
12. Ковба Е.Г., Грибовод Д.М. Международная академическая мобильность сквозь призму теории «мягкой силы». *Образование и наука*. 2019;21(10):9–31. <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2019-10-9-31>

Reference

1. OECD. *PISA 2015 Results (Volume III): Students' Well-Being*. Paris: PISA, OECD Publ.; 2017. <https://doi.org/10.1787/9789264273856-en>
2. Pelletier K. et al. *EDUCAUSE Horizon Report: Teaching and Learning Edition*. Boulder, CO: EDUCAUSE; 2021. <https://bit.ly/3LStgW0> (accessed 08.06.2022).
3. Iatsenko O., Shishkova A., Starovoytova I., Kozhevnikova L. (2019). Information technology and ethics in the educational space. In: Bataev D.K.S. et al. (eds.). *Social and Cultural Transformations in the Context of Modern Globalism. Vol 76. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. Future Academy; 2019. P. 1798–1806. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2019.12.04.242>
4. Aseeva I.A. Ethical challenges of the digital age. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment – Proceedings of the SouthWest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2019;9(3):202–212.
5. Eremenko T.V., Merkulova O.G. *Information and ethical situations in the scientific activity of the university: training manual*. Ryazan: S.A. Yesenin Ryazan State University; 2016. 80 p. (In Russian).
6. Tolstikova I.I. Information ethics of modern society. *International Culture & Technology Studies: Online Multimedia Journal*. 2018;3(3):58–64. <https://doi.org/10.17586/2587-800X-2018-3-3-58-64>
7. Chelnokova E.A., Nabiev R.D. Implementing of activities tutoring in the educational space of higher educational institutions. *Vestnik of Minin University*. 2014;(4). <https://vestnik.mininuniver.ru/jour/article/view/559> (available 01.06.2022).
8. Markelova Yu.I. The role of a tutor in the system of distance learning. *Izvestiya vuzov. Seriya: Gumanitarnye nauki*. 2013;4(3):198–201.
9. Avadaeva I.V., Anisimova-Tkalich S.K., Vezetiu E.V., Vovk E.V., Goldenova V.S., Grebennikova V.M. et al. *Methodological foundations for the formation of a modern digital educational environment: monograph*. Nizhny Novgorod: Professional Science; 2018. <http://scipro.ru/conf/monographeeducation-1.pdf> (accessed 17.06.2022) (in Russian).
10. Pevnaya M.V., Kalinina A.N. Academic mobility as a target of research in the context of nonlinear Russian higher education. *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – The Surgut State Pedagogical University Bulletin*. 2016;41:73–81.
11. Ryazantsev S.V., Rostovskaya T.K., Skorobogatova V.I., Bezverbny V.A. International academic mobility in Russia. Trends, types, state stimulation. *Economy of the region*. 2019;15(2):420–435. <https://doi.org/10.17059/2019-2-9>
12. Kovba E.G., Gribovod D.M. International academic mobility through the prism of soft power theory. *The Education and Science Journal*. 2019;21(10):9–31. <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2019-10-9-31>

Проблемы политической коммуникации с молодежью в социальных сетях

Комарова Анна Алексеевна

Канд. социол. наук, доц. каф. рекламы и связей с общественностью
ORCID: 0000-0001-7727-1296, e-mail: Komarova_a@inbox.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

Статья посвящена выявлению проблем коммуникации между современными политиками и молодежью и исследованию эффективной коммуникации молодежи с лидерами мнений. Исследуются каналы информации, с помощью которых современная молодежь узнает актуальные политические новости. В ходе исследования было важно выяснить не только, какие каналы связи и информации влияют на формирование политических мнений современной молодежи, но и как молодые люди участвуют в публичном обсуждении актуальных проблем, с помощью каких онлайн-ресурсов транслируют свою точку зрения. Для создания эффективной коммуникации с молодежной аудиторией, в том числе в сфере политических тем, следует обратить внимание на то, как формируют свой контент, ведут коммуникацию, доносят информацию медийные личности, которые привлекательны для молодежи и которые могут формировать настроения и ориентации современных молодых людей.

Ключевые слова

Медиапотребление, молодежь, политика, социальные сети, информация, коммуникация, каналы коммуникации

Благодарность. Работа выполнена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований и АНО «Экспертный институт социальных исследований» в рамках научного проекта № 20-011-33052.

Для цитирования: Комарова А.А. Проблемы политической коммуникации с молодежью в социальных сетях // Вестник университета. 2022. № 9. С. 176–182.

Challenges of political communication with young people on social media

Anna A. Komarova

Cand. Sci. (Sociol.), Assoc. Prof. at the Advertising and Public Relations Department
ORCID: 0000-0001-7727-1296, e-mail: Komarova_a@inbox.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The article is devoted to the identification of problems in communication between modern politicians and youth and the study of effective communication between youth and opinion leaders. The information channels through which modern youth learns current political news were investigated. In the course of the study, it was important to find out not only which communication and information channels influence the formation of political opinions of modern youth, but also how young people participate in public discussion of topical issues, with the help of which online resources they broadcast their point of view. In order to create effective communication with the youth audience, including in the field of political topics, attention should be paid to how media personalities who are attractive to young people and who can shape the moods and orientations of modern young people form their content, how they communicate, how they convey information.

Keywords

Media consumption, youth, politics, social networks, information

Acknowledgements. The study was funded by the Russian Foundation for Basic Research and the Expert Institute for Social Research within the research project No. 20-011-33052.

For citation: Komarova A.A. (2022) Challenges of political communication with young people on social media. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 176–182.

ВВЕДЕНИЕ

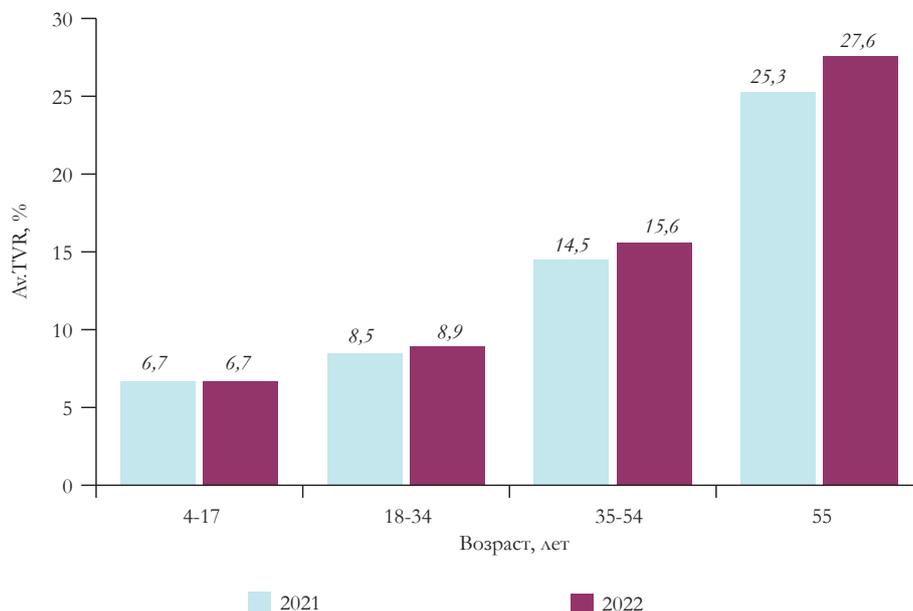
На текущем этапе общественного развития российское общество сталкивается с множеством вызовов – один из них – это отсутствие полноценной коммуникации между действующей властью и молодежью. Традиционно молодежь представляет собой активную часть населения, влияющую на ценности, нормы и политический дискурс [1]. Современные исследования медиапотребления показывают, что телевизионная аудитория стареет, а доля молодежи, которая не использует этот вид медиа для получения информации, растет. Однако на фоне сохраняющегося двукратного роста интереса к новостям, мы видим даже большую вовлеченность молодежи в телевизионное потребление. С 24 февраля 2022 г. наблюдается рост интереса к новостям во всех медиаканалах. Помимо роста аудитории площадок информационной направленности, наблюдается рост использования социальных сетей, на которые приходится значимая часть потребления контента. Увеличилось как общее количество ежедневных посетителей, так и время использования соцсетей. Показатели растут во всех возрастных группах [2] (рис. 1).

© Komarova A.A., 2022.

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



Эти флуктуации вызваны началом специальной военной операции на Украине и в целом не сильно искажают тенденцию к росту интернет-потребления новостей. Интерес молодежной аудитории к телевидению вырос не настолько существенно, чтобы потерялась актуальность своевременного донесения ключевой политической информации до аудитории в сеть «Интернет». (рис.1).



Источник: [2]

Рис. 1. Рейтинг Av.TVR по возрастным группам

Сейчас, если политик не имеет своего аккаунта (необязательно, чтобы он вел его лично), то он иногда отсутствует в поле восприятия молодежи – подрастающее поколение в прямом смысле не знает, кто эти люди. Информация от топовых политиков может доходить с большими искажениями, ведь и журналисты, и коммуникационные площадки зачастую имеют собственную редакционную политику и свою интерпретацию происходящих событий.

МЕТОДЫ

Данные, изложенные в статье, получены в ходе социологического исследования «Политические лидеры и молодежь». В исследовании приняли участие 440 респондентов в возрасте от 15 до 29 лет, проживающих постоянно (не менее 6 месяцев) в Москве. Из них мужчин и женщин поровну (50 %, по 220 человек из каждой группы). Респонденты были разделены на три возрастные группы: 15–19 лет (132 чел., 30 %), 20–24 года (123 чел., 28 %), 25–29 лет (185 чел., 42 %). Выборка квотная, репрезентативная [3]. Основу исследования составил Internet Searching в социальных сетях.

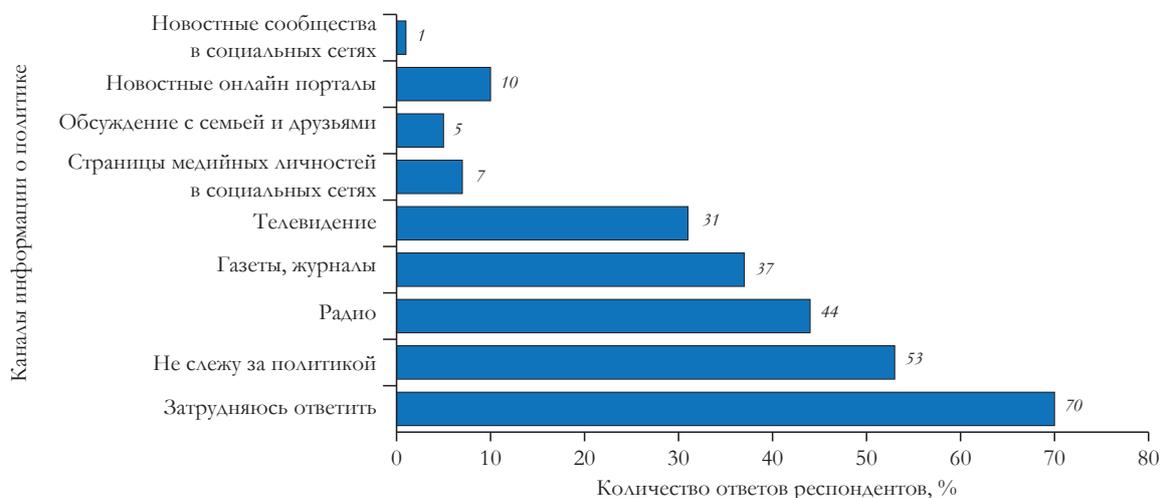
ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Каналы информации, через которые современная молодежь узнает актуальные политические новости и с помощью которых формируются политические ориентации – один из важных разделов настоящего исследования.

Формирование политических ориентаций современной молодежи происходит через новостные сообщества в социальных сетях (70 %), новостные онлайн-порталы (53 %), обсуждения с близким окружением (44 %), страницы медийных личностей в социальных сетях (37 %), а также телевидение (31 %). По полу распределение практически равномерное: женщины, по сравнению с мужчинами, отдают большее предпочтение газетам, журналам и радио, чтобы узнавать актуальные политические новости (рис. 2).

Для более подробного анализа респонденты были поделены на два сегмента – интересующиеся политикой и не интересующиеся. Большинство опрошенных, которые интересуются политикой, получают актуальную информацию благодаря страницам медийных личностей в соцсетях (72 %), новостным онлайн-порталам (68 %), новостным сообществам в соцсетях (60 %), радио (64 %). Таким образом, основные каналы связи, при помощи которых современная молодежь узнает об актуальных политических

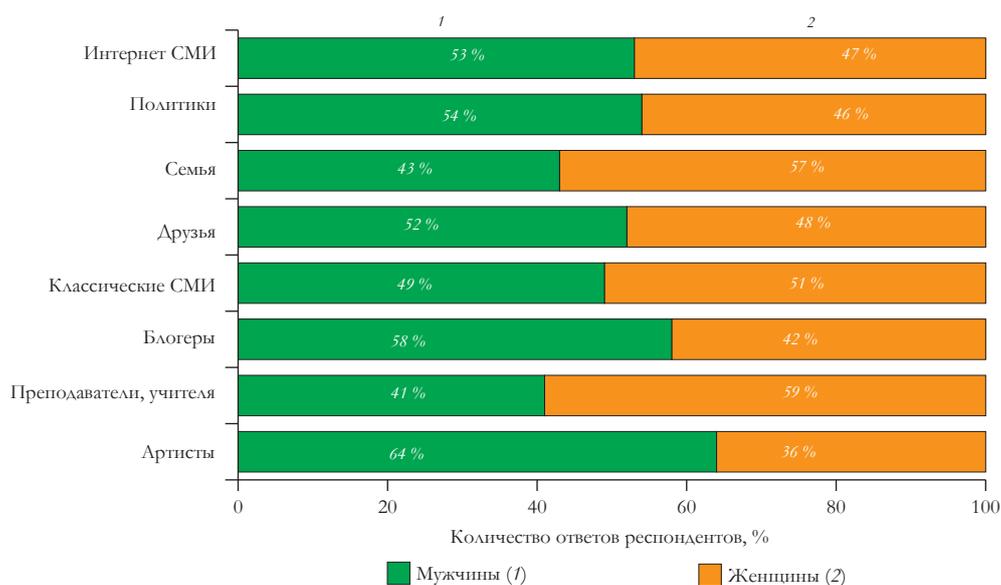
новостях – онлайн-ресурсы. Особое внимание при создании эффективного новостного контента стоит обратить на страницы медийных личностей в социальных сетях, так как большинство молодых людей прислушиваются к мнению известных блогеров, являются их подписчиками, комментируют их публикации. Поэтому необходимо рассмотреть способ и стиль подачи информации, в том числе и на политические темы, в социальных сетях известных персоналий.



Составлено по материалам исследования

Рис.2. Результаты ответа респондентов на вопрос: «При помощи каких каналов информации Вы узнаете актуальные политические новости?»

Судя по ответам большинства опрошенных, они получают информацию о следующих политиках по интернет-ресурсам: В.В. Путин, С.К. Шойгу, Д.А. Медведев, М.В. Мишустин, Д.С. Песков, С.В. Лавров, Э.С. Набиуллина, А.Р. Роттенберг, С.С. Собянин, В.В. Жириновский, А.А. Навальный, С.И. Фургал, П.Н. Грудинин, С.М. Миронов; либо вообще никогда не слышали об этих политиках: А.Э. Вайно, С.В. Кириенко, И.И. Сечин, В.В. Володин, А.Г. Силуанов, А.В. Бортников, Ю.В. Ковальчук, С.В. Чemezov, Н.П. Патрушев, А.Р. Белоусов, А.Б. Миллер, Г.О. Греф, С.В. Авксентьева, А.Г. Нечаев, Н.И. Рыбаков, А.А. Панфилов, П.О. Толстой. Большинство предпочитающих использовать интернет-ресурсы для получения информации о перечисленных в списке политиках – мужчины, лица, в возрасте от 25 до 29 лет, и те, кто интересуется политикой. На политические ориентации современной молодежи в наибольшей степени влияют интернет-СМИ (45% от всей выборки опрошенных); политики (35%); семья (26%); друзья (24%); классические СМИ (16%); блогеры (15%) (см. рис. 3).



Составлено по материалам исследования

Рис. 3. Результаты ответа респондентов на вопрос: «Как вы считаете, кто может влиять на ваши политические ориентации?»

В ходе исследования было важно выяснить не только какие каналы связи и информации влияют на формирование политических мнений современной молодежи, но и как молодые люди участвуют в публичном обсуждении актуальных проблем, с помощью каких онлайн-ресурсов транслируют свою точку зрения (вопрос многоответный).

Топ-5 в списке активностей занимают следующие категории ответов: подписан на Youtube-канал(ы) о политике (41 %); мониторию Instagram-аккаунт(ы) о политике (41 %); мониторию сообщества «ВКонтакте» о политике (38 %); мониторию Twitter-аккаунты о политике (14 %); мониторию сообщества в Facebook о политике (12 %).

Абсолютное большинство опрошенных (от 69 % до 89 %), независимо от пола, возраста, образовательного статуса и интереса к политике ответили, что медийные личности могут успешно формировать и транслировать на большую аудиторию политические взгляды и убеждения. По полу и возрасту сложно определить тенденцию выбора той или иной медийной личности в качестве авторитета мнения.

Среди тех, кто интересуется политикой, независимо от пола и возраста, были выявлены следующие топ 3 лидеров мнений в интернет-среде: Илья Варламов (81%), Владимир Познер (79%), Яна Троянова (77%). Для создания эффективной коммуникации с молодежной аудиторией, в том числе в сфере политических тем, следует обратить внимание на то, как формируют свой контент, как ведут коммуникацию, как доносят информацию медийные личности, которые привлекательны для молодежи и которые могут формировать настроения и ориентации современных молодых людей.

Социально-психологические барьеры в коммуникации между политиком и молодежной аудиторией – важная составляющая успешного и эффективного общения и трансляции политических взглядов и убеждений.

Большинство опрошенных молодых людей (88 %, 385 чел.) заявили, что в современном мире существуют проблемы коммуникации политических деятелей с молодежной аудиторией. Среди тех, кто считает, что проблемы есть, большинство респондентов – мужчины (52 %); лица в возрасте от 25 до 29 лет (39 %); опрошенные с высшим образованием (71 %) и те, кто активно интересуется политикой (58 %). Судя по средним значениям, лидируют следующие барьеры: статусный/денежный, ценностный, возрастной, культурный, медийный. Стоит отметить, что средние значения колеблются от 3-х и более баллов (по 5-балльной шкале), что означает выраженность всех семи барьеров. Обозначались также гендерные и языковые барьеры. Если рассмотреть оценку барьеров коммуникации по самому высокому среднему значению в группе респондентов, то лидируют следующие барьеры: статусный и денежный барьер – в группе «всего» и у женщин; медийный барьер – у лиц в возрасте от 20 до 24 лет и у тех, кто не интересуется политикой; ценностный барьер – у мужчин, лиц в возрасте от 15 до 19 лет и от 25 до 29 лет, а также у тех, кто интересуется политикой.

Ярко выраженный статусный/денежный барьер между политиками и молодежной аудиторией – объективная закономерность. Опрошенные молодые люди не обладают теми благами, властью и денежными средствами, которые имеют политические деятели, чиновники. Более того, даже при достижении более зрелого возраста и продвижении по карьерной лестнице, меньшинство респондентов в будущем сможет достигнуть стабильного положения и достойного семейного дохода, чтобы как-то сократить разрыв и нивелировать статусный и денежный барьер.

Из представленного списка социально-психологических барьеров можно попытаться сократить коммуникативный разрыв между политическими деятелями и современной молодежью по ценностному, возрастному, культурному и медийному барьерам. Необходимо постоянно изучать изменения в ценностных ориентациях современной молодежи. Нужно принять во внимание, что если молодежь в своей жизнедеятельности не ставит по степени важности на первые места стабильность в стране, экономическое и политическое благополучие, то на такую аудиторию очень сложно воздействовать для формирования каких-либо политических взглядов [4].

Абсолютное большинство опрошенных (от 69 % до 89 %) независимо от пола, возраста, образовательного статуса и интереса к политике ответили, что медийные личности могут успешно формировать и транслировать на большую аудиторию политические взгляды и убеждения. Среди тех, кто считает, что медийные личности могут формировать и транслировать на большую аудиторию политические взгляды и убеждения (79 %, 350 чел.), большинство – мужчины (55 %); лица в возрасте от 25 до 29 лет (40 %); опрошенные с высшим образованием (71 %); молодые люди, интересующиеся политикой (60%). Современные исследования политических коммуникаций подтверждают полученные результаты.

Например выведено два постулата коммуникации:

- блогинг объективно стал средством трансляции общественно значимых смыслов;
- политический дискурс будет все больше зависеть от целенаправленного генерирования определенной информации лидерами общественного мнения [5].

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Дискуссия относительно каналов коммуникации с молодежью не нова – на эту тему защищено достаточно большое количество диссертационных исследований, написано много научных статей. Однако следует отметить, что подобного рода исследования очень быстро устаревают, за последние 5 лет произошли кардинальные сдвиги в использовании цифровых технологий и выросло поколение, практически «с нуля» лет использующее гаджеты, соответственно изменилась и структура молодежи, и ее социально-психологические свойства и привычные ей способы коммуникации. Например, новое поколение использует мемы как способ коммуникации. Существенно выросла роль социальных сетей и вовлеченность молодежи в использование смартфонов в качестве основного источника информации. В настоящий момент исследований, посвященных эффективной политической коммуникации в молодежной онлайн-среде, не так много, хотя есть действующая потребность [6].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, большинство опрошенных (84%, 371 чел.) независимо от пола, возраста, образовательного статуса и интереса к политике подписаны на различные интернет-каналы и в основном мониторят опубликованную информацию о политиках, а не создают свой контент. Статистически значимое различие было выявлено только между мужчинами и женщинами: женщины чаще чем мужчины подписываются на интернет-каналы/страницы известных политических личностей и отслеживают информацию ($p = 0,005$). Фактически, они являются более пассивными интернет-пользователями.

Из тех, кто подписан на различные интернет-каналы и активно участвует в публичном обсуждении актуальных проблем ($n = 371$), большинство опрошенных – женщины (54%); лица в возрасте от 25 до 29 лет (41%); имеющие высшее образование (72%) и интересующиеся политикой (53%).

При подготовке материалов мы столкнулись с серьезными социально-политическими изменениями в стране, в результате которых, в частности, 14 марта в России была заблокирована одна из наиболее популярных социальных сетей – Instagram. Ранее на нее приходилось 15–20% всего потребления социальных сетей. Аудитория частично перераспределилась на другие ресурсы, однако блокировка Instagram сказалась на общем объеме использования такого типа площадок – время, затрачиваемое на них средним жителем России, сократилось. Произшедшая ранее блокировка Facebook не оказала такого влияния на общие показатели. Часть исследования теряет свою актуальность в связи с последними социальными изменениями, однако нам необходима и историческая информация для понимания трендов и изменений.

Молодежь предпринимает попытки обхода системы, например, один из вариантов – установка на смартфон программы VPN, обходящей блокировку. Кроме того, молодежная аудитория перемещается обратно в социальную сеть «ВКонтакте» и мессенджер «Телеграм», который по популярности сейчас приближается к видеохостингу YouTube. Падение интереса к Instagram обуславливается и оттоком из этой сети интересных контент-мэйкеров.

В настоящее время вдвойне важно иметь возможность получать информацию из первых рук – из источника, которому можно доверять. Количество фейковых политических новостей растет в геометрической прогрессии. Сетевая коммуникация является одной из форм, закрепившейся в рутине и, несмотря на трансформацию медиаканалов, политикам необходимо наращивать свое присутствие в молодежных медиа. Новости из подтвержденного канала, несомненно, будут вызывать больше доверия у аудитории.

Библиографический список

1. Комарова А.А. Политические лидеры и молодежь: взаимодействие в социальных сетях. *Цифровая социология*. 2021;4(1):42–49. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-1-42-49>
2. Mediascope. *TV Index, Russia 0+, 4+*. <https://mediascope.net/library/presentations> (дата обращения: 17.06.2022).

3. Комарова А.А. Образ идеального политика в сознании российской молодежи. *Вестник университета*. 2021;(6):166–171. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-6-166-171>
4. Бегичева О.Л., Власова Н.А., Гуренко Е.С. и др. *Традиции, культура и трансформация семейных ценностей: колл. монография*. Москва: РГУ имени А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство); 2021. 137 с.
5. Abazalieva M.M., Botasheva A.K. Блоггинг, как современная форма политической коммуникации. *Современная наука и инновации*. 2021;(3):201–207. (на англ. яз.). <https://doi.org/10.37493/2307-910X.2021.3.20>
6. Popova O., Negrov E. Political communication of youth in the internet space: effects on influence on political consciousness and behavior. In: *CEUR Workshop Proceedings. Proceedings of the International Conference "Internet and Modern Society", IMS, Virtual*, St. Petersburg, 17–20 June 2020. RWTH Aachen University; 2021 P. 181–195.

References

1. Komarova A.A. Political leaders and young people: interaction in social networks. *Digital Sociology*. 2021;4(1):42–49. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2021-4-1-42-49>
2. Mediascope. *TV Index, Russia 0+, 4+*. <https://mediascope.net/library/presentations/> (accessed 17.06.2022).
3. Komarova A.A. The image of an ideal politician in the minds of Russian youth. *Vestnik universita*. 2021;(6):166–171. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-6-166-171>
4. Begicheva O.L., Vlasova N.A., Gurenko E.S. et al. *Traditions, culture and transformation of family values*. Moscow: Kosygin Russian State University (Technologies. Design. Art); 2021. 137 p.
5. Abazalieva M.M., Botasheva A.K. Blogging as a modern form of political communication. *Modern science and innovation*. 2021;(3):201–207. <https://doi.org/10.37493/2307-910X.2021.3.20>
6. Popova O., Negrov E. Political communication of youth in the Internet space: influence on political consciousness and behavior. In: *CEUR Workshop Proceedings. Proceedings of the International Conference "Internet and Modern Society", IMS, Virtual*, St. Petersburg, 17–20 June 2020. RWTH Aachen University; 2021 P. 181–195.

Норма русского языка в общественном восприятии

Соколова Татьяна Игоревна

Канд. филол. наук, ученый секретарь

ORCID: 0000-0001-5995-7614, e-mail: tisokolova1983@mail.ru

Вологодский научный центр Российской академии наук, г. Вологда, Россия

Аннотация

Важной задачей языковой политики Российской Федерации, как многонационального государства, является укрепление единства и целостности страны. В условиях многоязычия главным объединяющим фактором выступает русский язык. В последнее время наблюдается снижение уровня грамотности населения, отступление от языковых норм. Вопросы нормирования и кодификации языка относятся не только к области лингвистики. Языковая норма является мощным инструментом языковой политики, играет важную роль в становлении, укреплении и развитии национального самосознания. В статье представлен обзор теоретического осмысления языковой нормы с позиций научного дискурса и законодательной базы. На основе результатов всероссийских социологических исследований выявлена значимость для населения проблем, связанных с повышением уровня речевой культуры. Цель исследования обозначена как выявление статуса языковой нормы в законодательном, лингвистическом и социальном аспектах, определение роли общественного восприятия языковой нормы в укреплении языковой политики Российской Федерации. В качестве основных методов исследования использовались контент-анализ нормативных документов и научной литературы, эмпирический анализ вторичных данных всероссийских социологических опросов, обобщение и интерпретация. Установлено, что граждане России считают важными русский язык и языковые процессы, стремятся к речевой грамотности, признают важную роль государства в регулировании языковой политики и нормировании языка. Показано, что оценки носителей языка могут быть использованы для укрепления языковой политики Российской Федерации, уточнения ее актуальных задач и их оптимального решения.

Ключевые слова

Языковая политика, государственный язык, русский язык, консолидирующая функция языка, языковая норма, нормирование языка, уровень грамотности населения, общественное восприятие норм языка

Для цитирования: Соколова Т.И. Норма русского языка в общественном восприятии // Вестник университета. 2022. № 9. С. 183–190.



The Russian language norm in social perception

Tatyana I. Sokolova

Cand. Sci. (Philol.), Academic Secretary
ORCID: 0000-0001-5995-7614, e-mail: tisokolova1983@mail.ru

Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences, Vologda, Russia

Abstract

An important task of the language policy of the Russian Federation as a multinational state is to strengthen the unity and integrity of the country. In the context of multilingualism, the main unifying factor is the Russian language. Recently, there has been a decrease in the level of literacy of the population, a deviation from the language norms. The questions of standardisation and codification of language are not only the domain of linguistics. The language norm is a powerful tool of language policy, plays an important role in the formation, strengthening and development of national identity. The article presents an overview of the theoretical understanding of the language norm from the standpoint of scientific discourse and the legal framework. Based on the results of all-Russian sociological studies, the significance for the population of problems associated with raising the language culture level has been revealed. The purpose of the study is designated as revealing the status of the language norm in the legislative, linguistic and social aspects, determining the role of public perception of the language norm in strengthening the language policy of the Russian Federation. The main methods used were content analysis of normative documents and scientific literature, empirical analysis of secondary data from all-Russian sociological surveys, methods of generalization and interpretation. It has been found that the citizens of Russia consider Russian language and language processes important, strive for the language literacy, and recognise the role of the state in regulating language policy and language norm-setting. It has been shown that the native speakers' assessments can be used to strengthen the language policy in the Russian Federation, clarify its urgent tasks and their optimal solution.

Keywords

Language policy, official language, Russia language, language consolidating function, language norm, language rationing, population literacy level, language norms social perception

For citation: Sokolova T.I. (2022) The Russian language norm in social perception. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 183–190.



ВВЕДЕНИЕ

Укрепление государственного единства и целостности страны всегда было стратегически важным для России как многонационального государства. Эти аспекты закреплены на уровне нормативных документов [1–2], рассматриваются в работе [3] и др. Языковая политика Российской Федерации (далее – РФ) нацелена на решение этих задач. Государственное единство и территориальная целостность страны находятся в тесной взаимосвязи с русским языком [4]. В законодательной сфере эти положения отражены в Федеральном законе «О государственном языке Российской Федерации» [5]. В новой редакции Конституции РФ русский язык определяется как язык государствообразующего народа [2].

Основные направления языковой политики государства в отношении русского языка базируются на поддержке статуса государственного языка и на расширении его значимости в мире [5]. В научном дискурсе языковой политике посвящены работы [6–8] и др.

Несмотря на обширный перечень изученных аспектов языковой политики, представляется, что вопросу языковой нормы сегодня ученые уделяют недостаточно внимания. Анализ научной литературы показывает, что основная масса работ сосредоточена в области языкознания. Фрагментарно проблема языковой нормы находит отражение в исследованиях по правоведению и социологии. При общности объекта изучения предмет языковой нормы обладает своей спецификой в зависимости от области научного знания. Так, в законодательном аспекте в качестве предмета исследования выступают принципы формирования перечня правил, обязательных при использовании русского языка как государственного [4]. С позиций языкознания важно изучение состава нормативных языковых средств и процессов, в результате которых он изменяется [9]. Социология рассматривает особенности общественного восприятия языковых процессов, в том числе формирования языковой нормы [10]. В настоящей статье эти аспекты раскрыты более подробно.

В узком понимании, с точки зрения лингвистов, норма определяется как результат традиции использования языковых единиц и их сочетаний, сформированный многолетней практикой; в широком – как результат кодификации, совокупность предписаний по употреблению языковых единиц [11]. Мы под языковой нормой понимаем совокупность стабильных унифицированных языковых средств, правил их употребления, зафиксированных в словарях. В последние десятилетия более ощутимым становится рост влияния СМИ и сети «Интернет» на русский язык. Современное качество контента снижается из-за большого количества информации. Ввиду этого происходит снижение уровня грамотности населения, постепенный отход от устоявшихся языковых норм.

Вместе с тем важно помнить, что вопросы языковой нормы и кодификации находятся в ведении не только языкознания. Языковая норма является мощным инструментом языковой политики, играет важную роль в становлении, укреплении и развитии национального самосознания. В этом смысле главной задачей языковой политики в отношении русского языка должно стать укрепление его норм, поскольку отказ от их соблюдения может стать причиной негативных изменений в языке, спровоцировать нарушение языковой картины мира, национального культурного кода [12]. В связи с этим обеспечение устойчивости собственной национальной картины представляется актуальной задачей.

ВОПРОСЫ ЯЗЫКОВОЙ НОРМЫ В ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ ДОКУМЕНТАХ

Понимание важности вопроса укрепления языковой нормы отмечается на государственном уровне. Определение нормы литературного языка и принципы утверждения норм закреплены в Постановлении Правительства РФ от 8 августа 2020 г. № 1198 [13]: «...под нормами понимается совокупность языковых средств и правил их употребления в сферах использования русского языка как государственного языка Российской Федерации».

Проблема языковой нормы поднималась на Совете по русскому языку при Президенте РФ. В.В. Путин призвал утвердить нормы русского языка, обратил внимание на необходимость подготовки единого корпуса словарей, справочников, грамматик, содержащих нормы современного литературного языка; подчеркнул обязательность применения норм во всех государственных структурах. Кроме того, была выражена озабоченность тем, что на законодательном уровне современные нормы литературного русского языка не определены в полном объеме [14].

По итогам заседания Совета при Президенте были внесены правки в нормативную базу. Постановлением Правительства РФ от 8 августа 2020 г. № 1197 [15] утвержден координационный орган

по реализации единой государственной политики в сфере сохранения, защиты и развития русского языка, в задачи которого входит также анализ действующих норм русского языка. Постановление Правительства РФ от 8 августа 2020 г. № 1198 «О порядке утверждения норм современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации, правил русской орфографии и пунктуации» [13] было дополнено абзацами, согласно которым необходимо утверждение списка грамматик, словарей и справочников, содержащих нормы современного русского литературного языка, а также требований к составлению такого списка; концепции государственной языковой политики РФ осуществляется Правительством РФ на основании рекомендаций Правительственной комиссии по русскому языку. Однако проблема однозначного определения языковых норм, обязательных к соблюдению, на сегодняшний день не решена.

ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРИЯТИЕ ЯЗЫКОВОЙ НОРМЫ

Отношение граждан РФ к проблемам русского языка отражено в результатах социологических опросов, которые неоднократно проводились Всероссийским центром изучения общественного мнения (далее – ВЦИОМ), Институтом социологии Российской академии наук. В научном дискурсе изучение вопросов общественного мнения является важной задачей социологии [10]. К числу актуальных языковых проблем относятся вопросы общей значимости русского языка в восприятии гражданами России, а также оценка роли русского языка как одного из объединяющих россиян факторов [16]. Русский язык тесно связан с понятиями этнической и гражданской идентичности россиян, выступает основой русского этнического самосознания, по значимости уступая лишь русским культурным традициям. Его особая роль проявляется в консолидирующей функции и поддержании русской этнической идентичности [17].

Социологические мониторинги позволяют выявить отношение граждан РФ к русскому языку, уровню собственного владения им, а также другим важным аспектам языковой политики РФ.

В исследованиях ВЦИОМ проблемы регулирования языка и языковой нормы поднимались неоднократно. Опросы об отношении граждан РФ к механизмам защиты русского языка проводились в 2008 г. и 2019 г. [18]. По сравнению с 2008 г., отмечалось снижение доли респондентов, признающих приоритет государства в борьбе за чистоту русского языка (2008 г. – 61%; 2019 г. – 49%). При этом возрос процент тех, кто выступил за доминирование социального фактора (29% и 46% соответственно годам). В последнем опросе оценки роли государства и общества в регулировании языковых проблем практически сравнялись (49% и 46%). Более конкретный вопрос о нормировании языка: «Что, по Вашему мнению, должно считаться нормой современного русского языка?» был предложен россиянам в 2018 г. и 2020 г. [19; 20]. Данные 2020 г. свидетельствуют о преобладании доли респондентов (выше в 2,3 раза), которые при определении нормы ориентируются на предписания словарей, мнения экспертов-лингвистов. В сравнении с 2018 г. наблюдается тенденция роста доверия специалистам в области языкознания (табл. 1), – 56% и 63%, соответственно годам.

Таблица 1

Норма современного русского языка в восприятии россиянами на примере ответов на вопрос: «Что, по Вашему мнению, должно считаться нормой современного русского языка?»

Варианты ответов	2018 г.	2020 г.
То, как говорит большинство жителей нашей страны, %	33	27
То, что предписывают словари, лингвисты, %	56	63
Затрудняюсь ответить, %	11	10

Источники: [19; 20]

Данные по вопросу о норме русского языка несколько отличаются от данных по механизмам регулирования языка. Вместе с тем в этих опросах видится опосредованная связь. Деятельность научных организаций, в которых проводятся лингвистические исследования, в том числе по составлению различных словарей, осуществляется под эгидой государства. Таким образом, в восприятии россиян происходит некоторое смещение в пользу большего доверия государству в области языковой политики.

По вопросам понимания респондентами языковой нормы любопытно обратиться к данным этого же опроса в разрезе уровня образования носителей языка (табл. 2).

Таблица 2

Понимание нормы современного русского языка в разрезе уровня образования граждан Российской Федерации на примере ответов на вопрос: «Что, по Вашему мнению, должно считаться нормой современного русского языка?»

Варианты ответов	Уровень образования респондентов							
	Неполное среднее (основное общее, 9 классов школы)		Среднее (полное) общее (10 или 11 классов школы)		Среднее профессиональное (училище, колледж, техникум)		Неоконченное высшее или высшее образование	
	2018 г.	2020 г.	2018 г.	2020 г.	2018 г.	2020 г.	2018 г.	2020 г.
То, как говорит большинство, % жителей нашей страны	50	41	46	39	34	32	24	17
То, что предписывают словари, языковеды, %	36	44	39	48	53	57	67	75
Затрудняюсь ответить, %	15	15	15	12	13	11	9	7

Источники: [19; 20]

В 2020 г. практически уравнились значения в когорте респондентов с неполным средним образованием. Ориентиры носителей языка на предписания словарно-справочных изданий оказались чуть выше ориентиров на особенности словоупотребления большинства жителей страны (44% против 41% соответственно). В 2018 г. разница была более существенной: доверие большинству выше на 14%. Именно в этой группе по сравнению с другими категориями процент ориентирующихся на речь большинства был самым высоким (50%, 46%, 34% и 24%), соответственно). В 2020 г. эта тенденция сохраняется, но отрыв уже незначительный (41%, 39%, 32% и 17%). Примечательно, что при повышении уровня образования поднимается и уровень доверия респондентов специалистам в области языкознания. Самый высокий показатель в когорте «Неоконченное высшее (с 3-го курса вуза), высшее образование» (67%, 75% по годам соответственно), чуть ниже – в категории «Среднее специальное образование» (53%, 57%), что, вероятно, обусловлено углубленной базой знаний, расширенным кругозором, большей степенью знакомства с научно-справочной литературой, сферой общения. Таким образом, наиболее зависимой от особенностей речи большинства является категория лиц с неполным средним образованием, что может свидетельствовать о недостаточном объеме работы на уроках русского языка со справочной литературой. В целях повышения уровня культуры языка учащихся целесообразно было бы проводить дополнительные занятия, посвященные нормам русского языка.

В разрезе рода занятий респондентов самый высокий уровень доверия лингвистам оказывают специалисты с высшим образованием (85% в 2020 г.), учащиеся (73%), домохозяйки, лица в декретном отпуске (74%). У них произошел существенный скачок доверия специалистам по сравнению с 2018 г. (на 9% у первых двух категорий и на 13% у последней). Число затрудняющихся с ответом также заметно сократилось (на 16, 5 и 9% соответственно), что свидетельствует о более осознанной позиции граждан в 2020 г. Высоки эти показатели (70%) у специалистов с высшим образованием в коммерческом секторе; бизнесменов, предпринимателей; государственных или муниципальных служащих. Данные опроса позволяют предположить, что важную роль в выборе основы языковой нормы играет наличие времени и ресурсов для обучения, а также необходимость использования компетентной информации в профессиональной деятельности. Таким образом, для укрепления языковых норм наиболее значимой становится общая доступность сведений о правилах русского языка, обсуждение их со специалистами.

В 2018 г. россиянам предлагался вопрос о необходимости грамотной речи и письма [21]. Несмотря на общую тенденцию к снижению грамотности населения, 98% всех опрошенных отметили важность данной проблемы. При оценке собственных знаний русского языка хороший уровень указывают 50% респондентов. Данные опроса 2018 и 2020 гг. свидетельствуют о позитивной тенденции: за счет повышения рефлексии уровня знания респондентов со значением «отлично» (12%, 17%) снижается число ответов показателя «удовлетворительно» (35%; 30%). При этом наблюдается тревожная тенденция к снижению стремлений респондентов по улучшению своих знаний (на 10%) [22; 23] (табл. 3).

Уровень владения русским языком и стремление к его совершенствованию на примере ответов на вопросы: «Как бы Вы оценили свое знание русского языка?» и «Вы бы хотели повысить свой уровень знания русского языка или нет?»

Год опроса	Оценка уровня владения русским языком			Стремление к углублению знания русского языка	
	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично	Скорее, хотел (-а) бы	Скорее, не хотел (-а) бы
2018	35	50	12	59	38
2020	30	50	17	49	48

Источники: [22; 23]

Схожим вопросам посвящено исследование [24], основанное на данных социолингвистического мониторинга, проведенного в апреле–июне 2020 г. в 40 регионах России. Результаты по вопросу о желании респондентов развивать свои языковые компетенции более оптимистичны: 89% готовы повышать свой уровень. В число наиболее популярных инструментов для реализации данной задачи входят чтение книг (86%), просмотр информации о русском языке в интернете (67%), обращение к словарям (44,8%).

Итак, по данным исследований ВЦИОМ, выявлена неравнодушная позиция граждан к поддержанию чистоты русского языка. Уровень образования и род занятий россиян влияют на восприятие сущности языковой нормы. При положительной динамике оценок уровня собственных языковых компетенций отмечено снижение стремлений к их совершенствованию. В области решения вопросов языковой политики наблюдается тенденция повышения доверия респондентов государству.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования был проведен анализ научной литературы и нормативно-правовой базы по проблемам языковой нормы. Установлено, что понятие языковой нормы русского языка является значимым для формирования и развития языковой политики государства. При этом его четкое определение до сих пор не нашло закрепления в нормативных документах.

В результате анализа вторичных данных социологических опросов установлено, что общественное восприятие русского языка в целом и языковой нормы может способствовать укреплению языковой политики РФ. Отмечено стремление населения к правильности языка, признание важности роли государства в вопросах регулирования языковой политики и нормализации языка. Показано, что оценки носителей языка могут быть использованы для уточнения актуальных задач языковой политики РФ и их оптимального решения.

Необходимо сосредоточить внимание на инструментах, направленных на укрепление языковой нормы. Целесообразно повышать уровень культуры языка обучающихся в школах. Лицам с более высоким уровнем образования важно создать доступные возможности для самостоятельного освоения и совершенствования языковых и речевых компетенций.

Несмотря на снижение желающих развивать свои знания в области русского языка, их доля остается довольно высокой (49%). Стремление к самосовершенствованию обусловлено наличием временных ресурсов, необходимостью компетентной информации в профессиональной деятельности. Важно поддерживать такое стремление граждан. На уровне государственного регулирования, с одной стороны, необходимо усилить контроль качества контента СМИ и Интернета, с другой – увеличить число, доступность и популяризацию порталов, сайтов, интернет-сообществ, посвященных правилам русского языка.

Практическая значимость работы состоит в возможном использовании результатов исследования для уточнения понятия языковой нормы русского языка в нормативных документах, а также задач и инструментов в концепции языковой политики РФ. Материалы исследования могут быть полезны в образовательной сфере, в частности, при составлении образовательных программ по русскому языку. Для лучшего понимания запросов общества в перспективе исследования целесообразно обратиться к анализу контента в Интернете, посвященного русскому языку. Это позволит получить представления о проблематике, которая наиболее востребована у населения страны, усилить интерес граждан к русскому языку.

Библиографический список

1. Российская Федерация. Указ Президента РФ от 19.12.2012 № 1666 «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года». http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_139350 (дата обращения: 10.06.2022).
2. Российская Федерация. Конституция Российской Федерации от 01.07.2020. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399 (дата обращения: 10.06.2022).
3. Иванов С.В. Обеспечение единства и территориальной целостности России: отдельные конституционно-правовые проблемы // *Правовременение*. 2018;2(1):91–103. [https://doi.org/10.24147/2542-1514.2018.2\(1\).91-103](https://doi.org/10.24147/2542-1514.2018.2(1).91-103)
4. Белов С.А., Кропачев Н.М., Соловьев А.А. Разработка концепции и нормативно-правовое обеспечение государственной языковой политики Российской Федерации. *Вестник СПбГУ. Право*. 2017;8(1):42–61.
5. Российская Федерация. Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации» № 117-ФЗ от 30.04.2021. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53749 (дата обращения: 10.06.2022).
6. Goundar P.R. The characteristics of language policy and planning research: An overview. In: *Jiang X. (ed.) Sociolinguistics – Interdisciplinary Perspectives*. London: IntechOpen; 2017. <https://doi.org/10.5772/intechopen.68152>
7. Алпатов В.М. Языковая политика и родной язык. *Социоллингвистика*. 2020;3(3):114–124. <https://doi.org/10.37892/2713-2951-2020-3-3-114-124>
8. Тишков В.А. Языковая ситуация и языковая политика в России (ревизия категорий и практик). *Полис. Политические исследования*. 2019;(3):127–144. <https://doi.org/10.17976/jpps/2019.03.08>
9. Сицына-Кудрявцева А.Н. [ред.]. *Русский язык и культура речи: изменения языковой нормы*. М.: Юрайт; 2019. 135 с.
10. Горшков М.К. *Общественное мнение: История и современность*. М.: Политиздат; 1988. 383 с.
11. Крысин Л.П. К соотношению системы языка, его нормы и узуса. *Коммуникативные исследования*. 2017;2(12):20–31.
12. Никипорец-Такигава Г.Ю. Языковая норма в постсоветской социокультурной ситуации. В сб.: *Красных В.В., Изотов А.И. (отв. ред.). Язык, сознание, коммуникация. Вып. 26*. М.: МАКС Пресс; 2004. С. 33–38.
13. Российская Федерация. Постановление Правительства РФ «О порядке утверждения норм современного литературного языка при его использовании в качестве государственного языка РФ, правил русской орфографии и пунктуации» от 08.08.2020 № 1198. <https://legalacts.ru/doc/postanovlenie-pravitelstva-rf-ot-23112006-n-714> (дата обращения: 10.06.2022).
14. Российская Федерация. *Заседание Совета по русскому языку*. <http://www.kremlin.ru/events/president/news/61986> (дата обращения: 15.06.2022).
15. Российская Федерация. Постановление Правительства РФ от 08.08.2020 № 1197 «О Правительственной комиссии по русскому языку». http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_359697 (дата обращения: 15.06.2022).
16. Арутюнова Е.М. Языковые проблемы в представлениях россиян: актуализация и новые контексты. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2020;4:521–532. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.4.1266>
17. Горшков М.К., Петухов В.В. *Российское общество и вызовы времени. Книга первая*. М.: Весь Мир; 2015. 336 с.
18. ВЦИОМ-СПУТНИК. *Ежедневный всероссийский телефонный опрос ВЦИОМ*. 03.03.2019. https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=182&q_id=13986&date=03.03.2019 (дата обращения: 25.06.2022).
19. ВЦИОМ-СПУТНИК. *Ежедневный всероссийский телефонный опрос ВЦИОМ*. 03.06.2018. https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=95&q_id=6923&date=03.06.2018 (дата обращения: 20.06.2022).
20. ВЦИОМ-СПУТНИК. *Ежедневный всероссийский телефонный опрос ВЦИОМ*. 17.05.2020. https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=268&q_id=23487&date=17.05.2020 (дата обращения: 22.06.2022).
21. ВЦИОМ-СПУТНИК. *Ежедневный всероссийский телефонный опрос ВЦИОМ*. 03.06.2018. https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=95&q_id=6922&date=03.06.2018 (дата обращения: 22.06.2022).
22. ВЦИОМ-СПУТНИК. *Ежедневный всероссийский телефонный опрос ВЦИОМ*. 03.06.2018. https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=95&q_id=6921&date=03.06.2018 (дата обращения: 22.06.2022).
23. ВЦИОМ-СПУТНИК. *Ежедневный всероссийский телефонный опрос ВЦИОМ*. 07.06.2020. https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=261&q_id=22421&date=07.06.2020 (дата обращения: 22.06.2022).
24. Ковалева Т.А., Юдина Н.В. Современная языковая политика Российской Федерации в оценке носителей русского языка XXI в. *Вестник Московского государственного областного университета*. 2020;(5):91–99. <https://doi.org/10.18384/2310-7278-2020-5-91-99>

References

1. Russian Federation. *Decree of the President of the Russian Federation No. 1666 of December 19, 2012 “On the Strategy of the State National Policy of the Russian Federation for the period up to 2025”*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_139350 (accessed 10.06.2022).

2. Russian Federation. *Constitution of the Russian Federation of July 01, 2020*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399 (accessed 10.06.2022).
3. Ivanov S.V. Maintenance of unity and territorial in-tegrity of Russia: some constitutional legal prob-lems. *Law Enforcement Review*. 2018;2(1):91–103. [https://doi.org/10.24147/2542-1514.2018.2\(1\).91-103](https://doi.org/10.24147/2542-1514.2018.2(1).91-103)
4. Belov S.A., Kropachev N.M., Soloviev A.A. Working out a concept and the normative legal provision of the state language policy in the Russian Federation. *Vestnik of Saint Petersburg. Law*. 2017;8(1):42–61.
5. Russian Federation. *Federal Law about state language of the Russian Federation No. 117-FZ of April 30, 2021*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53749 (accessed 10.06.2022).
6. Goundar P.R. The characteristics of language policy and planning research: An overview. In: *Jiang X. (ed.) Sociolinguistics – Interdisciplinary Perspectives*. London: IntechOpen; 2017. <https://doi.org/10.5772/intechopen.68152>
7. Alpatov V.M. Language policy and mother tongue. *Sociolinguistics Studies*. 2020;3(3):114–124. <https://doi.org/10.37892/2713-2951-2020-3-3-114-124>
8. Tishkov V.A. Language situation and language policy in Russia (revising categories and practices). *Polis. Political Studies*. 2019;(3):127–144. Available at: <https://doi.org/10.17976/jpps/2019.03.08>.
9. Sitsina-Kudryavtseva A.N. [ed.] *Russian language and culture of speech: changes in the language norm*. Moscow: Yurait; 2019. 135 p.
10. Gorshkov M.K. *Social opinion: history and modernity*. Moscow: Politizdat; 1988. 383 p.
11. Krysin L.P. To the correlation of the language system, its norms and usage, *Communication Studies*, 2017, no. 2 (12), pp. 20-31.
12. Nikiporets-Takigawa G.Yu. Language norm in the post-Soviet socio-cultural situation. In: *Krasnykh V.V., Izotov A.I. Language, consciousness, communication: sci. articles. Vol. 26*. Moscow: MaxPress; 2004. P. 33–38.
13. Russian Federation. *Decree of the Government of the Russian Federation No. 1198 of August 08, 2020 “On the procedure for approving the norms of the modern literary language when it is used as the state language of the Russian Federation, the rules of Russian spelling and punctuation”*. <https://legalacts.ru/doc/postanovlenie-pravitelstva-rf-ot-23112006-n-714> (accessed 10.06.2022).
14. Russian Federation. *Meeting of the Russian Language Council*. <http://www.kremlin.ru/events/president/news/61986> (accessed 15.06.2022).
15. Russian Federation. *Decree of the Government of the Russian Federation No. 1197 of August 08, 2020 “On the Government Commission on the Russian Language”*. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_359697 (accessed 15.06.2022).
16. Arutyunova E.M. Language problems as viewed by Russians: Actualization and new contexts, *Monitoring of Public Opinion. Economic and Social Changes*. 2020;(4):521–532. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.4.1266>
17. Gorshkov M.K., Petukhov V.V. (eds.) *Russian society and challenges of the time. Vol. 1*. Moscow: Ves’ Mir; 2015. 336 p.
18. VTsIOM-SPUTNIK. *Daily all-Russian telephone survey of VTsIOM*. 03.03.2019. https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=182&q_id=13986&date=03.03.2019 (accessed 25.06.2022).
19. VTsIOM-SPUTNIK. *Daily all-Russian telephone survey of VTsIOM*. 03.06.2018. https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=95&q_id=6923&date=03.06.2018(accessed 20.06.2022).
20. VTsIOM-SPUTNIK. *Daily all-Russian telephone survey of VTsIOM*. 17.05.2020. https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=268&q_id=23487&date=17.05.2020 (accessed 22.06.2022).
21. VTsIOM-SPUTNIK. *Daily all-Russian telephone survey of VTsIOM*. 03.06.2018. https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=95&q_id=6922&date=03.06.2018 (accessed 22.06.2022).
22. VTsIOM-SPUTNIK. *Daily all-Russian telephone survey of VTsIOM*. 03.06.2018. https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=95&q_id=6921&date=03.06.2018 (accessed 22.06.2022).
23. VTsIOM-SPUTNIK. *Daily all-Russian telephone survey of VTsIOM*. 07.06.2020. https://bd.wciom.ru/trzh/print_q.php?s_id=261&q_id=22421&date=07.06.2020 (accessed 22.06.2022).
24. Kovaleva T.A., Yudina N.V. Modern language policy of the Russian Federation in the assessment of Russian speakers in the 21st century. *Bulletin of the Moscow State Regional University*. 2020;(5):91–99. <https://doi.org/10.18384/2310-7278-2020-5-91-99>

Особенности влияния конфликтологической культуры и компетентности личности на конфронтационный модус конфликтных отношений

Пряникова Наталья Игоревна

Соискатель, логопед, ORCID: 0000-0002-4864-795X, e-mail: pryanikova1968@bk.ru

Федеральный научно-клинический центр реаниматологии и реабилитологии, г. Москва, Россия

Аннотация

В статье проанализирована проблематика формирования конфликтных взаимодействий и отношений, обусловленных влиянием конфликтологической культуры и компетентности личности, которая в последние годы становится приоритетной. В основу статьи положена методология комплексного подхода и системного анализа. Теоретической основой статьи стали публикации российских и зарубежных исследователей, посвященные конфликтологической проблематике. В качестве методов исследования были выбраны ознакомление с теоретическими работами и эмпирическими исследованиями, методы сравнительного анализа, метод экспертных оценок, нормативный и логический методы. Проведен анализ способов, механизмов, инструментов и иных аспектов эффективного управления конфликтами. На основании обобщения результатов сформулированы основные направления влияния конфликтологической культуры и компетентности личности на конфронтационный модус конфликтных отношений. Отдельно рассмотрена детерминация последствий конфликта индивидуально-личностными составляющими участников конфликтного взаимодействия. В заключении представлена матрица управления конфликтом.

Ключевые слова

Конфликтологические отношения, личность, управление, субъект конфликта, противоречие, конфликтологический профиль, конфликтологическая компетентность, конфликт, конфронтационный модус, конфликтологическая культура, конфликтное поведение

Для цитирования: Пряникова Н.И. Особенности влияния конфликтологической культуры и компетентности личности на конфронтационный модус конфликтных отношений // Вестник университета. 2022. № 9. С. 191–198.

Peculiarities of the influence of conflict culture and personal competence on the confrontational modus operandi in conflict relations

Natalia I. Pryanikova

Applicant, Speech Therapist, ORCID: 0000-0002-4864-795X, e-mail: pryanikova1968@bk.ru

Federal Research and Clinical Centre for Reanimation and Rehabilitation, Moscow, Russia

Abstract

The article analyses the problems of the formation of conflict interactions and relationships caused by the influence of conflictological culture and competence of the individual, which in recent years has become a priority. The article is based on the methodology of an integrated approach and system analysis. The theoretical basis of the article was the publications of Russian and foreign researchers devoted to conflict-related issues. The research methods used were a review of theoretical works and empirical research, comparative analysis, expert assessments, normative and logical methods. The analysis of methods, mechanisms, tools and other aspects of effective conflict management was carried out. Based on the results generalisation, the main directions of influence of conflictological culture and personal competence on the confrontational mode of conflict relations have been formulated. The conflict consequences determination by personal components of the participants in the conflict interaction is considered separately. In conclusion, the conflict management matrix is presented.

Keywords

Conflictological relations, personality, management, subject of conflict, contradiction, conflictological profile, conflictological competence, conflict, confrontational mode, conflictological culture, conflict behavior

For citation: Pryanikova N.I. (2022) Peculiarities of the influence of conflict culture and personal competence on the confrontational modus operandi in conflict relations. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 191–198.

ВВЕДЕНИЕ

В своей жизнедеятельности человек очень часто сталкивается с ситуациями, которые провоцируют различные конфликты. Следовательно, последние являются неотъемлемым элементом функционирования человека и его деятельности. В этих условиях определяющим фактором является эффективное управление как собственным поведением в конфликте, так и процессом конфликта.

Конфликтные отношения, содержащие в своей основе конфронтационный модус, детерминируют и определяют конструктивную/деструктивную позицию личности в отношении как конфликта в целом, так и конфликтной ситуации в частности. Транспарентность и предсказуемость поведенческих паттернов личности в конфликте, ее конфликтологическая компетентность, тесно связанная с конфликтологической культурой, позволяют преодолеть конфликтное противостояние и нейтрализовать возникающие последствия. В данном случае речь идет о негативных тенденциях развития конфликта, влияющих на векторность конфликтных отношений в зависимости не только от его предмета, но и от коммуникативной направленности конфликтующих сторон, содержащей в себе потенциальные конфликтогены.

В повседневной деятельности, включая и профессиональную ее составляющую, личностные интересы в складывающейся системе отношений, как правило, не просто различны, но и изначально противоположны (внутренне противоречивы), что не исключает возможности совпадения этих личностных интересов по тем или иным аспектным направлениям. Иными словами, возникновение конфликтов обусловлено внутренней противоречивостью отношений, не обеспечивающей баланс личностных интересов субъектов. Более того, существование большого многообразия конфликтогенных факторов актуализирует проблему особенностей влияния, как конфликтологической культуры, так и конфликтологической компетентности личности на конфронтационный модус конфликтных отношений.

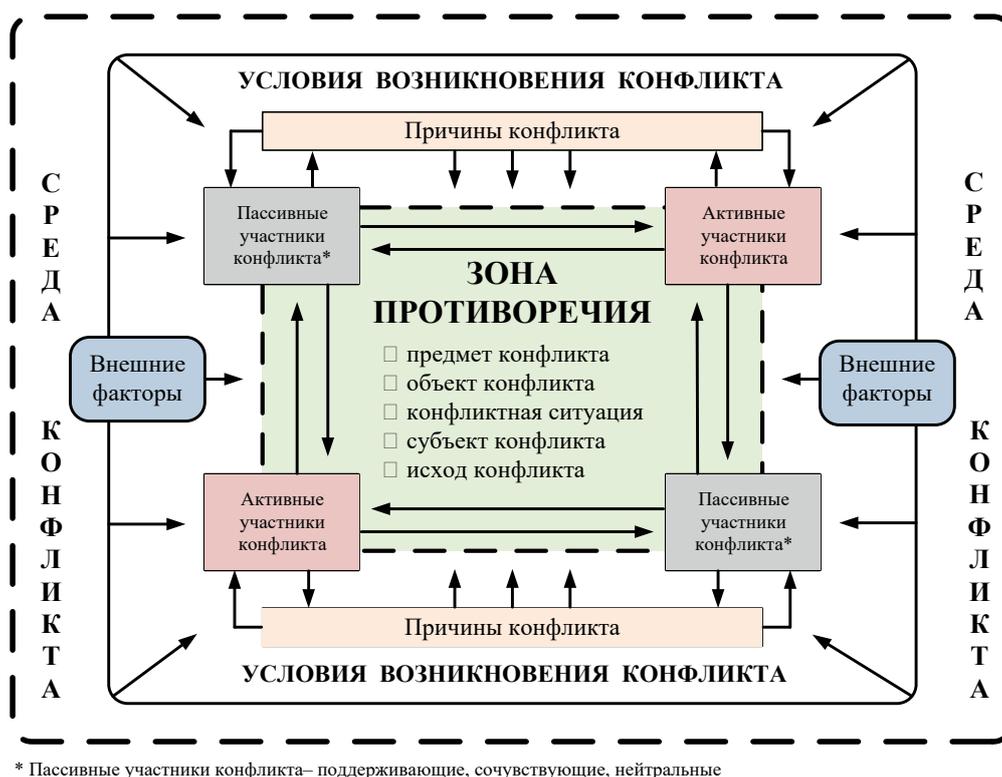
ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В многочисленных публикациях, в том числе в [1–4], посвященных теме конфликтных отношений, довольно часто анализируются взаимодействия в этих отношениях, которые выражают противостояние между конфликтующими сторонами. Авторы [2; 5] считают, что конфликтные отношения, – это личностные противоречия, взаимоисключающие позиции субъектов, возникающие по поводу как общественных, так и личностных различных поликаузальных (многопричинных) паттернов. По мнению исследователей [1; 6], в основе конфронтационного модуса конфликтных отношений лежит вызванное противоположностью личностных интересов столкновение субъектов, ведущее к действиям, выходящим за рамки привычных, нормальных отношений. Исходя из вышеприведенного, можно заключить, что в основе конфликтных отношений лежит то или иное противоречие, но при этом, с нашей точки зрения, не учитывается еще один значимый фактор в виде эмоциональной составляющей, всегда в них присутствующий. Именно последняя окрашивает целеполагание конфликтующих сторон через достижение эмоционально-личностных целей, порой неоправданных, в противостоянии субъектов. Таким образом, неотъемлемым признаком любого конфликта, как сложного и многогранного явления, занимающего важное и особое место в деятельности человека, является его эмоциональный компонент.

Рассматривая структуру конфликта, как указывают Е.И. Макринова и Ю.А. Пахомова [2; 7, С. 18] и др., необходимо учитывать статичность ее характеристик, элементы которой представлены:

- предметом конфликта (конфронтационным модусом);
- индивидуально-личностными особенностями субъектов конфликта (поведенческими паттернами, конфликтологической культурой и компетентностью);
- условиями конфликта, включающими условия его возникновения и протекания;
- действиями участников конфликта (конфликтными отношениями);
- исходом конфликта.

Перечисленные элементы структуры конфликта находятся в достаточно многогранной взаимосвязи и представляют собой сложный процесс, зависящий от специфики конфликтных отношений, особенностей участников конфликта и многих других факторов, в схемном виде представленный на рисунке 1.



* Пассивные участники конфликта – поддерживающие, сочувствующие, нейтральные
 Составлено автором по материалам исследования

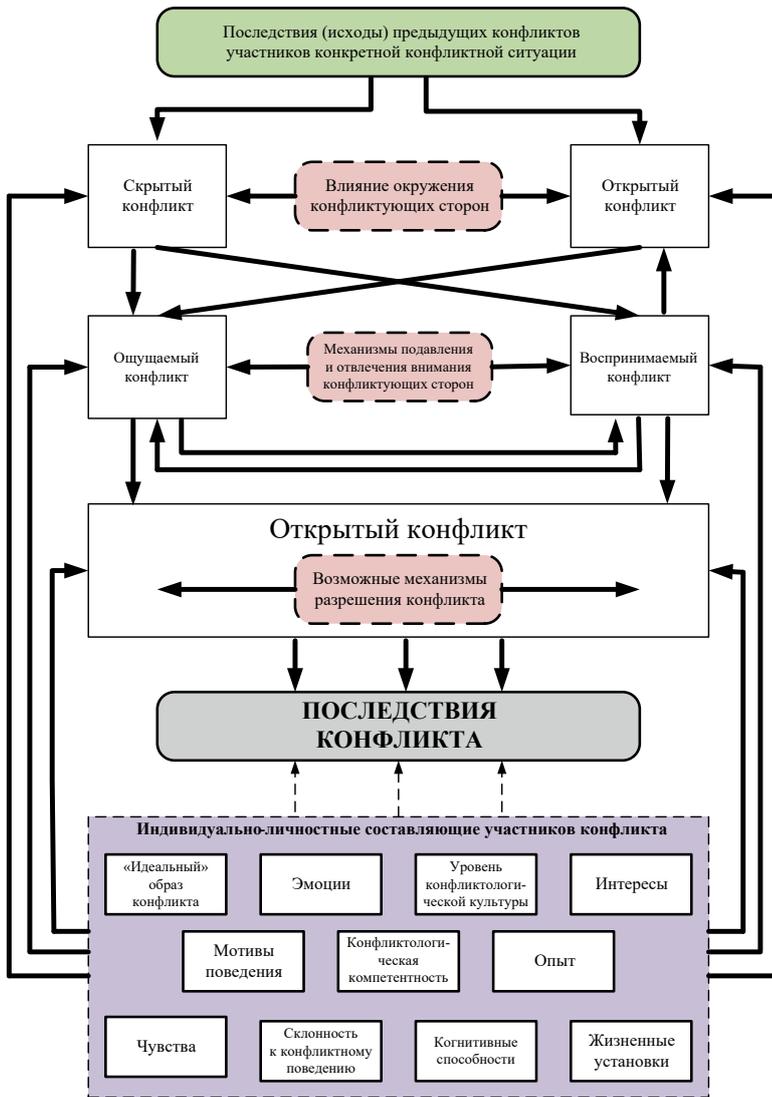
Рис. 1. Схемная модель структуры конфликта

Успешное управление конфликтом, ведущее к его разрешению, подразумевает учет интересов не только непосредственных его участников, но и других лиц, вовлеченных в конфликтную ситуацию. Кроме этого, учитывая многочисленные составляющие среды конфликта, в которую включены лица, вовлеченные в него, занимающие нейтральную позицию в конфликтной ситуации, а также те, чья позиция может иметь влияние на его исход, также рассматриваются в процессе разрешения конфликта. Следовательно, их взаимообусловленные и взаимонаправленные действия дают основание рассматривать их как целостный процесс конфликтного взаимодействия, характеризующийся с одной стороны структурностью элементов, а с другой, – динамичностью. Иными словами, динамика конфликта детерминирована структурными составляющими в виде имеющегося у всех участников конфликта «идеального» образа его исхода, с обязательным учетом интересов, мотивов поведения, жизненных установок, уровня конфликтологической культуры и компетентности личности, определяющего в свою очередь целеполагание конкретных результатов, конфронтационный модус конфликтных отношений и направленность самого конфликта.

Многие исследователи, изучающие конфликт [8–13], рассматривают его как динамический процесс, функционирование которого определяется предварительным опытом субъектов конфликта, полученным в конфликтных ситуациях с другими людьми, переживаемыми и антиципируемыми эмоциями, их чувствами (рис. 2). Все вышеперечисленные составляющие, включая индивидуально-личностные, а также субъективные восприятия, при соответствующем влиянии окружения, образуют основу, на которой возникает конфликт. При этом, характер конфликтной ситуации, избираемая стратегия поведения субъектов и участников конфликта, методы локализации детерминируют последствия (позитивные/негативные) конфликта, задавая векторность развития конфликтных отношений.

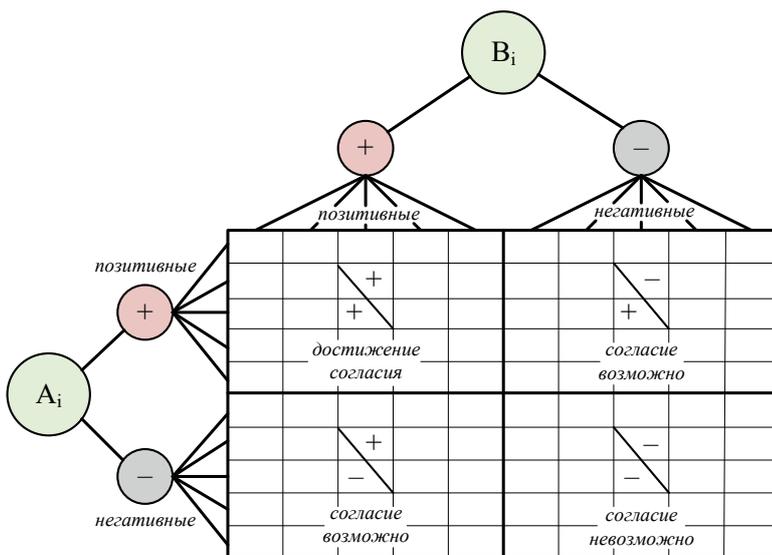
Е.И. Макринова, Ю.А. Пахомова и другие [7; 14; 15] в динамике конфликта предлагают дополнительно сегментировать временной отрезок, характеризующийся дифференциацией конфликтующих сторон, после которого, как правило, начинается процесс их интеграции, но не всегда приводящий к достижению согласия и локализации конфликта.

На развитие конфликтной ситуации значительное влияние оказывает фактор времени, являющийся ее объективной характеристикой. В своих предыдущих работах [16; 17] и др. мы более подробно рассматривали конфликт через призму, в том числе и временной резистентности организации, с выявлением различий по влиянию этого фактора на длительность конфликта в зависимости от участвующих в нем сторон.



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 2. Модель конфликта как динамического процесса



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 3. Матрица управления конфликтом

В качестве вывода мы сделали предположение о том, что результаты того или иного конфликта детерминируются, находясь в зависимости от его длительности. Это нашло свое подтверждение и в ряде научных работ [2; 3; 18] и др.

Использование мотивационного фактора в процессе анализа составляющих конфликта, связано, прежде всего, с областью психики субъектов конфликта, которая представляется причинами, побуждающими к их участию в конфликте. Именно они, как указывают Е.И. Макринова и Ю.А. Пахомова [7], не только определяют факт сосуществования конфликтной ситуации, но и ее протекание и эскалацию.

Таким образом, рассмотренные показатели, определяющие конфронтационный модус конфликтных отношений и конфликтных взаимодействий, представляют не только научный, но и практический интерес для управления конфликтами и решения задач в этой области конфликтологии как теоретического направления знания.

Общим основанием возникающих конфликтов, независимо от их природы, являются иррелевантность интересов, целей и путей их достижения, отсутствие согласия его участников. Управление конфликтом при этом предполагает наряду с выявлением существующих объективных и субъективных причин и проблем, провоцирующих конфликтные ситуации, их ранжирование по степени конфликтности, декомпозирование и определение путей локализации. С нашей точки зрения, еще одним важным фактором, влияющим на систему управления конфликтом, является конфликтологическая компетентность каждого из субъектов и участников конфликта.

Под конфликтологической компетентностью понимается:

- умение анализировать конфликтную ситуацию;
- диагностировать и антиципировать ситуацию конфликтного взаимодействия;
- применять эффективные для конкретной конфликтной ситуации личностные технологии управления конфликтом в целях его разрешения и минимизации деструктивных последствий.

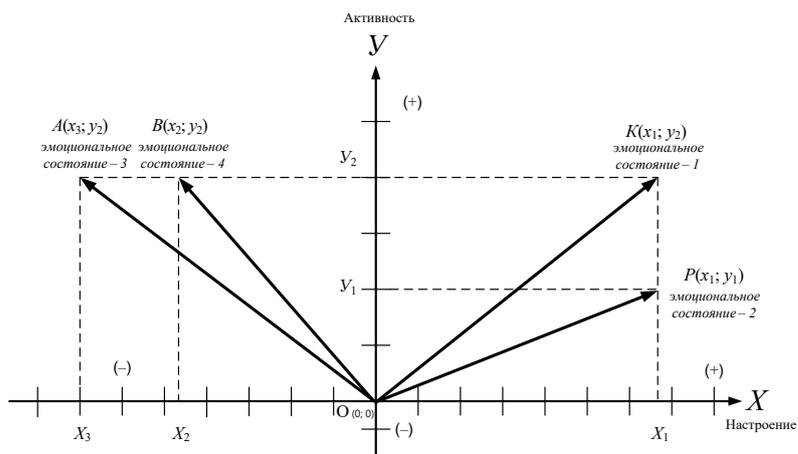
На наш взгляд, конфликтологическая компетентность участников конфликта позволяет наиболее рационально использовать эффективный способ управления конфликтом, репрезентируемый нами в виде матрицы, которая представляет собой модель альтернатив, реализуемых участниками конфликта (рис. 3).

В соответствии с матрицей на рисунке 3, реализация конфликтующими сторонами негативных альтернатив действий (-/-) демонстрирует невозможность достижения ими компромисса или согласия. Достижение согласия и компромисса в разрешении конфликтной ситуации (+/+) с большой вероятностью будет достигнуто конфликтующими сторонами при позитивных действиях в отношении друг друга. Варианты альтернатив (+/-) или (-/+) также могут детерминировать конструктивное разрешение конфликта и достижение релевантности целей и интересов субъектов конфликта, – конфликтующих сторон, состояние которых в конфликтном взаимодействии можно представить в интеграционном виде, в частности, как сочетание личностного интереса мотивационного уровня окрашенного настроением и эмоциональным состоянием того или иного субъекта конфликта и соответствующей этому степени его активности в конфликтной ситуации (рис. 4).

Измерение степени активности и уровня эмоционального состояния (настроения/настроя) субъекта конфликта можно начинать от нейтрального уровня (точка O с координатами $(0; 0)$). Тогда, эмоциональное состояние «1», например, точка с K координатами $(x_1; y_2)$, определяется вектором \vec{OK} (начинающимся в точке O $(0; 0)$ и заканчивающемся в точке $K(x_1; y_2)$). Эмоциональное состояние «2» в точке $P(x_1; y_1)$, определяемое вектором \vec{OP} , находится также в положительном квадранте, но отличается меньшей активностью субъекта в конфликтной ситуации: $D_y = (y_2 - y_1)$. Эмоциональное состояние «3» в точке $A(x_3; y_2)$, определяемое вектором \vec{OA} , отличается от эмоционального состояния «4» точки $B(x_2; y_2)$, определяемого соответствующим вектором \vec{OB} , более негативным (отрицательным) настроением и т.д. Эмоциональные состояния субъектов конфликта, зафиксированные векторами \vec{OA} и \vec{OB} , образуют конфликт-вектор \vec{OE} (по терминологии Е.И. Макриновой и Ю.А. Пахомовой [7]), определяющий конфликтное взаимодействие, которое графически представлено на рисунке 5.

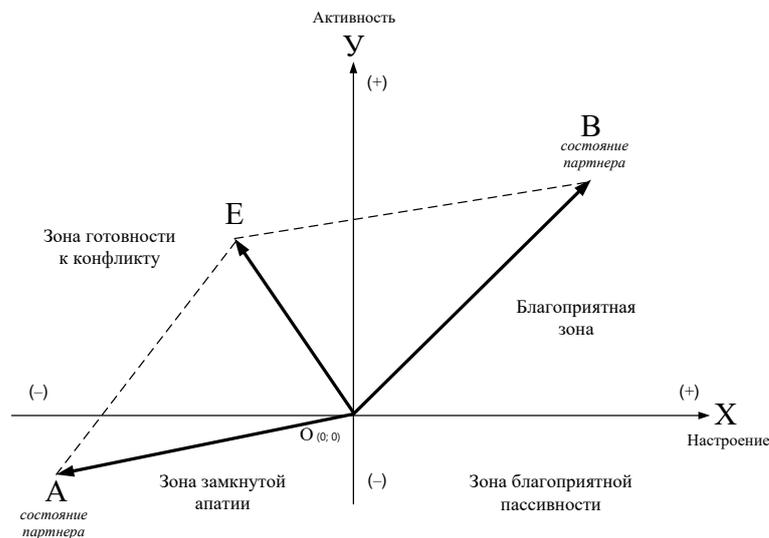
Вполне понятно, что из всех четырех квадрантов зона готовности к конфликту является самой деструктивной и, следовательно, неблагоприятной для исхода конфликта.

Таким образом, используя представленную графическую зависимость активности поведения субъекта от его эмоционального состояния в развитии конфликтного взаимодействия, можно априорно просчитать возможные исходы данного взаимодействия и подготовиться к ним, а также к их как положительным, так и отрицательным последствиям.



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 4. Графическая зависимость оценки эмоционального состояния субъекта конфликта в конфликтном взаимодействии



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 5. Графическая зависимость активности поведения субъекта в конфликтном взаимодействии от его эмоционального состояния

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Конфликты, являясь неотъемлемым элементом деятельности человека, актуализируют проблему эффективного управления ими через собственное поведение субъектов конфликта и посредством управления процессом конфликтных отношений, содержащих конфронтационный модус.

Поведенческие паттерны личности, формирующиеся и выражаемые в конфликте, их предсказуемость и транспарентность, а также конфликтологическая компетентность, тесно связанная с конфликтологической культурой субъектов конфликтного взаимодействия, позволяют эффективно преодолевать конфликтное противостояние и нейтрализовать деструктивные последствия конфликтов. Помимо этого, неотъемлемым признаком любого конфликта, как многогранно-сложного явления, является его эмоциональный компонент окрашивающий конфликтное взаимодействие и целеполагание конфликтующих сторон, а также придающий динамику конфликту. Последняя, наряду с эмоциональностью, детерминируется интересами, мотивами поведения, жизненными установками, идеальным образом исхода конфликта, уровнем конфликтологической культуры и компетентности личности и направленность конфликта, задавая векторность развития конфликтных отношений. Кроме того, результаты конфликта обуславливаются влиянием фактора времени, находясь в зависимости от его длительности.

Рассмотренные показатели, определяющие конфронтационный модус конфликтных отношений и конфликтных взаимодействий, представляют не только научный, но и практический интерес, как для дальнейших исследований онтологического поля конфликтности, так и для эффективного управления конфликтами.

Библиографический список

1. Анцупов А.Я., Шипилов А.И. *Конфликтология*. М.: Питер; 2020. 560 с.
2. Гришина Н.В. *Психология конфликта*. СПб: Питер; 2006. 404 с.
3. Дарендорф Р. *Элементы теории социального конфликта*. М.: Директмедиа Паблишинг; 2007. 152 с.
4. Терешина Е.А. *История конфликтологии*. М.: Проспект; 2018. 238 с.
5. Леонов Н. И. *Конфликтология*. М.: Юрайт; 2019. 396 с.
6. Федорова А.В. *Конфликтология. Для экономистов и менеджеров*. М.: КноРус; 2019. 212 с.
7. Макринова Е.И., Пахомова Ю.А. *Управление трудовыми конфликтами в организации: теория, практика, стратегия: монография*. Белгород: БУКЭП; 2012. 216 с.
8. Грошев И.В. Гендерные, половые и личностные различия поведения в конфликтах. *Мир психологии*. 2005;(2):93–119.
9. Дмитриев А.В. *Социальный конфликт: общее и особенное*. М.: Гардарики; 2002. 526 с.
10. Грошев И.В., Поздняков А.А., Бекетова М.Н. Половые различия конфликтологической компетентности руководителя как способность взаимодействия с персоналом. *Вопросы гуманитарных наук*. 2005;(4):285–290.
11. Давыдова Ю.А. Исследование причинной обусловленности конфликтного поведения личности. *Вестник Тамбовского университета. Сер. Гуманитарные науки*. 2008;(2):397–402.
12. Давыдова Ю.А., Бекетова М.М., Грошев И.В. Коэффициент потенциальной конфликтности личности: фактор частоты межличностных конфликтов. *Социально-экономические явления и процессы*. 2009;(4):28–30.
13. Pondy L.R. Organizational conflict: Concepts and models. *Administrative Science Quarterly*. 2007;12:296–320.
14. Окунев Д.А., Майкова С.Н. Трансформация организационного конфликта: идентификация и механизм. *Проблемы теории и практики управления*. 2010;(6):97–107.
15. Патрушев С.В. Природа возникновения конфликта. *Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий*. 2004;(7):55–58.
16. Пряникова Н.И., Давыдова Ю.А. Использование волатильности основных показателей конфликтности в интересах создания профессиональных команд. *Психология и педагогика служебной деятельности*. 2022;2:12–19. <https://doi.org/10.24412/2658-638X-2022-2-12-19>
17. Пряникова Н.И., Давыдова Ю.А. Конфликт как фактор временной резистентности организации. *Вестник Московского университета МВД России*. 2022;2:304–308. <https://doi.org/10.24412/2073-0454-2022-2-304-308>
18. Глазл Ф. *Конфликт-менеджмент: Настольная книга руководителя и консультанта*. Калуга: Духовное познание; 2002. 516 с.

References

1. Antsupov A.Ya., Shipilov A.I. *Conflictology*. M.: Peter; 2020. 560 p.
2. Grishina N.V. *Psychology of conflict*. St. Petersburg: Peter; 2006. 404 p.
3. Darendorf R. *Elements of the theory of social conflict*. M.: Directmedia Publishing; 2007. 152 p.
4. Tereshina E.A. *History of conflictology*. M.: Prospekt; 2018. 238 p.
5. Leonov N.I. *Conflictology*. M.: Yurait; 2019. 396 p.
6. Fedorova A.V. *Conflictology. For economists and managers*. Moscow: KnoRus; 2019. 212 p.
7. Makrinova E.I., Pakhomova Yu.A. *Management of labor conflicts in the organization: theory, practice, strategy: monograph*. Belgorod: BUKEP; 2012. 216 p.
8. Groshev I.V. Gender, sexual and personal differences of the behavior in conflicts. *Mir psikhologii = The world of psychology*. 2005;(2):93–119.
9. Dmitriev A.V. *Social conflict: general and special*. M.: Gardariki; 2002. 526 p.
10. Groshev I.V., Pozdnyakov A.A., Beketova M.N. Gender differences in the conflictological competence of the head as the ability to interact with the staff. *Voprosy gumanitarnykh nauk*. 2005;(4):285–290.
11. Davydova Yu.A. Study of causal conditionality of persons conflict behaviour. *Tambov University review. Series: humanities*. 2008;(2):397–402.
12. Davydova Yu.A., Beketova M.M., Groshev I.V. The factor of potential conflictness of an individual: the factor of frequency of interpersonal conflicts. *Socio-economic phenomena and processes*. 2009;(4):28–30.
13. Pondy L.R. Organizational conflict: Concepts and models. *Administrative Science Quarterly*. 2007;12:296–320.
14. Okunev D.A., Maikova S.N. Transformation of the organizational conflict: identification and mechanism. *Problemy teorii i praktiki upravleniya*. 2010;(6):97–107.
15. Patrushev S.V. The nature of the conflict. *Ekonomika sel'skokhozyaystvennykh i pererabatyvayushchikh predpriyatii*. 2004;(7):55–58.
16. Pryanikova N.I., Davydova Yu.A. Using the volatility of the main indicators of conflict in the interests of creating professional teams. *Psychology and pedagogics in official activity*. 2022;2:304–308. <https://doi.org/10.24412/2073-0454-2022-2-304-308>
17. Pryanikova N.I., Davydova Yu.A. Conflict as a factor of temporary resistance of the organization. *Bulletin of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia*. 2022;2:304–308. <https://doi.org/10.24412/2073-0454-2022-2-304-308>
18. Glazl F. *Conflict Management: A handbook of a manager and consultant*. Kaluga: Dukhovnoe poznanie; 2002. 516 p.

Психологические детерминанты учебной деятельности академически неуспевающих студентов вуза

Чернякевич Елена Юрьевна

Канд. психол. наук, доц. каф. истории и философии
ORCID: 0000-0002-6300-4354, e-mail: Chernik.72@mail.ru

Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, г. Санкт-Петербург, Россия

Аннотация

В статье поднята проблема академической неуспеваемости студентов вузов. Представлены результаты эмпирического исследования, направленного на изучение особенностей стиля учебной деятельности, процессов самоорганизации, академической мотивации, личностного смысла учебы для студентов с академической неуспеваемостью. В исследовании приняли участие 32 студента 2 и 3 курсов вуза с техническим профилем обучения. Были использованы «Шкала академической мотивации» Т.О. Гордеевой, опросник Н.А. Копейной «Стиль учебной деятельности», методика «Диагностика особенностей самоорганизации (АОС)» А.Д. Ишкова, тест незаконченных предложений «Для меня моя учеба – это...». Выявлены психологические детерминанты академической неуспеваемости студентов: доминирование амотивации; отсутствие осмысленности учебы; низкий уровень целеполагания, волевых усилий; низкий уровень навыков планирования; восприятие учебы как неприятной необходимости.

Ключевые слова

Учебная деятельность, стиль деятельности, самоорганизация, академическая мотивация, саморегуляция, академическая неуспеваемость

Для цитирования: Чернякевич Е.Ю. Психологические детерминанты учебной деятельности академически неуспевающих студентов вуза // Вестник университета. 2022. № 9. С. 199–206.



Psychological determinants of learning activities of academically underachieving university students

Elena Yu. Cherniakevich

Cand. Sci. (Psy), Assoc. Prof. at the Department of History and Philosophy
ORCID: 0000-0002-6300-4354, e-mail: Chernik.72@mail.ru

St. Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering, St. Petersburg, Russia

Abstract

The article raises the problem of university students' academic failure. The results of an empirical study aimed at studying the features of the learning activity style, self-organisation processes, academic motivation, personal meaning of learning for academically unsuccessful students are presented. The study involved 32 students of the 2nd and 3rd courses of the technical university. Research methods: T.O. Gordeeva's "Scale of academic motivation", N.A. Kopeyna's questionnaire "Style of learning activity", A.D. Ishkov's methodology "Diagnostics of self-organisation features (DOS)", test of unfinished sentences "For me, my studies are ...". The psychological determinants of students' academic failure have been revealed: amotivation dominance, study meaningfulness lack, low goal-setting level, low strong-willed efforts level, low planning skills' level, perception of study as an unpleasant necessity.

For citation: Cherniakevich E.Yu. (2022) Psychological determinants of learning activities of academically underachieving university students. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 199–206.

Keywords

Educational activity, activity style, self-organisation, academic motivation, self-regulation, academic failure

ВВЕДЕНИЕ

Выбор профессии – важный шаг, оказывающий влияние на дальнейшую жизнь человека. Порой, несмотря на возможность выбора, выпускнику среднего учебного заведения бывает проблематично решить, какую из профессий он приобретет, и в силу разных причин молодые люди зачастую выбирают не то, что им хочется. У молодежи за рубежом есть возможность сначала поступить в колледж или университет, а потом взять академический отпуск (англ. *gap year*) для того, чтобы убедиться в правильности принятого решения. Но в России такой возможности нет, а поступление в вуз сразу после школы считается логичным и престижным. Нарушение такой традиции пока воспринимается, скорее, негативно, ведь многие родители уверены в том, что их ребенку необходимо сразу после школы поступить в высшее учебное заведение, обязательно получить любой диплом, лишь бы у него было высшее образование. А уж закончив вуз, он может продолжить учебу в том направлении, которое ему всецело нравится. К сожалению, такая тенденция может демотивировать молодого человека, снизить его готовность к обучению, ослабить осознание результата, который ему необходимо получить.

В период обучения в вузе студент переосмысливает свои привычки и поведение в соответствии с новыми учебными требованиями. Для успешного обучения молодому человеку важно осознанно ставить перед собой цели, добиваться их выполнения, видеть возможности дальнейшего профессионального

© Cherniakevich E.Yu., 2022.

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



развития. Однако в реальности у современных студентов нередко возникают трудности при выполнении заданий, усвоении знаний, организации и распределении свободного времени для подготовки к занятиям. Как следствие, из-за отсутствия осознанного нахождения личностных смыслов в выбранной профессии, неумения самостоятельно организовать собственную деятельность, сниженной мотивации и различных других причин студент терпит академические неудачи.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Обзор научных работ показывает, что большинство исследований посвящено изучению факторов, способствующих успешной учебе студентов [1–3]. Среди факторов, определяющих учебную деятельность, авторы называют социально-биографические особенности (возраст, семейное положение, уровень довузовской подготовки и т.п.), физическое состояние здоровья. Например, обнаружена взаимосвязь короткой продолжительности сна с академическими неудачами обучающихся [4]. Выявлено, что преимущественно академически неуспевающими являются мужчины [5; 6]. Следует уточнить, что под академической неуспеваемостью мы понимаем невыполнение учебного плана по сдаче экзаменов и зачетов.

Значимая роль отводится и социально-экономическим условиям (материальное положение студента, форма обучения, оплата за обучение, финансовая устойчивость вуза, уровень квалификации преподавателей, престижность вуза [3]. Некоторым студентам приходится работать, чтобы обеспечить себе образование, поэтому на успеваемость студентов оказывает влияние их занятость в рабочем процессе, а также неблагоприятные условия проживания дома или в общежитии [7; 8]. Около одной трети американских студентов решили прекратить обучение из-за высоких учебных нагрузок и занятости на работе. При этом лишь 6 % были академически неуспевающими в начале обучения [9]. В российской науке обращается внимание на невнимательное отношение университетского управления к проблеме академической неуспеваемости студентов. Вместе с тем мониторинг масштабов и характера образовательной неуспеваемости студентов позволил бы минимизировать дальнейшие риски для компаний, рынка труда, работодателей [10].

Особенно важными для академической успеваемости считаются психологические факторы (мотивация, познавательные способности, самооценка, адаптационный потенциал, эмоциональный интеллект, самоконтроль, стрессоустойчивость и др.) [3; 11]. Исследователи подчеркивают: у академически успевающих студентов преобладает высокий уровень самоконтроля, умение регулировать эмоциональные состояния, стрессоустойчивость, навык реализации поставленных целей [12–15]. После провала на сессии и появления задолженностей студенты с позитивной самооценкой и высокой уверенностью в самоэффективности делали работу над ошибками и в последующем становились академически успевающими [5; 6].

Замечено, что несмотря на нормальный IQ ученика, академическая успеваемость может снижаться. Одной из причин ее снижения является учебная мотивация. У академически успевающих студентов доминирует самомотивация в освоении профессии и получении знаний. Академически отстающие студенты проявляют внешние ситуативные мотивы: не потерять стипендию, уйти от наказания, осуждения за плохую учебу и др. [16–18]. Как показывают канадские исследования студенты, имеющие высокую склонность к прокрастинации, чаще пересдают экзамены, не спешат выполнять задания, менее добросовестно их выполняют. У студентов с низким уровнем прокрастинации сформированы собственные цели, они готовы больше учиться, чтобы как можно лучше сдать экзамен [19].

Вместе с этим следует сказать и о карьерной мотивации. К третьему курсу студенты уже имеют адекватное представление о своих сильных и слабых сторонах и карьерных возможностях. Если этого не происходит, и у обучающегося нет карьерных целей, он так и не осознает свои личностные ресурсы, его карьерная направленность стихийна, тогда и учебная деятельность не осознается ни как цель, ни как средство построения дальнейшей карьеры [20].

Существенным фактором, оказывающим влияние на учебную мотивацию, является наличие разного рода конфликтов, психологическая атмосфера в учебной группе, социальном окружении. Молодой человек может переживать субъективное чувство одиночества, находясь в студенческой группе. Важной составляющей учебной деятельности являются доброжелательные отношения, позитивный психологический климат в коллективе [21–23]. Нередко учащиеся могут находиться в зависимости от преподавателей в постановке учебных целей, выборе средств их достижения, методах оценки результатов учебы [24]. По мнению О.С. Иониной [25], при совпадении стиля учебной деятельности студента со стилем преподавания учителя, студент более успешен в учебе.

Ученые обращают внимание на необходимость прогнозирования академической успеваемости [26]. Известно, что когда на 2–3 курсе происходит изучение профильных дисциплин, студент полноценно погружается в учебно-профессиональную среду и начинает осознавать насколько его ожидания соответствуют либо не соответствуют реальности. В этот период может возникать чувство разочарования, утраты иллюзий, сожаление о выборе образовательного профиля. Специалисты называют это явление «кризисом третьего курса».

Для максимально успешной сдачи экзаменов А.Е. Nelson, S. Kotcherlakota [27] разработали «План сдачи студентами экзаменов» (SESP). Студенты имели круглосуточный доступ к модулям, рекомендуемым определенными стратегиями обучения. Авторы пришли к выводу, что такая техническая помощь повышает академическую успеваемость.

Таким образом, обзор работ показал множество причин и факторов, влияющих на учебную деятельность обучающихся. Вместе с тем мы убедились, что существует дефицит сведений в отношении психологических детерминант, обуславливающих учебную деятельность академически неуспевающих учащихся. С нашей точки зрения необходимо поддерживать не только успевающих, «сильных» студентов, но и помогать академически неуспевающим студентам. Выяснив разного рода причины и индивидуально-психологические особенности обучающегося можно разработать стратегии и подходы к организации его обучения в университете, и у неуспевающих студентов появится шанс стать успевающими.

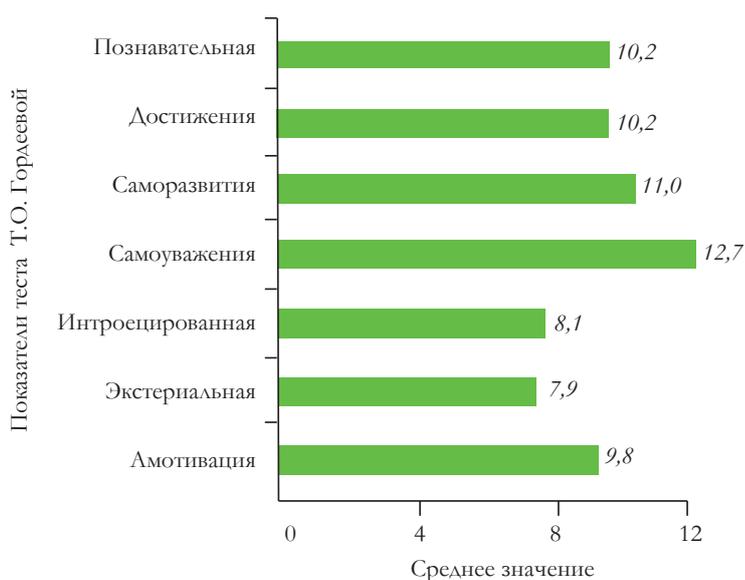
ОРГАНИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ И МЕТОДЫ

С целью изучения психологических детерминант, обуславливающих академические задолженности студентов, нами проведено исследование, в котором приняли участие 32 студента, средний возраст которых составил 20 лет (22 юноши, 10 девушек). Были отобраны респонденты с достаточно большим количеством задолженностей по разным дисциплинам: от 6 до 11 ($\bar{X}=7$). Ими оказались обучающиеся техническим специальностям студенты 2 курса (13 человек) и 3 курса (19 человек).

В исследовании использованы методики: «Шкала академической мотивации» Т.О. Гордеевой, опросник Н.А. Копейной «Стиль учебной деятельности», методика «Диагностика особенностей самоорганизации (ДОС)» А.Д. Ишкова, тест незаконченных предложений «Для меня моя учеба – это...». Для математической обработки применялся пакет программ MS Excel, Statistica 13.3. Для структурного анализа полученных результатов использовались методы корреляционного анализа (коэффициенты Пирсона) и кластерного анализа.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБСУЖДЕНИЕ

По результатам кластерного анализа (рис. 1) можно судить, что для академически неуспевающих студентов личностный смысл учебы имеет противоречивый характер. Так, студенты воспринимают учебу как



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Особенности мотивации академически неуспевающих студентов

необходимость, продолжительный период жизни потраченный на борьбу и задачу доказать кому-либо, что они могут учиться, добиваться целей. В то же время это возможность узнать свои сильные стороны, развиваться, приобрести навык противостояния давлению. Студент пытается найти для себя позитивные стороны, объясняя, что учеба – это знания, должность на работе, полезное время. Можно предположить, что происходит защита психики от травмирующих переживаний, так как молодой человек ищет логическое объяснение тому, почему он продолжает учиться, в то время как учеба сопровождается негативными эмоциями и отсутствием мотивации.

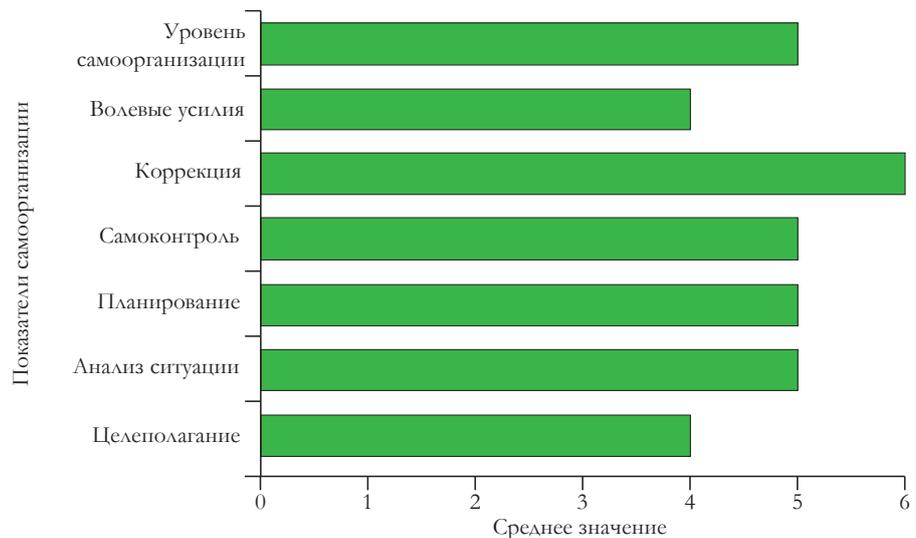
Данные, представленные на рисунке 1, свидетельствуют о том, что респондентам не свойственно учиться ради ощущения собственной значимости, повышать

самооценку за счет достижений в учебе ($\bar{X}=12,7$). У них отсутствует стремление развивать свои способности, добиваться компетентности во время учебной деятельности ($\bar{X}=11$). На низком уровне находится шкала мотивации познания: стремление узнать новое, понять изучаемый предмет не является приоритетным ($\bar{X}=10,2$). Молодые люди не стремятся добиваться высоких результатов в учебе, получать удовольствие от разрешения непростых задач ($\bar{X}=10,2$). Интроецированные мотивы (ощущение стыда и чувства долга перед собой и другими) у молодых людей не выражены ($\bar{X}=8,1$). Экстернальные мотивы (внешнее принуждение со стороны родителей, преподавателей) у студентов не значимы ($\bar{X}=7,9$).

Кроме того, обнаружен высокий уровень значений по шкале «Амотивация» ($\bar{X}=9,8$), что говорит об отсутствии интереса и ощущения осмысленности учебной деятельности.

Анализ стилей учебной деятельности показал: 84 % академически неуспевающих студентов склонны к импульсивности и нерегулярности в работе, которые могут способствовать срывам в учебной деятельности. Лишь у 13 % студентов присутствует универсальный стиль деятельности, содействующий учебе. У незначительного числа студентов (3 %) обнаружен компенсированный, регулярный стиль учебной деятельности, который при регулярности в занятиях помогает избегать стрессовых нагрузок в течение семестра, распределяя оптимально свои силы и позволяя минимизировать риски неуспеваемости в обучении.

В результате анализа самоорганизации деятельности респондентов обнаружено, что у студентов недостаточно развита регуляция собственных действий, сила воли, способность преодолевать трудности ($\bar{X}=4$) рис. 2. Молодые люди не обладают достаточным навыком принятия и удержания цели ($\bar{X}=4$). В свою очередь, уровень развития остальных компонентов самоорганизации средний.



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 2. Особенности самоорганизации академически неуспевающих студентов

Обращают на себя вни-

мание взаимосвязи между показателями академической мотивации, стилем учебной деятельности, самоорганизацией, количеством задолженностей и личностным смыслом учебы для студентов. Интересной оказалась корреляция между количеством задолженностей, имеющихся у студента и планированием ($0,46; p \leq 0,05$). При увеличении долгов, усиливается желание заниматься планированием деятельности, при этом волевые усилия не применяются ($-0,45; p \leq 0,05$). Скорей всего, реализация планов студентом так и не осуществляется. Кроме этого, чем больше студент планирует, тем в меньшей степени его интересует достижение высоких результатов в учебе ($-0,35; p \leq 0,05$), и наоборот.

Мы можем предположить, что обучающийся ориентируется на закрытие задолженности при минимальных затратах. Однако достижения в учебе значимы для тех студентов, которые видят в учебе возможность самопознания, саморазвития ($0,38; p \leq 0,05$). У студентов, использующих компенсированный регулярный стиль деятельности, задолженностей меньше ($-0,35; p \leq 0,05$). При увеличении количества академических задолженностей у студента снижается самоуважение ($-0,44; p \leq 0,05$), исчезает желание мобилизовать силы для выполнения необходимых задач, усиливается ощущение бессмысленности учебной деятельности, растет амотивация ($0,35; p \leq 0,05$). При росте амотивации исчезает желание анализировать ситуацию, искать причину неудач ($-0,43; p \leq 0,05$). При восприятии учебы как «борьбы» и «средства удовлетворения чужого желания» снижается познавательная мотивация ($-0,45; p \leq 0,05$), и наоборот. Чем лучше студент осознает, что учеба для него – это польза и перспектива, тем в меньшей степени ему приходится корректировать запланированные действия ($-0,43; p \leq 0,05$). Чем лучше у студента навыки принятия и удержания цели, тем регулярнее он занимается учебой ($0,44; p \leq 0,05$), и наоборот.

ВЫВОДЫ

1. Установлено, что для академически неуспевающих студентов личностный смысл учебы носит противоречивый характер и сопровождается преимущественно негативными эмоциями.
2. Доминирует амотивация – отсутствие интереса и осознанности учебы.
3. Академически неуспевающие студенты не ориентированы на достижение высоких результатов в учебе.
4. В самоорганизации деятельности низкие уровни занимают «целеполагание» и «волевые усилия».
5. При преобладании амотивации увеличивается количество задолженностей и исчезает желание делать выводы о причинах неудач, негативное восприятие учебы снижает познавательную мотивацию.

Итоги проведенного исследования требуют дальнейшего осмысления и предполагают разработку программ психологического сопровождения студентов, испытывающих трудности в обучении. В частности, основными задачами в работе могут стать: создание условий для повышения мотивации в преодолении проблем и сложностей, самооценки, уверенности в своих силах; развитие эмоционального интеллекта как условия принятия успешного решения в проблемных ситуациях; создание условий для формирования навыков планирования, организации самостоятельной работы, использования приемов тайм-менеджмента в учебном процессе.

Библиографический список

1. Акимова С.В., Кожевникова О.В. Факторы успешности академической адаптации на начальном этапе обучения в университете. *Universum: психология и образование*. 2015;(8). <https://7universum.com/ru/psy/archive/item/2516> (дата обращения: 10.06.2022).
2. Дериш Ф.В. Сессия как фактор академической мотивации в связи с успешностью обучения. *Вестник ПГППУ. Серия № 1. Психологические и педагогические науки*. 2017;(1):70–81.
3. Смирнов С.А. *Психологические факторы успешной учебы студентов вуза*. <http://www.psy.msu.ru/science/public/smirnov/students.html> (дата обращения: 24.05.2022).
4. Titova E., Hogenkamp P.S., Jacobsson J.A., Feldman I., Benedict C. Associations of self-reported sleep disturbance and duration with academic failure in community-dwelling Swedish adolescents: Sleep and academic performance at school. *Sleep Medicine*. 2015;16(1):87–93. <https://doi.org/10.1016/j.sleep.2014.09.004>
5. Hanley A.W., Palejwala M.H., Hanley R.T., Canto A.I., Garland E.L. A failure in mind: Dispositional mindfulness and positive reappraisal as predictors of academic self-efficacy following failure. *Personality and Individual Differences*. 2015;86:332–337. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.06.033>
6. Jeludar S.S., Jeludar A.Z., Shayan N., Gatab A.T. Factors affecting the academic failure of male students. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2012;46:2575–2578.
7. Mthimunya K.D.T., Daniels F.M. Exploring the challenges and efforts implemented to improve the academic performance and success of nursing students at a university in the Western Cape. *International Journal of Africa Nursing Sciences*. 2020;12:100196. <https://doi.org/10.1016/j.ijans.2020.100196>
8. Okogbaa J., Allen R.E., Sarpong D.F. Time spent at work and its impact on the academic performance of pharmacy students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2020;17(2):496. <https://doi.org/10.3390/ijerph17020496>
9. Dante A., Ferrão S., Jarosova D., Lancia L., Nascimento C., Notara V. et al. Nursing student profiles and occurrence of early academic failure: Findings from an explorative European study. *Nurse Education Today*. 2016;38:74–81. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2015.12.013>
10. Зборовский Г.Е., Амбарова П.А. Образовательно неуспевающие студенты: позиция университетского управления. *Педагогический журнал Башкортостана*. 2020;2:87:38–48. <https://doi.org/10.21510/1817-3992-2020-87-2-38-49>
11. Chernyakevich E.Yu., Myasnova A.S. The adaptive capacity of first-year students. *Modern Science*. 2018;(4-2):6–8.
12. Дериш Ф.В., Пузырёва Л.О. Вклад черт личности и академической мотивации в успешность обучения. *Вестник ПГППУ. Серия № 1. Психологические и педагогические науки*. 2018;(1):39–53.
13. Кедярова Е.А. Волевая регуляция как фактор деятельности студентов. *Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология*. 2012;1(1):40–46.
14. Beauvais A.M., Stewar J.G., DeNisco S., Beauvais J.E. Factors related to academic success among nursing students: A descriptive correlational research study. *Nurse Education Today*. 2014;34(6):918–923. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2013.12.005>
15. Lee W.W.S. Relationships among grit, academic performance, perceived academic failure, and stress in associate degree students. *Journal of Adolescence*. 2017;60(1):148–152. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.08.006>

16. Гордеева Т.О. *Психология мотивации достижения*. М.: Смысл: Academia; 2006. 336 с.
17. Гордеева Т.О., Сычев О.А., Осин Е.Н. Опросник «Шкалы академической мотивации». *Психологический журнал*. 2014;35(4):96–107.
18. Григорьева Н.Г. Мотивированная учебная деятельность как фактор успешного обучения студентов. *Высшее образование сегодня*. 2016;(2):60–63.
19. Graham B, Laliberté J.-W.P., Oreopoulos P. Thrivers and divers: Using non-academic measures to predict college success and failure. *Economics of Education Review*. 2018.;62:170–182. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2017.09.008>
20. Чернякевич Е.Ю. Карьерная направленность молодых людей из больших и малых российских городов. *Вестник университета*. 2020;(4):197–204. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-4-197-204>
21. Чернякевич Е.Ю., Лобанова Ю.И., Осипова Л.В. *Конфликтология. Учебное пособие*. Санкт-Петербург. СПбГАСУ; 2020. 114 с.
22. Чернякевич Е.Ю. Исследование особенностей социально-психологических характеристик группы во взаимосвязи с ценностными ориентациями личности. *Азимут научных исследований: педагогика и психология*. 2020;9(1):391–394. <https://doi.org/10.26140/anip-2020-0901-0095>
23. Cherniakov E.Yu., Pavlova A.V. Features of the psychological climate in the student group. *Modern Science*. 2017;(10):142–144.
24. Strenze T. Intelligence and socioeconomic success: A metaanalytic review of longitudinal research. *Intelligence*. 2007;35(5):401–426. <https://doi.org/10.1016/j.intell.2006.09.004>
25. Ионина О.С. Проявления индивидуального стиля учебно-профессиональной деятельности студента. *Концепт*. 2015;(S12):16–20. <http://e-koncept.ru/2015/75186.htm> (дата обращения: 27.06.2022).
26. Costa E.B., Fonseca B., Santana M.A., de Araújo F.F., Rego J. Evaluating the effectiveness of educational data mining techniques for early prediction of students' academic failure in introductory programming courses. *Computers in Human Behavior*. 2017;73:247–256. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.047>
27. Nelson A.E., Kotcherlakota S. Development of technology-based resource to promote students academic success. *Teaching and Learning in Nursing*. 2019;14(4):231–234. <https://doi.org/10.1016/j.teln.2019.05.004>

References

1. Akimova S.V., Kozhevnikova O.V. Success factors of academic adaptation at the initial stage of education at the university. *Universum: psikhologiya i obrazovanie*. 2015;(8). <https://7universum.com/ru/psy/archive/item/2516> <https://7universum.com/ru/psy/archive/item/2516> (accessed 10.06.2022).
2. Derish F.V. Session as a factor of academic motivation and success of studying. *Vestnik PGGPU. Seriya № 1. Psikhologicheskie i pedagogicheskie nauki*. 2017;1:70–81.
3. Smirnov S.D. *Psychological factors of successful study of university students*. <http://www.psy.msu.ru/science/public/smirnov/students.html> (accessed 24.05.2022).
4. Titova E., Hogenkamp P.S., Jacobsson J.A., Feldman I., Benedict C. Associations of self-reported sleep disturbance and duration with academic failure in community-dwelling Swedish adolescents: Sleep and academic performance at school. *Sleep Medicine*. 2015;16(1):87–93. <https://doi.org/10.1016/j.sleep.2014.09.004>
5. Hanley Adam W., Palejwala Mohammed H., Hanley Robert T., Canto Angela I., Garland Eric L.. A failure in mind: Dispositional mindfulness and positive reappraisal as predictors of academic self-efficacy following failure. *Personality and Individual Differences*. 2015;86:332–337. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.06.033>
6. Seyednezad Jeludar S., Ahy Jeludar Z., Shayan N., Gatab Ahmadi T. Factors affecting the academic failure of male students. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 2012;46:2575–2578.
7. Mthimunye K.D.T., Daniels F.M. Exploring the challenges and efforts implemented to improve the academic performance and success of nursing students at a university in the Western Cape. *International Journal of Africa Nursing Sciences*. 2020;12:100196. <https://doi.org/10.1016/j.ijans.2020.100196>
8. Okogbaa J., Allen R.E., Sarpong D.F. Time spent at work and its impact on the academic performance of pharmacy students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2020;17(2):496. <https://doi.org/10.3390/ijerph17020496>
9. Dante A., Ferrão S., Jarosova D., Lancia L., Nascimento C., Notara V. et al. Nursing student profiles and occurrence of early academic failure: Findings from an explorative European study. *Nurse Education Today*. 2016;38:74–81. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2015.12.013>
10. Zborovsky G.E., Ambarova P.A. Educationally unsuccessful students: position of the university administration. *Pedagogicheskiy zhurnal Bashkortostana*. 2020;2(87):38–48.
11. Chernyakov E.Yu., Myasnova A.S. The adaptive capacity of first-year students. *Modern Science*. 2018;(4-2):6–8.

12. Derish F.V., Puzyreva L.O. Impact of personality traits and academic motivation in success of studying. *Vestnik PGGPU. Seriya № 1, Psikhologicheskie i pedagogicheskie nauki*. 2018;(1):39–53.
13. Keduarova E.A. Volitional regulation as a factor of the success of educational activity of students. *The Bulletin of Irkutsk State University. Series: Psychology*. 2012;1(1):40–46.
14. Beauvais A.M., Stewar J.G., DeNisco S., Beauvais J.E. Factors related to academic success among nursing students: A descriptive correlational research study. *Nurse Education Today*. 2014;34(6):918–923. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2013.12.005>
15. Lee W.W.S. Relationships among grit, academic performance, perceived academic failure, and stress in associate degree students. *Journal of Adolescence*. 2017;60(1):148–152. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.08.006>
16. Gordeeva T.O. *Psychology of achievement motivation*. Moscow: Smysl: Academy; 2006. 336 p.
17. Gordeeva T.O., Sychev O.A., Osin E.N. “Academic motivation scales” questionnaire. *Psikhologicheskii zhurnal*. 2014;35(4):96–107.
18. Grigorieva N.G. Motivated learning activity as a factor in successful student learning. *Higher education today*. 2016;(2):60–63.
19. Graham B., Laliberté J.-W.P., Oreopoulos P. Thrivers and divers: Using non-academic measures to predict college success and failure. *Economics of Education Review*. 2018.;62:170–182. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2017.09.008>
20. Cherniakov E.Yu. Career direction of young people from big and small Russian cities. *Vestnik Universiteta*. 2020;(4):197–204. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2020-4-197-204>
21. Chernyakov E.Yu., Lobanova Yu.I., Osipova L.V. *Conflictology. Textbook*. St. Petersburg: St. Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering; 2020; 114 pp. (In Russian).
22. Cherniakov E.Yu. Research of peculiarities of socio-psychological characteristics of the group in accordance with the value personalities of the person. *Azimuth of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*. 2020;9(1):391–394. <https://doi.org/10.26140/anip-2020-0901-0095>
23. Cherniakov E.Yu., Pavlova A.V. Features of the psychological climate in the student group. *Modern Science*. 2017;(10):142–144.
24. Strenze T. Intelligence and socioeconomic success: A metaanalytic review of longitudinal research. *Intelligence*. 2007;35(5):401–426. <https://doi.org/10.1016/j.intell.2006.09.004>
25. Ionina O.S. Manifestations of the student’s individual style of educational and professional activity *Koncept*. 2015;(S12):16–20. <http://e-koncept.ru/2015/75186.htm> (accessed 27.06.2022).
26. Costa E.B., Fonseca B., Santana M.A., de Araújo F.F., Rego J. Evaluating the effectiveness of educational data mining techniques for early prediction of students’ academic failure in introductory programming courses. *Computers in Human Behavior*. 2017;73:247–256. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.047>
27. Nelson A.E., Kotcherlakota S. Development of technology-based resource to promote students academic success. *Teaching and Learning in Nursing*. 2019;14(4):231–234. <https://doi.org/10.1016/j.teln.2019.05.004>

Стратегии преодоления конфликтов у будущих руководителей разной религиозной направленности в период цифровизации общества

Щербакова Ирина Константиновна

Канд. ист. наук, доц. каф. социологии, психологии управления и истории
ORCID: 0000-0001-8090-9182, e-mail: ik_scherbakova@guu.ru

Соколовская Ирина Эдуардовна

Д-р психол. наук, проф. каф. социологии, психологии управления и истории
ORCID: 0000-0001-8917-3490, e-mail: ie_sokolovskaya@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

В статье рассматриваются историко-правовые, социологические, психологические и другие аспекты разрешения конфликтов в обществе и социальных группах. Представлены результаты опроса студентов бакалавриата Государственного университета управления. На основе проведенного исследования выявлены причины и стратегии разрешения конфликтных ситуаций у будущих руководителей разной религиозной направленности, а также средства разрешения межличностных и межгрупповых конфликтов. С использованием методов экспертного анализа посредством сопоставления мнений респондентов с мнениями исследователей сделано заключение о необходимости внедрения тренингов с учетом цифровизации для освоения знаний онлайн по профилактике и урегулированию противоречивых ситуаций. Таким образом будущие руководители России могли бы обучиться адекватным реакциям в конфликтных учебных ситуациях, научились применять бы разные стили и стратегии общения, а также определять конфликтогены на первой и второй стадии развития конфликта для оперативного перевода таких ситуаций в мирное русло. Практическая значимость исследования заключается во внедрении его результатов для проверки студентов на уровень эмоционального интеллекта, повышение их компетенций, а также на урегулирование конфликтов в разных этнических средах.

Ключевые слова

Конфликт, религиозный конфликт, межэтнический конфликт, поле напряженности, религиозные группы, эмоциональный интеллект, конфликтоген

Цитирование: Щербакова И.К., Соколовская И.Э. Стратегии преодоления конфликтов у будущих руководителей разной религиозной направленности в период цифровизации общества // Вестник университета. 2022. № 9. С. 207–212.



Strategies for overcoming conflict among future leaders of different religious orientations at a period of society digitalisation

Irina K. Shcherbakova

Cand. Sci (Hist.), Assoc. Prof. of the Department of Sociology, Psychology of Management and History
ORCID: 0000-0001-8090-9182, e-mail: ik_scherbakova@guu.ru

Irina E. Sokolovskaya

Dr. Sci (Psy.), Professor of the Department of Sociology, Management Psychology and History
ORCID: 0000-0001-8917-3490, e-mail: ie_sokolovskaya@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The article deals with historical, legal, sociological, psychological and other aspects of conflict resolution in society and social groups. The results of a survey of undergraduate students of the State University of Management are presented. On the basis of the study, strategies for resolving conflict situations among future leaders of various religious orientations, and means of resolving interpersonal and intergroup conflicts, were identified. Using methods of expert analysis, by comparing respondents' opinions with those of researchers, it is concluded that digital training should be introduced to acquire online knowledge on preventing and dealing with controversial situations. In this way, Russia's future leaders could be trained in appropriate reactions in conflict educational situations, learn how to apply different styles and strategies of communication, and to identify conflictogens at the first and second stages of conflict development to promptly transfer such situations to a peaceful course. The practical significance of the study is in the implementation of the results to test students for the level of emotional intelligence, to improve their competencies, and to resolve conflicts in different ethnic environments.

Keywords

Conflict, religious conflict, interethnic conflict, tension field, religious groups, emotional intelligence, conflictogen

For citation: Shcherbakova I.K., Sokolovskaya I.E. (2022) Strategies for overcoming conflict among future leaders of different religious orientations at a period of society digitalisation. *Vestnik universiteta*, no. 9, pp. 207–212.



ВВЕДЕНИЕ

В условиях современной ситуации, в которой оказалась сейчас Россия, а с ней и западные страны, особую актуальность приобретает тема межнациональных конфликтов, которые представляют собой противоречие между этническими группами. В современной литературе можно встретить множество классификаций конфликтов, среди которых национальные, а также религиозные выходят на первое место. Их можно считать одной из важнейших проблем современного общества. Задача авторов заключается в рассмотрении основных причин и видов межнациональных и религиозных конфликтов и определении стратегий их преодоления (на основе исследования, проведенного среди студентов Государственного университета управления (далее – ГУУ).

ПОНЯТИЕ И ВИДЫ КОНФЛИКТОВ

Конфликт в широком смысле представляет собой противоречие между двумя и более субъектами, выраженное в споре, в несогласии с точкой зрения оппонента. К отличительным признакам конфликта можно отнести стремление к доминированию, к подчинению позиции собеседника собственному мнению или взгляду на ту или иную ситуацию. Межэтнический или, правильнее сказать, межнациональный конфликт представляет собой противоречие между представителями разных этнических групп, нередко его дополнительными участниками становятся просто из-за принадлежности к той же национальности, что и основной оппонент. И в этом его ключевое отличие от других видов конфликтов.

Религиозный конфликт – более сложное понятие. Он существовал на протяжении почти всей истории человечества и привел к значительному количеству войн. Религия и вопросы веры всегда играли неоднозначную роль во всемирной истории: именно церковь в средневековье «вдохновляла» на жесточайшие и кровавые крестовые походы, но в то же время во имя веры совершались величайшие победы, подвиги, основывались города и нации. Само понятие *religio* переводится с латинского как «связывать, объединять», однако на практике религия зачастую приводила к разрушающим последствиям. Достаточно часто эти два вида конфликта встречаются в сочетании друг с другом.

Встречаются разные определения религиозных конфликтов. Например, Д.А. Панова приводит следующее определение: «Это обострение отношений между конфессиональными объединениями, религиозными группами и структурами на почве недопонимания или неуважительного отношения к представителям той или иной конфессии» [3, с. 121]. Как указал в своей работе М.С. Стецкевич, «религиозные конфликты редко возникают сами по себе; чаще всего они редко проявляются вне связи с политическими, экономическими или политическими причинами» [9, с. 138], то есть религиозный конфликт – более широкое понятие, чем может показаться на первый взгляд. Они, скорее всего, возникают в многонациональных государствах с федеративной формой устройства или в тех странах, где есть значительные национальные меньшинства. Они могут возникать по вопросам преимущества какой-либо нации или народа, разногласиях в вопросах религии, традициях или обычаях, а также по причине социального неравенства.

Есть различные основания для классификации межрелигиозных конфликтов: по территории протекания (внутригосударственные и межгосударственные), по степени вовлеченности представителей разных религиозных конфессий (межконфессиональные, внутриконфессиональные), а также конфликты между верующими и атеистами.

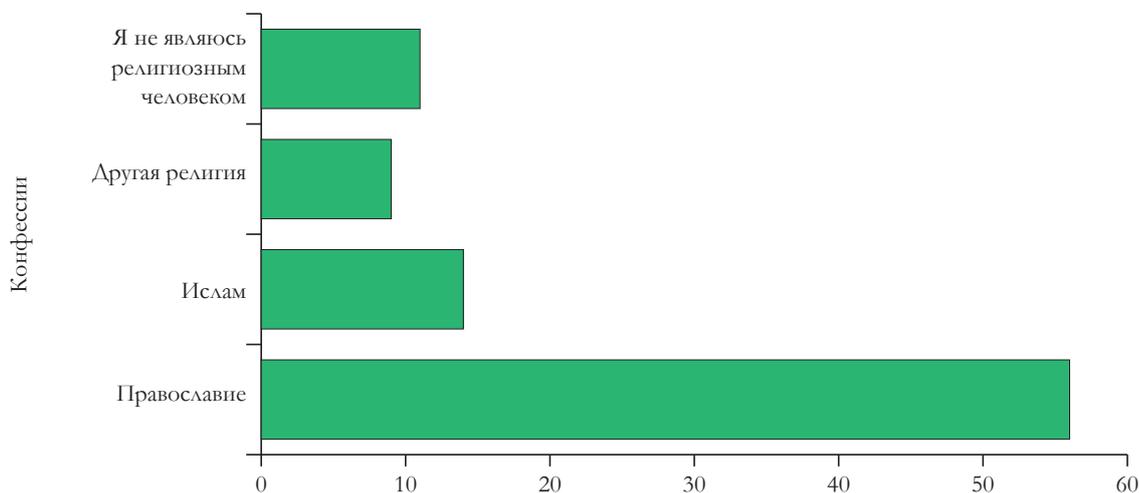
ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ РЕЛИГИОЗНЫХ КОНФЛИКТОВ

Считается, что возникновение религиозных конфликтов чаще всего происходит по причине четырех факторов: архетипического, культурно-исторического (разногласий из-за границ государства, этноса и вероисповедания), социоетального (влиянием процессов, происходящих в социуме, на религиозную подсистему), конфессионального (спецификой самих религиозных отношений). Так как религиозные конфликты – это конфликты абсолютных ценностей, они часто имеют хронический характер, легко провоцируемы и практически не поддаются урегулированию. Одним из путей их решения является преобразование возникших на религиозной почве конфликтов ценностей в конфликты интересов, то есть отфильтровывание главных причин конфликта от мировоззренческого антагонизма конфликтеров. Но в случае чистых религиозных конфликтов требуется длительный процесс формирования новой ценности – религиозной терпимости и готовности к диалогу [5; 6].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Экспериментальное исследование конфликтного поведения у студентов с разной религиозной направленностью проводилось в 2022 г. на базе ГУУ. Выборку составили ответы 100 студентов первого курса направления социологии, менеджмента и государственного и муниципального управления.

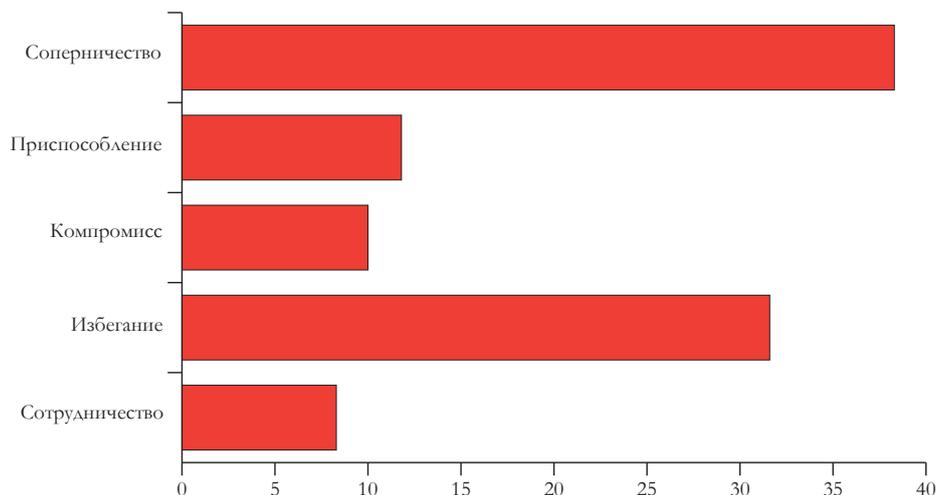
На рисунке 1 представлена религиозная принадлежность опрошенных. Большинство (56 %) исповедует православие; ислам – 14 %; менее 10 % относят себя к представителям других религий; примерно 13 % назвали себя атеистами.



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Конфессиональная принадлежность респондентов

После определения своей конфессиональной принадлежности студентам было предложено ответить на вопрос: как бы они повели себя в конфликтной ситуации, если бы причиной спора стали религиозные разногласия. Обработка результатов происходила по методике «Анализ стилей поведения в конфликтных ситуациях» К. Томаса (рис. 2).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 2. Поведенческие стили реагирования на религиозные разногласия

На основе полученных результатов авторы пришли к заключению, что в студенческом коллективе не сложилось единого мнения относительно стилей поведения в конфликтной ситуации. На взгляд исследователей, ситуация больше представляется негативной, так как оптимальных стилей по шкалам «Сотрудничество», «Приспособление» и «Компромисс» придерживаются менее четверти студентов с разной религиозной направленностью, а именно 10 %, 11,8 % и 8,3 %, в отличие от нерелигиозных студентов, треть из которых в группе студентов «Соперничество» (см. рис. 2).

Представители групп (православные), набравших наибольшее количество баллов по данным шкалам в конфликтной ситуации, не отстаивают свое мнение агрессивно, а стараются мягко убедить оппонента в преимуществах своей позиции, выслушав другую точку зрения. В то же время в ходе спора они не жертвуют собственными интересами ради оппонента, стараются определить все спорные вопросы конфликта и затронутые интересы [7; 8].

Наибольшее количество студентов нерелигиозных, принимавших участие в исследовании, предпочитают «Соперничество», то есть для данной группы испытуемых свои интересы выше интересов собеседника, поэтому они стремятся к достижению интересов собственных в ущерб интересам оппонента. Они настойчивы в достижении своих интересов, не руководствуются интересами и позицией оппонента. Данный тип поведения в конфликтных ситуациях неблагоприятно сказывается на социально-психологическом климате в студенческом коллективе, так как в данном случае во главу угла ставятся интересы личности, к тому же в коллективе начинает царить атмосфера нездоровой конкуренции и соперничества, что может негативно сказаться на результатах учебной деятельности и самочувствии всех членов команды.

Вторая по численности группа исследуемых (31,6 %) – студенты с разной религиозной направленностью предпочитают в коллективе стратегию «Избегания», то есть они стараются не участвовать в конфликтах в коллективе. Члены данной группы стараются занимать такую позицию, которая не подразумевает участия в споре, они стараются не волноваться из-за разногласий, часто откладывают решение проблемного вопроса в надежде, что со временем он решится самостоятельно, а когда этого не происходит они предоставляют другим решать данную проблему. Данная тенденция к избеганию конфликтов в студенческом коллективе также, как и нездоровая конкуренция, по мнению исследователей, является негативной, так как при таком подходе многие проблемы социально-психологического характера замалчиваются, таким образом, проблема остается нерешенной [7; 8].

Как показали результаты диагностики, 11,8 % членов студенческого коллектива демонстрируют тип поведения в коллективе «Приспособление». Для данной группы студентов с другой религиозной направленностью (неправославные и немусульманские верующие) характерно: предоставление другим возможности решать проблемы, пассивная позиция в конфликтных ситуациях, пренебрежение собственными интересами в пользу оппонента. Данная позиция может привести к тому, что многие проблемы, оказывающие негативное воздействие на социально-психологический климат в коллективе, не будут решены, а результативность профессиональной деятельности членов может значительно снизиться, поэтому данная позиция также является негативной.

Таким образом, как показал анализ результатов исследования по методике «Анализ стилей поведения в конфликтных ситуациях» К. Томаса, на констатирующем этапе, справедливых и адекватных способов решения конфликтных ситуаций в студенческом коллективе придерживается лишь малое количество студентов с разной религиозной направленностью; православные, мусульмане и другие религии, представленные малым количеством) – 18,3 %; остальные члены коллектива придерживаются позиций, направленных на негативные и деструктивные пути решения споров, такие как нездоровая конкуренция и соперничество – не религиозные студенты; избегания конфликтов или же вовсе приспособления, то есть пассивного отношения в случае конфликтной ситуации придерживаются студенты из любой религии, у которых не сформировано индивидуальной, личностной позиции, не чувствуют свободы выбора и которые нуждаются в духовной поддержке при принятии решений [7; 8].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог изучению причин возникновения религиозных конфликтов, еще раз отметим, что они происходят из-за того, что у каждого этноса есть свои нормы, обычаи и традиции. Молодежь по-разному понимает и воспринимает конфликтные ситуации: религиозная молодежь реагирует в призма профессиональных и конфессиональных устоев и уровня эмоционального интеллекта, морально-нравственного развития и индивидуальных особенностей.

По мнению исследователей, для обеспечения более эффективного образовательного процесса в ГУУ, необходимо внедрение тренингов по эмоциональному интеллекту или навыкам преодоления трудных профессиональных ситуаций, где будущие руководители России могли бы приобрести адекватные реакции, научились применять разные стили и стратегии общения, а также определять конфликтогены на первой и второй стадии развития конфликта для оперативного перевода таких ситуаций в мирное

русло. Практическая значимость проведенного исследования заключается во внедрении полученных результатов для проверки будущих управленцев на уровень эмоциональной стрессоустойчивости, на повышение их компетенций, а также на урегулирование конфликтов в разных этнических средах. Данные программы тренинга могут формировать нужные компетенции по преодолению следующих выявленных особенностей поведения в конфликтной ситуации у студентов: наличие привилегий у некоторых членов коллектива; нежелание или неумение решать конфликтные ситуации справедливым путем; неуважение друг к другу; неоднозначное отношение руководства к членам коллектива. Все эти параметры и являются стратегиями преодоления конфликтных ситуаций в период цифровизации общества.

Библиографический список

1. Гончаров В.В., Шалин В.В. Межрелигиозные конфликты в 21 веке: социально-философский анализ. Конфликтология / *Nota bene*. 2017;(2):1–7.
2. Панова Д.А. Управление религиозными конфликтами в интересах безопасности общества. В сб.: Екимова К.В. и др. (ред.) Материалы 27-й Всероссийской студенческой конференции «Проблемы управления – 2019», Москва, 13–14 мая 2019 г. Вып. 2. Москва: Изд. дом ГУУ; 2019. С. 121–124.
3. Стецкевич М.С. Религиозные конфликты: от определения к преодолению. Конфликтология. 2014;(S):138–140. <https://doi.org/10.31312/978-5-6043166-1-0>
4. Пустозеров А.И., Дмитриев Н.Н., Карпов Е.А. Конфликты: социально-правовые и психологические аспекты. LAP LAMBERT Academic Publ.; 2017.
5. Зеленков М.Ю. Социальная конфликтология в тестах: учебное пособие. Моск. гос. ун-т путей сообщ. Москва: Юрид. ин-т МИИТа; 2006. 199 с.
6. Дмитриев А.В. Конфликтология. М.: Гардарики; 2000. 320 с.
7. Жог В.И., Соколовская И.Э. Религиозность как адаптивный ресурс в условиях психосоциального стресса. Преподаватель XXI век. 2015;(1–1):96–104.
8. Salakhova V.B., Sokolovskaya I.E., Ulyanova I.V., Karina O.V., Terekhova A.I. Deviant behavior formation factors among students: aggressive behavior and Internet risks. *Praxis Educativa*. 2019;15(34):683–694. <https://doi.org/10.22481/praxisedu.v15i34.5805>
9. Sokolovskaya I.E. Religious feeling and its influence on the level of moral consciousness of modern student youth. *E3S Web of Conferences*. 2020;210:17031. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021017031>
10. Соколовская И.Э. Социально-психологические факторы удовлетворенности студентов в условиях цифровизации обучения в период пандемии COVID-19 и самоизоляции. Цифровая социология. 2020;3(2):46–54. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2020-2-46-54>

References

1. Goncharov V.V., Shalin V.V. Interreligious conflicts in the 21st century: socio-philosophical analysis. *Conflict studies*. 2017;(2):1–7.
2. Panova D.A. Management of religious conflicts in the interests of the security of society. In: *Ekimova K.V. (ed.) "Proceedings of the 27th All-Russian Student Conference Management Problems – 2019", Moscow, 13–14 May 2019. Issue 2. Moscow: GUU Publ. House; 2019. P. 121–124.*
3. Steckeovich M.S. Religious conflicts: from definition to solution. *Konfliktologiya*. 2014;(S):138–140. <https://doi.org/10.31312/978-5-6043166-1-0>
4. Pustozеров A.I., Dimitrov N.N., Karpov E.A. *Conflicts: socio-legal and psycho-logical aspects. Collection of scientific articles*. LAP LAMBERT Academic Publ.; 2017.
5. Zelenkov M.Yu. *Social conflictology in tests: tutorial*. Moscow State University of Railway Transport Moscow: Legal Institute of MIIT; 2006. 199 p.
6. Dmitriev A.V. *Conflictology*. Moscow: Gardariki; 2000; 320 p.
7. Zhog V.I., Sokolovskaya I.E. The role of religion in adapting to the conditions of psychosocial stress. *Prepodavatel' XXI vek*. 2015;(1–1):96–104.
8. Salakhova V.B., Sokolovskaya I.E., Ulyanova I.V., Karina O.V., Terekhova A.I. Deviant behavior formation factors among students: aggressive behavior and Internet risks. *Praxis Educativa*. 2019;15(34):683–694. <https://doi.org/10.22481/praxisedu.v15i34.5805>
9. Sokolovskaya I.E. Religious feeling and its influence on the level of moral consciousness of modern student youth. *E3S Web of Conferences*. 2020;210:17031. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202021017031>
10. Sokolovskaya I.E. Socio-psychological factors of students satisfaction in the context of digitalization of education during the COVID-19 pandemic and self-isolation. *Digital sociology*. 2020;3(2):46–54. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2020-2-46-54>