

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Агапов В.С. – д-р психол. наук, проф.
Агранат Д.А. – д-р социол. наук, канд. юрид. наук, проф.
Азоев Г.А. – д-р экон. наук, проф.
Антоненко И.В. – д-р психол. наук, проф.
Верещагина А.В. – д-р социол. наук, проф.
Воронин В.Н. – д-р психол. наук, проф.
Грошев И.В. – д-р экон. наук, д-р психол. наук, проф.
Дубицкий В.В. – д-р социол. наук, канд. хим. наук, проф.
Ионцева М.В. – д-р психол. наук, проф.
Каменева Т.Н. – д-р социол. наук, проф.
Клейнер Г.Б. – д-р экон. наук, проф., чл.-корр. РАН
Ковалев В.В. – д-р социол. наук, проф.
Красовский Ю.А. – д-р социол. наук, проф.
Крупнов А.И. – д-р психол. наук, проф.
Кузнецов Н.В. – д-р экон. наук, канд. техн. наук, проф.
Ломовцева О.А. – д-р экон. наук, проф.
Магомедов М.А. – д-р экон. наук, проф.
Максимова С.Г. – д-р социол. наук, проф.
Митрофанова Е.А. – д-р экон. наук, проф.
Мищенко В.В. – д-р экон. наук, проф.
Новиков В.Г. – д-р социол. наук, проф.
Райченко А.В. – д-р экон. наук, проф.
Сорокина Г.П. – д-р экон. наук, проф.
Строев В.В. – д-р экон. наук, проф.
Тихонова Е.В. – д-р социол. наук, проф.
Чудновский А.Д. – д-р экон. наук, проф.
Шаповалова И.С. – д-р социол. наук, проф.
Эриашвили Н.Д. – д-р экон. наук, канд. юрид. 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: 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).

Главный редактор

В.В. Строев

Ответственный за выпуск

Л.Н. Алексеева

Редакторы

А.А. Капарчук

Выпускающий редактор

и компьютерная верстка

Е.А. Гусева

Технический редактор

А.Р. Волкова

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 2024 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. 07.03.2024 г.

Формат 60×90/8

Объем 29,25 печ. л.

Бумага офисная

Печать цифровая

Тираж 1000 экз.

(первый завод 45 экз.)

Заказ № 20_Г

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

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.
Agranat D.L. – Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Jur.), Prof.
Azoev G.L. – Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Antonenko I.V. – Dr. Sci. (Psy), Prof.
Vereshchagina A.V. – Dr. Sci. (Sociol.), Prof.
Voronin V.N. – Dr. Sci. (Psy), Prof.
Groshev I.V. – Dr. Sci. (Econ.), Dr. Sci. (Psy), Prof.
Dubitsky V.V. – Dr. Sci. (Sociol.), Cand. Sci. (Chem.), Prof.
Iontseva M.V. – Dr. Sci. (Psy), Prof.
Kameneva T.N. – Dr. Sci. (Sociol.), Prof.
Kleiner G.B. – Dr. Sci. (Econ.), Prof., RAS Corresponding Member
Kovalev V.V. – Dr. Sci. (Sociol.), Prof.
Krasovsky Yu.D. – Dr. Sci. (Sociol.), Prof.
Krupnov A.I. – Dr. Sci. (Psy), Prof.
Kuznetsov N.V. – Dr. Sci. (Econ.), Cand. Sci. (Engr), Prof.
Lomovtseva O.A. – Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Magomedov M.D. – Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Maximova S.G. – Dr. Sci. (Sociol.), Prof.
Mitrofanova E.A. – Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Mishchenko V.V. – Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Novikov V.G. – Dr. Sci. (Sociol.), Prof.
Raychenko A.V. – Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Sorokina G.P. – Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Stroev V.V. – Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Tihonova E.V. – Dr. Sci. (Sociol.), Prof.
Chudnovskii A.D. – Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Shapovalova I.S. – Dr. Sci. (Sociol.), 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 principal scientific results of dissertations for the Degree of Candidate of Sciences, but also the Degree of Doctor of Sciences, the following areas are published: 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

V.V. Stroev

Responsible for issue

L.N. Alekseeva

Editors

A.D. Kaparchuk

Executive editor and desktop publishing

E.A. Guseva

Technical editor

A.R. Volkova

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

L.R No. 020715 from 02.02.1998

Signed to print 07.03.2024

Format 60×90/8

Size 29,25 printed sheets

Offset paper

Digital printing

Circulation 1000 copies

(the first factory 45 copies)

Print order No. 20_T

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

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. This license allows reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format, so long as attribution is given to the creator. The license allows for commercial use.

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

СОДЕРЖАНИЕ

АКТУАЛЬНЫЕ
ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ

- Иванова В.И., Преснова И.С.**
Влияние бизнес-дипломатии на процессы
внешнеэкономической деятельности
транснациональных корпораций 5

СТРАТЕГИИ И ИННОВАЦИИ

- Шарипов Ф.Ф., Дьяконова М.А.**
Основные направления внедрения результатов
исследований систем искусственного интеллекта
в отечественное производство 16
- Петровская Н.Е., Киселева С.С.**
Цифровая трансформация малого бизнеса в Соединенных
Штатах Америки в условиях пандемии COVID-19 23
- Тазов П.Ю.**
Маркетинг арт-пространств: сущность, характеристики,
перспективы 31

РАЗВИТИЕ ОТРАСЛЕВОГО
И РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ

- Аржанова К.А.**
Выявление ключевых элементов бренда вуза
в существующих моделях формирования
и управления брендом 41
- Алексеев А.П., Лаврентьев И.А., Латышева Н.Е.**
Оценка текущего состояния и перспектив развития
жилищного строительства Дальневосточного
федерального округа Российской Федерации 52
- Никитин Н.А.**
Анализ управленческого и организационного потенциала
системы высшего образования Объединенной Республики
Танзания с целью внедрения модели формирования
эко сознания студентов на русском языке 66
- Ситжанова А.М., Шестакова Е.В., Прытков Р.М.**
Управление культурой трудовых отношений
промышленных предприятий Оренбургской области
Российской Федерации 74

ЭКОНОМИКА: ПРОБЛЕМЫ,
РЕШЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- Бычкова А.А.**
Возможности использования эконометрических методов
в исследовании межрегиональных взаимодействий
миграции на транспорте 86
- Маньковский И.А.**
Условия применения институционализма в качестве
теоретической основы экономического анализа 95
- Огородникова Е.П., Рахматуллина А.И., Андреева Н.В.**
Оценка налоговых платежей в формировании
региональных бюджетов 104
- Орлова М.В., Орлов В.В.**
Развитие инструментария управления взаимодействием
на B2B-рынках 115
- Пилипенко В.В.**
Анализ экономического взаимодействия
в Шанхайской организации сотрудничества 124

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ

- Строев В.В.**
Оценка влияния инвестиций в образование
на экономическую стабильность регионов Российской
Федерации 133

Серов В.М., Тихонов Ю.П.

- Новый подход к определению экономической
эффективности инвестиционных вложений в освоение
месторождений полезных ископаемых 142

ФИНАНСЫ
И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

- Зотиков Н.З.**
Финансовая устойчивость федерального бюджета
и бюджетов субъектов Российской Федерации в условиях
западных санкций 151
- Ризванова И.А.**
Рынок российского потребительского кредитования
в современных условиях 164

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
И ПРОЦЕССЫ

- Артамонова А.С.**
Динамика развития социально ориентированных
некоммерческих организаций как поставщиков социально
значимых услуг в регионах Северо-Западного
федерального округа Российской Федерации 171
- Ахметова Э.И.**
Региональные особенности современной российской
науки (на примере республики Башкортостан Российской
Федерации) 181
- Верещагина А.А.**
Значение письменного текста в деятельности человека 191
- Захаров Д.К., Каптанова Е.В.**
Рынок труда: современная ситуация и ближайшие
перспективы 198
- Захаров М.Ю., Шишкова А.В.**
Формирование «обучающего общества»
как базовое условие совершенного управленческого
образования в Китае 206
- Левченко В.В.**
Отношение к татуированию в современном российском
обществе: региональный аспект 215
- Шаталова Н.А.**
Российское предпринимательство в становлении
благоприятной деятельности: вчера, сегодня, завтра... 222

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ
В ПСИХОЛОГИИ

- Бакушкин И.А., Ильичева И.М.**
Проблема определения ценностных ориентаций
в современной психологии 228

CONTENTS

CURRENT MANAGEMENT ISSUES

- V.I. Ivanova, I.S. Presnova**
Business diplomacy influence on multinational corporations' foreign economic activity processes.....5

STRATEGIES AND INNOVATIONS

- F.F. Sharipov, M.A. Dyakonova**
Main directions of implementing research results of artificial intelligence systems into domestic production 16
- N.E. Petrovskaya, S.S. Kiseleva**
Small business digital transformation in the USA in the conditions of COVID-19 pandemic..... 23
- P.Yu. Tazov**
Marketing of art spaces: essence, characteristics, prospects..... 31

DEVELOPMENT OF INDUSTRY AND REGIONAL MANAGEMENT

- K.A. Arzhanova**
Identification of key elements of university brand in brand formation and management existing models..... 41
- A.P. Alekseenko, I.A. Lavrentiev, N.Ye. Latysheva**
Assessing current state and prospects for housing construction development in the Far Eastern Federal District of the Russian Federation..... 52
- N.A. Nikitin**
Analysis of the higher education system managerial and organizational potential in the United Republic of Tanzania with the aim of implementing a model of students' eco-awareness formation in the Russian language..... 66
- A.M. Sitzhanova, E.V. Shestakova, R.M. Prytkov**
Labor relations culture management at industrial enterprises in the Orenburg Region of the Russian Federation..... 74

ECONOMICS: PROBLEMS, SOLUTIONS AND PROSPECTS

- A.A. Bychkova**
Possibilities of using econometrical methods in studying of interregional interactions of migration in transportation 86
- I.A. Mankovsky**
Conditions of institutionalism application as a theoretical basis for economic analysis..... 95
- E.P. Ogorodnikova, L.I. Rakhmatullina, N.V. Andreeva**
Assessing tax payments in regional budgets formation 104
- M.V. Orlova, V.V. Orlov**
Development of interaction management tools in B2B markets 115
- V.V. Pylypenko**
Economic cooperation in the Shanghai Cooperation Organization analysis 124

INVESTMENT VALUATION

- V.V. Stroev**
Assessment of investments in education impact on the Russian regional economic stability 133
- V.M. Serov, Yu.P. Tikhonov**
New approach to determining the economic efficiency of investments in mineral resources deposits development..... 142

FINANCE AND BANKING

- N.Z. Zotikov**
Financial stability of the federal budget and budgets of the Russian constituent entities subjects under Western sanctions 151
- I.A. Rizvanova**
Russian consumer lending market in modern conditions..... 164

SOCIAL TECHNOLOGIES AND PROCESSES

- A.S. Artamonova**
Dynamics of socially oriented non-profit organizations development as providers of socially important services in the regions of the Northwest Federal District of the Russian Federation..... 171
- E.I. Akhmetova**
Regional features of modern Russian science (on the example of the republic of Bashkortostan of the Russian Federation) 181
- A.A. Vereshchagina**
Significance of a written text in human activities 191
- D.K. Zakharov, E.V. Kashtanova**
Labor market: current situation and near-term prospects 198
- M.Yu. Zakharov, A.V. Shishkova**
Developing "learning society" as a basic condition for perfect management education in China 206
- V.V. Levchenko**
Attitude to tattooing in modern Russian society: Regional aspect..... 215
- N.A. Shatalova**
Russian entrepreneurship in the formation of charitable activities: yesterday, today, tomorrow..... 222

CURRENT TRENDS IN PSYCHOLOGY

- I.A. Bakushkin, I.M. Ilicheva**
The problem of determining value orientations in modern psychology..... 229

Влияние бизнес-дипломатии на процессы внешнеэкономической деятельности транснациональных корпораций

Иванова Валерия Ивановна

Канд. экон. наук, доц. каф. мировой экономики и международных экономических отношений
ORCID: 0009-0000-6557-3895, e-mail: valeria.guu@yandex.ru

Преснова Ирина Сергеевна

Студент
ORCID: 0000-0002-9493-8088, e-mail: i.presnova29@yandex.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

Вести бизнес на международном уровне означает сталкиваться со сложной международной бизнес-средой. В статье представлен комплексный анализ бизнес-дипломатии в транснациональных корпорациях как механизма управления сложными взаимодействиями с правительственными и неправительственными организациями. Цель настоящего исследования – разработать основные рекомендации для интеграции бизнес-дипломатии в деятельность отечественных компаний на основе определения ее роли в транснациональных корпорациях. Методологическую основу исследования составили труды российских и зарубежных ученых. Определены основные функции, которые находятся в зоне ответственности бизнес-дипломатии. Выделены основные преимущества для транснациональных корпораций, которые предоставляет бизнес-дипломатия, важность которой в большей степени осознается в слабом институциональном контексте. На основе параметров, описанных Х. Руэлем, Т. Уолтерсем, Р. Лоухейсем в исследовании “Бизнес-дипломатия в транснациональных корпорациях”, проанализирована работа компании Merz, ведущей свою деятельность преимущественно в сфере эстетической медицины, с точки зрения реализации принципов и средств бизнес-дипломатии. Предоставлены рекомендации для транснациональных корпораций по интегрированию принципов бизнес-дипломатии в деятельность с целью повышения ее эффективности. В результате исследования авторы сделали вывод о том, что бизнес-дипломатия способствует укреплению позиции компании на рынке, помогает расширить влияние и содействует ее развитию.

Ключевые слова

Транснациональные корпорации, бизнес-дипломатия, имидж бренда, бизнес-среда, заинтересованные лица, геополитические риски, отечественные предприятия, фармацевтический рынок

Для цитирования: Иванова В.И., Преснова И.С. Влияние бизнес-дипломатии на процессы внешнеэкономической деятельности транснациональных корпораций // Вестник университета. 2024. № 2. С. 5–15.

Business diplomacy influence on multinational corporations' foreign economic activity processes

Valeria I. Ivanova

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the World Economy and International Economic Relations Department
ORCID: 0009-0000-6557-3895, e-mail: valeria.guu@yandex.ru

Irina S. Presnova

Student
ORCID: 0000-0002-9493-8088, e-mail: i.presnova29@yandex.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

Doing business internationally means facing a complex international business environment. The article presents a comprehensive analysis of business diplomacy in transnational corporations as a mechanism for managing complex interactions with governmental and non-governmental organizations. The purpose of the study is to develop basic recommendations for business diplomacy integration in the domestic companies' activities based on the definition of its role in transnational corporations. The methodological basis of the study was formed by the papers of Russian and foreign scientists. The main functions that are in the area of business diplomacy responsibility have been defined. The main advantages for transnational corporations provided by business diplomacy, the importance of which is more realized in a weak institutional context, have been highlighted. Based on the parameters described by H. Ruël, T. Wolters, and R. Loohuis in "Business Diplomacy in Multinational Corporations", the activity of Merz, which operates mainly in aesthetic medicine, has been analyzed from the point of implementing the principles and means of business diplomacy. Recommendations have been provided for multinational corporations to integrate the business diplomacy principles into their activities in order to increase its effectiveness. The authors concluded that business diplomacy strengthens a company's position in the market, helps to expand its influence, and contributes to its development.

Keywords

Transnational corporations, business diplomacy, brand image, business environment, stakeholders, geopolitical risks

For citation: Ivanova V.I., Presnova I.S. (2024) Business diplomacy influence on multinational corporations' foreign economic activity processes. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 5–15.

ВВЕДЕНИЕ

За последнее столетие международное сообщество претерпело многочисленные преобразования. Одним из наиболее заметных является тот факт, что роль транснациональных корпораций в глобальных экономических процессах повышается. Работа на зарубежных рынках подвергает компании широкому спектру рисков в нестабильной и непредсказуемой международной среде. Транснациональные корпорации (далее – ТНК) функционируют на достаточно сложной международной бизнес-арене. При дислокации ТНК геополитическая и геоэкономическая мощь города играет большое значение в привлекательности местоположения для бизнеса [1]. Компании сталкиваются с глобальным и национальным давлением и требованиями со стороны заинтересованных сторон. Тем не менее они являются главными игроками в международной торговле, постоянно расширяя свое присутствие в странах и на рынках по всему миру. Доля международной торговли, контролируемая ТНК, составляет около 70 %.

В связи с глобализацией и изменениями, произошедшими в международном сообществе, популярность бизнес-дипломатии возросла. Учитывая растущее влияние ТНК, а также вовлеченность неправительственных организаций в процесс международных отношений, бизнес-дипломатия становится все более актуальной и необходимой тенденцией в мировом сообществе.

Целью настоящего исследования является разработка общих рекомендаций по повышению эффективности применения бизнес-дипломатии в работе отечественных компаний с помощью определения ее роли в транснациональных корпорациях. Авторы предполагают, что бизнес-дипломатия является эффективным методом проникновения предприятий на новые зарубежные рынки.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) определить функции бизнес-дипломатии;
- 2) раскрыть преимущества, получаемые ТНК при использовании в своей деятельности бизнес-дипломатии;
- 3) проанализировать эффективность бизнес-дипломатии на примере компании Merz на основе определенных параметров;
- 4) изучить существующие меры государственной поддержки экспортеров;
- 5) на основе проведенного анализа разработать комплекс рекомендаций для компаний, позволяющих максимально эффективно внедрить и применять на практике принципы бизнес-дипломатии.

Для достижения цели и решения поставленных задач в первой части статьи обращается внимание на обстоятельства в сегодняшней сложной и быстро меняющейся международной бизнес-среде, в связи с чем объясняется необходимость и актуальность развития навыков и компетенций бизнес-дипломатии для бизнеса, функционирующего в мировом масштабе, также дается определение бизнес-дипломатии и основной функционал. Учитывая, что бизнес-дипломатия – это область, которая появилась сравнительно недавно, существует в основном фрагментарная литература по настоящей тематике. Авторами приводится различие с термином «корпоративная дипломатия», который часто употребляется как синоним «бизнес-дипломатии».

В связи с глобализацией происходит усиление взаимоотношений между предприятиями, правительствами и неправительственными организациями (далее – НПО). Это оказало огромное влияние на способ ведения бизнеса на международном уровне, поскольку бизнес-операции тщательно контролируются множеством заинтересованных сторон. Успешная работа в таких условиях требует, чтобы ТНК стали дипломатическими субъектами и взаимодействовали с вышеприведенными субъектами.

Во второй части статьи авторами анализируется деятельность компании Merz на предмет использования аспектов бизнес-дипломатии. Анализ базируется на параметрах, описанными в исследовании Х. Руэля, Т. Уолтерса и Р. Лоохейса, по которым можно оценить, насколько интенсивно предприятие использует бизнес-дипломатию. На примере выбранной компании можно заметить, что роль бизнес-дипломатии в современном обществе велика, так как она позволяет выстраивать долгосрочные эффективные взаимоотношения с заинтересованными лицами, что ведет к повышению ее легитимности в обществе.

На основании изученной литературы и анализа практического применения бизнес-дипломатии в успешной организации авторами были составлены рекомендации, с помощью которых можно повысить эффективность ее применения в работе транснациональных корпораций.

ОБЛАСТЬ ВЛИЯНИЯ И ФУНКЦИИ БИЗНЕС-ДИПЛОМАТИИ

На современном этапе развития мировой экономики спрос на участие компаний в международной деятельности стал больше, чем когда-либо прежде, но за долгое время бизнес уже привык к взаимодействию с государственными органами и гражданским обществом внутри страны. Рассматриваемый вид дипломатии упрощает выход предприятий на иностранные рынки ввиду активного сотрудничества представителями государства [2]. Так, в своей работе М.Ю. Апанович и А.С. Тетерюк определили, что бизнес-дипломатия имеет прикладной характер, она позволяет предлагать конкретные инструменты взаимодействия бизнеса и государства. Кроме того, реализация и внедрение бизнес-дипломатии в ТНК исследовались посредством интервью, что дало возможность сформировать современное представление представителей транснациональных корпораций о бизнес-дипломатии как инструменте взаимодействия между компанией и внешней средой [3].

Сравнительно недавнее появление бизнес-дипломатии объясняет нехватку исследований и научной литературы, которые бы дали четкое представление о том, как она выглядит на практике и каковы ее ключевые функции. С целью систематизации знаний о бизнес-дипломатии в настоящем исследовании используется дедуктивный метод, основанный на анализе имеющейся отечественной и зарубежной литературы, с целью внесения собственного вклада в изучение объекта исследования – бизнес-дипломатии в области управления подразделениями транснациональных корпораций.

Мы живем в условиях глобализации экономики с множеством инвестиционных возможностей, поэтому у компаний есть шанс расширяться и работать за рубежом. Международный бизнес напрямую сопряжен с многогранной бизнес-средой, где компании должны проявлять устойчивость [4]. Поскольку международная деятельность связана с определенными рисками, ими следует управлять, чтобы лучше понимать геополитический, политический и законодательный профиль рисков своей компании во всех странах, где она будет работать. Именно по этой причине бизнес-дипломатия применяет различные методы управления рисками, основанные на профессиональных навыках.

Бизнес-дипломатия – это набор многих неотъемлемых качеств, которые связаны с профессионально-систематическим управлением заинтересованными сторонами и влиянием на них для продвижения интересов конкретной организации. Она подразумевает выстраивание долгосрочных отношений с различными представителями, с такими как государственные органы, которые занимаются выдачей лицензий. Также важной сферой влияния бизнес-дипломатии являются университеты, школы и колледжи, связи с которыми укрепляются с помощью организации стажировок и различных программ. Более того, подразделениям ТНК нужно учитывать влияние международных неправительственных организаций, которые следят за соответствием работы компании экологическим нормам и нормам труда.

Следует различать функционал бизнес- и корпоративной дипломатии, поскольку зачастую данные понятия путают. Роль бизнес-дипломатии состоит во взаимодействии ТНК с внешними организациями, такими как власть, профсоюзы и различные группы гражданского общества, которые находятся в стране, где функционирует подразделение. Корпоративная дипломатия отвечает за коммуникацию ТНК и их подразделений. Основная функция специалиста – проводить эффективные переговоры по международным договорам и соглашениям, активно участвовать в государственной политике, совместно влиять на многосторонние международные организации в вопросе разработки международных стандартов, участвовать в конструктивном взаимодействии с внешними заинтересованными сторонами, а также эффективно посредничать и разрешать конфликты интересов между компаниями и различными группами населения, связанные с экологическими, социальными или другими проблемами.

Определим функционал бизнес-дипломатии.

1. Прогнозирование, анализ и управление геополитическими, экономическими, правовыми и другими рисками как на глобальном, так и на национальном уровнях – эксперты изучают геополитические и другие риски в международной деятельности компаний с целью включения информации в долгосрочные бизнес-планы. Например, изменения в законодательстве могут усложнить процесс ведения бизнеса по причине того, что регулярно ужесточаются нормативные акты. Геополитические риски являются одной из основных угроз, с которыми сталкиваются международные компании. Разница между геополитическим риском и другими категориями рисков заключается в их непредсказуемой продолжительности, что в свою очередь особенно затрудняет процесс планирования. Фактически ТНК не могут

контролировать большинство политических рисков в странах, где они осуществляют свою деятельность, но могут принимать меры для ограничения их воздействия и минимизации возможных сбоев. Тесная взаимосвязь между странами увеличивает экономические последствия любого геополитического конфликта. Как показывает практика, больше всего подвержены геополитическим рискам развивающиеся страны. Рассматриваемый вид рисков может проявляться по-разному – от угрозы финансовой стабильности компании до снижения запасов (например, в случае закрытия границ логистика доставки из-за рубежа необходимого сырья или компонентов будет прекращена, что приведет к перебоям в производстве). Потрясения различного характера могут также косвенно влиять на бизнес, например, снижая спрос на определенные продукты и услуги и вызывая ответные меры политических структур, которые меняют международную деловую среду. Так, во время пандемии COVID-19 страны ввели карантин, чтобы замедлить распространение вируса. При этом многие рынки частично или почти полностью закрылись, а поток материалов и готовой продукции был прерван, что привело к ограничению производства и торговли. В условиях карантина и блокирования рынков были изменены нормативно-правовая база и государственная политика, которые коренным образом влияют на бизнес.

2. Адаптирование деятельности компании к вышеупомянутым рискам – с 1990-х гг. НПО стали принимать активное участие в области международных отношений. Они также внесли в повестку дня новые вопросы, особенно неэкономические, такие как экологические или права человека. Данная трансформация привела к многосторонним переговорам между НПО, правительствами и компаниями. Организации должны принимать во внимание растущее число вызовов со стороны внешней среды и адаптировать деятельность под них, с одной стороны, с помощью профильных специалистов в корпорации, а с другой – с помощью налаживания контактов с потенциально необходимыми представителями власти и НПО для минимизации рисков.

3. Установление ключевых заинтересованных сторон – специалисту необходимо обозначить организации правительственного и неправительственного профиля таким образом, чтобы они могли служить основой для сетей информации и влияния. Важной стратегической миссией бизнес-дипломата является аккумулирование данных о конкретных лицах, с кем предстоит выстраивать деловые отношения в будущем. Далее следует установление контактов между компанией и заинтересованными лицами, и в процессе дипломаты должны проявить навыки межличностного общения. Таким образом, специалисты применяют свои профессиональные навыки, адаптируясь к обществу, в котором ведется бизнес, а также развивают стратегические коммуникации, чтобы способствовать процветанию компании и поддерживать репутацию в соответствии с потребностями конкретного общества.

4. Сбор данных и предоставление информации – информация, поступающая от внешних заинтересованных сторон, может быть актуальна для подразделения ТНК. Данные должны быть собраны в максимально возможном количестве и в дальнейшем проанализированы, чтобы корпорация могла разработать бизнес-стратегию, которая корректируется в связи с учетом ожидания заинтересованных сторон. ТНК в свою очередь тоже должны предоставлять информацию о своей деятельности, например, при обращении к заинтересованным лицам. В особой степени это важно для потребителей, поскольку, транслируя свои ценности потребителям, им проще идентифицировать себя с организацией. Таким образом, будет формироваться лояльность покупателей, которая способствует повышению репутации бренда в деловой среде. Бизнес-дипломаты поддерживают постоянный контакт с внешним окружением с целью предоставления и получения информации посредством встреч, проведения кампаний и активного участия в корпоративных форумах и саммитах. Корпоративная репутация является важнейшим нематериальным ресурсом, которым владеют ТНК [5]. Результатом проведенной работы будут установление партнерства и проявление определенной открытости по отношению к обществу.

5. Формирование имиджа бренда – каждое решение, принятое менеджментом ТНК, оказывает влияние на их репутацию. Деятельность корпораций должна быть этичной и в то же время оказывать положительное социальное воздействие. Таким образом, компания может одновременно создать себе положительный имидж и получить преимущество на высококонкурентном рынке. В связи с этим важно, чтобы представители компании общались со своей аудиторией и передавали свои ценности посредством участия в социальных, экологических или других проектах, которые улучшат ее репутацию. В этом процессе бизнес-дипломаты становятся послами бренда и связующим звеном между компанией и заинтересованными сторонами.

Стоит отметить, что все вышеперечисленные функции напрямую связаны с формированием бизнес-среды, которая позволяет компании работать, опираясь на мнение общественности. Сегодня успешный бизнес подразумевает, что компания фокусируется не только на внутренней деятельности, непосредственно связанной с производством продукции, но и на взаимодействии с внешней средой. Чтобы удовлетворить эту потребность, бизнес-дипломатия является необходимым инструментом. Этот механизм взаимодействия транснациональных компаний с внешней средой, представленной правительствами и НПО, играет важную роль в поиске возможностей для бизнеса, формировании имиджа компании, разрешении конфликтов и в антикризисном управлении.

Перейдем к рассмотрению основных преимуществ использования дипломатических методов в бизнесе транснациональных корпораций.

Во-первых, формируется естественная склонность к переговорам для разрешения споров и убежденность в том, что большинство проблем могут быть решены с помощью грамотно проведенных переговоров. Эффективное разрешение конфликтных ситуаций в ходе дипломатического обсуждения помогает предотвратить дальнейшую эскалацию, сводит к минимуму сбои в работе и сохраняет доверие и лояльность заинтересованных сторон. Дипломатический подход к конфликтам позволяет компаниям преодолевать разногласия, при этом преследуя стратегические цели корпорации.

Во-вторых, способность устанавливать профессиональные контакты, выходящие за рамки простого знакомства, независимо от расы или идеологии может быть достигнута с помощью бизнес-дипломатии, которая ведет к расширению сотрудничества. В современном глобализированном мире способность преодолевать культурные различия имеет важное значение. Понимание и уважение этих различий приведет к более эффективному сотрудничеству и успешным результатам. Для грамотного управления заинтересованными лицами необходимо всеобъемлющее признание влияния культурных нюансов. В разных культурах существуют отличные друг от друга подходы к процессам принятия решений, стратегиям построения отношений и ожиданиям в профессиональной среде. Дипломатические лидеры могут преодолеть эти различия, проявляя открытость, гибкость и чуткость при работе с коллегами или партнерами из разных стран или отраслей.

В-третьих, бизнес-дипломатия способствует улучшению репутации ТНК в обществе и на уровне власти. Создание и поддержание положительной деловой репутации имеет важное значение для успеха компаний, поскольку она может повысить доверие со стороны общественности и привлечь новые возможности и клиентов. Дипломатия необходима для улучшения репутации путем укрепления деловых отношений с клиентами, партнерами, властями и другими заинтересованными сторонами. Когда лидеры отдадут приоритет дипломатии в своих отношениях, они создают атмосферу доверия и уважения. Средства массовой информации также сильно влияют на репутацию бренда. Следовательно, компания должна действовать осознанно, чтобы предотвратить репутационный ущерб и распространение фальшивых новостей в средствах массовой информации.

Таким образом, глобализация укрепила отношения между бизнесом, правительствами и НПО. Тем не менее они испытывают растущее давление со стороны заинтересованных сторон. Чтобы справиться с этим, ТНК необходимо иметь долгосрочные отношения с иностранными правительствами и НПО. Используя коммуникативные навыки в сочетании с межкультурным взаимопониманием, дипломатически вовлеченные организации могут создавать среду совместного решения проблем, тем самым разрешая конфликты, возникающие между транснациональными корпорациями и другими участниками бизнес-среды.

АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ БИЗНЕС-ДИПЛОМАТИИ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ MERZ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Merz – частная фармацевтическая компания, имеющая подразделения в 28 странах мира, штаб-квартира которой находится в Германии. Она в основном специализируется на инновационных инъекционных и аппаратных решениях в области дерматокосметологии.

Подразделение Merz на российском рынке существует с 1997 г. За более чем 25-летний срок работы компания стала очень успешна в Российской Федерации (далее – РФ, Россия), и национальный рынок стал одним из ключевых для Merz. Стратегии, разрабатываемые руководителями, нацелены на рост бизнеса и расширение продуктового портфеля.

Первым ключевым фактором успеха является правильный выбор стратегии для развития предприятия в условиях высоковолатильного российского рынка, в основе которой целенаправленность и многопрофильность сочетаются одновременно.

Вторым важным фактором является фокусирование на запросах потребителя, и, соответственно, клиентоориентированность.

Третьим фактором успеха на российском рынке можно определить команду профессионалов, которая нацелена на результат и следует тенденциям постоянно развивающегося рынка.

Сфера эстетической медицины отличается своей динамичностью в России. В частности, поведение потребителя изменилось, маркетинг в социальных сетях играет большую роль в запросе на определенный препарат, потребитель оснащен большим количеством информации, поэтому стал лучше разбираться в широкой линейке продукции. В медицинском контексте растет число процедур контурной пластики, применения аппаратных методик и нехирургических манипуляций, в связи с чем прямо пропорционально растет запрос на специализированное обучение для врачей-дерматокосметологов.

Несмотря на то что Merz производит фармацевтические препараты, основное внимание бизнеса на отечественном рынке направлено именно на эстетическую дерматологию по причине того, что эстетический рынок России – один из наиболее быстро развивающихся, хотя считается достаточно молодым. Подразделение Merz Aesthetics ориентировано исключительно на эстетическую медицину. Компания активно взаимодействует с российским медицинским сообществом, большое внимание уделяется проведению мероприятий и тренингов с целью повышения результативности применения линейки продукции и аппаратов Merz. Одной из проблем ведения бизнеса является поступление на российский рынок несертифицированной продукции, поэтому Merz сотрудничает в данной области с регулирующими органами, преследуя цель минимизации контрафакта.

На основе параметров, описанных Х. Руэлем, Т. Уолтерсом, Р. Лоухейсем в их совместном исследовании «Бизнес-дипломатия в транснациональных корпорациях», определим, насколько эффективно компания Merz использует принципы бизнес-дипломатии. Показатель, отражающий степень активности установления и поддержания деловых отношений с внешней средой, определяется как интенсивность применения бизнес-дипломатии. Компания Merz в свою очередь активно сотрудничает с различными производителями медицинского оборудования, например, с Candela Corporation, компанией, специализирующейся на производстве высокотехнологичного оборудования в сфере косметологии. Таким образом, данное стратегическое партнерство позволит аккумулировать силы для разработки новейших решений для клиник эстетической медицины.

Также Merz активно сотрудничает с более чем 100 косметологическими клиниками по всей России, среди которых COSMOPRO и другие ведущие центры из разных городов (Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Челябинск и др.). Важно отметить, что степень интенсивности деловой дипломатии зависит от типа отрасли, в которой работает ТНК. Компании, которые работают в отраслях, где государственная политика сильно влияет на бизнес (чаще всего посредством лицензирования предпринимательской деятельности), с большей вероятностью будут развивать долгосрочные отношения с представителями власти.

Рассматриваемая компания работает в фармацевтической отрасли, где степень вмешательства государства высокая. Государство регулирует рынок фармацевтики с помощью регистрации лекарственных препаратов, регулирования ценообразования, сертификации специалистов и других методов. Препараты, произведенные Merz, имеют регистрационное удостоверение. В контексте бизнес-дипломатии это подтверждает тот факт, что Merz выстраивает доверительные взаимоотношения с государством в лице органа исполнительной власти, который подчиняется Министерству здравоохранения РФ, – Федеральной службе по надзору в сфере здравоохранения.

Характер действий предприятий также отличается в разных странах в зависимости от институциональной среды. Подразделения ТНК преимущественно полагаются на личные сети в принимающих странах, где институциональная среда слаба. Страны с сильными институтами общества, наоборот, смягчают неопределенность и уменьшают риски [6].

Корпорации в своей практике применяют широкий спектр средств для установления и дальнейшего поддержания деловых отношений с представителями иностранных правительств и неправительственными заинтересованными сторонами. Это могут быть мероприятия, бизнес-форумы, различного рода встречи и саммиты, которые используются в качестве средств бизнес-дипломатии и предоставляют возможности

для ведения переговоров с ключевыми правительственными органами и отраслевыми партнерами. Merz в свою очередь часто проводит различные саммиты, конференции, научно-практические курсы и другие мероприятия. Одним из последних мероприятий был саммит Merz Aesthetics Russian EXperts Summit – MARXS 2023, объединивший профессионалов эстетической медицины. Саммит проводится ежегодно с целью обмена передовыми знаниями и опытом в области косметологии.

Следующий фактор, который показывает то, насколько ТНК активно использует инструмент бизнес-дипломатии – ясность политики ее проведения, то есть существуют ли у корпорации свод правил политики бизнес-дипломатии при проведении переговоров и ее руководящие принципы. Данный фактор отражает степень, в которой ТНК действует, руководствуясь написанными принципами, в масштабах всей организации в отношении того, как устанавливать и поддерживать дипломатические отношения.

Основополагающим принципом Merz является получение успеха путем выстраивания доверительных отношений с людьми, с которыми ведется бизнес на долгосрочной основе. Ценности компании гласят, что основой отношений между компанией и внешней средой являются уважение, доверие и честность. В нормах компании отражено, что правила работы устанавливают стандарты и ожидания для активной вовлеченности персонала в своей профессиональной деятельности. Таким образом, принципы ведения бизнеса Merz отражают ее открытость и готовность к активному сотрудничеству и выстраиванию долгосрочных деловых отношений с заинтересованными лицами.

Доступность ресурсов бизнес-дипломатии отражает степень, в которой компания использует многочисленные ресурсы фирмы (например, финансовые и временные ресурсы, знания) для установления и поддержания дипломатических отношений с двумя группами действующих лиц: государственными и негосударственными представителями. От институционального контекста страны зависит количество времени и денежных средств. Так, в государствах, где получение лицензий происходит медленно и кропотливо, больше времени и внимания уделяется поддержанию контактов с государственными властями, чем в странах, в которых эти вопросы решаются быстрее. ТНК должны анализировать институциональный контекст, чтобы избегать рынков, которые они не смогут обслуживать, и в то же время использовать новые возможности. Таким образом, представители ТНК должны смотреть на политическую и социальную системы, рынок товаров, рынок труда и рынок капитала.

С целью повышения эффективности использования дипломатического подхода при взаимодействии с заинтересованными лицами ТНК необходимо развивать соответствующие качества у своих сотрудников посредством проведения обучения, тренингов, мастер-классов и т.д. В данном контексте стоит отметить также, что Merz налаживает партнерские отношения с Институтом коммуникационного менеджмента, являющимся подразделением Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» с 2018 г. На базе Высшей школы экономики проводятся образовательные курсы, направленные на повышение квалификации для представителей Merz, так как организация заинтересована в развитии профессиональных навыков у представителей медицинских центров, использующих ее продукцию. Эти навыки традиционно включают умение ведения переговоров, умение убеждать, умение справляться с двусмысленностью, навыки управления кризисными ситуациями, навыки принятия решений и лидерские качества.

На основе проведенного анализа можно заключить, что Merz активно использует принципы бизнес-дипломатии в своей деятельности. Корпоративная культура отражает основополагающие принципы бизнес-дипломатии, сотрудники отчетливо видят необходимость взаимодействия как с государственными органами, так и с НПО путем построения дипломатических отношений. Регулярное проведение деловых мероприятий помогает организации в развитии связей с внешней средой, что обеспечивает эффективную работу и доверие со стороны большого числа деловых партнеров в лице медицинских центров, косметологических клиник, производителей медицинского оборудования и учебных заведений.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-ДИПЛОМАТИИ В ИНТЕРЕСАХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕПРИЯТИЙ

Опыт немецкой компании Merz доказал гипотезу авторов, что применение принципов бизнес-дипломатии при осуществлении внешнеэкономической деятельности может помочь проникнуть на зарубежный рынок, а также значительно укрепить позиции коммерческой организации на нем. На основании проведенного анализа можно выделить рекомендации, предназначенные для применения бизнес-дипломатии в процессе взаимодействия российских организаций с государственными институтами.

Во-первых, подразделениям ТНК в принимающих странах необходима адаптация и приспособление к институциональной среде, так как она играет важную роль в выборе и реализации стратегий фирмы [7]. Исследования показали, что институциональная среда стран влияет на профили ресурсов фирм и степень неопределенности в отраслях, что в свою очередь влияет на готовность фирм применять рискованные стратегии [8]. Кроме того, необходимо установить связь между бизнес-дипломатией и корпоративной стратегией, чтобы сформулировать общее видение надлежащего функционирования компании, основанное на социально-политической обстановке принимающей страны. Качество анализа рынка напрямую влияет на успешность предприятия, так как по его итогам принимается решение о выборе конкретной стратегии, в связи с чем необходимо правильно определять все риски, возможности и тенденции рынка. Одним из ключевых факторов успеха Merz на российском рынке стала правильно выбранная стратегия, которая была индивидуально сформирована под потребности и условия существующего рынка фармацевтики и эстетической медицины.

Во-вторых, культура и обычаи принимающей страны влияют на подход к бизнес-дипломатии, подразумевающей адаптацию правил построения профессиональных отношений на местном уровне ведения бизнеса в соответствии с конкретными характеристиками рынка каждой страны. В нынешних условиях развития бизнеса отечественные предприниматели обращают все больше внимания на азиатские рынки, которые отличаются значительной спецификой [9]. По этой причине, с одной стороны, необходимы информированность и применение местных правил и протоколов поведения для установления и поддержания позитивных отношений со всеми заинтересованными сторонами. С другой стороны, культура также определяет поведение потребителя, а современные принципы ведения бизнеса требуют более персонализированного подхода, поэтому следует фокусировать внимание на запросах потребителя.

В-третьих, важно, чтобы принципы бизнес-дипломатии были максимально интегрированы в организационную культуру. Высший менеджмент должен обеспечить применение дипломатического стиля работы в коллективе и закрепить их формально, как было показано на примере анализируемой в настоящем исследовании компании Merz. Лидеры компании должны на собственном примере показывать ценность и непреходящую актуальность бизнес-дипломатии для других сотрудников в процессе своей работы. Таким образом, бизнес-дипломатия станет неотъемлемой частью функционирования и развития корпораций.

В-четвертых, эффективным методом бизнес-дипломатии являются бизнес-партнерства. Данная форма взаимодействия между фирмами напрямую ведет к долгосрочным отношениям, укреплению позиций компаний на рынке, а также повышает доверие в бизнес-среде. Кроме того, к преимуществам бизнес-партнерств можно отнести расширение клиентской базы и обмен накопленным опытом, что будет способствовать развитию бизнеса. Важно поддерживать сотрудничество со стратегическими партнерами, которые являются ключевыми на рынке.

Вместе с тем следует применять в своей деятельности меры государственной поддержки российских экспортеров. С.Г. Вагин отмечал, что одним из важнейших действующих факторов экономического роста является стабильный процессувеличения экспорта [10]. Сегодня государство предлагает широкий спектр мер, которые могут существенно облегчить выход на новые рынки. Например, действует программа, нацеленная на поддержку в виде возмещения части понесенных затрат за участие в зарубежных выставках, при условии заключения экспортного контракта. Участие в международных ярмарках предоставляет возможность для демонстрации отечественной продукции с целью дальнейшей ее реализации¹. Также существует программа, направленная на поддержку экспортеров, осуществляющих сертификацию соответствия российской промышленной продукции требованиям внешних рынков, в частности, это будет актуально и для фармацевтических компаний [9]. Таким образом, государство способствует развитию российского экспорта, помогая снизить административные барьеры.

Большой проблемой была и остается контрафактная продукция на рынке фармацевтической продукции. В связи с этим фармацевтическим предприятиям и государственным институтам следует взаимодействовать в вопросе усовершенствования правовой системы с целью повышения качества и безопасности отечественной продукции, предназначенной для экспорта. Поддержка научно-исследовательских центров также будет оказывать положительное воздействие на развитие экспорта фармацевтической

¹ Российский экспортный центр. Меры государственной поддержки. Режим доступа: <https://www.exportcenter.ru/services/spetsialnye-programmy-podderzhke-eksporta/> (дата обращения: 26.12.2023).

продукции, так как на базе данных центров и институтов могут разрабатываться инновационные препараты, которые в свою очередь будут конкурентноспособны на мировом рынке.

Только в процессе сотрудничества между отечественными компаниями и государственными органами можно добиться ожидаемого результата в области внешнеэкономической деятельности, именно поэтому бизнес-дипломатия способствует эффективному выходу на новые рынки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Международный уровень ведения бизнеса подразумевает управление в динамично меняющемся деловом климате, который требует многостороннего сотрудничества с заинтересованными сторонами, такими как государственные власти принимающих стран и НПО. ТНК будут активно развиваться в дипломатии. Чтобы иметь возможность успешно работать в долгосрочной перспективе, важно установить стратегическое партнерство и надлежащие методы взаимодействия с ключевыми внешними фигурами. Корпорации должны развивать мастерство бизнес-дипломатии с помощью таких навыков, как геополитический анализ, управление заинтересованными сторонами, межкультурные коммуникации и ведение переговоров. Рассматриваемый вид дипломатии помогает укрепить позиции на рынке, расширить влияние и способствовать развитию компании, так как в нынешних условиях важно интегрироваться в бизнес-среду и оставаться в регионе в течение длительного времени.

Расширяя свое влияние на новых рынках, ТНК необходимо учитывать все возможные риски, а также уметь реагировать на них. Предприятиям необходимо адаптироваться к экономическим, политическим, социальным и демографическим условиям страны и региона, в которых они работают.

Исследования, связывающие корпоративную дипломатию и бизнес-дипломатию, все еще находятся в стадии разработки и нуждаются в дальнейшем развитии, так как понятия связаны между собой и эффективное применение обоих видов дипломатического подхода в ТНК может значительно улучшить их деятельность.

Список литературы

1. *Твердов И.К., Слуква Н.А.* Лондон как центр притяжения зарубежных транснациональных корпораций. Вестник Московского университета. Серия 5. География. 2023;2:149–155. <https://doi.org/10.55959/MSU0579-9414.5.78.2.13>
2. *Ананович М.Ю., Тетерюк А.С.* «Бизнес-дипломатия» как инструмент реализации внешнеэкономических интересов отечественных компаний на современном этапе: проблемы и перспективы. PolitBook. 2019;2:176–194.
3. *Ruël H., Wolters T., Loohuis R.* Business diplomacy in multinational corporations (MNCs): An exploratory study. Istanbul: Academy of International Meetings; 2013.
4. *Kamsaris D.P.* Diplomacy and international business: Bonded together. Munich: BookRix; 2021.
5. *Aguilera R.V., Desender K., Bednar M.K., Lee J.H.* Connecting the dots: Bringing external corporate governance into the corporate governance puzzle. *Academy of Management Annals*. 2015;1(9):483–573. <https://doi.org/10.5465/19416520.2015.1024503>
6. *Li D., Tong T.W., Xiao Y., Zhang F.* Terrorism-induced uncertainty and firm R&D investment: A real options view. *Journal of International Business Studies*. 2022;2(53):255–267. <https://doi.org/10.1057/s41267-021-00470-x>
7. *Hitt M.A., Holmes Jr R.M., Arregle J.L.* The (COVID-19) pandemic and the new world (dis) order. *Journal of World Business*. 2021;4(56). <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2021.101210>
8. *Hitt M.A., Sirmon D.G., Li Y., Ghobadian A., Arregle J.L., Xu K.* Institutions, industries and entrepreneurial versus advantage-based strategies: How complex, nested environments affect strategic choice. *Journal of Management and Governance*. 2021;25:147–188. <https://doi.org/10.1007/s10997-020-09504-2>
9. *Рубан Д.А.* Современный азиатский опыт цифровизации и устойчивого развития экономики и управления. Рецензия на книгу «Business and management in Asia: digital innovation and sustainability» (Springer, 2023). *E-Management*. 2023;4(6):125–130. <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2023-6-4-125-130>
10. *Вагин С.Г.* Влияние международных санкций на промышленный экспорт регионов России. *E-Management*. 2023;4(6):53–63. <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2023-6-4-53-63>

References

1. *Tverdov I.K., Sluka N.A.* London as a center of attraction for foreign transnational corporations. *Lomonosov Geography Journal*. 2023;2:149–155. (In Russian). <https://doi.org/10.55959/MSU0579-9414.5.78.2.13>

2. *Apanovich M.Yu., Teteryuk A.S.* “Business diplomacy” as a tool for the implementation of foreign economic interests of domestic companies at the present stage: problems and prospects. *PolitBook*. 2019;2:176–194. (In Russian).
3. *Ruël H., Wolters T., Loobuis R.* Business diplomacy in multinational corporations (MNCs): An exploratory study. Istanbul: Academy of International Meetings; 2013.
4. *Kamsaris D.P.* Diplomacy and international business: Bonded together. Munich: BookRix; 2021.
5. *Aguilera R.V., Desender K., Bednar M.K., Lee J.H.* Connecting the dots: Bringing external corporate governance into the corporate governance puzzle. *Academy of Management Annals*. 2015;1(9):483–573. <https://doi.org/10.5465/19416520.2015.1024503>
6. *Li D., Tong T.W., Xiao Y., Zhang F.* Terrorism-induced uncertainty and firm R&D investment: A real options view. *Journal of International Business Studies*. 2022;2(53):255–267. <https://doi.org/10.1057/s41267-021-00470-x>
7. *Hitt M.A., Holmes Jr R.M., Arregle J.L.* The (COVID-19) pandemic and the new world (dis) order. *Journal of World Business*. 2021;4(56). <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2021.101210>
8. *Hitt M.A., Sirmon D.G., Li Y., Ghobadian A., Arregle J.L., Xu K.* Institutions, industries and entrepreneurial versus advantage-based strategies: How complex, nested environments affect strategic choice. *Journal of Management and Governance*. 2021;25:147–188. <https://doi.org/10.1007/s10997-020-09504-2>
9. *Ruban D.A.* Contemporary Asian experience of digitalization and sustainable development in economy and management. A review of the book “Business and management in Asia: digital innovation and sustainability” (Springer, 2023). *E-Management*. 2023;4(6):125–130. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2023-6-4-125-130>
10. *Vagin S.G.* International sanctions impact on industrial export of Russian regions. *E-Management*. 2023;4(6):53–63. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2023-6-4-53-63>

Основные направления внедрения результатов исследований систем искусственного интеллекта в отечественное производство

Шарипов Фанис Фалихович

Канд. экон. наук, доц. каф. управления промышленными организациями
ORCID: 0000-0003-0129-017X, e-mail: fanissh@rambler.ru

Дьяконова Мария Александровна

Канд. полит. наук, доц. каф. управления промышленными организациями
ORCID: 0000-0003-4514-5927, e-mail: marie.d@mail.ru

Государственный университет управления, г. Москва

Аннотация

Говоря о необходимости создания технологического суверенитета в сфере производства отечественной экономики, мы понимаем, насколько это многоаспектная и затратная по всем видам ресурсов деятельность, имеющая критические ограничения по времени. Кроме суверенитета как понятия в широком смысле слова, технологический суверенитет создается для повышения эффективности хозяйственной деятельности российской экономики. Одним из направлений повышения эффективности производственной деятельности является так называемая цифровизация производства. Это понятие принципиально отличается от автоматизации производственных процессов 1970–1980-х гг. С приходом сети «Интернет» и космической навигации возможностей современной космонавтики совершенно изменились подход и уровень задач в организации жизнедеятельности человека. Беспроводная связь, интернет вещей, беспилотное транспортное средство, включая летательные аппараты, – это термины XXI в. Целью настоящего исследования является определение теоретических принципов цифровизации в процессе производства для тех, кто интересуется этим вопросом. Авторы также дают обобщение популярных классификаций цифровых технологий по функциональности и отраслям их применения. На основании теоретических принципов цифровизации и приведенной классификации определены основные направления цифровизации производства.

Ключевые слова

Технология, суверенитет, цифровизация, инновация, производство, модель, изделие

Для цитирования: Шарипов Ф.Ф., Дьяконова М.А. Основные направления внедрения результатов исследований систем искусственного интеллекта в отечественное производство // Вестник университета. 2024. № 2. С. 16–22.

Main directions of implementing research results of artificial intelligence systems into domestic production

Fanis F. Sharipov

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Industrial Organizations Management Department
ORCID: 0000-0003-0129-017X, e-mail: fanissh@rambler.ru

Maria A. Dyakonova

Cand. Sci. (Polit.), Assoc. Prof. at the Industrial Organizations Management Department
ORCID: 0000-0003-4514-5927, e-mail: marie.d@mail.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

Speaking about the need to create technological sovereignty in the sphere of the domestic economy production, we realize how multidimensional and costly in all types of resources is the activity that has critical time constraints. In addition to sovereignty as a concept in the broad sense, technological sovereignty is created to increase the efficiency of Russian economic activity. One of the directions of increasing the production activities efficiency is the so-called production digitalization. This notion is fundamentally different from the production processes automation of the 1970s and 1980s. With the advent of the Internet and space navigation capabilities of modern astronautics, the approach and level of tasks in organizing human life have completely changed. Wireless communication, the Internet of Things, unmanned vehicle including aircraft are the terms of the XXI century. The purpose of the study is to define the theoretical principles of digitalization in the manufacturing process for those who are interested in this issue. The authors also attempt to provide a summary of popular classifications of digital technologies by functionality and application sectors. Based on the theoretical principles of digitalization and the given classification, we identify the main directions of production digitalization.

Keywords

Technology, sovereignty, digitalization, innovation, production, model, product

For citation: Sharipov F.F., Dyakonova M.A. (2024) Main directions of implementing research results of artificial intelligence systems into domestic production. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 16–22.



ВВЕДЕНИЕ

Основоположниками искусственного интеллекта (далее – ИИ) в мире по праву являются талантливые ученые XX в. Н. Винер, А. Тьюринг, А. Ньюэлл. Из отечественных ученых отметим прежде всего Д.А. Поспелова, Н.Н. Моисеева, М.В. Келдыша. Современные тренды исследований в области ИИ возглавляют Microsoft, Google, IBM, Huawei, Intel. Так выглядит современная ведущая пятерка компаний по количеству научных публикаций в изучаемой сфере. Колоссальные усилия в этой области мы наблюдаем в Китае, где, кроме Huawei, работают Alibaba, Tencent, Baidu.

В Российской Федерации (далее – РФ, Россия) организация научных исследований в сфере ИИ реализуется на базе Федерального проекта «Искусственный интеллект», утвержденного Указом Президента РФ от 10 октября 2019 г. «О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации». Определена Национальная стратегия развития искусственного интеллекта до 2030 г.

На сегодняшний день в стране созданы 6 исследовательских центров на базе Московского физико-технического института, Высшей школы экономики, Университета ИТМО, Сколковского института науки и технологий, Иннополиса и Института системного программирования им. В.П. Иванникова для проведения исследований в области ИИ. Поддержку в форме грантов получили 393 проекта. 26 ноября 2023 г. вице-премьер РФ Д. Чернышенко объявил о разработке нового национального проекта «Экономика данных», в состав которого войдет обновленный федеральный проект «Искусственный интеллект».

Основные направления научных исследований в области ИИ практической направленности мы определим далее в отдельной части нашего исследования. Основной целью нынешнего этапа развития производства является объединение информационных и производственных технологий, что вызовет синергетический эффект и придаст мощный импульс росту конкурентоспособности отечественного производства в современных условиях, а также кардинально повысит потребительские свойства и международный имидж российской промышленной продукции. В этом случае произойдет интеграция в реальный сектор национальной экономики интеллектуальных производственных систем и агрегатов, электронно-сетевых технологий сети «Интернет», средств обработки больших массивов данных. Конечной целью такой интеграции является внедрение искусственного интеллекта как технологии в производство продукта нового типа, используемого в различных отраслях отечественной экономики [1; 2]. Стоит отметить, что, кроме задействования материальных ресурсов, необходимо создать систему взаимодействия интеллектуальных ресурсов предприятия, связанных с техническими, экономическими, административными, правовыми аспектами решения задач по цифровизации производства.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ И ОПЫТНО-КОНСТРУКТОРСКИХ РАБОТ В ЧАСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИИ В ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Попробуем сформулировать ряд задач, стоящих перед научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами (далее – НИОКР) в части внедрения ИИ в производство:

1) создание автомобильного транспорта, способного работать в беспилотном режиме (создание чипов нового уровня, соответствующего программного обеспечения и беспроводной автоматики, действующей на модульном уровне);

2) создание беспилотных летательных аппаратов (далее – БПЛА) нового уровня, способных с помощью микросхем, навигации нового уровня (применение спутниковых систем), интеллектуальных видеоустройств режима 3D обходить в полете препятствия, перемещаться в сложных условиях, например, при наличии большого количества БПЛА на ограниченном пространстве полета;

3) создание роботизированных устройств нового типа для использования в различных отраслях жизнедеятельности человека:

3.1) в области здравоохранения как средство ухода за малоподвижными больными, инвалидами, младенцами, пожилыми;

3.2) в области охраны окружающей среды в экстремальных ситуациях: последствия пожаров, наводнений, землетрясений, где возможно минимизировать риски действующих сотрудников экстренных служб;

3.3) в части обслуживания места проживания человека;

- 4) усовершенствование систем идентификации личности с помощью спутниковой навигации в различных целях;
- 5) развитие интеллектуальных систем, связанных с человеческой речью:
 - 5.1) синтезирование речи в необходимых параметрах;
 - 5.2) распознавание речи интересующего объекта по определенным параметрам;
 - 5.3) машинный перевод человеческой речи;
- 6) создание систем ИИ по выявлению смертельно опасных болезней на ранней стадии (болезни сердца, мозга, зрения, дыхательных путей и др.);
- 7) разработка всего комплекса так называемого интернета вещей [3; 4].

Стоит в связи с этим отметить усилия России по развитию беспроводной связи пятого поколения. Речь идет о системном развитии и интеграции космической отрасли с одновременным изготовлением и монтажом станций мобильной связи типа 5G, то есть необходимо создать сотни тысяч подобных объектов с учетом площади территории РФ. Также требуется дальнейшее расширение имеющихся оптоволоконных высокоскоростных сетей для передачи данных класса гигабит при необходимости подключения новых абонентов по территории всей страны. В этом случае города РФ получают цифровое развитие вместе с предприятиями, расположенными на их территории.

ВНЕДРЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ПРОИЗВОДСТВО

Говоря о внедрении искусственного интеллекта в производство, необходимо определить основные, на наш взгляд, направления этой многофакторной задачи:

- 1) минимизация рисков для здоровья работающих, занятых на вредных и опасных производствах;
- 2) высвобождение работающих на предприятии от выполнения однообразных монотонных технологических операций;
- 3) использование программного обеспечения и аппаратных средств для анализа больших баз данных с целью выявления брака на производстве;
- 4) использование ИИ в планировании складских запасов сырья, заготовок и деталей для сборки инновационного изделия;
- 5) увеличение скорости принятия решения по всем аспектам производственной деятельности с помощью внедрения программного обеспечения по работе с большими базами данных;
- 6) обеспечение комплексной безопасности производства от выявления отклонений работы станков и оборудования до попыток несанкционированного проникновения извне в систему управления производством [5; 6].

Средства цифровизации в процессе производства важны, но не являются самоцелью. Основная цель – модернизация отечественного производственного сектора и повышение его конкурентоспособности с одновременным созданием новых наукоемких производств. Ведущие предприятия, работающие в сферах военно-промышленного комплекса, машиностроения, добычи полезных ископаемых и ее переработки, энергетики и электроснабжения, электроники и телекоммуникаций, авиационного, железнодорожного и автомобильного транспорта, – все без исключения реализуют соответствующие отраслевые программы цифровизации. Речь идет о создании и использовании корпоративного промышленного интернета, что позволит ускорить размещение и использование информации об инновациях в сфере ИИ внутри корпораций для организации последующих НИОКР.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ПРОИЗВОДСТВО В КИТАЕ

Говоря об опыте внедрения ИИ за рубежом, в первую очередь необходимо, на наш взгляд, обратить внимание следующие моменты реализации этих задач в экономике Китая:

- 1) разработка соответствующих процедур управления процессом производства с использованием ИИ на базе создания соответствующих стандартов производства;
- 2) разработка системы защиты интеллектуальной собственности на государственном уровне для производителей высокотехнологичной продукции;
- 3) подготовка специалистов для решения определенных задач, в том числе система привлечения уникальных специалистов из-за рубежа;

4) налоговое регулирование государством инновационной деятельности предприятий, например, налоговые льготы для индустриального сектора экономики для предприятий, финансирующих из своих средств НИОКР в сфере высоких технологий и ИИ в частности;

5) внедрение современных организационно-экономических структур нового типа, например, особенно эффективно проявившего себя во всем мире частно-государственного партнерства;

6) развитие государственного сектора производства, особенно в части решения задач взаимодействия оборонных и гражданских аспектов производственной деятельности [7].

Необходимо отметить, что государственная политика Китая направлена на научно-технологическое развитие национальной экономики. Мы уже говорили об увеличении инвестиций в НИОКР Китая на 11,8 % в 2018 г. по сравнению с 2017 г., причем в абсолютном выражении эта величина составила 1,98 трлн китайских юаней [7]. Двухзначный рост этого показателя наблюдался в тот период три года подряд. В результате целенаправленной государственной политики именно производство в Китае стало основным источником для инвестиций [7].

Китайское руководство определило период развития страны до 2035 г. как качественный рост экономики страны. Именно в этот период поставлена задача создания государства инновационного типа экономики, подкрепленная соответствующей программой научно-технического развития Китая на 2021–2035 гг. [7]. Речь идет о системной аналитике основных технологических инновационных процессов в мире и прогнозе возможных изменений конкурентной среды в основных наукоемких областях.

В условиях сокращения доступа к технологическим достижениям ведущих западных компаний в области создания новых продуктов интеллектуальной собственности руководство Китая уделяет особое внимание развитию фундаментальных исследований молодыми учеными [8]. Именно оригинальные прикладные разработки на основе фундаментальных исследований определяют реальный масштаб и глубину технологических инноваций, по мнению китайских коллег. Отметим также целенаправленную работу Пекина по задействованию самых авторитетных представителей мировой науки в интересующих Китай научных сферах путем приглашения их в страну на привлекательных условиях.

В тренде происходящих в мире событий считаем уместным отметить усилия Китая по координации развития гражданского и военного секторов экономики. Речь идет прежде всего о реализации конверсионных программ и инновационных проектов военного и двойного назначения. Основной целью в данном случае является создание эффективной системы военно-гражданской интеграции производства, где экономика страны способствует укреплению оборонно-промышленного комплекса, который в свою очередь обеспечивает стабильное и безопасное развитие общества [9; 10]. Это включает задействование в оборонном строительстве инвестиционных и технологических механизмов из негосударственного сектора и одновременное создание условий для использования инновационных результатов предприятий оборонного сектора в гражданской сфере.

На первое место выходят вопросы долгосрочного планирования и межведомственной координации на государственном уровне. Военно-гражданская интеграция должна начинаться на самой первой стадии – организации НИОКР. Важно отметить системную работу китайских коллег по созданию правовой системы закрепления прав интеллектуальной собственности на результаты НИОКР, получаемых в работе с иностранным участием, с привлечением Всемирной организации интеллектуальной собственности. Мы уже говорили о планах Китая по созданию государства с инновационной экономикой. Можно отметить в связи с этим наличие стратегической задачи Китая по превращению страны к 2050 г. в ведущую научно-технологическую державу и создание экономики нового типа – экономики знаний.

Подтверждением системности подхода китайских исследователей к созданию условий для инновационной деятельности является проект «Нового района Сюньань» в 100 км от столицы Китая в провинции Хэбэй. Реализация этого амбициозного проекта рассчитана до 2050 г. Российских ученых этот проект интересует в связи с тем, что китайские власти намерены сделать упор при проектировании города на размещении на данной территории предприятий инновационного сектора с учетом всех современных требований к охране окружающей среды. Будет отдано предпочтение предприятиям информационных технологий, созданию новых материалов, биологии, медицины, экологически чистых сельскохозяйственных проектов. Планируется активное участие высокотехнологичной китайской компании Baidu, упомянутой ранее в числе лидеров работы в области ИИ в Китае. В городе собираются использовать общественный транспорт на беспилотной основе и развивать городскую инфраструктуру по принципу «умного города».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цифровое производство представляет процесс, включающий множество процедур управления и использующий различные технологии и инструменты. Все это необходимо интегрировать в образование в части подготовки соответствующих специалистов в изученной теме, в государственное управление в части подготовки и принятия соответствующих решений по обеспечению выполнения определенных в исследовании задач, в производство, где в масштабе серийного и крупносерийного производства происходит производство конкурентоспособного продукта нового уровня, в сферу услуг, а также в здравоохранение.

Цифровое производство требует организации оперативного и стратегического планирования в масштабах всей российской экономики. На государственном уровне работа спланирована и организована должным образом, что подтверждается наличием соответствующих федеральных программ, подкрепленных организационно и финансово. Развитие цифрового производства в реальных отраслях отечественной экономики – составная часть системной работы по достижению технологического суверенитета России.

Список литературы

1. *Абрамов И.В.* Концептуальная модель цифровой трансформации производственных предприятий. Теория и практика общественного развития. 2023;8:176–181. <https://doi.org/10.24158/tipor.2023.8.21>
2. *Сазанова С.А., Жак А.* Ценностное управление в экономике 5.0. Вестник университета. 2021;8:20–24.
3. *Кротенко Т.Ю., Макеева В.Г., Денисова И.В.* Планирование организационного развития. Муниципальная академия. 2023;1:59–64. https://doi.org/10.52176/2304831X_2023_01_59
4. *Vaulin A.S.* Economic effect from digital integration: The case of a mechanical engineering enterprise. Journal of New Economy. 2023;3(24):136–154. <https://doi.org/10.29141/2658-5081-2023-24-3-7>
5. *Головина А.Н., Пешкова А.А.* Цифровизация как новый принцип организации производства. Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2023;2(38):15–24. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2023-2-15-24>
6. *Кирилов К.О.* Перспективы решения проблем цифровизации российской промышленности. Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2023;2(45):74–80. <https://doi.org/10.21777/2587-554X-2023-2-74-80>
7. *Шаритов Ф.Ф.* Об опыте Китая по внедрению искусственного интеллекта в национальную производственную систему. Путеводитель предпринимателя. 2021;14(4):16–20. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2021-14-4-16-20>
8. *Рязанова Г.Н.* Современные методы управления организацией на основе ценностноориентированного подхода. Вестник университета. 2022;2:41–48.
9. *Руденко М.Н., Чернявский С.В., Чернявский В.С., Субботина Ю.А.* Импортозамещение информационно-коммуникационных технологий в России. Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2022;58:77–87. <https://doi.org/10.17223/19988648/58/5>
10. *Simdiankin A.A., Probin P.S., Gerasimova L.N., Kevorikova Z.A., Dikikh V.A., Nurmanov A.O.* Method for evaluating the possibility of cluster forming. Entrepreneurship and Sustainability Issues. 2020;4(7):3145–3157.

References

1. *Abramov I.V.* Conceptual Model of Digital Transformation of Manufacturing Enterprises. Theory and Practice of Social Development. 2023;8:176–181. (In Russian). <https://doi.org/10.24158/tipor.2023.8.21>
2. *Sazanova S.L., Žák L.* Value management in the Economy 5.0. Vestnik universiteta. 2021;1(8):20–24. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2021-8-20-24>
3. *Krotenko T.Yu., Makeeva V.G., Denisova I.V.* Organizational development planning. Municipal Academy. 2023;1:59–64. (In Russian). https://doi.org/10.52176/2304831X_2023_01_59
4. *Vaulin A.S.* Economic effect from digital integration: The case of a mechanical engineering enterprise. Journal of New Economy. 2023;3(24):136–154. (In Russian). <https://doi.org/10.29141/2658-5081-2023-24-3-7>
5. *Golovina A.N., Peshkova A.A.* Digitalization as a New Principle of Production Organization. Economic and Social Research. 2023;2(38):15–24. (In Russian). <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2023-2-15-24>
6. *Kirilov K.O.* Prospects for Solving the Problems of Digitalization of Russian Industry. Bulletin of Moscow Witte University. Series 1: Economics and Management. 2023;2(45):74–80. (In Russian). <https://doi.org/10.21777/2587-554X-2023-2-74-80>

7. *Sharipov F.F.* On China's Experience in introducing Artificial Intelligence into the national manufacturing system. *Entrepreneur's Guide*. 2021;14(4):16–20. (In Russian.) <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2021-14-4-16-20>
8. *Ryazanova G.N.* Organisation management modern methods based on a value-oriented approach. *Vestnik universiteta*. 2022;(2):41–48. (In Russian.) <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2022-2-41-48>
9. *Rudenko M.N., Chernyavsky S.V., Chernyavsky V.S., Subbotina Yu.D.* Import substitution of information and communication technologies in Russia. *Tomsk State University Journal of Economics*. 2022;58:77–87. (In Russian). <https://doi.org/10.17223/19988648/58/5>
10. *Simdiankin A.A., Probin P.S., Gerasimova L.N., Kevorkova Z.A., Dikikh V.A., Nurmanov A.O.* Method for evaluating the possibility of cluster forming. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. 2020;4(7):3145–3157.

Цифровая трансформация малого бизнеса в Соединенных Штатах Америки в условиях пандемии COVID-19

Петровская Наталья Евгеньевна

Канд. экон. наук, доц. Департамента мировой экономики
ORCID: 0000-0002-5954-0656, e-mail: vitern@mail.ru

Киселева Софья Сергеевна

Студент
ORCID: 0009-0006-7580-1189, e-mail: kiseleva.soft@gmail.com

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

Аннотация

Целью настоящего исследования является изучение процесса цифровой трансформации малого бизнеса в Соединенных Штатах Америки (далее – США) в условиях пандемии COVID-19. Предметом исследования является влияние пандемии на цифровизацию малого бизнеса в США. Коронавирус оказал огромное влияние на сферу малого бизнеса, повлиял на распределение предприятий по отраслям, на их соотношение по числу занятых, на социально-демографические характеристики владельцев малого бизнеса, ускорил диджитализацию с целью адаптации к новым условиям и преодоления экономического кризиса. Выдвинута гипотеза о том, что пандемия коронавируса оказала большее влияние на рынок услуг, чем на рынок товаров. Авторы исследуют, какие изменения произошли в сфере малого бизнеса в результате пандемии и какие цифровые технологии были применены для адаптации к новым условиям. Пандемия COVID-19 послужила толчком к уже начавшейся ранее цифровизации, усилив диджитал-трансформацию в секторе малого бизнеса в среднем с 30 до 55 %. По мнению 86 % владельцев малого бизнеса в США, именно использование технологий помогло им пережить пандемию. В результате исследования авторы пришли к выводу, что производственные компании стали использовать цифровые платформы чаще, чем бизнесы, связанные с предоставлением своих услуг. Следовательно, выдвинутая гипотеза не подтвердилась. Пандемия COVID-19 серьезно повлияла на малый бизнес во всем мире. Американский опыт может помочь понять, какие стратегии и технологии использовались для адаптации к новым условиям и сохранения бизнеса.

Ключевые слова

Малый бизнес, США, цифровизация, пандемия, государственная поддержка, закон «Об американском плане спасения», занятость

Для цитирования: Петровская Н.Е., Киселева С.С. Цифровая трансформация малого бизнеса в Соединенных Штатах Америки в условиях пандемии COVID-19 // Вестник университета. 2024. № 2. С. 23–30.



Small business digital transformation in the USA in the conditions of COVID-19 pandemic

Natalia E. Petrovskaya

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the World Economy Department
ORCID: 0000-0002-5954-0656, e-mail: vitern@mail.ru

Sofia S. Kiseleva

Student
ORCID: 0009-0006-7580-1189, e-mail: kiseleva.sofi@gmail.com

National Research University “Higher School of Economics”, Moscow, Russia

Abstract

The purpose of the study is to examine small businesses digital transformation in the US in the context of the COVID-19 pandemic. The subject of the study is the pandemic impact on small businesses digitalization in the US. The coronavirus had a huge impact on the small business sphere, influenced the distribution of these businesses by industry, their employment ratio, the socio-demographic characteristics of small business owners, and accelerated digitalization in order to adapt to new conditions and overcome the economic crisis. It was hypothesized that the coronavirus pandemic had a greater impact on the services market than on the goods market. The authors investigate what changes occurred in small businesses as the pandemic result and what digital technologies were applied to adapt to the new conditions. The COVID-19 pandemic triggered the digitalization that had already begun earlier, increasing digital transformation in the small business sector from an average of 30 to 55 %. According to 86 % of U.S. small business owners, it was the use of technology that helped them survive the pandemic. As the study result, the authors concluded that manufacturing companies have started using digital platforms more frequently than businesses related to their services. Hence, the hypothesis put forward is not confirmed. The COVID-19 pandemic has severely impacted small businesses around the world. The American experience can help to understand what strategies and technologies were used to adapt to the new environment and retain business.

Keywords

Small business, USA, digitalization, pandemic, government support, The American Rescue Plan Act of 2021, employment

For citation: Petrovskaya N.E., Kiseleva S.S. (2024) Small business digital transformation in the USA in the conditions of COVID-19 pandemic. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 23–30.



ВВЕДЕНИЕ

В 2020 г. в мире началась пандемия COVID-19, которая значительно сказалась на всех сферах американской экономики и послужила толчком для развития цифровизации в бизнесе. Научная проблема, которой посвящена статья, связана с необходимостью изучения эффектов и последствий пандемии на малый бизнес и роли цифровой трансформации в его выживаемости и развитии. Важно также понимать степень влияния пандемии COVID-19 на конкретные рынки. В настоящем исследовании выдвигается гипотеза о том, что пандемия коронавируса оказала большее влияние на рынок услуг, чем на рынок товаров.

Хотя тема цифровой трансформации является широко обсуждаемой, еще не проведено достаточное количество исследований о степени влияния диджитализации на отдельные сектора экономики. Таким образом, настоящее исследование вносит вклад в приращение знаний по данному вопросу.

В статье использованы системный подход, а также экономико-статистический, логический методы и метод сравнительного анализа. Исследование американского опыта базируется на информационно-статистических материалах, анализе теоретико-методологических исследованиях первоисточников.

Под малым бизнесом в Соединенных Штатах Америки (далее – США) принято считать независимые фирмы, количество работников в которых не превышает 500 чел. Созданная эффективная модель финансово-кредитной поддержки способствовала «бурному росту малого предпринимательства, сделав его основой национальной экономики» [1, с. 20].

По данным 2023 г., в сфере малого бизнеса США сосредоточено 99,9 % всех американских работодателей, которые создают более 40 % американского валового внутреннего продукта. Малый бизнес способствует ускорению темпов экономического роста и, по данным Администрации малого бизнеса США (Small Business Administration, SBA), создает около двух третьих новых рабочих мест. [2]. Малый бизнес в США – это образ жизни и самореализация стремления иметь свое дело [3].

Малый бизнес в США принято делить на три типа:

- 1) первичный сектор – ресурсодобывающая промышленность;
- 2) вторичный сектор – сфера производства товаров;
- 3) третичный сектор – сфера услуг.

В настоящем исследовании будут рассмотрены последние два сектора, поскольку именно в них преобладает малый бизнес.

Под бизнесом в сфере производства товаров понимается тип компаний, которые создают физические продукты (например, текстильная промышленность, производство и упаковка продуктов питания, производство техники и т.д.). По данным Администрации малого бизнеса США, 99 % производства приходится именно на малые компании.

Сфера услуг занимает лидирующую долю в американском бизнесе, производя 77,6 % валового внутреннего продукта США. В нее включены такие виды бизнеса, как образование, консультирование, рестораны, гостиничные, туристические и транспортные услуги и другие нематериальные продукты.

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ПРОБЛЕМЫ

Малый бизнес является наиболее восприимчивым к происходящим экономическим, политическим и социальным изменениям в мире, уступая крупному бизнесу, в том числе транснациональным корпорациям. По результатам исследования авторов статьи «Влияние COVID-19 на результаты и ожидания малого бизнеса» (“The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations”), проведенном в первые три месяца после начала пандемии, примерно 25 % малых предприятий хватало собственного капитала на продолжение своей деятельности менее одного месяца и около половины компаний могли продержаться от одного до двух месяцев [4]. Владельцы компаний по опросу «Фейсбука» приводили различные причины закрытия своих компаний: ограничения, введенные государством с целью борьбы с COVID-19; нарушения цепочек поставок; инфляция; падение спроса на продукт и снижение лояльности потребителей.

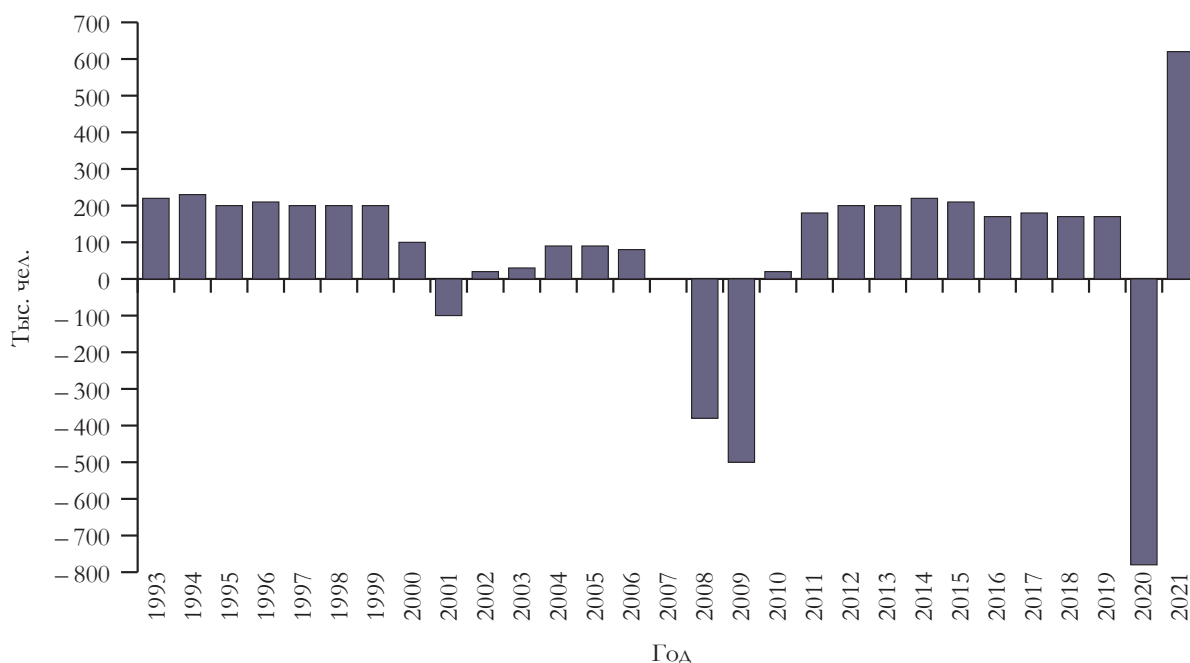
С целью поддержки малого бизнеса спустя практически два года после начала пандемии правительством США был подписан закон «Об американском плане спасения» (American Rescue Plan Act of 2021), в результате которого «в 2021 г. в США было открыто 5,4 млн новых бизнесов, что стало на 20 % выше, чем в предыдущие несколько лет». Открытие новых предприятий привело к созданию 1,9 млн рабочих мест к началу 2021 г. В 2022 г. эта цифра продолжила увеличиваться. Правительство США выделило

более 50 млрд долл. США финансовой поддержки населению, из которых 4,4 млрд приходились на помощь малому бизнесу, 15,9 млрд – на жилищные цели, 10,9 млрд – на поддержание рабочей силы. Также было запущено более 1,1 тыс. проектов в рамках программы поддержки малого бизнеса по всей территории США, многие из которых были связаны с финансовой поддержкой, включая инвестиции в технологическое оснащение предприятий, а также различные меры в сфере здравоохранения.

Среди государственных инициатив для помощи малым предприятиям можно выделить следующее:

- 1) инвестиции в размере 10 млрд долл. США на обеспечение семей и предприятий высокоскоростным интернетом;
- 2) выделение финансирования, направленного на помощь малым предприятиям в получении займов или венчурного капитала для поддержки своей экономической деятельности и стимулирования роста компании;
- 3) создание образовательных программ для обучения работников взаимодействию с новыми технологиями и искусственным интеллектом;
- 4) предоставление кредита на инновационные нужды компаний для повышения эффективности производства, такие как покупка машин, нового оборудования и программного обеспечения;
- 5) выделение 2,5 млрд долл. США на поддержку бизнесов, управляемых темнокожими, женщинами и людьми, проживающими в сельских или племенных общинах;
- 6) предоставление финансирования в размере 300 млн долл. США на техническое развитие (например, вложение денег в акселераторы и инкубаторы для обучения предпринимателей);
- 7) выделение денежного финансирования малому бизнесу с низким или умеренным доходом, а также заемщикам, которые наиболее сильно пострадали от начала экономического кризиса из-за пандемии COVID-19.

Исследование «Как COVID меняет географию предпринимательства? Доказательства стартап-картографического проекта» («How is COVID Changing the Geography of Entrepreneurship? Evidence from the Startup Cartography Project»), проведенное в мае 2021 г., демонстрирует зависимость между снижением налогов на малый бизнес и количеством новых зарегистрированных заявок на открытие своей компании. В 2021 г. и 2022 г. в США наблюдались рекордное количество заявлений на открытие малого бизнеса и самый быстрый рост новых рабочих мест за последние несколько лет наблюдений. Также был достигнут рекордно низкий уровень безработицы (рис. 1).



Составлено авторами по материалам источника¹

Рис. 1. Динамика изменения среднеквартального уровня занятости в малом бизнесе США (с численностью менее 50 чел.) в период с 1993 г. по 2021 г.

¹The White House. The Small Business Boom Under the Biden-Harris Administration. Режим доступа: <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2022/04/President-Biden-Small-Biz-Boom-full-report-2022.04.28.pdf> (дата обращения: 24.12.2023).

Как видно из представленных данных, рост занятости в 2021 г. практически компенсировал потери рабочих мест от COVID-19 в 2020 г. Более того, за последние почти 30 лет занятость увеличилась более чем в два раза. Использован системный подход оказания адресной существенной финансовой помощи в условиях кризисной ситуации [5]. Таким образом, вовлечение государства в экономическую деятельность малых предприятий в США позволило избежать глубокой рецессии в стране и привело к быстрому восстановлению производства товаров и услуг.

Одной из разновидностей малого бизнеса выступает семейный бизнес, что вызывает такую проблему, как разграничение личных и рабочих отношений. Это создает угрозу ухудшения отношений и неэффективность производства, а в некоторых случаях и закрытие бизнеса².

COVID-19 привнес новые трудности для семейного бизнеса. Высокая заразность и вероятность летального исхода привели к временному карантину в садах и школах, создали ряд сложностей для владельцев и менеджеров малого бизнеса, связанными с семейными обязанностями. Им нужно было адаптироваться к новым условиям в семье, а не только в экономической деятельности своей компании. Например, по результатам опроса Национального бюро экономических исследований США, около 30 % владельцев малого бизнеса рассказали, что изменение в семейных обязательствах во время пандемии повлияли на их эффективность и работоспособность. Более того, это стало одной из ключевых проблем для женщин-предпринимателей, поскольку именно они больше всего вовлечены в семейные дела. В итоге гендерное неравенство между мужчинами и женщинами в бизнесе усилилось во время пандемии COVID-19.

Также существовала вероятность болезни или даже смерти близкого члена семьи, которая могла негативно сказаться на эмоциональном и физическом состоянии человека и, как следствие, на продолжении ведения бизнеса. Помимо предпринимателей, резко возросло количество домашних обязанностей и риск болезни родственников мешали сотрудникам компаний фокусироваться на своей работе.

По прошествии четырех лет после начала пандемии одной из ключевых проблем, тревожащих владельцев малого бизнеса, до сих пор остается высокий уровень инфляции. Больше половины малых предприятий (53 %) ощущают влияние высоких цен на своей экономической деятельности³. Это сказывается на стоимости издержек компаний, связанных с закупкой сырья и оплатой производственных услуг, а также на выплате заработной платы работникам. Как следствие, компаниям сложно сохранять годовую прибыль на прежнем уровне, не повышая цены на свою продукцию. Данная проблема затрагивает все американские компании вне зависимости от отрасли, на которой они специализируются, и их географии.

Другой важной проблемой для американского малого бизнеса в 2023 г. стала процентная ставка Федеральной резервной системы США. Ее снижение после начала пандемии привело к росту экономической активности и, как следствие, инфляции. В связи с этим с 2022 г. правительство США постепенно поднимало ставку процента, что сильно ограничивало фирмы в получении финансирования от государства. Важно отметить, что для малого бизнеса государственные займы являются одним из важнейших источников финансирования.

Пандемия COVID-19 послужила толчком к уже начавшейся ранее цифровизации, усилив диджитал-трансформацию в секторе малого бизнеса в среднем с 30 до 55 % [6]. Согласно статистическим данным Торговой палаты США (U.S. Chamber of Commerce), 86 % владельцам малого бизнеса в США использование технологий помогло пережить пандемию [11]. Компании были вынуждены адаптироваться к новым условиям, внедряя возможность доставки продуктов, перевода сотрудников на удаленный формат работы, используя новые цифровые каналы продвижения и коммуникации с потребителями и обновляя оборудование.

На рис. 2 изображены результаты опроса, проведенного в 2020 г. «Фейсбуком». Они иллюстрируют количество цифровых платформ, которыми пользуется малый бизнес в США.

Более двух третей респондентов используют несколько платформ одновременно, причем 40 % опрошенных рассказали, что пользуются четырьмя–пятью или более платформами.

После появления вируса COVID-19 подход малых предприятий к диджитализации поменялся. Больше компаний начали внедрять инновации, поскольку это положительным образом сказывалось на успешности бизнеса, позволив части компаний пережить пандемию и быстро адаптироваться к новым реалиям.

² Mandivalla M. Small Business Digital Transformation in the Context of Pandemic. Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/350370260_Small_business_digital_transformation_in_the_context_of_the_pandemic (дата обращения: 24.12.2023).

³ U.S. Chamber of Commerce. The Biggest Challenges Small Business Are Facing Right Now. Режим доступа: <https://www.uschamber.com/small-business/the-biggest-challenges-small-businesses-are-facing-right-now> (дата обращения: 24.12.2023).

Стали расти отрасль доставки, онлайн-магазинов, внедряться удаленный формат работы. Несмотря на то что крупным компаниям проще развивать информационные технологии для улучшения своей деятельности и укрепления позиции на рынке, малый бизнес часто выступает поставщиком для корпораций, поэтому успешность диджитализации малых компаний является полезной для всех агентов экономической деятельности.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование влияния пандемии COVID-19 на малый бизнес в сфере услуг и производства товаров проводилось на основе сравнительного анализа. Авторы провели анализ данных, чтобы выяснить, как представители малого бизнеса адаптировались к новым условиям и какие цифровые технологии использовали. Были выделены наиболее часто используемые способы диджитализации малого бизнеса в США: цифровые платформы и приобретение нового оборудования. Авторы сравнили статистические данные до и после начала пандемии, чтобы выявить изменения и тренды в цифровой трансформации малого бизнеса.

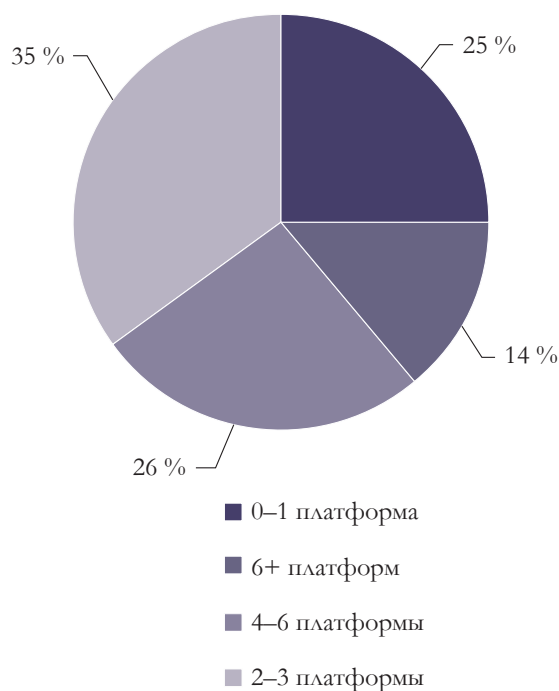
Цифровые платформы бывают прикладные (сервисы по доставке еды, заказу такси, бронированию жилья и др. услуг), инструментальные, которые используются для обработки полученной информации (Java, iOS, Android OS и др.), инфраструктурные, которые используются для работы внутри экосистем (General Electric Predix, ESRI ArcGIS, ЕСИА, «CoBrain-Аналитика», ЭРА-ГЛОНАСС (партнерская программа)⁵. Также выделяют социальные сети, которые обеспечивают коммуникацию между бизнесом и клиентом.

Другим немаловажным компонентом цифровизации является закупка оборудования и программного обеспечения как для офиса, так и для рабочего места сотрудника, работающего удаленно. В период пандемии, когда многие компании были вынуждены закрыть свои оффлайн-точки и перейти в онлайн, компьютеры и другое технологическое оборудование стало необходимым компонентом для ведения бизнеса. Согласно опросу среди владельцев производственного бизнеса, цифровизация в период COVID-19 в большей степени проявлялась в переходе к цифровым платформам, что сделало покупку нового оборудования необходимым для данного сектора бизнеса [6].

Таким образом, двумя основными способами проявления диджитализации в США являются цифровые платформы и оборудование. Именно они использовались практически каждым американским бизнесом в 2023 г. Авторы провели анализ влияния COVID-19 на цифровизацию малого бизнеса в США и сравнили эффект на прибыль, вызванный цифровыми технологиями на сферу товаров и услуг, поскольку именно экономические показатели позволяют оценить успешность деятельности компании.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Производственные компании стали использовать цифровые платформы чаще, чем бизнесы, связанные с предоставлением своих услуг. Примерно 28 % производственных компаний заявляют, что пандемия оказала на них значительное влияние, около 67 % говорят про умеренное влияние и только 5 % указывают на минимальное влияние пандемии на переход к онлайн-платформам [6]. В секторе услуг, наоборот, наблюдалось падение на 70 % в использовании цифровых платформ⁶. Такая тенденция прослеживалась в услугах, связанных с жильем, транспортом, бронированием.



Составлено авторами по материалам источника⁴

Рис. 2. Распределение малых предприятий по количеству используемых цифровых платформ в США в 2022 г.

⁴ U.S. Chamber of Commerce. Technology Engagement Center. Empowering Small Business. The Impact of Technology on U.S. Small Business. Режим доступа: https://www.uschamber.com/assets/documents/EmpoweringSmallBusiness_TechnologyReport.pdf (дата обращения: 24.12.2023).

⁵ Высшая Школа Бизнеса. Цифровые платформы. Режим доступа: <https://hsbi.hse.ru/articles/tsifrovye-platformy/?ysclid=locr3g5kqp104644182> (дата обращения: 24.12.2023).

⁶ OECD. SMEs in the Online Platform Economy. Режим доступа: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/1386638a-en/index.html?itemId=/content/component/1386638a-en> (дата обращения: 24.12.2023).

Результаты можно объяснить резким снижением спроса на путешествия из-за карантина и других ограничений. При этом был отмечен рост на 20 % в онлайн-бизнесе, который включает услуги маркетплейсов, ресторанной доставки, мобильных платежей⁷. Такими услугами пользуются не только конечные потребители, но и другие компании как в секторе сервиса, так и в секторе производства.

Инвестиции в приобретение нового оборудования и программного обеспечения выросли в обоих типах малого бизнеса: сфере услуг и производстве товаров. Однако процентное соотношение в увеличении расходов для производственных компаний оказалось практически в два раза выше (в среднем 10 % для производственной индустрии и 4,7 % для услуг в 2021 г.), несмотря на консервативность данного вида бизнеса^{8,9}.

Важно отметить, что многие компании не могут вести экономическую деятельность онлайн ввиду специфики продукта. Например, по данным Администрации малого бизнеса США, из-за падения доходов в секторе ресторанного бизнеса правительство включило в «Американский план спасения» инициативу о выплате денежной суммы, эквивалентной потери ресторана. Максимально возможная сумма составила 10 млн долл. США на компанию. При этом малый бизнес в секторе услуг потерпел большие денежные потери, даже несмотря на государственную финансовую поддержку¹⁰. По состоянию на первый квартал 2023 г. ситуация улучшилась, но не достигла уровня доковидного периода. При этом для продуктового бизнеса ситуация противоположная. После начала пандемии в США прибыль малого бизнеса данного типа только выросла, причинами чему главным образом служили быстрая адаптация к новым реалиям и переход на цифровые платформы для электронной торговли и коммуникации с потребителями [6].

Цифровизация, без которой невозможно представить современную компанию в США, может проявляться в разных видах: покупка компьютеров, ведение социальных сетей, внедрение касс самообслуживания и т. д. После появления вируса COVID-19 способ ведения бизнеса поменялся, и компании начали чаще использовать цифровизацию в своей деятельности. В малых предприятиях с 2020 г. преобладают такие виды диджитализации, как использование цифровых платформ (социальные сети, программное обеспечение и др. технологии), а также специальное оборудование (компьютеры, роботы). Именно технологии помогли многим компаниям пережить пандемию. Однако, проведя сравнение о влиянии пандемии на диджитал трансформацию малого бизнеса США по сферам, можно прийти к выводу о том, что сфера производства претерпела больше положительных изменений, нежели сфера услуг.

Результаты исследования могут помочь российским экспертам и практикам, которые интересуются вопросами цифровой трансформации малого бизнеса, а также зарубежным опытом. Статья может быть полезна предпринимателям и владельцам малого бизнеса в Российской Федерации, которые хотят узнать о примерах успешной и не очень успешной адаптации к новым условиям и о технологиях, которые могут помочь им поддерживать свою деятельность в кризисные периоды. Статья может пригодиться государственным органам и организациям, занимающимся поддержкой малого бизнеса, а также широкому кругу читателей, интересующихся США в целом и малым бизнесом в частности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Малый бизнес, являющийся одной из главных движущих сил американской экономики, претерпел изменения после появления вируса COVID-19. Многие предприятия закрылись, в основном, не выдержав сильной финансовой нагрузки, в стране произошла дефляция, вызванная локдауном, нарушением цепочек поставок, изменением спроса и предложения, разорением компаний. Однако грамотная и своевременная политика государства по поддержке малого бизнеса способствовала быстрому решению проблемы и экстренному восстановлению экономики США, что привело к рекордно высокому уровню роста занятости и регистрации новых компаний. Более того, компании, только что открывшиеся или продолжившие свою деятельность после 2020 г., стали менять свой продукт, условия и стиль работы, уделяя больше внимания цифровизации своего бизнеса.

⁷ OECD. SMEs in the Online Platform Economy. Режим доступа: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/1386638a-en/index.html?itemId=/content/component/1386638a-en> (дата обращения: 24.12.2023).

⁸ HFS. The IT Budgets for Most Industrial Manufacturers will grow single-digits in 2021. Режим доступа: <https://www.hfsresearch.com/research/the-it-budgets-for-most-industrial-manufacturers-will-grow-single-digits-in-2021/> (дата обращения: 24.12.2023).

⁹ BCG. It Spending Pulse #4: Buyers Are Still Spending Cautiously. Режим доступа: <https://www.bcg.com/publications/2022/it-spending-by-industry-2022-cautious-buyers> (дата обращения: 24.12.2023).

¹⁰ JPMorgan Chase & Co. Small Business Financial Outcomes during the COVID-19 Pandemic. Режим доступа: <https://www.jpmorganchase.com/institute/research/small-business/report-small-business-financial-outcomes-during-the-COVID-19-pandemic> (дата обращения: 24.12.2023).

Проведенное в настоящем исследовании сравнение между влиянием пандемии на цифровизацию малого бизнеса в сфере услуг и товаров позволило выявить, что гипотеза о том, что пандемия коронавируса оказала большее влияние на рынок услуг, чем на рынок товаров, опровергается. Для производственного бизнеса выявлено более сильное влияние, которое стало причиной роста прибыли и улучшения финансовых показателей в данном секторе, несмотря на консервативность производственных компаний. При этом малый бизнес в секторе услуг также ощутил влияние диджитализации, однако в силу специфики индустрии оказанный эффект оказался меньше. Цифровизация в сфере услуг также продолжается, являясь дополнением к привычному стилю ведения коммерческой деятельности, которая с отменой ковидных ограничений постепенно начинает возвращаться в норму.

Пандемия COVID-19 создала новые условия для ведения малого бизнеса в США. Компании, стремящиеся адаптироваться к неожиданным обстоятельствам, были вынуждены развивать технологии, автоматизировать процессы и переводить часть бизнеса в онлайн-формат, чтобы быть конкурентоспособными и в итоге окупать свою деятельность.

Настоящее исследование может быть продолжено в дальнейшем, поскольку существующие статистические данные по малому бизнесу в США не позволяют максимально точно оценить сравнительные показатели. Тем не менее результаты работы могут использоваться для анализа эффективности мер государственной поддержки малого бизнеса в США. Помимо этого, опыт США представляет практический интерес для других стран, уделяющих особое внимание развитию сектора малого бизнеса, в частности Российской Федерации.

Список литературы

1. *Заболоцкая В.В.* Государственные программы поддержки малого бизнеса в США. *Мировая экономика и международные отношения.* 2019;63(12):15–22. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2019-63-12-15-22>
2. *Франке Н.* Роль малого бизнеса в экономике США. *CIFRA. Экономика.* 2023;2(2):9. <https://doi.org/10.23670/ECNMS.2023.2.6>
3. *Петровская Н.Е.* Роль малого бизнеса в обеспечении занятости (опыт США). *Финансовая аналитика: проблемы и решения.* 2017;3(333):343–356. DOI: <https://doi.org/10.24891/fa.10.3.343>
4. *Bartik A., Bertrand M., Cullen Z., Glaeser E., Luca M., Stanton C.* The Impact of COVID-19 on Small Business Outcomes and Expectations. 2020;117(30):17656–17666. <https://doi.org/10.1073/pnas.2006991117>
5. *Ковалева Т.К.* Пандемия COVID-19 и поддержка малого бизнеса в США: институциональные аспекты, инструменты и механизмы. *Финансовые рынки и банки.* 2020;2:32–35.
6. *Tesarova M., Bednarova M., Simberova I.* The Effect of Digital Transformation on Business Model Canvas of SMEs from the Manufacturing Industry. In: *Business and Management 2022: Proceedings of the 12th International Science Conference, May 12–13, 2022, Vilnius, Lithuania; 2022.* Pp. 609–617. <https://doi.org/10.3846/bm.2022.835>

References

1. *Zabolotskaya V.* Governmental Programs of Small Business Support in the USA. *World Economy and International Relations.* 2019;63(12):15–22. (In Russian). <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2019-63-12-15-22>
2. *Franke N.* The role of small business in the U.S. economy. *CIFRA. Economica.* 2023;2(2):9. (In Russian). <https://doi.org/10.23670/ECNMS.2023.2.6>
3. *Petrovskaya N.E.* The role of small business in employment: Evidence from the USA. *Financial Analytics: Science and Experience.* 2017;3(333):343–356. (In Russian). <https://doi.org/10.24891/fa.10.3.343>
4. *Bartik A., Bertrand M., Cullen Z., Glaeser E., Luca M., Stanton C.* The Impact of COVID-19 on Small Business Outcomes and Expectations. 2020;117(30):17656–17666. <https://doi.org/10.1073/pnas.2006991117>
5. *Kovaleva T.K.* COVID-19 pandemic and small business support in USA institutions. Tools and mechanisms. *Finansovye rynki i banki.* 2020;2:32–35. (In Russian).
6. *Tesarova M., Bednarova M., Simberova I.* The Effect of Digital Transformation on Business Model Canvas of SMEs from the Manufacturing Industry. In: *Business and Management 2022: Proceedings of the 12th International Science Conference, May 12–13, 2022, Vilnius, Lithuania; 2022.* Pp. 609–617. <https://doi.org/10.3846/bm.2022.835>

Маркетинг арт-пространств: сущность, характеристики, перспективы

Тазов Петр Юрьевич

Ст. преп. каф. маркетинга

ORCID: 0000-0002-1852-5708, e-mail: islake@yandex.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

В статье рассматриваются особенности продвижения арт-пространств как значимых социально-культурных объектов, выступающих локомотивом развития территории, привлечения туристов, вовлечения населения в культурную деятельность. Проанализированы теоретические подходы к маркетингу арт-объектов, объектов искусства, арт-индустрии. Рассмотрены ключевые функции арт-пространств. Доказано, что маркетинг арт-пространств обладает более сложной структурой в силу многофункциональности объекта продвижения, нежели маркетинг арт-объектов. Предложена авторская модель маркетинговой коммуникации арт-пространства, которая опирается на функции арт-пространств для посетителей, спонсоров, партнеров, государственных структур. Эта модель позволяет дифференцировать целевые маркетинговые коммуникации для каждой аудитории, исходя из функций и потребностей целевых групп и партнеров. В отличие от арт-маркетинга маркетинг арт-пространств подразумевает под собой комплексную коммуникацию с целевыми аудиториями, в которую включены исторические социокультурные, территориальные, туристические, социализирующие и другие аспекты арт-пространства. Обосновано положение, согласно которому арт-пространство не может быть только коммерческим проектом, но ввиду своих социокультурных аспектов должно выполнять социализационные задачи для молодежи. Отсюда возникает необходимость в правовой регуляции арт-пространств в рамках государственно-частного партнерства. Данное требование вносит свои коррективы в построение маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова

Маркетинговые коммуникации, маркетинг территорий, маркетинг арт-кластеров, арт-кластеры, арт-пространства, маркетинг арт-индустрии, арт-маркетинг

Для цитирования: Тазов П.Ю. Маркетинг арт-пространств: сущность, характеристики, перспективы // Вестник университета. 2024. № 2. С. 31–40.



Marketing of art spaces: essence, characteristics, prospects

Petr Yu. Tazov

Senior Lecturer at the Marketing Department
ORCID: 0000-0002-1852-5708, e-mail: islake@yandex.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The article studies the peculiarities of promoting art spaces as significant social and cultural objects that act as a locomotive for territorial development, attracting tourists and involving the population in cultural activities. Theoretical approaches to the marketing of art objects and art industry have been analyzed. The key functions of art spaces have been studied. It is proved that art spaces marketing has a more complex structure due to the promotion object multifunctionality than art objects marketing. The author's art space marketing communication model has been proposed. It is based on the art spaces functions for visitors, sponsors, partners, and government agencies. This model allows differentiating targeted marketing communications for each audience, based on the functions and needs of target groups and partners. Unlike art marketing, art spaces marketing implies a complex communication with target audiences, which includes historical social and cultural, territorial, tourist, socialization, and other aspects of art space. The article substantiates the position that art space cannot be only a commercial project, but due to its social and cultural aspects should perform socialization tasks for young people. Hence, there is a need for legal regulation of art spaces in the public-private partnership framework. This requirement introduces its own adjustments in the marketing communications construction.

Keywords

Marketing communications, territory marketing, art cluster marketing, art clusters, art spaces, art industry marketing, art marketing

For citation: Tazov P.Yu. (2024) Marketing of art spaces: essence, characteristics, prospects. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 31–40.



ВВЕДЕНИЕ

Маркетинг искусства, объектов культуры впервые был обозначен Ф. Котлером. Он обратил внимание на то, что именно музеи, концертные залы, библиотеки производят культурные продукты и должны бороться за своего потребителя и привлечение необходимых ресурсов [1]. В то же время, несмотря на то что арт-маркетингу в экономической литературе уделено значительное внимание, вопросы продвижения арт-кластеров и арт-пространств изучены меньше.

Цель настоящего исследования заключается в разработке модели цифровой маркетинговой коммуникации арт-пространства. В задачи исследования входят теоретический анализ маркетингового продвижения товаров искусства, а также арт-пространств, раскрытие функций арт-пространств, выделение коммуникативных стратегий цифрового маркетинга для эффективного взаимодействия с целевыми аудиториями.

Популярность арт-маркетинга объясняется высокой динамикой распространения предметов искусства, особенно в цифровой среде. Арт-маркетинг является практической дисциплиной, ориентированной на процесс управления коммуникацией между клиентами и теми, кто производит арт-объекты для реализации ряда социокультурных целей и задач. О востребованности арт-маркетинга и маркетинга арт-пространств на образовательном рынке говорит наличие специальностей как на рынке высшего образования, так и на рынке дополнительного образования по профилю менеджмента креативных индустрий.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ И МЕТОДОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ

В 1980-е гг. исследованием маркетинга в сфере культуры и искусства занимались М. Моква, В. Даусан, Е. Прив, Д. Меллало, К. Диглас, Ф. Кольбер, Е. Хиршман [2–5]. Среди российских авторов, занимающихся проблемой арт-маркетинга, стоит отметить А.В. Генералову, И.А. Гольмана, Я.С. Матковскую, Н.Н. Королеву [6–8].

Ф. Кольбер определяет маркетинг культуры как искусство выхода на те сегменты рынка, которые заинтересованы в культурном продукте, и выбора для продукта таких переменных, как цена, место и продвижение, что позволяет достичь целей, соответствующих миссии организации культуры [4]. Действительно, удовлетворение культурной потребности посетителей – одна из главных задач коммерческих организаций в области культуры: «Культурный маркетинг – это возможность обеспечения культурных потребностей конкретного потребителя на коммерческой основе» [9, с. 74].

Особенности товаров в области искусства влияют на маркетинг искусства. И.А. Гольман убежден, что для арт-маркетинга не должно быть специфических маркетинговых инструментов: «Применение стандартных маркетинговых процедур и корректирование их с учетом специфики арт-рынка дает возможность успешно существовать арт-бизнесу даже в нынешних непростых экономических условиях» [7, с. 200].

Однако процесс продвижения арт-объектов имеет свою специфику. П.О. Кокина считает, что процесс продвижения объектов искусства предполагает, с одной стороны, информационную поддержку арт-мероприятий (время, место, цена), а с другой – демонстрацию уникальности продукта целевым аудиториям, а также сообщение новых знаний об объектах искусства [9].

Если для продвижения выставок маркетинг строится на информировании целевых групп, донесения уникальности товаров и новых знаниях, то для продвижения арт-пространств используется архитектурный облик, который, согласно Е.П. Ворониной, включает [10]:

- 1) визуальный образ;
- 2) совокупность эмоциональных и рациональных представлений у посетителей;
- 3) образ места.

С точки зрения социально-культурного подхода (Е.В. Зеленцова, Н.В. Шарковская, Л.И. Шептухина, Н.Н. Ярошенко и др.) к особенностям арт-пространства относится уникальная развивающая среда, которая обладает вариативностью самоорганизованных форм неформального общения людей и в которой лежат досуговые интересы и культурные потребности членов пространства [11–14].

Методологической основой настоящего исследования выступают классический подход маркетинга (Ф. Котлер), социокультурный подход (в части анализа культурно-символического содержания ритуальных услуг), теоретические основы цифрового маркетинга (Г.Л. Азов) и теоретические аспекты формирования моделей цифровых маркетинговых коммуникаций (П.Ю. Тазов) [1; 15; 16].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Если рассматривать культурную потребность как ключевой фактор привлечения представителей целевой аудитории, то стратегия маркетинга в области искусства должна опираться на информирование потребителей о новинках, привлечение экспертов для оценки товаров искусства и вовлечение общественности, а в широком плане – для формирования публичного интереса к новинкам искусства или оригинальным выставкам через средства массовой информации. Так, существуют примеры привлечения достаточного числа посетителей на выставки, посвященные одному художнику или владельцу картин (М.А. и И.А. Морозовы, И.К. Айвазовский, А.И. Куинжи, К.П. Брюллов и др.).

Несмотря на то что картины и коллекции указанных деятелей искусства часто достаточно хорошо представлены в рамках одного конкретного музея, тематическая выставка формирует внимание общественных кругов, а иногда и ажиотаж. Посетить выставку становится не столько важным с точки зрения знакомства с автором, сколько необходимым с точки зрения вовлеченности в модные, актуальные культурные программы, то есть сам факт посещения становится социально значимым действием, окрашивается социальным смыслом. Таким образом, само культурное мероприятие выходит за рамки только восприятия искусства в чистом виде.

Тематические мероприятия призваны создать медиацию между элитарной и массовой культурой. В то же время само восприятие объектов изобразительного искусства не тождественно в разных социальных группах. Выделяя восприятие предметов искусства разными общностями, Г. Ганс, противник взгляда о «массовизации культуры», выделял четыре культурных класса, в рамках которых происходит специфическое восприятие арт-продуктов. Для рабочего класса важна релаксация и желание достичь эскапизма, а для высшего класса значима интерпретация арт-продукта, средний класс стремится к пониманию значения смысла арт-продукта, класс ниже среднего хочет достичь понимания на уровне противоречий, которые содержатся в предмете искусства [17].

При продвижении объектов искусства важно ориентироваться на разные целевые аудитории и опираться на существующие в обществе культурные явления, популярные «тренды» в области искусства. Следовательно, процесс продвижения объектов искусства, на наш взгляд, предполагает:

- 1) сегментирование целевых аудиторий (потенциальных потребителей искусства);
- 2) формирование стратегии позиционирования объектов искусства для каждой аудитории (для молодежной аудитории важным будет оценка творца, его трудов лидерами мнений, блогерами);
- 3) формирование интереса вокруг выставки (ограничение по времени проведения выставки, уникальность коллекции, отсутствие аналогов) через средства массовой информации, социальные сети, лидеров мнений и другие каналы маркетинговых коммуникаций;
- 4) формирование ценностного содержания выставки в рамках каждой конкретной субкультуры представителей целевых аудиторий (для части «старших» аудиторий будет важным содержательный момент выставки, для части представителей более молодых – мода и популярность в определенных социальных кругах).

Сформулируем определение маркетинга искусства, исходя из выделенных особенностей продвижения. Он представляет собой деятельность по анализу целевых аудиторий, разработке и реализации коммуникативных стратегий, включающих предложение по ценностно окрашенному восприятию объектов искусства для каждой из аудиторий, исходя из потребностей и мотивов. Среди характеристик арт-маркетинга стоит отметить его междисциплинарный характер – на стыке искусства и маркетинга. Специфичность восприятия объектов искусства разными аудиториями влияет на их сегментацию, что способствует формированию большого количества моделей маркетинговой коммуникации с целевыми группами.

Совсем другой объект исследования – арт-пространства. Маркетинг в этой области опирается на комплекс потребностей целевой аудитории – культурных, досуговых, рекреационных, коммуникативных и др. Впервые обосновал концепт «кластера» М. Портер в своей работе «Конкуренция». Он понимал его как «группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и дополняющих друг друга» [18, с. 258]. На наш взгляд, это определение не отвечает современному облику и функциям арт-пространств. Более широкое определение арт-кластера дает А.А. Антонова: «Отличительной чертой “арт-кластера” можно назвать наличие мобильных и трансформирующихся элементов, позволяющих организовывать выставочные площадки для различных мероприятий и активностей. В физической организации таких пространств используют многоэлементное наполнение, а также его связанность с временем года, темой события и т.п.» [19, с. 58].

Однако в обоих определениях социокультурные аспекты арт-пространств не прослеживаются в достаточной мере. В отличие от маркетинга искусства и объектов культуры как деятельности по привлечению аудитории к предметам искусства арт-пространства представляют собой более сложный объект. Кроме непосредственных предметов искусства, объектами продвижения становятся архитектурный облик арт-пространства, совместная деятельность участников как форма организации досуга, социокультурная среда и даже определенные ценности и нормы, складывающиеся в ходе процесса самоорганизации участников арт-пространства.

Если арт-кластер в научной литературе понимается больше как интеграция различных компаний, организаций, связанных культурно-историческим содержанием ревитализированной территории, то арт-пространство не обязательно является составным по своей сути и содержанию для разных организаций и может включать в себя одну составляющую, например, фестиваль, мероприятие и др.

Социокультурно-деятельностные черты арт-пространств высвечивает в своем исследовании Н.В. Шарковская, рассматривая креативное пространство в рамках социальной деятельности разных социальных культурных общностей, прежде всего студенческих коллективов, что выражается в реализации гражданских инициатив в рамках информационно коммуникативной среды [12]. Это формируется в ходе совместной деятельности участников творческого пространства. В этом контексте важной функцией арт-пространства выступает формирование креативных культур, культуроохранных и других технологий в рамках конструктивных деловых сюжетно-ролевых, дискуссионных игр. Следовательно, реализация одной из наиболее значимой ценности студенческой молодежи (согласно опросам) – ценности самореализации – происходит в рамках социокультурной деятельности участников. При этом вариативность творческого кластера является одним из важных факторов привлечения разных целевых групп.

Исходя из вышеизложенного, анализ портрета целевой аудитории арт-пространств должен включать выявление сущности основ молодежного досуга, определение степени охвата информации о наиболее значимых культурных событиях для целевых аудиторий. Главной функцией арт-пространств становится передача молодым посетителям системы смыслообразующих духовных ценностей, разделяемых в обществе в соответствии с учетом их культурных потребностей [12].

В то же время важное значение при продвижении имеет сама территория, на которой находится арт-пространство. Для ряда регионов арт-пространства выступают локомотивом привлечения туристов, развития территории, вовлечения жителей в культурную жизнь, приобщения к культурным ценностям, а также являются инструментом самоорганизации и жизнедеятельности молодежных групп и отчасти профилактикой разного рода зависимостей и отклоняющегося поведения.

Для раскрытия арт-пространства как целостного социально-культурного объекта необходимо начать с определением символов территории арт-кластера. Согласно позиции М.Н. Вандышева, символический капитал территории представляет собой объективированные и структурированные представления о значениях элементов, организующих городское пространство, являющихся основой его узнавания, признания и устойчивой идентификации [20]. Таким образом, можно говорить о социализирующей функции арт-пространства как части определенной территории, наделенной символическим, культурным, идентификационным значением для посетителей.

Роль арт-пространств в консолидации и интеграции разного рода активностей подчеркивает Д.В. Тютин. Экономическая, инвестиционная, интеллектуальная привлекательность обеспечивается за счет того, что «новые культурные площадки становятся местами аттрактивности местной экономики – “точками притяжения” – за счет концентрации художественно-культурной предпринимательской активности и создания системы новых рабочих мест. Творческие индустрии – это предпосылки (“каналы”) установления гуманитарных связей территории» [24]. При этом ресурсы в развитии творческих пространств включают «историческую, культурную, экологическую, ландшафтную, рекреационную, гуманитарную и другую уникальность территории» [24].

Стратегия маркетинга арт-пространств должна в первую очередь использовать культурно-символическую, историческую, архитектурную составляющую пространства, на основе которой формируется динамическое пространство для культурной активности, социальной коммуникации, совместной деятельности, сотворчества участников и организаторов.

С точки зрения продвижения арт-пространств в контексте маркетинга территорий Д.В. Тютин обращает внимание на развитие фестивального движения, культивирующего местные уникальности. Отличительным элементом продвижения арт-пространств в этом случае выступает соединение культурных

мероприятий (фестивалей, слетов и др.) и площадок арт-пространств [24]. Если для фестивального движения подходят пространства под открытым небом вне города, то арт-пространства в мегаполисе имеют архитектурный облик, историю зданий, они вписаны в городской пейзаж.

Арт-пространства бывших промышленных предприятий призваны «оживить» их, придать им новый культурный и социальный смысл. Оживление, или ревитализация (от лат. *re* – «возобновление» и *vita* – «жизнь», то есть «возвращение жизни»), в контексте урбанистики обозначает процесс восстановления, «оживления» городского пространства [20]. По мнению Е.П. Ворониной, ревитализация заключается в комплексном процессе реорганизации бывших индустриальных пространств и предполагает определение нового функционального назначения объекта и целевых групп потребителей [10].

Особое внимание в маркетинге арт-пространств стоит уделить слогану и миссии, ценностям, которые признаются целевой аудиторией, формируя лояльность и интерес к деятельности арт-кластера как такового. Исходя из миссии и ценностей, организаторы размещают объекты культуры и искусства. Таким образом, создается не пассивная созерцательная активность участников арт-пространств, но активная деятельность по осмыслению, коммуникации, самоорганизации участников в комьюнити (сообществе).

Слоган «Флакона» – «творите, что хотите» – прежде всего ориентирован на самореализацию молодежи целевых групп, но не на социокультурные составляющие арт-пространства. Раскрывая задачи арт-пространства на примере арт-кластера «Флакон», Т.А. Журавлева, Я.В. Ярмошук, И.Г. Токарев выделяют следующие задачи арт-кластера: зарождение идей; акселерация творческих стартапов; производство креативного продукта; продвижение креативного продукта; продажа креативного продукта; досуг, проживание [21].

В соответствии с вышеупомянутыми задачами формируется «пространство» арт-кластера: места для нетворкинга: лектории, кафе, рекреационные зоны; бизнес-инкубатор, центр коллективного пользования, лектории, переговорные комнаты; коворкинг, мастерские, офисы и студии свободной планировки с возможностью адаптировать пространство под себя; выставочные и промо-площадки торговые лоты (магазины, шоурумы); ивент-площадки; благоустроенные общественные пространства, фотозоны, площадки для мероприятий, спортивные площадки, лектории, рестораны, кальянные, студии; хостел, мини-отель, апартаменты. Как видно, сам арт-кластер выступает площадкой для креативной молодежи, нетворкинга, времяпровождения, покупок, проведения досуга, но не включает социокультурную преемственность. Оживляя старые исторические здания в новом формате, авторы забывают о культурно-историческом и социокультурном ресурсе арт-пространства.

В связи с этим не стоит забывать, что арт-пространство – это часть общественного пространства. Стоит рассмотреть этот объект более детально. Согласно Ю.А. Акуниной и О.В. Ваниной, общественное пространство – это «определенная общедоступная городская локация, имеющая свои исторические и социально-культурные особенности, выступающая в качестве центра культурной активности горожан и формирующая креативную среду для реализации их досуговых потребностей. При этом специфичной социально-культурного подхода к проектированию общественных пространств является создание условий для личностной самореализации посредством активизации форм деловой, интеллектуальной, творческой деятельности личности, где акцент сделан на содержательно-функциональном наполнении, в частности на смысловом компоненте социокультурных практик» [22, с. 170]. По словам экспертов, продвижение арт-пространств должно включать:

- 1) мониторинг общественной активности в том или ином городском пространстве;
- 2) выбор места расположения кластера/локации;
- 3) разработку концепции креативного общественного пространства;
- 4) организацию специальных событий для формирования пассионарных групп, аккумулирующих вокруг себя специалистов в сфере креативных индустрий;
- 5) создание нескольких центров активностей;
- 6) продвижение креативных общественных пространств с целью привлечения инвестиций, резидентов и развития туристской привлекательности;
- 7) создание условий для частных инвестиций в развитие креативных пространств;
- 8) поддержку резидентов креативных пространств с целью привлечения инвестиций в проекты и реализации продукции» [22, с. 171–172].

Таким образом, само арт-пространство включает социокультурную, институциональную, инновационную, просветительскую, организационную, досуговую, коммуникативную, архитектурную,

социализирующую, экономическую, туристическую, эмоционально-деятельностную, репутационную, ревитализационную функции.

Сам процесс продвижения арт-пространств, на наш взгляд, должен включать:

- 1) определение социально-культурной и исторической смысловой составляющей арт-пространства;
- 2) формирование миссии арт-пространства как площадки для формирования комьюнити и самоорганизации участников;
- 3) определение форм совместной деятельности в рамках мастер-классов;
- 4) выделение форм досуговой деятельности в рамках потребления напитков и еды;
- 5) выделение портрета целевой аудитории;
- 6) формирование модели маркетинговой цифровой коммуникации на основе ключевых функций арт-пространства (инновационная, просветительская, досуговая, коммуникативная, социализирующая, туристическая деятельность).

В силу того что арт-пространство включено в городскую среду или является частью определенной муниципальной территории, для партнеров, спонсоров, органов власти актуальными являются институциональная, инновационная, просветительская, социализирующая, экономическая, туристическая, репутационная, ревитализационная функции.

Определим арт-пространство, исходя из выделенных выше функций и характеристик. Арт-пространство представляет собой целостный социально-культурный объект, включающий миссию, ценности, символы, имеющий культурно-историческую, социокультурную, архитектурную составляющие, которые реализуются в социокультурной деятельности участников арт-пространства по восприятию и культурному освоению предметов искусства. Модель коммуникации должна включать ряд смыслов, характерных для каждой потребности целевых аудиторий в рамках одной или нескольких функций арт-пространства (рис. 1).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Авторская модель маркетинговой коммуникации арт-пространства

В данной модели выделены функции объектов маркетинговой коммуникации, которые могут быть актуализированы в ходе разработки маркетинговой стратегии. Каждая из функций, которая выделена у посетителей, требует своих маркетинговых решений. Взаимодействие с государственными органами возможно как в рамках государственно-частного партнерства, так и в других форматах. Каждая функция в модели может быть актуализирована в рамках продвижения арт-пространства для максимальной эффективности маркетинговой коммуникации. Важным элементом продвижения выступает актуализация репутационной и инновационной функций спонсоров и партнеров, которые возможны в рамках пиар-мероприятий (от англ. PR – public relations, «связи с общественностью»), презентаций и круглых столов с создателями предметов искусства. В данном случае социальная направленность бизнеса выступает главным фактором повышения репутации.

В отличие от арт-маркетинга маркетинг арт-пространств подразумевает комплексную коммуникацию с целевыми аудиториями, в которую включены исторические социокультурные, территориальные, туристические, социализирующие и другие аспекты арт-пространств. Если для маркетинга арт-объектов важным для продвижения является формирование коммуникации между творцом арт-продукта и целевой аудиторией, то для маркетинга арт-пространств важным является актуализация потребностей представителей целевой аудитории в соответствии с теми функциями арт-пространства, которые в нем актуализированы. При этом частью маркетинга арт-пространств выступают инструменты, используемые в маркетинге территорий, поскольку часть арт-пространства относится к территории и ее «инвестиционному капиталу»: природные, ресурсные, трудовые, производственные, инновационные, институциональные, инфраструктурные, финансовые и потребительские характеристики территории.

Для подготовки маркетинговой стратегии арт-пространств необходимо определить социокультурные нормы и ценности, которые в них будут реализованы. Недостаточное внимание к историко-культурному содержанию арт-пространства может прервать культурную преемственность и тем самым нивелировать социализационные и культурно-исторические особенности арт-пространства. С другой стороны, реализация социокультурной и социализационных функций только в рамках коммерческих проектов труднодостижима. Требуется правовое регулирование арт-пространств, расширяющего возможности участия музеев в наполнении выставок, а также правового регулирования и надзорной работы Министерства культуры Российской Федерации над выставочной деятельностью арт-пространств с учетом важной социальной роли данных объектов.

Такая работа возможна в рамках государственно-частного партнерства бизнеса и государственных структур. В этом случае для реализации маркетинговых коммуникаций должны быть использованы форматы социальной рекламы, а также инструменты привлечения целевых аудиторий через государственные структуры, например, для молодежных аудиторий это школы, средние специальные учебные заведения, вузы, департаменты по работе с молодежью и др.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Маркетинговые коммуникации арт-пространств в отличие от арт-объектов включают значительно больше функций. Кроме того, сама сложность и смысловая нагрузка арт-пространств способствует вовлечению в маркетинговые коммуникации большого количества целевых групп и партнеров, что влечет за собой необходимость выделения потребностей и формирования разных по форме и содержанию маркетинговых коммуникаций под каждую потребность целевой аудитории.

В силу того, что, кроме непосредственно посетителей, в коммуникацию с арт-пространством включены также и государственные органы, спонсоры, партнеры, сам процесс развития арт-пространств становится значимой социальной задачей. Арт-пространства существуют не только ради прибыли. Выполняя социализирующую функцию, арт-пространство способствует формированию интереса к историко-культурной составляющей, привлекает туристов и гостей арт-пространств.

Перспективы маркетинга арт-пространств связаны как с высокой популярностью имеющих арт-пространств, так и с появлением новых в регионах Российской Федерации. На первое место встает вопрос о маркетинговом продвижении – выборе целевых групп, позиционировании, определении миссии и ценностей, без которых невозможно создание эффективной маркетинговой коммуникации. Развитие маркетинга арт-пространств обусловлено также их многофункциональностью, что требует нестандартных маркетинговых подходов для абсолютно разных аудиторий, комбинированных (онлайн и офлайн) инструментов продвижения.

Список литературы

1. *Котлер Ф., Шефф Дж.* Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств. Классика XXI; 2012. 688 с.
2. *Mokna M.P., Dawson W.M., Prieve E.A.* Marketing the Arts. New York: Praeger; 1980. 304 p.
3. *Diggles K.* Guide to Arts Marketing: The Principles and Practice of Marketing as They Apply to the Arts. London: Rhinegold; 1986. 256 p.
4. *Hirshman E.C.* Aesthetics, Ideologies and the Limits of the Marketing Concept. *Journal of Marketing*. 1983;47:40–55.
5. *Кальбер Ф. и др.* Маркетинг культуры и искусства. СПб: Изд. А.И. Васин; 2004. 256 с.

6. *Генералова А.В.* Интегрированный маркетинг в сфере АРТ-Бизнеса. В кн.: Сборник научных статей и воспоминаний «Памяти В.А. Фукина посвящается». Ч. 1. М.; 2014. С. 158–163.
7. *Гольман И.А.* Российский арт-рынок современного искусства с точки зрения маркетолога. Знание. Понимание. Умение. 2013;4:195–201.
8. *Матковская Я.С., Королева Н.Н.* Арт-рынок: специфика, новые тенденции и перспективы развития. Маркетинг и маркетинговые исследования. 2014;4:304–315.
9. *Коккина П.О.* Маркетинговые стратегии по привлечению потребителя в сфере культуры и искусства. Общество: социология, психология, педагогика. 2022;5:73–77.
10. *Воронина Е.П.* Архитектурный облик ревитализованных промышленных территорий: маркетинговый подход. Вестник Университета Правительства Москвы. 2021;1:30–34.
11. *Зеленицова Е., Гладких Н.* Творческие индустрии. Теории и практики. М.; 2021. 209 с.
12. *Шарковская Н.В.* Культуротворческие смыслы парка как общественного пространства активного досуга. Вестник МГУКИ. 2018;5(85):104–110.
13. *Шентухина Л.П.* Творческие индустрии и городское развитие в XXI веке. В кн.: Экономика, управление, финансы: материалы III Международной научной конференции, Пермь, 20–23 февраля 2014 г. Пермь: Меркурий; 2014. С. 174–176.
14. *Ярошенко Н.Н.* Индустрия развлечений в пространстве современных культурных практик. Международный журнал исследований культуры. 2017;1(26):112–122.
15. *Азов Г.А., Александрова П.Ю., Алешникова В.П. и др.* Цифровые маркетинговые коммуникации: введение в профессию. СПб: Питер; 2021. 336 с.
16. *Газов П.Ю.* Веб-сайт и его продвижение как модель цифровой маркетинговой Коммуникации. Вестник МИРБИС. 2021;1(25):61–68. <https://doi.org/10.25634/MIRBIS.2021.1.7>
17. *Gans H.J.* Popular culture and high culture: an analysis and evaluation of taste. New York: Basic books, Corp.; 1974. 179 с.
18. *Портер М.* Конкуренция. Киев: Вильямс; 2005. 610 с.
19. *Антонова А.А.* Арт-кластеры как пространство для развития культурного потенциала города. В кн.: В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: материалы XLVII Международной научно-практической конференции, Новосибирск, 15 апреля 2015 г. Новосибирск: «СибАК»; 2015. С. 56–60.
20. *Вандышев М.Н.* Места памяти и символический капитал территорий в ментальных картах горожан. Журнал социологии и социальной антропологии. 2013;3:101–111.
21. *Демидова Е.В.* Реабилитация промышленных территорий как части городского пространства. Академический вестник УралНИИПроект РААСН. 2013;1:8–13.
22. *Журавлева Т.А., Ярмошук Я.В., Токарев И.Г.* Сносить нельзя ревитализировать. Практическое руководство по созданию креативного кластера. М.: Флаконт Икс; 2019. 111 с.
23. *Акулина Ю.А., Вашина О.В.* Проектирование креативных общественных пространств: социально-культурный подход. Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2019;3(89):167–174. <https://doi.org/10.24411/1997-0803-2019-10317>
24. *Тютин Д.В.* Арт-конверсия российских территорий: творческие индустрии как фактор пространственного социально-экономического развития муниципальных образований. Современные исследования социальных проблем. 2013;4(24).

References

1. *Kotler F., Sheff J.* Standing room only: strategies for marketing the performing arts. Klassika XXI; 2004. 688 p. (In Russian).
2. *Mokva M.P., Dawson W.M., Prieve E.A.* Marketing the Arts. New York: Praeger; 1980. 304 p.
3. *Diggles K.* Guide to Arts Marketing: The Principles and Practice of Marketing as They Apply to the Arts. London: Rhinegold; 1986. 256 p.
4. *Hirshman E.C.* Aesthetics, Ideologies and the Limits of the Marketing Concept. Journal of Marketing. 1983;47:40–55.
5. *Colbert F. et al.* Marketing culture and art. Saint Petersburg: A.I. Vasin Publ. House; 2004. 256 p. (In Russian).
6. *Generalova A.V.* Integrated marketing in the sphere of ART-business. In: Collection of scientific articles and memoirs “To the Memory of V.A. Fukin is dedicated”. Vol. 1. Moscow; 2014. Pp. 158–163. (In Russian).
7. *Golman I.A.* Russian art market of contemporary art from the point of view of a marketer. Znanie. Ponimanie. Umenie. 2013;4:195–201. (In Russian).
8. *Matkovskaya Y.S., Koroleva N.N.* Art market: specifics, new trends and prospects of development. Marketing and marketing research. 2014;4:304–315. (In Russian).

9. *Kokina P.O.* Marketing strategies to attract consumers in the sphere of culture and art. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*. 2022;5:73–77. (In Russian).
10. *Voronina E.P.* Architectural image of revitalized industrial territories: marketing approach. *MMGU Herald*. 2021;1:30–34. (In Russian).
11. *Zelentsova E., Gladkikh N.* Creative industries. Theories and practices. Moscow; 2021. 209 p. (In Russian).
12. *Sharkovskaya N.V.* Cultural sense of the park as a public space of active leisure. *Vestnik of Moscow State University of Culture*. 2018;5(85):104–110. (In Russian).
13. *Sheptukhina L.I.* Creative industries and urban development in the XXI century. In: *Economics, management, finance: Proceedings of the III International Scientific Conference, Perm, February 20–23, 2014*. Perm: Mercury; 2014. Pp. 174–176. (In Russian).
14. *Yaroshenko N.N.* Industry of entertainment in the space of modern cultural practices. *International journal of cultural research*. 2017;1(26):112–122. (In Russian).
15. *Azoev G.L., Alexandrova I.Y., Aleshnikova V.I. et al.* Digital marketing communications: introduction to the profession. Saint Petersburg: Piter; 2021. 336 p. (In Russian).
16. *Tazov P.Yu.* Website and its promotion as a model of digital marketing communication. *Vestnik MIRBIS*. 2021;1(25):61–68. (In Russian). <https://doi.org/10.25634/MIRBIS.2021.1.7>
17. *Gans H.J.* Popular culture and high culture: an analysis and evaluation of taste. New York: Basic books, Cop.; 1974. 179 p.
18. *Porter M.* Competition. Kiev: Williams; 2005. 610 p. (In Russian).
19. *Antonova A.A.* Art clusters as a space for the development of cultural potential of the city. In: *In the World of Science and Art: Issues of Philology, Art History and Cultural Studies: Proceedings of the XLVII International Scientific and Practical Conference, Novosibirsk, April 15, 2015*. Novosibirsk: SibAK; 2015. Pp. 56–60. (In Russian).
20. *Vandyshov M.N.* Places of memory and symbolic capital of territories in mental maps of citizens. *The Journal of Sociology and Social Anthropology*. 2013;3:101–111. (In Russian).
21. *Demidova E.V.* Rehabilitation of industrial territories as a part of urban space. *Academic bulletin of UralNIIproekt RAASN*. 2013;1:8–13. (In Russian).
22. *Zhuravleva T.A., Yarmoshchuk Y.V., Tokarev I.G.* Demolish cannot be revitalized. *Practical Guide to the Creation of Creative Cluster*. Moscow: Flakon X; 2019. 111 p. (In Russian).
23. *Akunina Yu.A., Vanina O.V.* Design of creative public spaces: social and cultural approach. *Vestnik of Moscow State University of Culture*. 2019;3(89):167–174. (In Russian). <https://doi.org/10.24411/1997-0803-2019-10317>
24. *Tyutin D.V.* Art-conversion of Russian territories: creative industries as a factor of spatial socio-economic development of municipalities. *Modern studies of social problems*. 2013;4(24). (In Russian).

Выявление ключевых элементов бренда вуза в существующих моделях формирования и управления брендом

Аржанова Кристина Александровна

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

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

В статье рассматриваются основные отечественные и зарубежные модели формирования и управления брендом. Цель исследования связана с выявлением ключевых элементов бренда, представленных в существующих моделях идентичности бренда, которые необходимы для понимания элементов, лежащих в основе бренда вуза. Изучены существующие модели бренда в рамках анализа формирования бренда вуза. В качестве основного метода исследования выбран метод критического анализа литературы по проблематике исследования. В ходе достижения поставленной цели был использован ряд общенаучных методов исследования: анализ, проблематизация, обобщение, синтез, дедукция и индукция. По итогам проведенного эмпирического исследования автором приводится результат анализа рассмотренных моделей идентичности. Представленные модели не полностью отражают процесс формирования бренда, не включают все необходимые элементы бренда. Общее для всех моделей заключается в наличии ряда составляющих: ценности, индивидуальность бренда, атрибуты, выгоды. Для разработки модели формирования бренда вуза необходимо учесть все элементы, влияющие на его бренд. Даны рекомендации по дальнейшим исследованиям, связанным с формированием бренда.

Ключевые слова

Бренд, бренд вуза, модели бренда, идентичность бренда, бренд-менеджмент, формирование бренда, восприятие бренда, лояльность

Для цитирования: Аржанова К.А. Выявление ключевых элементов бренда вуза в существующих моделях формирования и управления брендом // Вестник университета. 2024. № 2. С. 41–51.

Identification of key elements of university brand in brand formation and management existing models

Kristina A. Arzhanova

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

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The article studies the main domestic and foreign models of brand formation and management. The purpose of the study is related to the key brand elements identification presented in the existing brand identity models, which are necessary for understanding the elements underlying a higher education institution brand. The existing brand models have been studied as part of the university brand formation analysis. The literature critical analysis method on the research problem has been chosen as the main research method. A number of general scientific research methods were used in the course of achieving the set goal such as analysis, problematization, generalization, synthesis, deduction, and induction. According to the empirical study outcome, the author presents the identity considered models analysis result. The presented models do not fully reflect the brand formation process, do not include all the necessary elements of the brand. Common thing to all models is the presence of a number of components such as values, brand personality, attributes, and benefits. To develop a higher education institution brand formation model, it is necessary to consider all the elements affecting its brand. Recommendations for further research related to brand formation have been given.

Keywords

Brand, university brand, brand models, brand identity, brand management, brand formation, brand perception, loyalty

For citation: Arzhanova K.A. (2024) Identification of key elements of university brand in brand formation and management existing models. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 41–51.



ВВЕДЕНИЕ

Формирование бренда вуза является важным элементом работы над поддержанием его конкурентоспособности. Однако существуют определенные ограничения, связанные с тем, что имеющиеся наработки в отношении понимания бренда, его элементов и моделей сильно различаются и не отражают всей специфики бренда. Автором было проведено исследование идентичности и формирования бренда вуза. Необходимо отметить, что существуют модели, относящиеся в целом к любым брендам (компаний, товаров, услуг и др.), и модели, относящиеся непосредственно к бренду вуза. В настоящем исследовании в рамках изучения бренда вуза и специфики его формирования автором были рассмотрены общие модели. Модели, которые относятся к бренду вуза, будут рассмотрены в последующих работах.

Понятие брендинга тесно связано с идентичностью бренда. Некоторые исследователи так и определяют брендинг – это процесс, который направлен на формирование и развитие бренда, а также его идентичности.

Можно рассмотреть управление идентичностью бренда в рамках этапов развития бренд-менеджмента (1980–1990-е гг.). В период с 1970-е гг. по 1980-е гг. начали открываться исследовательские и консалтинговые компании, которые сместили акцент с важности имиджа бренда, определения того, какой образ формируется у целевой аудитории на важность того, какой образ необходимо формировать, то есть на работу с идентичностью бренда.

Изучением бренда вуза и связанных с ним аспектов занимались М.В. Алексеев, В.К. Аюпова, М.М. Васильева, Е.П. Голубков, В.Н. Домнин, Е.А. Жадько, А.С. Захарычев, В.В. Зотов, О.А. Королева, И.И. Муромкина, Е.О. Рудая, А.В. Фаюстов, Н.Р. Хачатурян и др. Среди зарубежных исследователей, занимавшихся исследованием бренда, можно назвать Д. Аакера, С. Анхолта, Т. Гэда, П. Дойля, Д. Д'Алесандро, Ж.-Н. Капферера, Ф. Котлера, М. Скота, Д. Траута и др.

Проблема исследования заключается в том, что для формирования авторской модели бренда вуза необходимо определить ключевые элементы бренда, лежащие в основе существующих моделей. Авторская модель предполагает учет всех важных аспектов бренда, его составляющих, специфики его формирования, а также результатов имеющихся исследований, касающихся не только моделей бренда вуза, но и общих моделей. В связи с этим на начальном этапе автором были рассмотрены самые известные общие модели бренда, без анализа которых дальнейшие исследования по обозначенной проблематике будут неполными. Для выявления ключевых элементов бренда вуза был проведен сравнительный анализ основных моделей формирования бренда и моделей управления брендом.

Цель настоящего исследования – определить ключевые элементы бренда, представленные в существующих моделях идентичности бренда, которые необходимы для выявления элементов, лежащих в основе бренда вуза.

Задачи исследования:

- 1) рассмотреть модели идентичности бренда;
- 2) провести критический анализ моделей идентичности бренда;
- 3) определить ключевые элементы бренда вуза.

В качестве основного метода исследования был выбран метод критического анализа литературы по проблематике исследования. В направлении решения поставленной цели был использован ряд общенаучных методов исследования: анализ, проблематизация, обобщение, синтез, дедукция и индукция. При помощи процедур обобщения, сравнения, логического и корреляционного анализа проводился анализ первичной эмпирической информации.

Статья состоит из введения, трех разделов и заключения.

МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА

В задачи настоящего исследования входит рассмотрение существующих общих моделей бренда. Проведение критического анализа данных моделей позволит выделить ключевые элементы бренда применительно к вузу для дальнейшего анализа существующих моделей, относящихся непосредственно к бренду вуза, перечень которых также включает список с более чем 10 моделями.

Опишем и проведем анализ моделей бренда, которыми пользуются для исследования идентичности бренда и его компонентов. Согласно теоретико-методическим разработкам в области брендинга и учитывая модели брендинга, применяемые на практике, можно выделить следующие виды моделей: модели

формирования бренда; модели оценки стоимости бренда; модели управления брендом. В статье будут рассмотрены модели формирования бренда и управления брендом. Модели определения стоимости бренда требуют проведения отдельного исследования.

Одна из первых моделей Brand Identity Prism была предложена французским исследователем Ж.-Н. Капферером в 1986 г. [1]. Она представляет собой шестигранную призму, состоящую из 7 элементов в каждой грани призмы и одного элемента, располагающегося в центре: физические данные; индивидуальность; культура; взаимоотношения с потребителями; отражение; самообраз; суть бренда.

В рамках критического анализа рассмотренной модели к положительным сторонам можно отнести ряд параметров:

- 1) модель комплексная, она содержит различные уровни смысла бренда, в том числе личностный, социальный, функциональный и другие аспекты;
- 2) модель показывает аспект восприятия бренда потребителем;
- 3) модель показывает две стороны коммуникации – индивидуальность бренда и самого потребителя, его понимание образа бренда;
- 4) модель семиотична, то есть показывает различные грани бренда, начиная от физических данных и впечатления, которое он хочет произвести на потребителей, и заканчивая его индивидуальностью, культурными аспектами.

Модель рассматривает ряд элементов бренда, возможные ситуации его взаимодействия с потребителями с учетом особенностей двух сторон.

К минусам рассмотренной модели можно отнести факт того, что не все элементы бренда отражены в модели Ж.-Н. Капферера, например, все возможные аспекты взаимодействия потребителя с брендом, а также не демонстрируется система взаимодействия между гранями. Несмотря на свою комплексность, модель не включает описание конкретных составляющих. Бренд включает гораздо больше элементов, влияющих на его идентичность. На восприятие бренда могут оказывать влияние такие параметры, как его глобальная или локальная принадлежность, что можно проследить в следующей рассмотренной модели. Можно сделать вывод о том, что данная модель демонстрирует семиотичность бренда и при работе над моделью бренда вуза это необходимо учитывать.

Следующей моделью, которая появилась после модели в виде призмы, стала Brand Identity System американского исследователя Д. Лакера. В ней демонстрируется другой подход к пониманию формирования бренда, где идентичность отражена 12 пунктами, которые входят в четыре направления: рассмотрение бренда с точки зрения товара, организации, личность бренда, символика бренда [2].

В модель входят два вида идентичности – стержневая и расширенная. Стержневая основывается на ключевой характеристике бренда, устойчивой и неменяющейся. Расширенная подвержена изменениям [2]. В работе с расширенной идентичностью помогают ответы на следующие вопросы: в чем суть бренда, его душа; каковы ценности бренда; компетентна ли организация, владеющая брендом; что за организация представляет бренд [2].

Проводя анализ одной из самых распространенных моделей бренда Д. Лакера, можно отметить следующие положительные стороны:

- 1) в рамках разработанной модели Д. Лакером отмечается тот факт, что при работе над формированием бренда в каждом конкретном случае должен быть правильно определен подход к его формированию;
- 2) модель предлагает ряд подходов при работе с брендом, среди которых можно выбрать наиболее подходящий под каждую конкретную ситуацию;
- 3) модель комплексная, можно отметить общие элементы, имеющиеся и в предыдущей рассмотренной модели: ценности, индивидуальность, атрибуты, выгоды.

В модели представлен порядок этапов формирования идентичности и ее составляющие идентичности. Ее отличает стратегический подход к процессу формирования бренда, включающий этап проведения анализа и оценки кри. Формирование бренда является долгосрочным процессом.

Отмечая минусы модели Д. Лакера, можно сказать о том, что в модели не приводится более конкретных уточнений по содержательным элементам. Делается акцент на коммуникационном аспекте без учета ряда остальных составляющих маркетинга. Не рассмотрен аспект взаимоотношений бренда с потребителем, механизм этого взаимодействия. Например, такой параметр, как атрибуты в составляющей бренда как организации, формирующие ассоциативный ряд, может включать не только общепринятые

атрибуты. Ассоциации также могут формироваться при восприятии стоимости товаров/услуг бренда, рекламы и др. При работе над моделью бренда вуза необходима более точная проработка содержательных элементов модели с перечислением примеров конкретных возможных составляющих.

Модель «Колесо бренда» (от англ. Brand wheel) является одной из самых популярных моделей идентичности, которая была создана рекламным агентством Bates Worldwide в Соединенных Штатах Америки. В данной модели бренд включает несколько составляющих, представленных окружностями, среди которых: определенные характеристики бренда, его атрибуты; результаты использования бренда потребителем, его преимущества; эмоциональный аспект пользования брендом; представление бренда как человека; ключевой месседж бренда [3].

Модель показывает особенности взаимоотношений бренда с потребителем. Также можно проследить наличие четырех обозначенных элементов модели бренда, таких как ценности, индивидуальность бренда, атрибуты, выгоды. Ключевой месседж бренда входит в вышеупомянутые элементы, так как без понимания сути бренда невозможно формировать основные характеристики бренда, его индивидуальность. К минусам модели можно отнести то, что модель рассматривает бренд со стороны потребителя, его субъективного взаимодействия с брендом.

Позднее Е.Ю. Петрова адаптировала рассмотренную выше модель в рамках модели контактов из гештальт-терапии и ввела собственную модель модифицированного колеса бренда. Согласно данной модели, потребители узнают бренд при контактировании с его слоями. Первый этап – общее восприятие бренда, его особенностей. Далее потребитель анализирует, что делает бренд для потребителей, как коммуницирует, что обещает. В итоге возникает понимание потребителем месседжа бренда, ключевой идеи, которая закладывается в бренд, но не сообщается прямо.

Настоящая модель представляет собой попытку улучшить имеющуюся классическую модель колеса бренда. Е.Ю. Петровой были переосмыслены содержательные элементы и предложен подход к пониманию определения элементов модели колеса бренда. Модель отличает рассмотрение процесса формирования бренда с точки зрения психологии. К минусам модели можно отнести отсутствие учета всех аспектов взаимоотношений бренда и потребителей.

Следующая модель, которую необходимо рассмотреть, – это модель идентичности бренда британского исследователя Л. де Чернатони. Она включает пять составляющих: атрибуты бренда; выгоды; эмоциональное вознаграждение; ценности; личностные качества [4].

Преимуществом модели является то, что она демонстрирует значение бренда с точки зрения потребителей. Можно отметить наличие выделенных ранее элементов бренда, которые были отмечены при анализе предыдущих моделей. В модели Л. Де Чернатони отдельным элементом обозначается эмоциональное вознаграждение, которое относится к следствию воздействия элементов бренда. Определение эмоционального компонента бренда происходит при проработке остальных элементов, представляющих результат удовлетворения его потребностей. Несмотря на это, эмоциональный компонент является достаточно важным при анализе потребителями сформированного бренда. При формировании бренда вуза особенно важным является прогнозирование того, какие эмоции будут возникать у потребителей при восприятии бренда, но нет необходимости выделять этот элемент отдельно от основных элементов. Минусом модели является то, что она копирует модель «Колесо бренда» с внесением ряда различий. Имеет значение субъективность потребителей, которые взаимодействуют с брендом.

Модель Atomic model Л. де Чернатони и Ф.Р. Далл'Ольмо включает материальные и нематериальные элементы [5; 6]. В нее входят два больших элемента бренда, которые необходимо будет учитывать при дальнейшей работе над моделью бренда вуза. К недостаткам модели можно отнести то, что она содержит исключительно ресурсы и не показывает связь между сторонами формирования бренда, отражения самого процесса его формирования.

Вышеупомянутые исследователи также предложили уточненную модель «Double vortex model brand», в переводе – «двойная воронка» [7]. Данную модель отличает подход, основанный на экспертной оценке в рамках глубинных интервью с 20 экспертами по брендам. В модель были добавлены видение, миссия, ценности, наследие организации. Всего она включает 7 ресурсов (политика присвоения имен, функциональные возможности, сервис, снижение рисков и др.), важность которых определяется потребительскими сегментами и типами предлагаемых услуг. Левая воронка модели фокусируется на менеджерах, создающих бренды, а правая – на восприятии бренда потребителями.

Бренд оценивается потребителями с точки зрения рационального измерения, где важно соотношение цены и качества бренда и эмоционального измерения, которое охватывает его психологические и социальные преимущества. Эти оценки, основанные на потребителях, связаны с позиционированием бренда и личностными целями [7].

К преимуществам модели можно отнести то, что она демонстрирует важность оценки стратегических факторов, а также потребительского поведения. При подобном подходе появляется возможность понять соотношение элементов имеющихся ресурсов. К минусам модели можно отнести тот факт, что при оценке процесса потребительского восприятия бренда учитываются не все необходимые элементы.

Необходимо также рассмотреть модель идентичности бренда американского специалиста К.Л. Келлера. Бренд включает три аспекта: его позиционирование; ценностный аспект; коды [8].

Код торговой марки состоит из трех–пяти слов, отражающих неопровержимую сущность, дух позиционирования или ценности марок. Их придумывают для того, чтобы служащие корпорации понимали значение марки для потребителей и планировали свои действия [8].

В настоящей модели отмечается лишь часть элементов, из которых состоит бренд. Не уточнено, на каком основании автор решил определить в модели лишь эти три составляющие, ведь, как было отмечено ранее, важную роль играют индивидуальность, атрибуты бренда и др. Модель не отражает все возможные аспекты взаимоотношений бренда и потребителя. Тем не менее можно заметить наличие общего для всех предыдущих моделей содержательного элемента, такого как ценности. Применительно к модели бренда вуза необходимо понимать, что позиционирование является одним из элементов, которые также входят в процесс формирования бренда вуза.

Главное место в модели Ф. Котлера отведено выгодам продукта для потребителя. Эмоциональные и функциональные преимущества бренда не разделяются, а рассматриваются на одном уровне [9].

В модели Ф. Котлера можно отметить демонстрацию уровней ценности бренда, самовыражение потребителя при помощи бренда. К минусам можно отнести не совсем верное расположение элементов бренда, а также то, что нет обозначения потребностей потребителей, их запросов в отношении товаров/услуг бренда. С точки зрения бренда вуза можно отметить важность эмоционального аспекта восприятия бренда, который был уже упомянут ранее.

Представляет интерес рассмотрение модели британского исследователя Т. Гэда – модель 4D Branding. Это модель четырехмерного брендинга, предназначенная для моделирования в динамике. Ее применение не ограничено использованием только для формирования нового бренда – она также может применяться для существующих и их корректировки [10]. Это пространство для работы с брендом, которое приведет к созданию сильного бренда, описывается четырьмя измерениями:

- первое охватывает восприятие товара/услуги бренда;
- второе измерение позволяет производить идентификацию бренда с определенной группой;
- третье измерение показывает восприятие ответственности бренда;
- четвертое измерение демонстрирует возможность бренда оказывать поддержку людям [10].

К положительным сторонам модели можно отнести факт того, что в модели показаны ключевые аспекты восприятия бренда. Ее можно использовать при работе над корпоративным брендом или товарным брендом. Однако нет указания инструментария и описания того, как осуществлять управление брендом. При формировании бренда вуза появляется возможность учитывать подходы к бренду и налаживать взаимодействие с потребителями на различных уровнях.

Одной из относительно старых моделей идентичности является модель Дж. Л. Аакера. Методика разработана по принципу пятифакторного личностного опроса 5PFQ, включающая искренность, страсть, компетентность, изысканность и силу. Каждый фактор подразделяется на параметры, которые имеют две–три личностные черты. Всего модель включает 42 черты оценки идентичности бренда [11]. В отношении брендов можно отметить, что не все факторы пригодны для оценки бренда вуза [12].

Недостатком модели является то, что подобный подход не является универсальным. В отношении бренда вуза можно отметить возможность определения факторов, влияющих на его формирование с учетом ситуации и специфики самого бренда.

Модель Brand Platform, созданная американской компанией Young & Rubicam, также требует рассмотрения. Она включает 6 элементов бренда, среди которых: предложение бренда; повод для доверия

к бренду; преимущества (функциональные и эмоциональные); его индивидуальность; ценности; предложение для потребителей.

Модель состоит из ряда важных элементов бренда, которые воспринимает потребитель. К недостаткам модели можно отнести то, что она не рассматривает все ранее рассмотренные важные аспекты бренда, которые тоже необходимо учитывать при его формировании. В отношении модели бренда вуза можно отметить факт того, что предыдущие элементы, выделенные в рамках рассмотренных ранее моделей, присутствуют и в Brand Platform.

Интересна модель Brand Works, созданная британской исследовательской компанией Research Business International. Она состоит из 6 граней: пользовательский образ; продуктовый образ; образ услуги; событийный образ; личностный образ; последняя грань представлена самобытностью бренда, объединяя пять предыдущих элементов в один образ [4].

Положительной стороной модели является то, что она включает ряд элементов, не представленных в рассмотренных ранее моделях. Однако нет понимания взаимосвязи элементов и инструментов, необходимых для формирования бренда. В отношении бренда вуза можно отметить, что модель позволяет формировать целостный имидж бренда, который является элементом модели бренда.

Следующая модель Thompson Total Branding является разработкой британского коммуникационно-го агентства J. Walter Thompson (JWT). Бренд делят на ряд уровней, среди которых: позиционирование (отличие от конкурентов, предназначение бренда); целевая аудитория бренда (потенциальные потребители); индивидуальность (идентификация, определяющаяся позиционированием). В центре модели располагается продукт, являющийся ключевым элементом бренда [13].

Среди преимуществ модели можно отметить, что она была разработана на основе многолетнего опыта компании. По мнению самой компании, сильный бренд отличаются качество его идей, товаров, правильного определения проблем потребителей и использование коммуникационных каналов, приносящих наибольший эффект. К недостаткам модели можно отнести то, что она делает акцент на внешних аспектах бренда. С точки зрения модели бренда вуза можно отметить важность позиционирования бренда, а также работу над продуктом бренда. В случае с брендом вуза к подобным продуктам можно отнести программы подготовки.

Также интересной для рассмотрения является модель Brand Key британско-голландской компании Unilever, производящей и продающей продукцию под более чем 1 тыс. брендов по всему миру. Она включает следующие компоненты: позиционирование бренда; видение бренда; развитие бренда, его портфель и др.

Помимо базовых компонентов, модель включает 8 элементов: окружение бренда; описание потребителей бренда, ситуаций потребления товаров бренда; инсайт потребителей; выгоды пользования брендом; ценности бренда для потребителей, персонализация бренда; обещания бренда; утверждение бренда; ключевая идея бренда [14]. Инсайт по-другому называется месседжем, это основное коммуникационное послание бренда, которое лежит в основе всех активностей бренда [15].

Преимуществом модели является то, что она была разработана компанией с многолетним опытом. Отражена мотивация потребителей при выборе бренда. В модели показана отстройка от конкурентов. При разработке модели формирования бренда вуза Brand Key может быть применена для понимания дополнительных элементов, таких как видение бренда, которое относится к активам корпоративной культуры, так же как и миссия, ценности, нормы поведения, этика ведения переговоров, делового общения и др. Развитие бренда, его портфель входят в ресурсы марочного капитала, который включает бренды кафедры, института и др. К минусам модели можно отнести отсутствие ценностей бренда и демонстрации взаимосвязи элементов.

Модель «Пирамида бренда» (от англ. Brand Pyramid) американской компании Mars включает 7 составляющих, каждая из которых является базой для следующей: внешние атрибуты бренда; выгоды бренда для потребителя (функциональные); эмоциональный аспект бренда, его преимущества; ценности бренда для потребителя; индивидуальность бренда; уникальное торговое предложение (далее – УТП) бренда; основная идея бренда [16].

Преимуществом модели является то, что модель базируется на многолетнем опыте компании Mars. Однако она не включает всех необходимых элементов бренда, не показывает их взаимосвязь. При формировании модели бренда вуза необходимо добавить еще один элемент его бренда – УТП.

Существует также модель «пяти кругов индивидуальности бренда» российской компании «Паприка брендинг», которая осуществляет консалтинговые услуги в рамках брендинга. В модель входят: убеждения бренда, вера; миссия и слоган; внешние черты бренда; характер бренда; стиль рекламных коммуникаций [17].

Модель включает некоторые аспекты бренда, но не все необходимые. Однако демонстрируется взаимосвязь имеющихся элементов и их значение. Можно отметить наличие еще одного актива корпоративной культуры, такого как миссия. Для формирования бренда вуза также нужно работать над стилем рекламных коммуникаций.

НЕСТАНДАРТНЫЕ СТРУКТУРНЫЕ МОДЕЛИ ИДЕНТИЧНОСТИ БРЕНДА

Существует ряд нестандартных структурных моделей идентичности бренда.

В модель бренда Mercedes-Benz входят четыре компонента: специфические черты товара, его особенности; ценности бренда; ассоциативный ряд бренда; сущность бренда (его ядро). К плюсам модели относится наличие базовых элементов бренда. Она ограничена по содержанию и включает элементы, рассмотренные в предыдущих моделях.

Довольно оригинальной моделью идентичности является модель Rich. Это разработка фирмы Multon из Санкт-Петербурга, выпускающей соки «Rich». В рамках выпуска очередного товара на рынок компанией была предложена собственная модель формирования бренда [18]. В модель бренда входят два элемента: его идентичность и платформа коммуникаций. В свою очередь идентичность включает: основную черту, которая его отличает; эмоциональные выгоды; образ бренда у потребителя; личность бренда, его характер; ядро бренда, его сущность.

Данная модель оригинальна, включает взаимосвязь приведенных элементов, но не является исчерпывающей. Бренд вуза, помимо работы над идентичностью, предполагает формирование коммуникационной платформы.

При формировании нового бренда берут за основу рассмотренные выше модели идентичности. Почти все из них объединяют: ценности, предлагаемые потребителям; индивидуальность, которая выражается специфическими характеристиками бренда; тип взаимоотношений, характеризующий отношения бренда и потребителей; суть бренда, его ключевая характеристика [19].

МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ

Модель управления брендом «Обратная сторона Луны» демонстрирует связанные между собой сферы брендинга – те, которые осязаются потребителем, и те, которые открыты для персонала организации, являющейся производителем, но не осязаемы потребителем. Другая сфера содержит внутреннюю деятельность, создающую стратегические направления брендинговой политики организации.

Преимущества модели заключаются в том, что она показывает взаимосвязь между тем видением бренда, которое есть у компании, и тем, как бренд воспринимают потребители. К минусам модели можно отнести то, что не отражены ценности бренда. При управлении брендом вуза можно ориентироваться на стратегическую составляющую брендинга, которая позволит регулировать внутреннюю деятельность.

Модель управления брендом А. Длугача демонстрирует стабильность маркетинговых стратегий организации в определенный промежуток времени [14]. Частая смена стратегий говорит о неправильном управлении брендом. В модели прослеживается связь между мероприятиями маркетинга и определенными циклами брендинга. Она не представляет бренд как управленческий объект.

К преимуществам данной модели можно отнести то, что демонстрируется связь различных маркетинговых мероприятий и жизненного цикла бренда. При управлении брендом вуза необходимо понимать, что важно работать над тактическим уровнем мероприятий с учетом стратегии управления активами торговой марки.

Представленные модели идентичности не полностью отражают процесс формирования и управления брендом, не включают все необходимые элементы бренда. Проведя сравнительный анализ представленных моделей, автор настоящего исследования определил базовые элементы любого бренда, являющиеся общими для большинства моделей. Общее заключается в наличии ряда составляющих, таких как: ценности, индивидуальность бренда, атрибуты, выгоды. Данные составляющие являются ключевыми элементами бренда вуза. Для разработки модели формирования бренда вуза необходимо учесть все элементы, влияющие на его бренд, которые требуют проведения дополнительных исследований [20; 21].

ВЫВОДЫ

По результатам критического анализа моделей формирования бренда можно обозначить следующие аспекты.

1) Модель Brand Identity Prism Ж.-Н. Капферера демонстрирует семиотичность бренда, и при работе над моделью бренда вуза это необходимо учитывать.

2) При работе над моделью бренда вуза необходима более точная проработка содержательных элементов модели с перечислением примеров конкретных возможных составляющих (Brand Identity System Д. Аакера).

3) По результатам анализа модели идентичности бренда Л. де Чернатони можно отметить, что при формировании бренда вуза особенно важным является прогнозирование того, какие эмоции будут возникать у потребителей при восприятии бренда, но нет необходимости выделять этот элемент отдельно от основных.

4) Стоит отметить необходимость наличия крупных групп элементов бренда, которые необходимо будет учитывать при дальнейшей работе над моделью бренда вуза – материальные и нематериальные элементы (модель Atomic model Л. де Чернатони и Ф.Р. Далл'Ольмо).

5) В рамках процесса формирования бренда вуза важно учитывать такой элемент, как позиционирование (модель идентичности бренда К.Л. Келлера).

6) При формировании бренда вуза можно отметить важность эмоционального аспекта восприятия бренда (модель Ф. Котлера).

7) Появляется возможность учитывать подходы к бренду и налаживать взаимодействие с потребителями на различных уровнях (модель 4D Branding).

8) Можно отметить возможность определения факторов для бренда вуза при его формировании с учетом ситуации и специфики самого бренда (модель Дж. Л. Аакера).

9) Модель должна позволять формировать целостный имидж бренда, который является элементом модели бренда (модель Brand Works).

10) Необходимо отметить важность позиционирования бренда, а также работу над продуктом бренда. В случае с брендом вуза к подобным продуктам можно отнести программы подготовки (модель Thompson Total Branding).

11) При разработке модели формирования бренда вуза необходимо понимание дополнительных элементов, таких как видение бренда, которое относится к активам корпоративной культуры, миссия, ценности, нормы поведения, этика ведения переговоров, делового общения и др. Развитие бренда, его портфель входят в ресурсы марочного капитала, который включает бренды кафедры, института и др. (модель Brand Key Unilever).

12) При формировании модели бренда вуза необходимо добавить еще один элемент его бренда – УТП (Brand Pyramid, Mars).

13) Можно отметить наличие еще одного актива корпоративной культуры – миссию. Для формирования бренда вуза также нужно работать над стилем рекламных коммуникаций (модель «пяти кругов индивидуальности бренда»).

14) Бренд вуза, помимо работы над идентичностью, предполагает формирование коммуникационной платформы (модель Rich).

15) Модель должна показывать взаимосвязь между тем видением бренда, которое есть у компании, и тем, как бренд воспринимают потребители (модель управления брендом «Обратная сторона Луны»).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного исследования были решены поставленные задачи, а цель – определить ключевые элементы бренда, представленные в существующих моделях идентичности бренда, которые необходимы для выявления элементов, лежащих в основе бренда вуза, – достигнута. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования результатов исследования при работе над брендом организации.

Перспективы дальнейших исследований, связанных с моделями бренда, определены возможностями дальнейшего изучения составляющих элементов, входящих в модели бренда применительно к определенной сфере, например, к торговле, туризму, образованию и др.

Помимо рассмотренных элементов, на бренд также влияет ряд других параметров. Отмечается сильное влияние репутации на восприятие вуза.

Брендинг необходим для формирования положительного имиджа организации в глазах потребителей, также он влияет на повышение узнаваемости компании. Для определения характеристики целевой аудитории, а также персонализации самих коммуникаций необходимо проводить маркетинговые исследования. Проблема формирования бренда вуза представляет определенный интерес в силу того, что отечественная сфера образования имеет свою специфику и при формировании бренда вуза это необходимо учитывать.

Список литературы

1. *Аакер Д., Гюхмиштайлер Э.* Бренд-лидерство: Новая концепция брендинга. М.: Издательский дом Гребенникова; 2003. 380 с.
2. *Аакер Д.* Создание сильных брендов. М.: Издательский дом Гребенникова; 2008. 440 с.
3. *Перция В.М.* Брендмейстеры. Рекламные идеи – YES! 1999;2:11–14.
4. *Чернатони Л.* От видения бренда к оценке бренда. Стратегический процесс роста и усиления брендов. М.: Группа ИДТ; 2007. 310 с.
5. *Chernatony L.* New directions – understanding the dynamics of brands as molecules. Admap. 1993;21–23.
6. *Chernatony L.* Categorizing brands: evolutionary processes underpinned by two key dimensions. Journal of Marketing Management. 1993;9:173–188.
7. *Chernatony L., Dall’Olmo R.F.* Modeling the Components of Brand. European Journal of Marketing. 1998;32. <https://doi.org/10.1108/03090569810243721>
8. *Келлер К.А.* Стратегический бренд-менеджмент. Создание, оценка и управление марочным капиталом. СПб: Вильямс; 2005. 704 с.
9. *Котлер Ф.* Маркетинг – менеджмент. СПб: Питер; 1998. 896 с.
10. *Гэд Т.* 4D брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики. СПб.: Стокгольмская школа экономики; 2001. 230 с.
11. *Aaker J.L.* Dimensions of Brand Personality. Journal of Marketing Research. 1997;34:347–356. <https://doi.org/10.2307/3151897>
12. *Cherkasova I., Cherkasov V., Cherkasov A.* The university brand as a factor in attracting applicants. The Education and science journal. 2023;25:50–83. <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2023-1-50-83>
13. *Долгин В.Н.* Бренддинг: Новые технологии в России. Новая идентичность в эпоху глобальных маркетинговых коммуникаций. 2^е изд., испр. и доп. СПб: Питер; 2004. 381 с.
14. *Длигач А., Писаренко Н.* S-brands – путь к созданию успешного бренда. Бренд-менеджмент. 2005;3:22–37.
15. *Аржанова К.А.* Продвижение брендов: аналитика, решения, кейсы. Москва: Русайнс; 2022. 220 с.
16. *Mars, Incorporated.* Mars Brand frameworks Manual. N.Y.: Mars ltd; 1998.
17. *Васильева М., Надеин А.* Бренд. Сила личности. СПб: Питер; 2003. 208 с.
18. *Казанцева А.* Жизнь – хорошая штука. Как ни крути. Индустрия рекламы. 2002;19:22–26.
19. *Ахмаева А.Г.* Аспекты выбора абитуриентами среднего специального или высшего учебного заведения. Цифровая социология. 2020;3(1):27–32. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2020-1-27-32>
20. *Довжик Г.В., Васильева О.А., Аржанова К.А., Довжик В.Н.* Практический опыт формирования территориального бренда. М.: Русайнс; 2022. 280 с.
21. *Тазов П.И.* Маркетинговые исследования потребителей высшего образования. Вестник МИРБИС. 2021;3(27):129–136. <https://doi.org/10.25634/MIRBIS.2021.3.13>

References

1. *Aaker D., Joachimsthaler E.* Brand Leadership: The Next Level of the Brand Revolution. Moscow: Grebennikov Publ. House; 2003. 380 p. (In Russian).
2. *Aaker D.* Building Strong Brands. Moscow: Grebennikov Publ. House; 2008. 440 p. (In Russian).
3. *Periya V.M.* Brandmeister. Advertising ideas – YES! 1999;2:11–14. (In Russian).
4. *Chernatony L.* From Brand Vision to Brand Evaluation: The Strategic Process of Growing and Strengthening Brands. Moscow: Gruppya IDT; 2007. 310 p. (In Russian).
5. *Chernatony L.* New directions – understanding the dynamics of brands as molecules. Admap. 1993;21–23.
6. *Chernatony L.* Categorizing brands: evolutionary processes underpinned by two key dimensions. Journal of Marketing Management. 1993;9:173–188.

7. *Chernatony L., Dall'Olmo R.F.* Modeling the Components of Brand. *European Journal of Marketing*. 1998;32. <https://doi.org/10.1108/03090569810243721>
8. *Keller K.L.* Strategic Brand Management. Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Saint Petersburg: Williams; 2005. 704 p. (In Russian).
9. *Kotler P.* Marketing Management. Saint Petersburg: Piter; 1998. 896 p. (In Russian).
10. *Gad T.* 4-D branding: cracking the corporate code of the network economy. Saint Petersburg: Stockholm School of Economics; 2001. 230 p. (In Russian).
11. *Aaker J.L.* Dimensions of Brand Personality. *Journal of Marketing Research*. 1997;34:347–356. <https://doi.org/10.2307/3151897>
12. *Cherkasova I., Cherkasov V., Cherkasov A.* The university brand as a factor in attracting applicants. *The Education and science journal*. 2023;25:50–83. <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2023-1-50-83>
13. *Domnin V.N.* Branding: New technologies in Russia. A new identity in the era of global marketing communications. 2nd ed., revised and enlarged. Saint Petersburg: Piter; 2004. 381 p. (In Russian).
14. *Dligach A., Pisarenko N.* S-brands is the way to create a successful brand. *Brand management*. 2005;3:22–37. (In Russian).
15. *Arzhanova K.A.* Brand promotion: analytics, solutions, cases. Moscow: Rusains; 2022. 220 p. (In Russian).
16. *Mars, Incorporated.* Mars Brand frameworks Manual. N.Y.: Mars ltd; 1998.
17. *Vasilieva M., Nadein A.* Brand. The power of personality. Saint Petersburg: Piter; 2003. 208 p. (In Russian).
18. *Kazantseva A.* Life is a good thing. Any way. *Industriya reklamy*. 2002;19:22–26. (In Russian).
19. *Akhmaeva L.G.* Aspects of the choice of applicants of a secondary specialized or higher educational institution. *Digital sociology*. 2020;3(1):27–32. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2020-1-27-32>
20. *Dovzhyk G.V., Vasilieva O.A., Arzhanova K.A., Dovzhyk V.N.* Practical experience in the formation of a territorial brand. Moscow: Rusains; 2022. 280 p. (In Russian).
21. *Tazov P.Yu.* Marketing research of consumers of higher education. *Vestnik MIRBIS*. 2021;3(27):129–136. (In Russian). <https://doi.org/10.25634/MIRBIS.2021.3.13>

Оценка текущего состояния и перспектив развития жилищного строительства Дальневосточного федерального округа Российской Федерации

Алексеев Александр Петрович

Канд. юрид. наук, вед. аналитик

ORCID: 0000-0003-0707-8372, e-mail: a.alekseenko@vostokgosplan.ru

Лаврентьев Игорь Андреевич

Руководитель направления «Макроэкономические исследования и прогнозирование»

ORCID: 0000-0003-3729-6020, e-mail: i.lavrentiev@vostokgosplan.ru

Латышева Наталья Евгеньевна

Руководитель сектора «Мониторинг социально-экономического развития»

ORCID: 0009-0005-0141-6635, e-mail: n.latyшева@vostokgosplan.ru

Восточный центр государственного планирования, г. Москва, Россия

Аннотация

Ввод жилья в Дальневосточном федеральном округе Российской Федерации до 2019 г. происходил низкими темпами, что приводило к обеспеченности жильем ниже, чем в среднем по стране. Реализация Правительством Российской Федерации программы по льготному ипотечному кредитованию «Дальневосточная ипотека» привело к росту доступности жилья в многоквартирных домах макрорегиона, приобретаемого в кредит, одновременно стимулируя рост цен темпами, опережающими увеличение доходов населения. Целью настоящего исследования является разработка предложений по совершенствованию мер поддержки рынка жилищного строительства многоквартирных домов в Дальневосточном федеральном округе. Проведен анализ данных об объеме и структуре строящегося многоквартирного жилья, основных факторов формирования стоимости строительства в макрорегионе. Описан механизм влияния ипотеки с государственной поддержкой на рост предложения, показано, что динамика предложения недостаточна для достижения среднероссийских значений по обеспеченности населения жильем, в связи с чем меры стимулирования требуют совершенствования. Выявлена высокая зависимость рынка жилья от программ ипотечного кредитования с господдержкой. На основе сравнительного анализа программы «Дальневосточная ипотека» с другими льготными ипотечными программами представлены предложения по совершенствованию мер государственной поддержки многоквартирного жилищного строительства на Дальнем Востоке.

Ключевые слова

Дальневосточная ипотека, доступность жилья, ДФО, льготная ипотека, поддержка жилищного строительства, рынок жилья, кредитование

Для цитирования: Алексеев А.П., Лаврентьев И.А., Латышева Н.Е. Оценка текущего состояния и перспектив развития жилищного строительства Дальневосточного федерального округа Российской Федерации // Вестник университета. 2024. № 2. С. 52–65.



Assessing current state and prospects for housing construction development in the Far Eastern Federal District of the Russian Federation

Alexandr P. Alekseenko

Cand. Sci. (Jur.), Leading Analyst

ORCID: 0000-0003-0707-8372, e-mail: a.alekseenko@vostokgosplan.ru

Igor A. Lavrentiev

Head of the Macroeconomic Research and Forecasting Department

ORCID: 0000-0003-3729-6020, e-mail: i.lavrentiev@vostokgosplan.ru

Natalya Ye. Latysheva

Head of the Monitoring of Socio-Economic Development Department

ORCID: 0009-0005-0141-6635, e-mail: n.latysheva@vostokgosplan.ru

Eastern State Planning Center, Moscow, Russia

Abstract

Housing commissioning in the Far Eastern Federal District of the Russian Federation was low until 2019, which resulted in housing availability lower than the national average. The Government of the Russian Federation implemented the program on preferential mortgage lending “Far Eastern Mortgage” that led to an increase in the housing availability in apartment buildings in the macro-region, purchased on credit, while stimulating price growth at a rate outpacing the increase in household incomes. The purpose of the study is to develop proposals for improving measures to support the housing construction market of apartment buildings in the Far Eastern Federal District. The data on the volume and structure of multifamily housing under construction, the main factors of construction cost formation in the macro-region have been analyzed. The mechanism of mortgage influence with state support on the supply growth has been described. It is shown that the dynamics of supply is insufficient to achieve the average Russian values on housing provision of the population, in this connection stimulation measures require improvement. The high dependence of the housing market on mortgage lending programs with state support has been revealed. Based on the comparative analysis of the Far Eastern Mortgage program with other preferential mortgage programs, the article presents proposals for improving the measures of state support for multifamily housing construction in the Far East.

Keywords

Far Eastern Mortgage program, housing affordability, Far Eastern Federal District, subsidized mortgage, housing construction support, housing market, loan

For citation: Alekseenko A.P., Lavrentiev I.A., Latysheva N.Ye. (2024) Assessing current state and prospects for housing construction development in the Far Eastern Federal District of the Russian Federation. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 52–65.



ВВЕДЕНИЕ

На Дальнем Востоке Российской Федерации (далее – РФ, Россия) еще с советских времен остро стоял вопрос обеспеченности населения благоустроенным жильем [1]. Продолжающаяся убыль населения Дальневосточного федерального округа РФ (далее – ДФО) обусловлена отставанием социально-экономических показателей макрорегиона от среднероссийского уровня, и одно из ключевых мест в составе этих индикаторов занимает обеспеченность современным жильем [2]. При этом, несмотря на отток населения, обеспеченность жильем на человека в 2014–2019 гг. оставалась ниже, чем в среднем по стране на 0,9–2,6 м² [1].

Для преодоления указанного разрыва и увеличения объемов современного благоустроенного, доступного по цене жилья Правительство РФ разработало инструменты, которые содержат различные виды мер поддержки: повышение доступности кредитов для населения и строительных организаций, развитие инфраструктуры, социальные выплаты отдельным категориям граждан, административные мероприятия. Финансовая поддержка спроса на многоквартирные дома осуществляется посредством реализации программ ипотечного кредитования с государственной поддержкой, в том числе через программу «Дальневосточная ипотека». Данная программа была начата в 2019 г. С 2019 г. по 2022 г. на территории ДФО введено 11,8 млн м² при запланированном показателе в 10,7 млн м². В 2022 г. фактический ввод жилых помещений в ДФО на 20,2 % превысил плановое значение федерального проекта «Жилье»^{2,3}.

Программа «Дальневосточная ипотека» является противоречивой. С одной стороны, произошло улучшение ситуации, а с другой – возросли риски, связанные с опережающим доходы населения ростом цен на жилье. В то же время заявленные цели не были достигнуты. Так, показатель обеспеченности населения жильем за 2022 г. в ДФО составил 25,5 м² на чел., что меньше среднероссийского на 2,7 м² [4]. Данная ситуация ведет к разбалансированности спроса и предложения на рынке недвижимости. Быстрый рост цен вынуждает заемщиков оптимизировать свои расходы на ежемесячный платеж за счет увеличения срока выплаты ипотечного кредита, одновременно снижаются объемы реализации жилья, что негативно сказывается на финансовом состоянии застройщиков, прежде всего небольших региональных, подталкивая их к сокращению портфеля проектов. Указанное подчеркивает актуальность разработки предложений по изменению подхода к регулированию жилищного рынка в целях поддержки устойчивого роста спроса.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Проблемы развития сферы жилищного строительства в России становились предметом изучения в различных аспектах [3–5]. Некоторые авторы делают акцент на необходимости внедрения новых механизмов в сфере государственного управления [6]. Повышение доступности жилья должно осуществляться за счет реализации комплекса мероприятий, в том числе за счет стимулирования спроса.

В настоящее время основным инструментом повышения заинтересованности граждан в приобретении жилья в новостройках является льготная ипотека [7]. Однако ее использование подвергается критике. Так, М.Ю. Викторов и М.С. Берлович указывали, что «при увеличившейся финансовой нагрузке на государство (датирование пониженной ставки) потребитель в конечном счете не ощутил эффекта» [8, с. 1186].

Исследование сферы жилищного строительства в ДФО также освещается в научной литературе. В историческом аспекте вопросы развития жилищной сферы данного макрорегиона рассматривал В.А. Власов [9]. Исследуются и современные тенденции развития жилищного строительства, особенно в части проблемы снижения доступности жилья для дальневосточников [10–13]. В работах О.В. Обуховой и Т.И. Гориной рассмотрена реализация программы «Дальневосточная ипотека» [14; 15]. Данные исследователи указывают как на положительный эффект от применения этой меры поддержки, так и на негативные последствия, которые она вызвала, в частности, рост цен на жилье в регионах ДФО.

Несмотря на обстоятельный анализ сферы жилищного строительства в ДФО, сравнительный анализ действующих в РФ льготных ипотечных программ с программой «Дальневосточная ипотека» не проведен.

¹ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя. Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/40466> (дата обращения: 29.11.2023).

² Единая межведомственная информационно-статистическая система. Паспорт федерального проекта «Жилье». Режим доступа: <https://www.minstroyrf.gov.ru/docs/139874/> (дата обращения: 29.11.2023).

³ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Введено в действие общей площади жилых домов. Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/30954> (дата обращения: 29.11.2023).

⁴ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя. Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/40466> (дата обращения: 29.11.2023).

Это представляется важным, поскольку не все категории граждан могут претендовать на получение «Дальневосточной ипотеки». Кроме того, несмотря на то что во многих исследованиях говорится о снижении доступности жилья, в данной работе утверждается обратное – напротив, благодаря программам льготного ипотечного кредитования доступность повысилась, хотя востребованность таких мер поддержки в ДФО ниже, чем по России.

Цель настоящего исследования – разработка предложений по совершенствованию мер поддержки рынка строительства многоквартирных домов (далее – МКД) в ДФО на основе комплексного изучения действующих льготных программ кредитования граждан, направленных на повышение спроса.

МЕТОДЫ И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для выявления проблем осуществления поддержки жилищного строительства МКД на территории ДФО проведены сбор, обработка и интерпретирование статистических данных Федеральной службы государственной статистики, Проектных деклараций на сайте Единой информационной системы жилищного строительства, сообщений средств массовой информации, а также публикаций Банка России и финансового института развития «ДОМ.РФ». В частности, рассмотрены объем строительства МКД в стадии строительства, основные показатели жилищного строительства, стоимость строительства и объем ипотечного кредитования в ДФО.

Посредством использования метода догматического толкования нормативных правовых актов изучены постановления Правительства РФ и региональные нормативные акты, касающиеся введения мер поддержки жилищного строительства. Проведен анализ государственных программ РФ «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» и «Комплексное развитие сельских территорий».

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В 2020–2022 гг. прирост ввода МКД в макрорегионе, составил 23,9 % к уровню 2019 г. и более чем в пять раз превысил показатель в целом по стране (4,2 %). Положительная динамика отмечена в 7 регионах ДФО⁵. По состоянию на 31 декабря 2022 г. объем многоквартирного жилья в ДФО, находящегося в стадии строительства, вырос относительно начала 2020 г. в 1,8 раза до 3,8 млн м². В I квартале 2023 г. показатель увеличился еще на 252 тыс. м².

Почти половина строящегося многоквартирного жилья приходится на Приморский край (47,8 %). Всего по состоянию на 31 декабря 2022 г. на территории макрорегиона в стадии строительства находилось 542 МКД, что на 240 домов больше, чем на начало 2020 г. В структуре строящегося жилья в ДФО преобладают малогабаритные квартиры. По состоянию на 31 марта 2023 г. однокомнатные квартиры в новостройках составляют 57,1 % (РФ – 53,0 %), двухкомнатные – 30,0 % (РФ – 32,4 %), трехкомнатные – 12,0 % (РФ – 13,0 %), четырехкомнатные и более – 0,7 % (РФ – 1,6 %)⁶.

Большой объем предложения малогабаритного жилья связывается с его сравнительной ценовой доступностью для жителей макрорегиона в условиях объективно более высокой стоимости строительства на Дальнем Востоке вследствие природно-климатических условий, высоких транспортно-логистических издержек и применения особых условий оплаты труда. Так, в декабре 2021 г. строительным организациям, реализующим проекты на территории макрорегиона, бетон и сталь арматурная обходились дороже на 12 %, цементы общестроительные – на 85 %, растворы строительные – на 39 %, пластмассовые оконные блоки – на 29 %, стеновые железобетонные блоки – на 13 %⁷.

Доля расходов на оплату труда с учетом обязательных страховых взносов в структуре затрат строителей на Дальнем Востоке выше, чем в целом по стране. Их доля составила 31,9 % при среднероссийском уровне в 25,1 %. По итогам 2022 г. размер среднемесячной заработной платы работников, занятых в строительстве жилых и нежилых зданий на Дальнем Востоке, превысил размер оплаты труда данной категории работников в стране на 23,4 %. Кроме того, на рост стоимости строительства МКД оказывает влияние переход к механизму проектного финансирования, что повышает защищенность покупателей жилья, но приводит к увеличению расходов организаций на уплату банковских процентов.

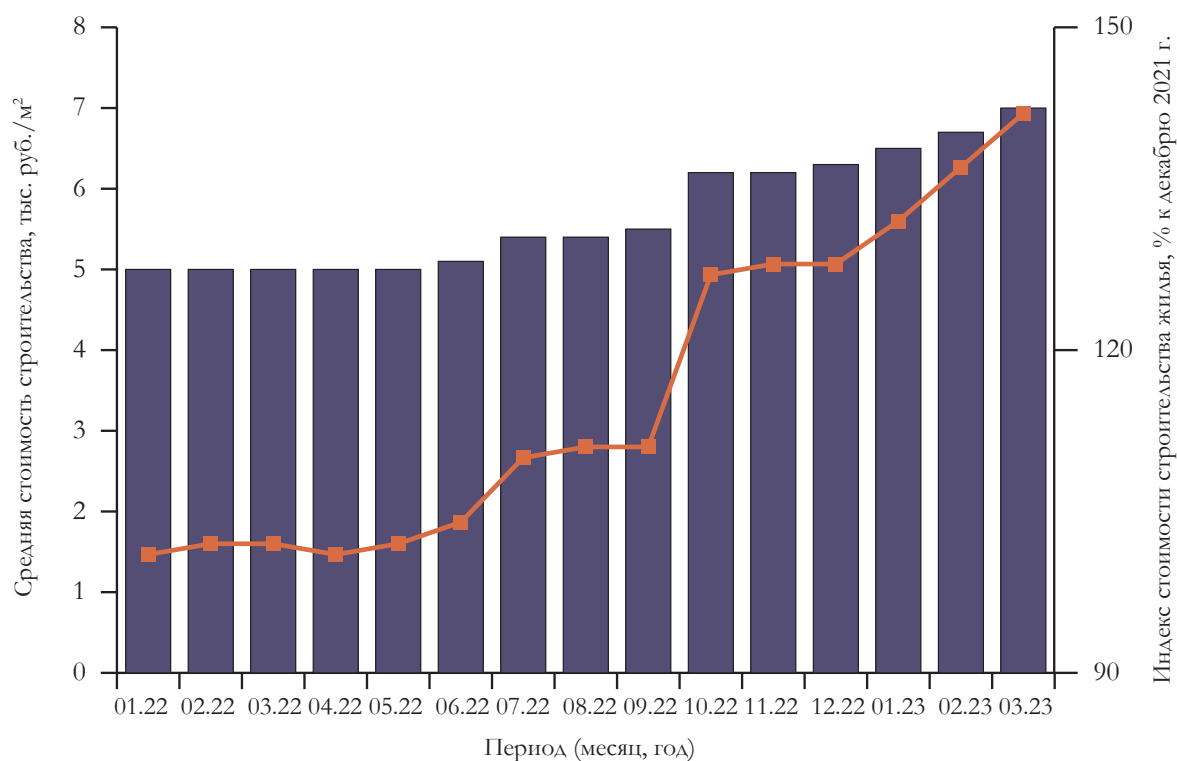
⁵ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Введено в действие общей площади жилых домов (оперативные данные). Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/34118> (дата обращения: 29.11.2023).

⁶ Единая информационная система жилищного строительства. Основные показатели жилищного строительства. Режим доступа: <https://xn--80az8a.xn--d1aqf.xn--p1ai/> (дата обращения: 29.11.2023).

⁷ Федеральная служба государственной статистики. Средние цены на приобретенные строительными организациями основные материалы, детали и конструкции. Режим доступа: http://bi.gks.ru/biportal/contourbi.jsp?allsol=1&solution=Dashboard&project=%2FDashboard%2Fmanufacturers_prices (дата обращения: 29.11.2023).

Влияние на ценообразование может оказывать монополизация отрасли, но в ДФО рынок строительства МКД является конкурентным. По итогам 2022 г. индекс Херфиндаля-Хиршмана (ННН) составил 0,01, а на рынке осуществляли деятельность 188 девелоперов, из которых 176 работали исключительно в макрорегионе⁸. Тем не менее большинство компаний-девелоперов (67 %, или 125 компаний), – небольшие, размер их активов в 2019–2022 гг. не превышал 1 млрд руб. Следовательно, они имеют ограниченные возможности для привлечения финансовых ресурсов и диверсификации рисков, что влияет на динамику стоимости строительства.

Средняя стоимость строительства 1 м² жилья в ДФО в декабре 2022 г. по отношению к декабрю 2021 г. увеличилась на 28,1 % и составила 62,7 тыс. руб. (рис. 1). При этом в разрезе регионов ДФО отмечается значительная дифференциация стоимости строительства. Так, в Приморском крае и Сахалинской области затраты на строительство жилья почти в два раза выше, чем в Республике Бурятия.



Составлено авторами по материалам исследования⁹

Рис. 1. Стоимость строительства 1 м² общей площади в ДФО

Значимое стимулирующее воздействие на рынок МКД оказывает реализация программ ипотечного кредитования с государственной поддержкой: «Льготная ипотека», «Семейная ипотека», «Дальневосточная ипотека», «Сельская ипотека», «ИТ-ипотека»^{10,11,12,13,14}.

⁸ Единая информационная система жилищного строительства. Основные показатели жилищного строительства. Режим доступа: <https://xn--80az8a.xn--d1aqf.xn--p1ai/> (дата обращения: 29.11.2023).

⁹ Единая информационная система жилищного строительства. Проектные декларации ЕИСЖС. Режим доступа: <https://xn--80aiybh2d.xn--p1ai/> (дата обращения: 29.11.2023).

¹⁰ Российская Федерация. Постановление Правительства РФ от 7 декабря 2019 г. № 1609 «Об утверждении условий программы «Дальневосточная ипотека»». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_339796/ (дата обращения: 29.11.2023).

¹¹ Российская Федерация. Постановление Правительства РФ от 30 апреля 2022 г. № 805 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета акционерному обществу «ДОМ.РФ» в виде вклада в имущество акционерного общества «ДОМ.РФ», не увеличивающего его уставный капитал, на цели возмещения кредитным и иным организациям недополученных доходов по жилищным (ипотечным) кредитам (займам), выданным работникам аккредитованных организаций, осуществляющих деятельность в области». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_416370/ (дата обращения: 29.11.2023).

¹² Российская Федерация. Постановление Правительства РФ от 30 ноября 2019 г. № 1567. Режим доступа: <https://base.garant.ru/73186746/> (дата обращения: 29.11.2023).

¹³ Российская Федерация. Постановление Правительства РФ от 23 апреля 2020 г. № 566 «Об утверждении Правил возмещения кредитным и иным организациям недополученных доходов по жилищным (ипотечным) кредитам (займам), выданным гражданам Российской Федерации в 2020–2024 годах». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_351097/ (дата обращения: 29.11.2023).

¹⁴ Российская Федерация. Постановление Правительства РФ от 30 декабря 2017 г. № 1711 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета акционерному обществу «ДОМ.РФ» в виде вкладов в имущество акционерного общества «ДОМ.РФ», не увеличивающих его уставный капитал, для возмещения российским кредитным организациям и акционерному обществу «ДОМ.РФ» недополученных доходов по выданным (приобретенным) жилищным (ипотечным) кредитам (займам), предоставленным гражданам Российской Федерации, имеющим детей, и Правил возмещения российским кредитным организациям и акционерному обществу «ДОМ.РФ» недополученных доходов по выданным (приобретенным)

Ключевые параметры программы «Дальневосточная ипотека», наиболее востребованной в ДФО, сохраняют стабильность, что выгодно отличает ее от «Льготной ипотеки». Срок программы, истекающий в 2024 г., заблаговременно продлен до 2030 г. Основные изменения в порядок предоставления поддержки касались расширения перечня лиц, которые могут на нее претендовать, и направлений кредитования. Популярность программы обусловлена в том числе самой низкой ставкой (до 2 %) по сравнению с другими мерами поддержки.

Программы «Семейная ипотека» и «Сельская ипотека» также предусматривают особые условия для жителей ДФО. Для «Семейной ипотеки» это более низкая максимальная ставка по кредиту (до 5 %, остальные субъекты РФ – до 6 %), для «Сельской ипотеки» – увеличенный размер кредита (до 5 млн руб., в большинстве других субъектов РФ – до 3 млн руб.). Несмотря на отмеченные преференции, вышеуказанные программы уступают по привлекательности программе «Дальневосточная ипотека» и могут представлять интерес для тех домохозяйств, которые не могут ей воспользоваться.

Программа «ИТ-ипотека» характеризуется узким кругом потенциальных получателей (сотрудники компаний, аккредитованных в Министерстве цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ) и не содержит преференций для жителей ДФО. Внесение изменений в правила предоставления поддержки для повышения ее востребованности не представляется целесообразным, так как ключевые параметры «Дальневосточной ипотеки» более привлекательны, в том числе для работников отрасли информационных технологий.

С 2019 г. по 2021 г. количество предоставленных населению ДФО ипотечных кредитов увеличилось в 1,6 раза до 110 тыс. ед., а их объем – в 2,2 раза до 375,2 млрд руб.¹⁵. Всего за 2022 г. в ДФО выдано 87,0 тыс. ипотечных кредитов на общую сумму 344,9 млрд руб., что на 21 % в количественном и на 8 % в стоимостном выражении ниже значений предыдущего года.

Самым популярным кредитным продуктом с государственной поддержкой в целом по стране стала программа «Льготная ипотека», запущенная в 2020 г. как мера поддержки строительства МКД в период действия противопандемийных ограничений. Срок действия программы первоначально планировался до 1 ноября 2020 г. В дальнейшем не только продлевался срок программы, но и менялись ее ключевые параметры, в частности, в отношении процентной ставки поправки вносились пять раз.

Нестабильность условий государственной поддержки приводила к росту волатильности спроса и неопределенности на жилищном рынке. В ДФО наиболее высоким спросом пользовались кредиты по программе «Дальневосточная ипотека» – 32,3 % от общей суммы ипотечных кредитов за год (111,3 млрд руб.). На программу «Льготная ипотека» в макрорегионе пришлось лишь 4,4 % от общего объема ипотечного кредитования, на программы «Семейная ипотека», «Сельская ипотека» и «ИТ-ипотека» – 2,5 %, 0,5 % и 0,1 % соответственно. Несмотря на наличие специализированной программы для дальневосточников, доля кредитов в макрорегионе, полученных по программам ипотечного кредитования с государственной поддержкой, ниже, чем в целом по стране (ДФО – 39,7 %, РФ – 48,0 %), что показывает малую доступность данных программ для населения^{16,17}.

Наиболее востребованы ипотечные кредиты с государственной поддержкой у жителей Приморского края – доля льготных программ в ипотечном кредитовании составила 52,5 % при объеме 42,5 млрд руб. На втором месте Республика Саха (Якутия) – 47,0 % при объеме 30,1 млрд руб., на третьем – Амурская область с долей 44,4 % при объеме 15,8 млрд руб. Низкая востребованность отмечена в регионах с малым объемом строительства нового жилья (табл. 1).

Положительная динамика выдачи ипотечных кредитов с государственной поддержкой наблюдается с 2019 г. в связи с запуском новых льготных продуктов и расширением условий участия в действующих программах. В 2022 г. сумма выданных кредитов с государственной поддержкой в ДФО составила 136,9 млрд руб. с ростом к предыдущему году в 1,4 раза (табл. 2).

Важным трендом развития ипотечного рынка стало снижение доли ипотечных кредитов с государственной поддержкой, направленных на покупку жилья в строящихся МКД. За 2019–2022 гг. их доля

жилищным (ипотечным) кредитам (займам), предоставленным гражданам Российской Федерации, имеющим детей». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_287440/ (дата обращения: 29.11.2023).

¹⁵ Центральный банк Российской Федерации. Показатели рынка жилищного (ипотечного жилищного) кредитования. Режим доступа: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/mortgage/ (дата обращения: 29.11.2023).

¹⁶ Центральный банк Российской Федерации. Показатели рынка жилищного (ипотечного жилищного) кредитования. Режим доступа: https://www.cbr.ru/statistics/bank_sector/mortgage/ (дата обращения: 29.11.2023).

¹⁷ НАИШ.ДОМ.РФ. Единая отчетность по льготному ипотечному кредитованию ДОМ.РФ. Режим доступа: <https://xn--80az8a.xn--d1aqf.xn--p1ai/> (дата обращения: 29.11.2023).

снизилась на 35,8 п.п. до 61,7 %. Одновременно доля льготных кредитов на индивидуальное жилищное строительство (далее – ИЖС) выросла с 0 до 15,7 %, прирост удельного веса кредитов на покупку жилья на вторичном рынке составил 20,1 п.п. – до 22,6 %.

Таблица 1

Объем выданных ипотечных кредитов с государственной поддержкой в 2022 г.

Территория	Объем выданных ипотечных кредитов, млрд руб.	Объем выданных ипотечных кредитов с государственной поддержкой, млрд руб.	Доля ипотечных кредитов с государственной поддержкой, %
ДФО	344,9	136,9	39,7
Республика Бурятия	28,1	9,5	33,7
Республика Саха (Якутия)	64,1	30,1	47,0
Забайкальский край	29,9	7,9	26,5
Камчатский край	14,6	1,3	9,3
Приморский край	81,0	42,5	52,5
Хабаровский край	55,5	19,2	34,6
Амурская область	35,5	15,8	44,4
Магаданская область	7,7	1,7	21,9
Сахалинская область	22,0	8,0	36,5
Еврейская автономная область	3,8	0,3	7,2
Чукотский автономный округ	2,9	0,6	21,6

Составлено авторами по материалам источника¹⁸

Таблица 2

Динамика ипотечных кредитов с государственной поддержкой в ДФО

Год	«Льготная ипотека», млрд руб.	«Семейная ипотека», млрд руб.	«Сельская ипотека», млрд руб.	«Дальневосточная ипотека», млрд руб.	Всего
2019	–	4,25	–	0,38	4,63
2020	7,31	3,61	4,19	52,88	67,99
2021	12,00	4,52	5,17	73,87	95,56
2022	15,25	8,58	1,62	111,28	136,73

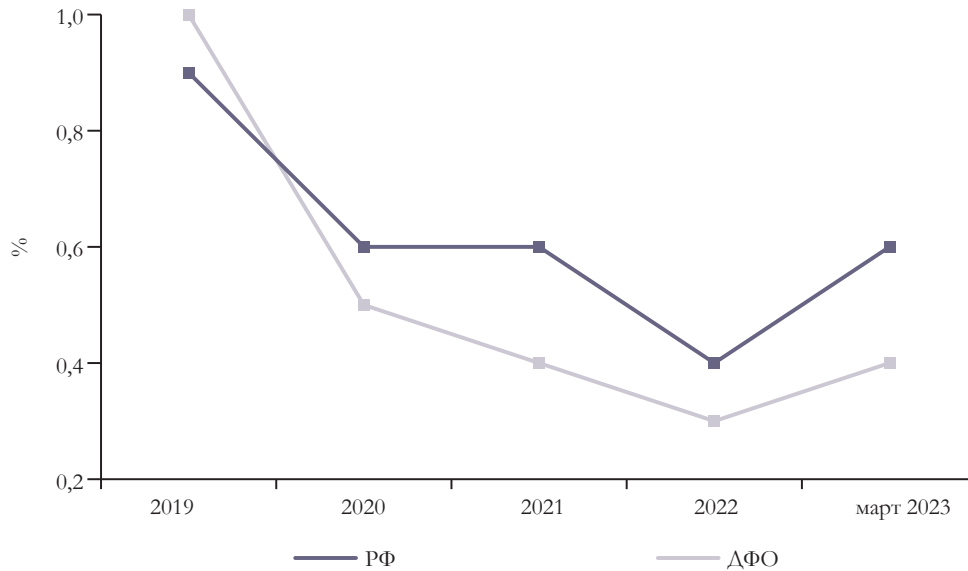
Составлено авторами по материалам источника¹⁹

В 2022 г. наиболее динамично росло льготное кредитование ИЖС в Республике Саха (Якутия) – в 7,3 раз к 2021 г. Одной из причин перетока средств в сферу кредитования ИЖС и вторичного рынка является значительное удорожание жилья в новостройках. Кроме того, наиболее популярная программа «Дальневосточная ипотека» позволяет использовать льготный кредит для покупки любых жилых объектов, в том числе на вторичном рынке на сельских территориях или на территории моногородов в ДФО. Особенно востребована данная опция в сельских поселениях, расположенных рядом с региональными центрами.

Рост доли льготного ипотечного кредитования привел к снижению средневзвешенных процентных ставок, прежде всего по кредитам на покупку жилья на первичном рынке. Процентная ставка по ипотечному кредиту на покупку жилья по договору долевого участия снизилась в 2022 г. на 6,1 п.п. по отношению к 2019 г., составив 3,4 % (РФ – 4,3 %). Ценовые условия программы «Дальневосточная ипотека» (ставка по кредиту – до 2 %) в сравнении с наиболее востребованными в целом по стране программами «Льготная ипотека» (7 %) и «Семейная ипотека» (6 %) способствовали формированию ставки по ипотечным кредитам в значениях ниже среднероссийских (рис. 2).

¹⁸ НАИШ.ДОМ.РФ. Единая отчетность по льготному ипотечному кредитованию ДОМ.РФ. Режим доступа: <https://xn--d1aqf.xn--p1ai/programmy-gosudarstvennoj-podderzhki/report/?program=> (дата обращения: 29.11.2023).

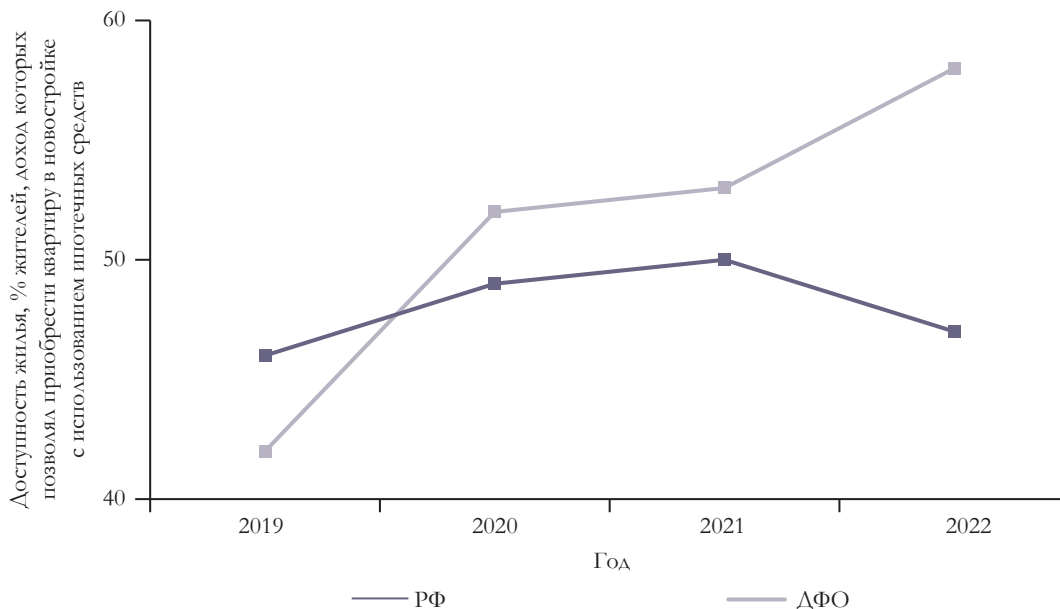
¹⁹ НАИШ.ДОМ.РФ. Единая отчетность по льготному ипотечному кредитованию ДОМ.РФ. Режим доступа: <https://xn--d1aqf.xn--p1ai/programmy-gosudarstvennoj-podderzhki/report/?program=> (дата обращения: 29.11.2023).



Составлено авторами по материалам источника²⁰

Рис. 2. Динамика средневзвешенной процентной ставки по ипотечным кредитам на покупку жилья по договору долевого участия

Запуск программ ипотечного кредитования с государственной поддержкой и расширение условий участия в них обеспечили увеличение доступности жилья для населения. За период с 2019 г. показатель в ДФО вырос на 16 п.п. (рис. 3), и в 2022 г. доход 58 % домохозяйств макрорегиона позволял приобрести квартиру в новостройке с использованием ипотечных средств, что на 1 п.п. выше, чем в среднем по стране.



Составлено авторами по материалам источника²¹

Рис. 3. Динамика доступности жилья на первичном рынке жилья

²⁰ Единая информационная система жилищного строительства. Ипотечное кредитование. Режим доступа: <https://xn--80az8a.xn--d1aqf.xn--p1ai/> (дата обращения: 29.11.2023).

²¹ Российская Федерация. Приказ Министерства строительства Российской Федерации от 18 апреля 2019 г. № 228/пр. «Об утверждении официальной статистической методологии мониторинга достижения целей национального проекта «Жилье и городская среда». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_374711/ (дата обращения: 29.11.2023).

В то же время приобретение жилья по низким процентным ставкам стало осуществляться в качестве инвестиций для дальнейшей перепродажи, что нельзя в полной мере считать повышением доступности обеспеченности жильем населения [16].

Относительно 2019 г. рост доступности жилья на первичном рынке отмечался во всех регионах ДФО (табл. 3).

Таблица 3

Доступность жилья на первичном рынке

Территория	2019 г., %	2020 г., %	2021 г., %	2022 г., %	Прирост в 2022 г. к 2019 г., п.п.
РФ	46	49	50	57	+ 11
ДФО	42	52	53	58	+ 16
Республика Бурятия	45	57	55	66	+ 21
Республика Саха (Якутия)	45	63	62	67	+ 22
Забайкальский край	32	41	43	46	+ 14
Камчатский край	62	73	71	77	+ 15
Приморский край	29	46	49	47	+ 18
Хабаровский край	51	61	57	71	+ 20
Амурская область	43	50	49	56	+ 13
Магаданская область	н/д	71	77	74	н/д
Сахалинская область	43	54	69	70	+ 27
Еврейская автономная область	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д
Чукотский автономный округ	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д

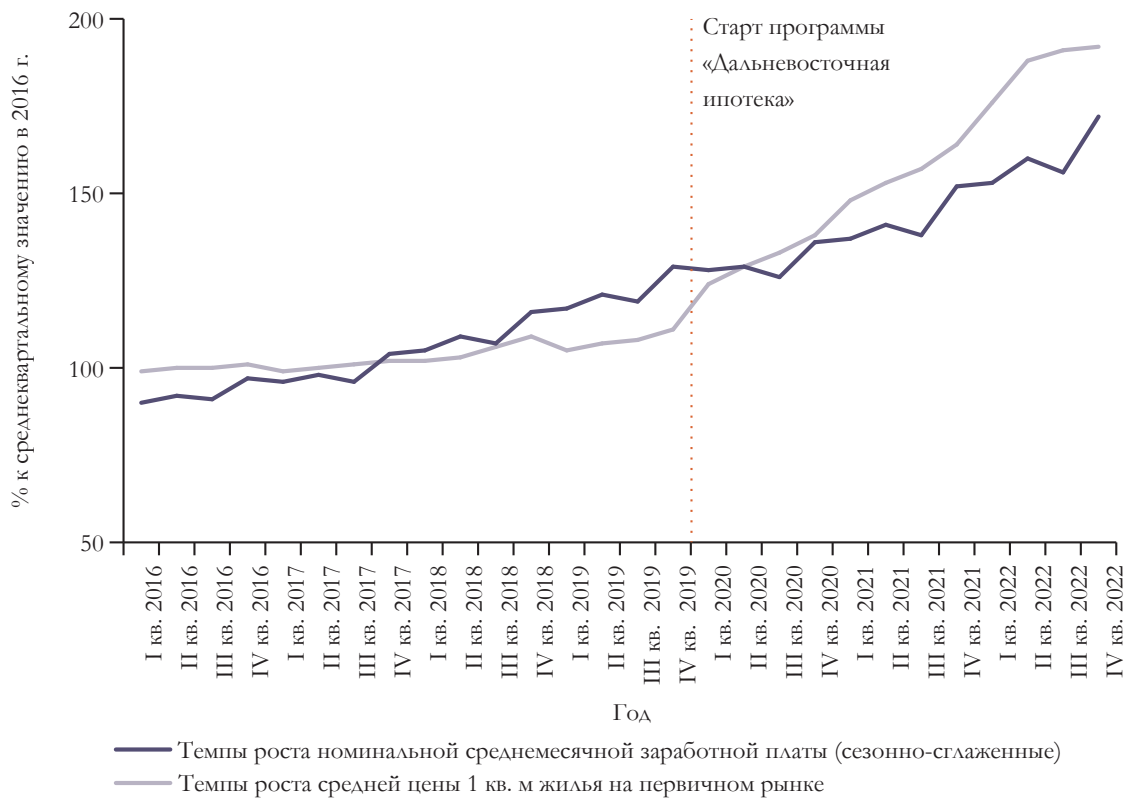
Составлено авторами по материалам источника²²

В 2022 г. тройку лидеров сформировали Камчатский край, где доля домохозяйств с доходом, позволяющим приобрести квартиру в ипотеку, составила 77 %, Магаданская область – 74 %, Хабаровский край – 71 %. Наименьшая доступность жилья отмечена в Забайкальском крае – 46 %, Приморском крае – 47 % и Амурской области, где квартира в ипотеку доступна 56 % домохозяйств.

Обратной стороной повышения доступности приобретения жилья в ипотеку стал рост его стоимости, темпы которого опережали динамику доходов населения. Со старта программы «Дальневосточная ипотека» цены на жилье (первичный рынок) увеличились в соответствующем периоде 2022 г. в 1,7 раза относительно IV квартала 2019 г., номинальная заработная плата – в 1,3 раза (рис. 4). До IV квартала 2019 г. динамика номинальных заработных плат опережала темпы роста стоимости жилья.

Темпами, опережающими средние по макрорегиону, в период с IV квартала 2019 г. по соответствующий период 2022 г. росли цены на первичном рынке в трех регионах ДФО: Республике Саха (Якутия) (в 2 раза), Амурской области (в 1,9 раза) и Камчатском крае (в 1,8 раза). Сдержанный рост цен наблюдался в Сахалинской области (в 1,3 раза), Забайкальском и Хабаровском краях (в 1,5 раза). Максимальная цена жилья зафиксирована в Приморском крае (151,4 тыс. руб. за 1 м²), Магаданской (147,7 тыс. руб. за 1 м²) и Сахалинской (137,9 тыс. руб. за 1 м²) областях, минимальная – в Республике Бурятия (78,0 тыс. руб. за 1 м²) (табл. 4).

²² Российская Федерация. Приказ Министерства строительства Российской Федерации от 18 апреля 2019 г. № 228/пр. «Об утверждении официальной статистической методологии мониторинга достижения целей национального проекта “Жилье и городская среда”. Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_374711/ (дата обращения: 29.11.2023).



Составлено авторами по материалам источника^{23,24}

Рис. 4. Динамика темпов роста номинальной заработной платы и средней цены 1 м² жилья на первичном рынке ДФО

Таблица 4

Показатели стоимости 1 м² жилья на первичном рынке

Территория	Стоимость 1 м ² , тыс. рублей		Темпы роста стоимости 1 м ² в IV квартале 2022 г. к IV кварталу 2019 г., раз
	в IV квартале 2019 г.	в IV квартале 2022 г.	
РФ	64,1	122,3	1,9
ДФО	73,4	126,8	1,7
Республика Бурятия	46,3	78,0	1,7
Забайкальский край	80,5	124,1	1,5
Республика Саха (Якутия)	61,1	122,9	2,0
Камчатский край	66,7	121,6	1,8
Приморский край	93,8	151,4	1,6
Хабаровский край	72,0	110,0	1,5
Амурская область	64,0	124,2	1,9
Магаданская область	н/д	147,7	н/д
Сахалинская область	105,8	137,9	1,3
Еврейская автономная область	40,0	н/д	н/д
Чукотский автономный округ	н/д	н/д	н/д

Составлено авторами по материалам источника^{25,26}

²³ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Индексы цен на рынке жилья. Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/30925> (дата обращения: 29.11.2023).

²⁴ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата. Режим доступа: <https://fedstat.ru/indicator/55103> (дата обращения: 29.11.2023).

²⁵ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Средняя цена 1 кв. м общей площади квартир на рынке жилья. Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/31452> (дата обращения: 29.11.2023).

²⁶ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Индексы цен на рынке жилья. Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/30925> (дата обращения: 29.11.2023).

С 2019 г. по 2022 г. средний срок по ипотеке, выданной на покупку жилья по договору долевого участия в ДФО, вырос на пять лет, достигнув 22 лет (РФ – 24 года). Для наименее обеспеченных жителей макрорегиона срок, который требуется, чтобы накопить на квартиру площадью 54 м² при условии направления в сбережения всех доходов, за этот же период вырос на три года до 11 лет. Разрыв в темпах роста номинальной заработной платы и средней цены 1 м² жилья на первичном рынке указывает, что достигнутые показатели доступности жилья не являются устойчивыми. Ужесточение условий кредитования или сокращение объемов государственной поддержки приведет к снижению доступности жилья и спроса на рынке, если в среднесрочном периоде доходы дальневосточников будут расти темпами ниже среднероссийских.

Быстрый рост цен, вызванный стартом программ ипотечного кредитования с государственной поддержкой, в совокупности с использованием застройщиками проектного финансирования через эскроу счета подтолкнул застройщиков увеличить предложение. Расширение портфеля строительства происходит темпами, опережающими рост объема продаж жилья, в результате чего запасы непроданных площадей увеличиваются.

На основе анализа данных проектных деклараций объектов, введенных в эксплуатацию в 2022 г., распроданность многоквартирного жилья на территории макрорегиона составляет 76,2 % (РФ – 78,0 %), а рентабельность строительства в целом по ДФО – 18,0 % (РФ – 20 %). Наиболее высокий в макрорегионе показатель рентабельности отмечается в Хабаровском крае – 67,0 % – при максимальной среди регионов ДФО доле распроданного жилья в 88,8 %. Самый низкий показатель – в Сахалинской области (66,6 %), что определяет последнее место региона в ДФО по уровню рентабельности (– 22,5 %) (табл. 5).

Таблица 5

**Показатели распроданности и рентабельности строительства МКД в ДФО
на этапе ввода в эксплуатацию в 2022 г.**

Территория	Доля распроданной жилой площади, %	Рентабельность строительства, %
РФ	78,0	20,0
ДФО	76,2	18,0
Республика Бурятия	83,0	25,7
Республика Саха (Якутия)	81,8	– 3,4
Забайкальский край	86,0	52,2
Камчатский край	н/д	н/д
Приморский край	67,5	11,2
Хабаровский край	88,8	67,0
Амурская область	74,6	5,1
Магаданская область	н/д	н/д
Сахалинская область	66,6	– 22,5
Еврейская автономная область	н/д	н/д
Чукотский автономный округ	н/д	н/д

Составлено авторами по материалам источника²⁷

Наблюдаемые уровни распроданности сигнализируют о слабом спросе на новостройки при сдерживании запуска новых проектов ограниченностью ресурсов для ведения строительных работ с риском ухудшения финансового положения застройщика.

Предоставление скидок для стимулирования продаж доступно преимущественно крупным застройщикам с разнообразным портфелем проектов и высоким уровнем финансовой устойчивости. Для небольших региональных застройщиков снижение цен на жилищном рынке приведет к сокращению стоимости залоговых активов и, следовательно, снижению доступности банковского финансирования.

Более вероятным может стать сокращение объемов строительства в качестве реакции на ослабление спроса. Замедление темпов продаж строящегося жилья указывает, что стимулирующий эффект от ипотечных программ с государственной поддержкой сокращается. Дальнейшее увеличение объема

²⁷ Единая информационная система жилищного строительства. Проектные декларации ЕИСЖС. Режим доступа: <https://xn--80aiybh2d.xn--p1ai/> (дата обращения: 29.11.2023).

и количества льготных программ приведет к ускорению роста цен на жилье, которое будет невозможно компенсировать низкими ставками или увеличением срока кредита. Таким образом, источником устойчивого роста рынка жилья должно стать увеличение реальных денежных доходов населения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ текущей ситуации и действующих мер поддержки жилищного строительства позволяет сформировать перечень наиболее актуальных кратко- и долгосрочных вызовов и определить возможные ответы на них.

Необходимо повысить рост востребованности программы «Дальневосточная ипотека» посредством закрепления возможности сочетать ее с кредитом, взятым в рамках программы с займом на рыночных условиях. Данный механизм реализован в программах «Льготная ипотека» и «Семейная ипотека» и позволил увеличить максимальный размер кредита до 30 млн руб. в Москве, Санкт-Петербурге, Московской и Ленинградской областях и до 15 млн руб. в остальных регионах, при этом размер субсидируемого кредита остался на уровне 12 и 6 млн руб. соответственно.

Кроме того, необходимо увеличение предельного срока кредитования по программе «Дальневосточная ипотека» до 30 лет, сейчас он самый низкий (20 лет) среди ипотечных программ с государственной поддержкой в РФ. Увеличение срока позволит снизить размер ежемесячного платежа. Можно проработать вопрос расширения перечня получателей резидентов ДФО, для которых доступна субсидируемая государством ипотека, например, за счет тех, кто проработал в организациях-резидентах территорий опережающего развития и Свободного порта Владивосток не менее пяти лет [13]. Благодаря таким мерам может быть увеличена доля ипотечного кредитования с государственной поддержкой до 40 % от общего объема ипотеки в 2024 г., при этом дополнительного финансирования из бюджета не потребуются.

Неустойчивость строительства МКД к внешним шокам (рост процентных ставок, сокращение объемов финансирования) из-за высокой зависимости рынка жилья от программ ипотечного кредитования с государственной поддержкой, а также сокращение спроса на рынке жилья подчеркивают важность разработки программы поэтапного с 2025 г. снижения объемов ипотечного кредитования с государственной поддержкой в совокупности с повышением реальных денежных доходов населения за счет выполнения мероприятий Единого плана по достижению национальных целей развития РФ на период до 2024 г. и на плановый период до 2030 г.²⁸ и Национальной программы социально-экономического развития Дальнего Востока на период до 2024 г. и на перспективу до 2035 г.²⁹ При росте реального среднедушевого денежного дохода населения на 132 % в 2030 г. по сравнению с 2020 г. риски, связанные со спросом на жилье в МКД, будут снижены.

Список литературы

1. Власов С.А. Жилищное строительство на Дальнем Востоке (1946–1991 гг.). Владивосток: Дальнаука; 2008. 203 с.
2. Ноздрина Н.Н., Минченко М.М., Янков К.В. Анализ состояния жилищного фонда регионов Дальнего Востока. Проблемы прогнозирования. 2021;5:111–123. <https://doi.org/10.1134/S1075700721050105>
3. Богомолова Е.Ю., Молокова Д.М. Увеличение средней стоимости строительства квартиры в Иркутской области – фактор роста индивидуального жилищного строительства в регионе. Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018;4(7):205–208.
4. Трещевский Ю.И., Соболева А.А. Инструменты содействия развитию рынка жилищного строительства региона в условиях санкций: состояние и перспективы. Современная экономика: проблемы и решения. 2022;12(156):30–42. <https://doi.org/10.17308/meps/2078-9017/2022/12/30-42>
5. Цона Н.В. Оценка основных тенденций развития жилищного строительства в Российской Федерации. Экономика строительства и природопользования. 2018;4(69):33–38.
6. Саенко И.А., Астафьев С.А. Управление сферой жилищного строительства для повышения комфортности проживания населения при формировании проектов комплексного развития территорий. Красноярск: Сибирский федеральный университет; 2020. 160 с.

²⁸ Распоряжение Правительства РФ от 01.10.2021 N 2765-р «Об утверждении Единого плана по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года». Режим доступа: URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_398016/ (дата обращения: 29.11.2023).

²⁹ Распоряжение Правительства РФ от 24.09.2020 N 2464-р (ред. от 11.09.2023) «Об утверждении Национальной программы социально-экономического развития Дальнего Востока на период до 2024 года и на перспективу до 2035 года». Режим доступа: URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_363186/ (дата обращения: 29.11.2023).

7. Курманова А.Р., Садыкова А.И., Хабибуллин Р.Г. Тенденции развития сферы жилищного строительства в современных условиях. *Инновационное развитие экономики*. 2021;5(65):105–113. <https://doi.org/10.51832/2223-798420215105>
8. Викторов М.Ю., Берлович М.С. Выявление долгосрочных тенденций развития основных участников строительного рынка. *Экономика и предпринимательство*. 2020;12(125):1183–1187. <https://doi.org/10.34925/EIP.2021.125.12.236>
9. Власов С.А. Роль жилищного строительства в социальном развитии Дальнего Востока (1960–1980-е годы). *Вестник Челябинского государственного университета*. 2011;12(227):67–70.
10. Васильев П.П., Ноговицын Р.Р. Особенности внедрения проектного финансирования жилищного строительства в региональных условиях Севера. *Вестник Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова. Серия «Экономика. Социология. Культурология*. 2023;1:7–17. <https://doi.org/10.25587/SVFU.2023.79.98.001>
11. Ярашева А.В., Макаф С.В. Региональные жилищные проблемы населения: Дальневосточный федеральный округ. *Народонаселение*. 2022;3(25):89–102. <https://doi.org/10.19181/population.2022.25.3.7>
12. Брянцева И.В., Воронина Н.В. Перспективы развития доступного арендного жилья в Дальневосточном федеральном округе. *Вестник Тихоокеанского государственного университета*. 2023;2(69):117–124.
13. Минакир П.А., Найден С.Н. (ред.) Развитие экономики Дальнего Востока России: эффекты государственной политики: Монография. Хабаровск: Институт экономических исследований Дальневосточного отделения РАН; 2021. 208 с.
14. Обухова О.В., Полякова Е.М. Государственные программы «Дальневосточный гектар» и «Дальневосточная ипотека» как способы решения социально-экономических проблем ДФО. *Аграрный вестник Приморья*. 2020;2(18):84–86.
15. Горина Т.И. Дальневосточная ипотека: ожидания и реальность. *Финансовый менеджмент*. 2021;3:79–84.
16. Викторов М.Ю., Яськова Н.Ю. Анализ влияния коронакризиса на проблемный контур развития жилищного строительства. *Экономика и предпринимательство*. 2020;10(123):1093–1096. <https://doi.org/10.34925/EIP.2020.123.10.217>

References

1. Vlasov S.A. Housing construction in the Far East (1946–1991). Vladivostok: Dalnauka; 2008. 203 p. (In Russian).
2. Nozdrina N.N., Minchenko M.M., Yankov K.V. Analysis of the State of the Housing Stock of the Far Eastern Regions. *Studies on Russian Economic Development*. 2021;5:111–123. (In Russian). <https://doi.org/10.1134/S1075700721050105>
3. Bogomolova E.Yu., Molokova D.M. Increase in average cost of construction of an apartment in the Irkutsk region – a factor of growth of individual housing construction in the region. *Azimuth of Scientific Research: Economics and Administration*. 2018;4(7):205–208. (In Russian).
4. Treshchensky Yu.I., Soboleva A.A. Tools to assist market development in housing construction in the region under sanctions: status and prospects. *Modern Economics: Problems and Solutions*. 2022;12(156):30–42. (In Russian). <https://doi.org/10.17308/meps/2078-9017/2022/12/30-42>
5. Tsopa N.V. Assessment of the main tendencies in the residential building development in the Russian Federation. *Construction economic and environmental management*. 2018;4(69):33–38. (In Russian).
6. Saenko I.A., Astafiev S.A. Management of the housing construction sector to improve the living comfort of the population when forming projects for the integrated development of territories. Krasnoyarsk: Siberian Federal University; 2020. 160 p. (In Russian).
7. Kurmanova L.R., Sadykova A.I., Khabibullin R.G. Trends in the development of housing construction in modern conditions. *Innovative development of the economy*. 2021;5(65):105–113. (In Russian). <https://doi.org/10.51832/2223-798420215105>
8. Viktorov M.Yu., Berlovich M.S. Identification of long-term development trends of the main participants in the construction market. *Journal of Economy and entrepreneurship*. 2020;12(125):1183–1187. (In Russian). <https://doi.org/10.34925/EIP.2021.125.12.236>
9. Vlasov S.A. The role of housing construction in the social development of the Far East (1960–1980s). *Bulletin of the Chelyabinsk State University*. 2011;12(227):67–70. (In Russian).
10. Vasiliev P.P., Nogovitsyn R.R. The Implementation of Project Financing in Housing Construction in the Conditions of the North. *Vestnik of North-Eastern Federal University. Series “Economics, Sociology, Culturology”*. 2023;1:7–17. (In Russian). <https://doi.org/10.25587/SVFU.2023.79.98.001>
11. Yarasheva A.V., Makar S.V. Regional housing problems of the population: far Eastern Federal District. *Narodonaselenie*. 2022;3(25):89–102. (In Russian). <https://doi.org/10.19181/population.2022.25.3.7>
12. Bryantseva I.V., Voronina N.V. Prospects for the development of affordable rental housing in the Far Eastern Federal District. *Bulletin of PNU*. 2023;2(69):117–124. (In Russian).
13. Minakir P.A., Naiden S.N. (eds.) Development of the economy of the Russian Far East: effects of state policy. Khabarovsk: Institute of Economic Research of the Far Eastern Branch of the Russian Academy of Sciences; 2021. 208 p. (In Russian).

14. *Obukhova O.V., Polyakova E.M.* State programs «Far Eastern Hectar» and «Far Eastern Mortgage» as ways of solving the socio-economic problems of the FEFD. *Agrarian Bulletin of Primorye*. 2020;2(18):84–86. (In Russian).
15. *Gorina T.I.* Far Eastern Mortgage: expectations and reality. *Financial Management*. 2021;3:79–84. (In Russian).
16. *Viktorov M.Yu., Yaskova N.Yu.* Housing construction problematic vector of development: analysis of “coronacrisis” impact. *Journal of Economy and entrepreneurship*. 2020;10(123):1093–1096. (In Russian). <https://doi.org/10.34925/EIP.2020.123.10.217>

Анализ управленческого и организационного потенциала системы высшего образования Объединенной Республики Танзания с целью внедрения модели формирования экосознания студентов на русском языке

Никитин Николай Александрович

Зам. начальника отдела научных исследований и грантов

ORCID: 0000-0003-1387-2556, e-mail: nikitin@pgsga.ru

Самарский государственный социально-педагогический университет, г. Самара, Россия

Аннотация

Российская Федерация (далее – РФ) является одним из ключевых игроков в Африке. Развитие дипломатических, торговых, культурных отношений со странами Африки имеет важное значение в развитии экономических отношений РФ с внешним миром. В 2020–2022 гг., в период пандемии COVID-19, туристический поток из РФ в Танзанию увеличился, что привело к возросшему спросу на специалистов сферы услуг, знающих русский язык. Проведенное исследование позволило определить исторические особенности отношений Танзании и РФ и организационно-педагогический потенциал высшего образования Танзании с точки зрения внедрения модели формирования экологического сознания на русском языке. В стране реализуется 9 бакалаврских, 6 магистерских и одна докторская программа подготовки специалистов в области естественных наук, а также менеджмента в области экологии и туризма. Применение разработанных учебных программ, а также модели формирования экосознания студентов позволит получить до 10 специалистов уровня бакалавр (со знанием русского языка и естественно-научной терминологии) в течение срока освоения основной образовательной программы (три года); подготовка специалиста уровня магистр (со знанием русского языка и естественно-научной терминологии) имеет плановый показатель от трех до пяти специалистов в течение срока освоения основной образовательной программы (два года); подготовка специалиста уровня доктор философии (со знанием русского языка и знанием естественно-научно терминологии) – один–два специалиста. Сведения, полученные в ходе исследования, представляют интерес для министерств и ведомств РФ в части планирования международных мероприятий и сотрудничества.

Для цитирования: Никитин Н.А. Анализ управленческого и организационного потенциала системы высшего образования Объединенной Республики Танзания с целью внедрения модели формирования экосознания студентов на русском языке // Вестник университета. 2024. № 2. С. 66–73.

Ключевые слова

Танзания, система образования Танзании, высшее естественно-научное образование Танзании, управление в образовании, экологическое сознание, Россия и Африка, кадровый потенциал, туризм в Танзании

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства Просвещения Российской Федерации в рамках государственного задания № 073-00036-23-03 от 2 июня 2023 г.

Analysis of the higher education system managerial and organizational potential in the United Republic of Tanzania with the aim of implementing a model of students' eco-awareness formation in the Russian language

Nikolai A. Nikitin

Deputy Head of the Research and Grants Department
ORCID: 0000-0003-1387-2556, e-mail: nikitin@pgsga.ru

Samara State University of Social Science and Education, Samara, Russia

Abstract

Russia is one of the key players in Africa. The development of diplomatic, trade, cultural relations with African countries is important in creating Russian economic relations with the outside world. In 2020–2022, during the COVID-19 pandemic, the tourist flow from Russia to Tanzania increased, which led to an increased demand for service professionals who know the Russian language. The research conducted allowed to determine the historical peculiarities of relations between Tanzania and Russia and the organizational and pedagogical potential of higher education in Tanzania with the aim of implementing a model of eco-awareness formation in the Russian language. There are 9 bachelor's, 6 master's and one doctoral program of training specialists in the field of natural sciences, as well as management in the field of ecology and tourism. The application of the developed training programs, as well as the model of students' eco-awareness formation will allow to get up to 10 specialists of bachelor level (with knowledge of Russian and natural-scientific terminology) within the period of mastering the basic educational program (three years); training a specialist of master level (with knowledge of Russian and natural-scientific terminology) has a planned indicator from three to five specialists within the period of mastering the basic educational program (two years); training a specialist of doctoral level (with knowledge of Russian and natural-scientific terminology) has a planned indicator from one to two specialists. The information obtained in the course of the research is of interest for the ministries and departments of the Russian Federation in terms of planning international events and cooperation.

Keywords

Tanzania, education system in Tanzania, higher natural science education in Tanzania, management in education, environmental consciousness, Russia and Africa, human resources, tourism in Tanzania

Acknowledgements. The study was carried out with the financial support of the Ministry of Education of the Russian Federation within the framework of the state task No. 073-00036-23-03 from June 2, 2023.

For citation: Nikitin N.A. (2024) Analysis of the higher education system managerial and organizational potential in the United Republic of Tanzania with the aim of implementing a model of students' eco-awareness formation in the Russian language. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 66–73.



ВВЕДЕНИЕ

Современный этап развития внешней политики Российской Федерации (далее – РФ, Россия) имеет одним из основных направлений развитие и углубление сотрудничества со странами Африки в различных сферах деятельности. Связи в области торговли, промышленности, охраны окружающей среды, туризма и других сферах сотрудничества невозможны без развития системы образования на русском языке.

В рамках данного направления активную работу ведет Министерство просвещения РФ (далее – Минпросвещения РФ). Выпущено Распоряжение Минпросвещения РФ об утверждении ведомственной целевой программы по научно-методическому, методическому и кадровому обеспечению обучения русскому языку и языкам народов РФ¹.

Целями программы являются:

1) развитие применения русского языка как основы гражданской самоидентичности народов РФ, которая характеризуется увеличением численности педагогических работников, прошедших повышение квалификации и переподготовку по вопросам совершенствования норм и условий полноценного функционирования и развития русского языка как государственного языка РФ;

2) распространение и укрепление позиций русского языка и образования на русском языке в государствах-участниках Содружества Независимых Государств, в Республике Абхазия и в Республике Южная Осетия, а также в иностранных государствах, которые характеризуются увеличением количества проведенных комплексных мероприятий, направленных на продвижение, поддержку и укрепление позиций русского языка, а также на популяризацию российской науки, культуры и образования;

3) продвижение русского языка как основы культурного и образовательного единства народов РФ, эффективного международного общения, которое характеризуется увеличением количества проведенных мероприятий просветительского, образовательного и научно-методического характера, направленных на популяризацию русского языка, российского образования и культуры (в том числе олимпиад и конкурсов по русскому языку).

В рамках реализации Программы подведомственные Минпросвещению РФ организации осуществляют комплекс организационно-методических мероприятий с целью формирования теоретического, методического, управленческого, кадрового потенциала развития образования за рубежом на русском языке. Так, Самарский государственный социально-педагогический университет в рамках государственного задания Минпросвещения РФ реализует проект «Проектирование модели организационно-методического и кадрового обеспечения образовательной деятельности на русском языке в системе образования Танзании». В рамках проекта планируется создать модель формирования и функционирования программы дополнительного образования на русском языке и вводить ее поэтапную интеграцию в образовательную систему Танзании.

На сегодняшний день Танзания является одной из наименее развитых стран мира, однако обладает высоким потенциалом роста в некоторых секторах экономики, таких как туризм. На территории страны находятся всемирно известные памятники природы: национальный парк «Серенгети», высочайшая гора Африки Килиманджаро, озеро Виктория, остров Занзибар и др. Танзания, как и Россия, является участником Программы Организации Объединенных Наций по окружающей среде (United Nations Environment Program, ЮНЕП), в рамках которой одной из основных целей определено формирование целостного экологического сознания человека [1].

Совместная работа в данном направлении позволит укрепить двусторонние отношения, а организационно-методическая поддержка со стороны России во многом будет способствовать формированию местных институтов развития экологических движений. Перспективы развития туристического потока из России и насыщенность привлекательными туристическими объектами делают естественнонаучный и экологический секторы образования Танзании объектом пристального внимания с позиции оценки возможности внедрения моделей формирования экологического сознания студентов на русском языке. Это позволит обеспечить овладение местными специалистами биолого-географической и экологической терминологией на русском языке, что в дальнейшем позволит сформировать туристический и межкультурный кластер взаимодействия России и Танзании в данной экономической плоскости.

¹ Российская Федерация. Распоряжение Министерства просвещения Российской Федерации от 4 июня 2021 г. № Р-120 «Об утверждении ведомственной целевой программы “Научно-методическое, методическое и кадровое обеспечение обучения русскому языку и языкам народов Российской Федерации”». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_387426/ (дата обращения: 16.12.2023).

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Предметная область проводимого исследования находится на стыке управления, педагогики, отраслевого менеджмента и отчасти истории. Необходимым этапом является определение исторических особенностей развития территории, на которой планируется осуществление деятельности по внедрению педагогической модели в образовательную систему. С целью анализа исторических предпосылок отношений РФ и Объединенной Республикой Танзания проведен анализ исторических фактов, установлены основные этапы исторического развития страны и особенностей ее внутренней и внешней политики. Использовались общедоступные источники информации, такие как информационные сайты Министерства иностранных дел РФ, научные статьи, посвященные проблемам отраслевой структуры экономики Танзании, системе образования и ее особенностям.

В части анализа управленческого и кадрового потенциала системы высшего образования Танзании использовались работы советских специалистов, описывающие опыт организации образования на русском языке, и общепринятые методики анализа информации, находящейся в источниках открытого доступа, таких как агрегатор информации о высшем образовании, электронные ресурсы образовательных учреждений Танзании, размещенные в сети «Интернет», уставные документы, публикации в сети «Интернет» на русском языке, посвященные изучаемой проблеме².

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проводилось в течение 2023 г. Важнейшим пунктом выстраивания отношений между Самарским государственным социально-педагогическим университетом и Объединенной Республикой Танзания были контакты по линии Посольства РФ, визит делегации университета в Танзанию, а также контакты с Русским центром Университета Додоми.

Исторические предпосылки выстраивания отношений между Танзанией и Россией прослеживаются с 1964 г., с установления дипломатических отношений между Объединенной Республикой Танзания и Советским Союзом Социалистических Республик. Танзания образована после объединения Танганьики и острова Занзибар, являвшихся ранее протекторатами и колониями Великобритании. Государственными языками являются суахили (язык межэтнического общения, начального и среднего образования) и английский (язык высшего образования, судебной системы) [2]. В этноконфессиональном отношении Танзания представлена двумя неравными группами населения – автохтонное (представители местных племен группы банту, объединенных общим языком суахили) и аллохтонное (потомки переселенцев из стран Ближнего Востока, Индии, европейских государств). В конфессиональном отношении большая часть населения Танзании представлена христианами (католики, протестанты, англикане), около 30 % населения (в основном население Занзибара) исповедуют ислам суннитского толка, еще около 10 % – местные верования [3; 4].

Как указывают современные исследователи, Танзания ввиду постоянно растущего населения и преобладания в возрастной структуре молодежи в возрасте от 15 до 24 лет (более 64 % населения страны) будет играть важную роль в глобальных демографических процессах. Устойчивый экономический рост Танзании, обусловленный либерализацией части секторов экономики страны, сохранившийся, несмотря на экономический спад ряда крупных стран региона (Нигерия, Южно-Африканская Республика, Демократическая Республика Конго), показывает перспективы развития и углубления экономических связей с Россией [5–7].

Согласно приведенным данным демографической структуры населения Танзании, важнейшей областью сотрудничества между двумя странами будет образование. По данным современного экономического мониторинга и проведенных научных изысканий, Танзания показала значительный потенциал роста в области туризма и в ближайшее время способна стать одним из его центров в Африке [8–11].

Развитие высшего образования Танзании тесно связано с колониальным влиянием метрополии (Великобритания), а также деятельностью международных благотворительных организаций и фондов. Первые университеты были основаны во времена протектората в промежутке с 1961 г. по 1963 г. После обретения независимости наблюдалось несколько волн основания университетов – это 1964–1978 гг., 1978–1984 гг. и 1984–2011 гг. [12]. Всего в Танзании насчитывается 50 высших учебных заведений. Спецификой высшего образования республики можно считать преобладание дисциплин медицинского, пищевого и сельскохозяйственного профилей, учитывая сложное гуманитарное положение в стране.

²Free Apply. Официальный сайт. Режим доступа: <https://free-apply.com/ru> (дата обращения: 14.12.2023).

При поддержке программ Организации Объединенных Наций и стран, осуществляющих сотрудничество в Танзании, проводится подготовка специалистов естественно-научного профиля, проводится подготовка специалистов в рамках реализации программы изучения русского языка как иностранного [13].

Анализ общедоступных источников показал, что программы высшего образования, удовлетворяющие потребностям заказчика в части внедрения разрабатываемой модели формирования экологического сознания на русском языке, имеются в 9 учебных заведениях Танзании (табл. 1).

Таблица 1

Организационно-педагогический потенциал вузов Танзании для внедрения модели формирования экосознания студентов на русском языке

Учебное заведение	Программа подготовки (особенности/язык подготовки)		
	Бакалавриат	Магистратура	PhD
Открытый университет Танзании, факультет естественных наук и питания (Open University of Tanzania, https://www.out.ac.tz/)	–	Магистр биологии; магистр ботаники; магистр зоологии (MSc. in Biology (Thesis); MSc. in Botany (Thesis); MSc. in Zoology (Thesis); MSc. in Applied Biotechnology (Thesis))	–
Университет здравоохранения и смежных дисциплин Мухумбили (Muhimbili University of Health and Allied Sciences, https://muhas.ac.tz/)	Бакалавр биологии (Bachelor of Biological), язык подготовки: английский, суахили	–	–
Университет памяти Хуберта Кайруки (Hubert Kairuki Memorial University, http://www.hkmu.ac.tz/)	Бакалавр социальной помощи (Bachelor of Social Work), язык подготовки: английский, суахили	–	–
Педагогический колледж Мквава (Mkwawa University College of Education, https://www.mucea.ac.tz/)	Бакалавр химии (Bachelor of Science in Chemistry), язык подготовки: английский, суахили	–	–
Сельскохозяйственный университет Сокойне (Sokoine University of Agriculture, https://www.sua.ac.tz/)	Бакалавриат педагогическое образование (география и биология); бакалавр туристического менеджмента; бакалавр делопроизводства и информации; бакалавр в области экономики сельского хозяйства и агробизнеса; бакалавр в области экологии и менеджмента (Bachelor of Science with Education (Geography and Biology); Bachelor of Tourism Management; Bachelor of Information and Records Management; Bachelor of Science in Agricultural Economics and Agribusiness; Bachelor of Science in Environmental Sciences and Management), язык подготовки: суахили, английский	–	–

Учебное заведение	Программа подготовки (особенности/язык подготовки)		
	Бакалавриат	Магистратура	PhD
Педагогический колледж университета Дар эс Салам (Dar es Salaam University College of Education, https://www.udsm.ac.tz/)	Бакалавр биологии (Bachelor of Education in Science (Biology major))	Магистр образования (биология); магистр биологии и экологии (Master of Science with Education (Biology major); Master of Science in Environmental Biology), язык подготовки: английский, суахили	–
Африканский институт науки и техники им. Нельсона Манделы (Nelson Mandela African Institute of Science & Technology, https://nm-aist.ac.tz/)	–	Магистр экологии и инженерии (Master of Science in Environmental Science and Engineering)	Доктор философии по экологии и инженерии (PhD in Environmental Science and Engineering)
Колледж естественных и смежных наук университета Дар эс Салама (Dar Es Salaam University College Of Natural And Applied Sciences, https://www.udsm.ac.tz/)	Бакалавр химии (BSc in Chemistry) С возможностью дополнительной специализации в области биологии, математики, физики, географии, а также пищевой промышленности, язык подготовки: английский, суахили	–	–
Колледж наук о земле и инжиниринга Университета Додома (College of Earth Sciences and Engineering of University of Dodoma, https://www.udom.ac.tz/)	Бакалавр в области экологического инжиниринга; бакалавр экологии (Bachelor of Science in Environmental Engineering; Bachelor of Science in Environmental Sciences)	–	Doctor of Philosophy in Environmental Sciences (Thesis)

Составлено автором по материалам исследования

Согласно проанализированным данным, в настоящее время в Танзании реализуется 9 бакалаврских, 6 магистерских и одна докторская программа подготовки специалистов в области естественных наук, в том числе экологии, химии, биологии, географии, а также менеджмента в области экологии и туризма.

С точки зрения обеспечения кадрового потенциала будущих инициатив по развитию туристического сектора, а также экологических и образовательных программ на русском языке подготовка специалистов уровня бакалавр (со знанием русского языка и естественно-научной терминологии) имеет плановые показатели до 10 специалистов в течение срока освоения основной образовательной программы (три года); подготовка специалиста уровня магистр (со знанием русского языка и естественно-научной терминологии) имеет плановый показатель от трех до пяти специалистов в течение срока освоения основной образовательной программы (два года); подготовка специалиста уровня доктор философии (со знанием русского языка и знанием естественно-научно терминологии) – один–два специалиста.

Другим важным направлением сотрудничества РФ и Объединенной республики Танзания является сотрудничество в области добычи полезных ископаемых. Согласно официальным источникам, компания MANTRA Tanzania, являющаяся дочерним предприятием корпорации «Росатом», осуществляет разработку и добычу урановой руды в долине реки Мкужу. По заявлениям в прессе, компании потребуется до 1,7 тыс. работников. Знание русского языка определено в качестве опционального условия в исполнении пунктов соглашения о сотрудничестве.

Проведенный анализ потенциала учебных заведений показал недостаточный уровень кадрового потенциала для обеспечения планируемого запроса предприятий на работников, владеющих русским языком на начальном уровне. С учетом данной тенденции возможны проведение курсов русского языка как иностранного на базе существующей образовательной инфраструктуры, созданной при поддержке России, а также развитие новых учебных курсов в университетах Танзании и поддержка абитуриентов (информационная и материальная) в процессе их поступления в российские высшие учебные заведения на соответствующие специальности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Россия в настоящее время является важным экономическим игроком в Африке. Разработка и внедрение в образовательный процесс создания педагогических моделей обучения русскому языку и развития экологического сознания на русском языке являются важными компонентами двусторонних отношений. Анализ управленческого и кадрового потенциала образовательной системы Танзании позволит оценивать перспективы дальнейшего развития двусторонних отношений, в том числе в области образовательных, промышленных, строительных, туристических проектов. Проведенное исследование управленческого и кадрового потенциала показало наличие базовых управленческих и кадровых резервов для внедрения разработанных моделей, однако по нескольким направлениям имеется кадровый и базовый управленческий дефицит.

Применение современных отечественных управленческих моделей вкуче с разработкой и внедрением отечественных образовательных систем позволит России оставаться важным игроком во внутриполитическом пространстве Танзании и сопредельных суахилиязычных странах.

Список литературы

1. *Организация Объединенных Наций*. Организационные и финансовые мероприятия по международному сотрудничеству в области окружающей среды: резолюция 2997 (XXVII). Нью-Йорк: Организация Объединенных Наций; 1973. С. 55–59.
2. *Москвитина А.Ю.* Этносоциальные аспекты политической истории Занзибара. Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения. 2017;2(10):114–122. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu06.2017.202>
3. *Баницикова А.А., Пиваченко О.В.* Воспоминания об арабской работоторговле и межэтнические отношения в современной Танзании: между семейной травмой и государственной политикой толерантности. Антропологический форум. 2020;44:83–113.
4. *Дронова Д.А.* Индийцы Дар-эс-Салама. Этнографическое обозрение. 2014;5:175–185.
5. *Родионова И.А., Монге Э.С.* Проблема преодоления социально-экономической отсталости развивающихся стран на примере Танзании. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Международные отношения. 2014;2:158–168.
6. *Родионова И.А., Монге Э.С.* Экономическое развитие Танзании: особенности и тенденции (1970–2013 гг.). Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2015;2:66–77.
7. *Паттури Я.В., Маскаева А.И.* Анализ торговых отношений между Россией и Танзанией. Вестник Института экономики и управления Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. 2018;3(28):56–62.
8. *Богатырева Д.С.* Танзания как центр экологического туризма. В кн.: Изучение, сохранение и восстановление естественных ландшафтов: сборник статей VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Волгоград, 8–12 октября 2018 г. М.: Планета; 2018. С. 140–148.
9. *Долгов К.Д.* Восточноафриканское сообщество. Успехи и проблемы региональной интеграции. Международные отношения. 2018;4:112–123. <https://doi.org/10.7256/2454-0641.2018.4.26059>
10. *Карпова Ю.И., Куркуедова Н.А., Романова И.А.* Танзания как новый центр российского выездного туризма в период пандемии COVID-19. В кн.: Туристско-рекреационный комплекс в системе регионального развития: материалы IX Международной научно-практической конференции, Краснодар, 21–25 апреля 2021 г. Краснодар: Кубанский государственный университет; 2021. С. 197–201.
11. *Зинькина Ю.В.* Желаемая и реальная рождаемость в тропической Африке. Народонаселение. 2016;1(71):125–135.
12. *Костелянец С.В., Денисова Т.С.* Танзания: политическое развитие в контексте наследия Джулиуса Ньерере. Восток. Афро-Азиатские общества: история и современность. 2022;3:160–172. <https://doi.org/10.31857/S086919080018254-6>
13. *Долгова Е.Г.* Оптимизация обучения лексике иностранных студентов на практических занятиях по русскому языку как иностранному (на учебном материале для студентов республики Танзания). В кн.: Русский язык и литература в пространстве мировой культуры: материалы XIII Конгресса МАПРЯЛ, Гранада, 13–20 сентября 2015 г. СПб: МАПРЯЛ; 2015. С. 314–317.

References

1. *United Nations*. Organizational and financial arrangements for international cooperation in the field of the environment: Resolution 2997 (XXVII). New York: United Nations; 1973. Pp. 55–59. (In Russian).
2. *Moskvitina A.Yu.* Ethnosocial aspects in the political history of Zanzibar. *Bulletin of St. Petersburg University. Political Science. International Relations*. 2017;2(10):114–122. (In Russian). <https://doi.org/10.21638/11701/spbu06.2017.202>
3. *Banshchikova A.A., Ivanchenko O.V.* Memories of the Arab slave trade and interethnic relations in modern Tanzania: between family trauma and state policy of tolerance. *Anthropological Forum*. 2020;44:83–113. (In Russian).
4. *Dronova D.A.* Indians of Dar es Salaam. *Ethnographic Review*. 2014;5:175–185. (In Russian).
5. *Rodionova I.A., Monge E.S.* Problem of overcoming the socio-economic backwardness of the developing countries (case of Tanzania). *Vestnik RUDN. International Relations*. 2014;2:158–168. (In Russian).
6. *Rodionova I.A., Monge E.S.* Economic development in Tanzania: features and trends (1970–2013). *RUDN Journal of Economics*. 2015;2:66–77. (In Russian).
7. *Patturi Ya.V., Maskaeva A.I.* Analysis of trade relations between Russia and Tanzania. *Vestnik of Novgorod State University*. 2018;3(28):56–62. (In Russian).
8. *Bogatyreva D.S.* Tanzania as a center of ecological tourism. In: Study, conservation and restoration of natural landscapes: Proceedings of the VIII All-Russian scientific-practical conference with international participation, Volgograd, October 8–12, 2018. Moscow: Planeta; 2018. Pp. 140–148. (In Russian).
9. *Dolgov K.D.* East African Community. Successes and problems of regional integration. *International relations*. 2018;4:112–123. (In Russian). <https://doi.org/10.7256/2454-0641.2018.4.26059>
10. *Karpova Yu.I., Kurkuedova N.A., Romanova I.A.* Tanzania as a new center of Russian outbound tourism during the COVID-19 pandemic. In: Tourist and recreational complex in the system of regional development: Proceedings of the IX International Scientific and Practical Conference, Krasnodar, April 21–25, 2021. Krasnodar: Kuban State University; 2021. Pp. 197–201. (In Russian).
11. *Zinkina Yu.V.* Desirable and real fertility in tropical Africa. *Population*. 2016;1(71):125–135. (In Russian).
12. *Kostelyanets S.V., Denisova T.S.* Tanzania: Political Development in the Context of Julius Nyerere's Legacy. *Vostok. Afro-Aziatskie obshchestva: istoriia i sovremennost*. 2022;3:160–172. (In Russian). <https://doi.org/10.31857/S086919080018254-6>
13. *Dolgova E.G.* Optimization of vocabulary teaching of foreign students on practical courses in Russian as a foreign language (based on learning materials for the students of Republic of Tanzania). In: Russian language and literature in the space of world culture: Proceedings of the XIII Congress of International Association of Teachers of Russian Language and Literature, Granada, September 13–20, 2015. Saint Petersburg: International Association of Teachers of Russian Language and Literature; 2015. Pp. 314–317. (In Russian).

Управление культурой трудовых отношений промышленных предприятий Оренбургской области Российской Федерации

Ситжанова Акжан Мурзагудовна

Канд. экон. наук, доц. каф. управления персоналом, сервиса и туризма
ORCID: 0000-0002-4151-6842, e-mail: sithanovak@bk.ru

Шестакова Елена Валерьевна

Д-р экон. наук, зав. каф. управления персоналом, сервиса и туризма
ORCID: 0000-0001-8082-8286, e-mail: shestakovaev56@gmail.com

Прытков Ринад Михайлович

Ст. преп. каф. управления персоналом, сервиса и туризма
ORCID: 0000-0001-8541-6141, e-mail: r.prytkov@mail.ru

Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, Россия

Аннотация

Культура трудовых отношений является фундаментом для деятельности промышленных предприятий. Применение различных методов и методик диагностики культуры трудовых отношений позволяет получить полное представление о роли и оценке ее значимости в структуре предприятия и сформулировать системный подход к ее управлению. Исследована специфика процесса управления культурой трудовых отношений на промышленных предприятиях, описаны последовательность формирования и процедура преобразования этапов культуры трудовых отношений в инновационный тип. Авторы сформировали перечень уровней контроля реализации инновационного типа культуры трудовых отношений промышленных предприятий. Сгруппированы ведущие предприятия промышленного сектора экономики Российской Федерации и Оренбургской области Российской Федерации. Для оценки культуры трудовых отношений промышленных предприятий Оренбуржья проведен опрос сотрудников и выявлены наиболее значимые характеристики индексов, позволяющих определить поведение сотрудников и повысить эффективность их деятельности. Предложен ряд мероприятий по совершенствованию процесса управления культурой трудовых отношений на промышленных предприятиях в Оренбургской области, поскольку данный процесс играет ключевую роль в формировании продуктивного и здорового трудового коллектива, способствует повышению эффективности производства и обеспечивает устойчивое развитие предприятия. Настоящая статья является продолжением статьи «Теоретико-методологические аспекты управления культурой трудовых отношений промышленных предприятий», опубликованной в журнале «Научный результат. Экономические исследования».

Ключевые слова

Управление, культура трудовых отношений, трудовые отношения, промышленность, промышленное предприятие, организационная культура, организационное поведение, традиции

Для цитирования: Ситжанова А.М., Шестакова Е.В., Прытков Р.М. Управление культурой трудовых отношений промышленных предприятий Оренбургской области Российской Федерации // Вестник университета. 2024. № 2. С. 74–85.

Labor relations culture management at industrial enterprises in the Orenburg Region of the Russian Federation

Akzhan M. Sitzhanova

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Personnel Management, Service and Tourism Department
ORCID: 0000-0002-4151-6842, e-mail: sithanovak@bk.ru

Elena V. Shestakova

Dr. Sci. (Econ.), Head of the Personnel Management, Service and Tourism Department
ORCID: 0000-0001-8082-8286, e-mail: shestakovaev56@gmail.com

Rinad M. Prytkov

Senior Lecturer at the Personnel Management, Service and Tourism Department
ORCID: 0000-0001-8541-6141, e-mail: r.prytkov@mail.ru

Orenburg State University, Orenburg, Russia

Abstract

The labor relations culture is the foundation for industrial enterprises' activities. The application of various methods and labor relations culture diagnostics techniques allows to get a complete picture of the role and assessment of its importance in the enterprise structure and to formulate a systematic approach to its management. The specificity of the labor relations at industrial enterprises culture managements process has been investigated and the sequence of formation and the procedure for transforming the stages of labor relations culture into an innovative type described. The authors have formed a list of control levels implementing the innovative type of labor relations culture at industrial enterprises. The leading industrial enterprises in Russia and the Orenburg region have been grouped. To assess the labor relations culture at the Orenburg region industrial enterprises, the employees were surveyed and the most significant characteristics of the indices identified, which allow to determine the employees' behavior and improve their activities efficiency. A number of measures to improve the labor relations culture management process at the Orenburg region industrial enterprises have been proposed, since this process plays a key role in a productive and healthy labor collective formation, contributes to the production efficiency improvement and ensures sustainable development of the enterprise. The article is a continuation of "Theoretical and methodological aspects of managing the culture of labor relations of industrial enterprises" published in "Research Result. Economic Research".

Keywords

Management, culture of labor relations, labor relations, industry, industrial enterprise, organizational culture, organizational behavior, traditions

For citation: Sitzhanova A.M., Shestakova E.V., Prytkov R.M. (2024) Labor relations culture management at industrial enterprises in the Orenburg Region of the Russian Federation. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 74–85.



ВВЕДЕНИЕ

Настоящая статья является продолжением статьи «Теоретико-методологические аспекты управления культурой трудовых отношений промышленных предприятий» [1].

В условиях новой реальности, цифровизации, трансформации социальных, политических, экологических и экономических процессов культура трудовых отношений является значимым фактором, влияющим на эффективность деятельности и конкурентоспособность промышленных предприятий и производимых ею товаров. Для сохранения достигнутых результатов и дальнейшего развития производственной деятельности промышленные предприятия вынуждены постоянно совершенствовать культуру трудовых отношений и подстраивать ее под требования внутренней и внешней среды и тех изменений, которые происходят в национальной и мировой экономике.

Большое внимание культуре трудовых отношений уделяется в работах к.с. Вагиной, А.С. Огорова, С.Ю., Саранчука, Н.Г. Чертаевой, А.А. Темницкого [6–8]. Среди зарубежных специалистов стоит отметить D. Adler, L.B. Siegel, F. Alvaredo, L. Chancel, T. Piketty, E. Saez, G. Zucman, M.D. Watkins, F. Namamian, S. Feyzollahi [2–5].

Цель исследования – изучить особенности формирования и развития культуры трудовых отношений промышленности Оренбуржья и на основе расчета индексов культуры трудовых отношений предложить рекомендации по установлению влияния культуры для повышения эффективности деятельности экономики промышленных предприятий региона.

В настоящем исследовании применялись теоретические и эмпирические методы, метод сравнительного анализа и контент-анализ научной литературы по проблеме исследования.

ОСОБЕННОСТИ КУЛЬТУРЫ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

При грамотном управлении культурой трудовых отношений на промышленных предприятиях можно добиться успеха и стабильности производственно-хозяйственной деятельности, и наоборот. В связи с этим культуру трудовых отношений необходимо исследовать, формировать, постоянно совершенствовать и корректировать ее изменение, особенно в условиях новой реальности.

Она придает единообразие совместным действиям людей, формирует общую для всех психологию, объединяет в систему главные ценности, традиции, обычаи, ритуалы предприятия и его структурных подразделений, образуя при этом философию организации. Философия отражает представление промышленного предприятия о самом себе, своем предназначении и основных направлениях деятельности, закладывает основы разработки методов управления (стиля, мотивационных принципов, информационных ориентиров, процедур разрешения конфликтов), упорядочивает процесс организации деятельности персонала на основе общих принципов, способствует формулированию правил поведения.

На промышленных предприятиях, где сотрудников объединяют для достижения целей и реализации проектов совместными усилиями, действуют многочисленные правила, нормы, предписания, без которых недостижимы совместные результаты. Управление персоналом на предприятиях промышленности требует знаний во многих аспектах взаимоотношений с людьми и влияния на их работоспособность условий их объединения. Современные реалии предполагают использование гибких технологий управления персоналом и создание условий комфортного рабочего пространства. В этом отношении сформировались представления о культуре трудовых отношений, которые включают многие практические приемы гармонизации совместной деятельности в разных условиях функционирования производственного процесса под воздействием внешних и внутренних факторов.

Корпоративная и организационная культура – это тесно связанные понятия, которые отражают нормы, правила, принципы и ценности промышленных предприятий. Сегодня промышленные предприятия используют разные принципы и механизмы формирования культуры трудовых отношений, которые позволяют либо формализовать процесс ее создания, либо модернизировать. Это очень важно для того, чтобы культура трудовых отношений была понятна всем сотрудникам и направленность ее динамики была бы определенной. В противном случае культура трудовых отношений обесценивается и дезактуализируется до такой степени, что начинает сказываться на функционировании промышленного предприятия негативным образом (например, возникновение контркультур, открытый саботаж программ развития организации и др.).

Организационная культура должна представлять собой систему, в структуре которой очевидны источники активности, комплекс взаимосвязанных элементов и вектор направленности на развитие производственного процесса. Такая система не имеет существенных отличий в случае первоначального создания компании и тогда, когда в компании возникает необходимость модернизации организационного поведения. Во втором случае система приводится в соответствие с первичными критериями и принципами, которые были положены в ее основу основателями и учредителями промышленного предприятия.

С целью оценки культуры трудовых отношений на промышленных предприятиях Оренбургской области рассмотрим более подробно компоненты управления, этапы формирования и процесс преобразования этапов культуры трудовых отношений в инновационный тип, выявим перечень уровней контроля реализации инновационного типа культуры трудовых отношений промышленных предприятий, выделим преимущества в целях формирования и развития культуры трудовых отношений промышленных предприятий и предложим ряд мероприятий по ее совершенствованию.

По методу Д. Денисона можно выделить два классификационных признака:

- 1) ориентация на стейкхолдеров, то есть сотрудников или клиентов (внешний или внутренний фокус);
- 2) свойства (параметры) культуры трудовых отношений, которые присущи промышленным предприятиям (гибкая или стабильная) и благодаря которым можно получить четыре компонента культуры трудовых отношений промышленных предприятий: миссию, согласованность, адаптивность и вовлеченность [8].

Дадим определения основным компонентам культуры трудовых отношений промышленных предприятий согласно схеме (рис. 1).

1. Миссия означает, понимают ли сотрудники цели и задачи, которые стоят перед промышленным предприятием, знают ли стратегию развития, а также какое видение помогает определить ценности предприятия и направить поведение всех сотрудников в нужное русло.

2. Адаптивность предполагает, насколько быстро способно промышленное предприятие адаптироваться к условиям новой реальности, ориентировано ли оно на клиента, какое внимание уделяется обучению, созданию и внедрению новых ценностей и норм, а трансформация новых регламентов способствует изменению в организационном поведении сотрудников.

3. Вовлеченность отражает делегирование полномочий сотрудникам, какое внимание промышленное предприятие уделяет развитию способностей персонала, ориентированы ли они на командную работу.

4. Согласованность показывает координацию и интеграцию при взаимодействии персонала, объединяют ли сотрудников промышленного предприятия общие взгляды или у них присутствуют разногласия, придерживаются ли они одних ценностей и норм.

Данные компоненты являются основополагающими для формирования культуры трудовых отношений промышленных предприятий, выступают одной из форм адаптации предприятий к новым условиям и способствуют развитию и достижению новых бизнес-целей.

Можно выделить следующие основные этапы формирования культуры трудовых отношений промышленных предприятий (рис. 2).

На первом этапе определяется миссия промышленного предприятия, которая отражает ее предназначение и представление о том, каким мы хотим видеть предприятие по отношению к различным группам стейкхолдеров.

Второй этап позволяет определить культуру трудовых отношений и профессиональные способности руководства и персонала промышленного предприятия.

Третий этап основан на системе формальных (правила внутреннего трудового распорядка, положения о подразделениях и др.) и неформальных (внешний облик персонала, общение с коллегами, профессиональная лексика и другое) правил, присущих промышленному предприятию.

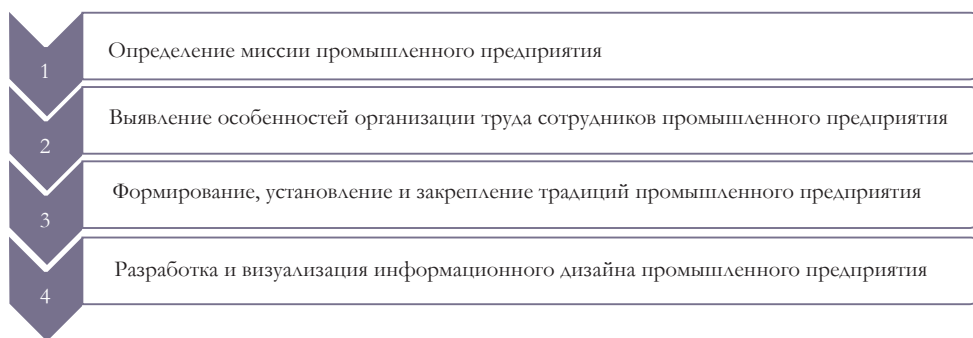
Четвертый этап формирования культуры трудовых отношений включает создание фирменного стиля, оформление интерьера и экстерьера промышленного предприятия.

Ориентация на стейкхолдеров

		Внешний фокус	Внутренний фокус
Свойства (параметры) культуры	Стабильная	Миссия	Согласованность
	Гибкая	Адаптивность	Вовлеченность

Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 1. Основные компоненты (блоки) культуры трудовых отношений промышленных предприятий



Составлено авторами по материалам источника [9]

Рис. 2. основополагающие этапы формирования культуры трудовых отношений промышленных предприятий

Таким образом, на основе данных этапов осуществляется формирование культуры трудовых отношений промышленного предприятия.

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ТИПА КУЛЬТУРЫ ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Рассмотрим этапы развития культуры трудовых отношений промышленных предприятий в инновационный тип (рис. 3).



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 3. Процесс преобразования этапов культуры трудовых отношений промышленных предприятий в инновационный тип

К данным этапам прибегают в случае смены руководства, стиля управления, слияния или поглощения компании. Таким образом, культура трудовых отношений промышленного предприятия преобразуется в инновационный тип развития.

Промышленные предприятия, разработав и внедрив инновационный тип культуры трудовых отношений на долгосрочную перспективу, смогут определить главные приоритеты и цели, включающие:

- 1) обеспечение конкурентоспособности в сфере технологии производства продукции и в целом совершенствование технологической политики предприятия;
- 2) обеспечение поэтапного совершенствования корпоративной социальной ответственности, в том числе экологические показатели производства;
- 3) упрочнение статуса и бренда предприятия как работодателя в глазах стейкхолдеров [11; 12].

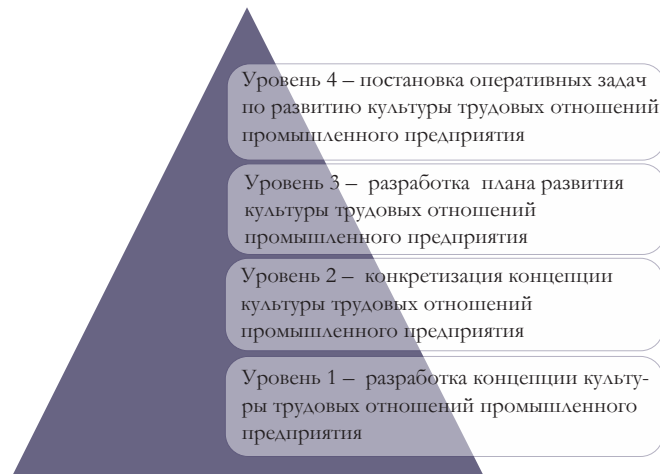
Для внедрения инновационного типа культуры трудовых отношений промышленного предприятия необходимо также осуществлять контроль его реализации, который можно представить в виде уровней (рис. 4).

В целях контроля эффективности реализации культуры трудовых отношений промышленного предприятия необходимо выделить следующие перспективные направления: кадровая, мотивационная, стимулирующая и организационная перспективы. Соответственно, с позиции стратегии развития промышленного

предприятия следует по каждому направлению разработать и привести в соответствие оценку эффективности реализации культуры трудовых отношений.

Также необходимо отметить, что руководители промышленных предприятий смогут:

- 1) понять культуру трудовых отношений своего предприятия и проводить оценку ее предполагаемых и потенциальных обдуманных последствий;
- 2) проводить оценку уровня согласованности мнений сотрудников на культуру трудовых отношений;
- 3) выявлять субкультуры, влияющие на повышение или снижение производительности труда сотрудников;
- 4) вовремя обнаруживать различия между традиционными культурами трудовых отношений в процессе слияния или поглощения компании;
- 5) ориентировать новое руководство на культуру трудовых отношений и помогать им в поиске наиболее эффективного стиля руководства предприятием и коллективом;
- 6) измерять степень соответствия стилей отдельных лидеров культуры трудовых отношений для понимания степени их влияния;
- 7) проектировать культуру трудовых отношений для всего промышленного предприятия и понимать, какие изменения необходимы для ее воплощения.



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 4. Перечень уровней контроля реализации инновационного типа культуры трудовых отношений промышленных предприятий

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Сегодня Российская Федерация (далее – РФ, Россия) – одна из крупнейших держав мира. В зависимости от своего потенциала промышленность страны может производить широкий спектр товаров и обслуживать важные сферы экономики и жизнедеятельности людей. Несмотря на тяжелый системный кризис 1990-х гг., период пандемии COVID-19 и резкий спад промышленного производства, с начала 2020 г. сектор стабильно растет и развивается. Россия входит в четверку лидеров после Китая, Соединенных Штатов Америки и Индии.

На рис. 5 отражены ведущие предприятия промышленного сектора экономики РФ.

В табл. 1 представлены ведущие промышленные предприятия Поволжья, а именно Оренбургской области [12].

С целью оценки культуры трудовых отношений на промышленных предприятиях Оренбургской области нами было опрошено 480 сотрудников, представителей каждой отрасли промышленности, по методике Г. Хофстеде [14]. На функционирование и развитие экономики промышленных предприятий Оренбуржья с точки зрения культуры трудовых отношений оказывают воздействие следующие индексы:

- 1) избегание неопределенности;
- 2) дистанция власти;
- 3) долгосрочная/краткосрочная ориентация;
- 4) индивидуализм/коллективизм;
- 5) маскулинность (мужской/женский тип);
- 6) допущение.

Полученные результаты представлены в табл. 2.

В качестве объектов исследования с металлургического производства было выбрано общество с ограниченной ответственностью «Медногорский медно-серный комбинат» (№ 1), с отрасли производства машин и оборудования – открытое акционерное общество «Завод бурового оборудования» (№ 2), с группы объектов, занимающихся добычей полезных ископаемых, – публичное акционерное общество «Гайский ГОК» (№ 3), с отрасли производящих неметаллические минералы – акционерное общество «Новотроицкий цементный завод» (№ 4), с представителей электроэнергетики – акционерное общество «Интер РАО – Электрогенерация» – «Ириклинская ГРЭС» (№ 5), с топливно-энергетического комплекса – общество с ограниченной ответственностью «Газпром добыча Оренбург» (№ 6).

Ведущие промышленные предприятия РФ		Отрасль промышленности России
Металлургия	АО «Ейраэз»; ПАО «Сверсталь»; ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат»; - ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»; «УК Металлоинвест»	Машиностроение
Добыча природных ресурсов	ПАО «Сургутнефтегаз»; ООО «ЛУКОЙЛ-Западная Сибирь»; ПАО «Газпромнефть» имени В.А. Шашина; АО «Самоторнефтегаз»; АО «Вымпорнефть»	Оборонная промышленность
Двигатель-строение	Группа компаний «Электроникс-ТМ Самара»; АО «Группа СВЭЛ»; АО «ОАК-Пермские моторы»; ПАО «Автомобиль»	Судостроение
Электронная промышленность и микроэлектроника	«Росэлектроникс» входит в состав государственного концерна «Ростех»; группа компаний «Ангстрем»; фирма «Микро»; фирма «Сипротник»	Автомобильная промышленность
Нефтеперерабатывающая промышленность	АО «Газпромнефть-Омский НПЗ»; ПАО «ННК «РОСНЕФТЬ»; ПАО АНК «Башнефть»; ПАО «СИБУР Холдинг»; ООО «ЛУКОЙЛ-Волгограднефтепереработка»	Авиационная промышленность
Энергетика	Саяно-Шушенская ГЭС; Красноярская ГЭС; Братская ГЭС; Усть-Илимская ГЭС; Волжская ГЭС; Балаковская АЭС; Ростовская АЭС; Нововоронежская АЭС; Курская АЭС; Смоленская АЭС	Космическая промышленность
Пищевая промышленность	Петербургский мясной комбинат; Останкинский мясокомбинат; Концерн «Объединенные кондитеры»; АО «Московский завод «Кристалл»; ОАО «Павловский молочный завод»; АО «Вимм-Билль-Данн»	Сельскохозяйственное машиностроение
Легкая промышленность	ООО «ТД Текстиль»; ООО «Авангард»; ООО «Белла»; ООО «Чайковская текстильная компания»; ООО «Авто»	Железнодорожное машиностроение
		Отрасль промышленности России
		Машиностроение
		Оборонная промышленность
		Судостроение
		Автомобильная промышленность
		Авиационная промышленность
		Космическая промышленность
		Сельскохозяйственное машиностроение
		Железнодорожное машиностроение

Примечание: АО – акционерное общество, ПАО – публичное акционерное общество, ГЭС – гидроэлектростанция, АЭС – атомная электростанция, ООО – общество с ограниченной ответственностью, ОАО – открытое акционерное общество, ПО – производственное объединение, ФГУП – федеральное государственное предприятие, КБ – конструкторское бюро, НПО – научно-производственное объединение

Составлено авторами по материалам источника [12]

Рис. 5. Ведущие предприятия промышленного сектора экономики РФ

Таблица 1

Ведущие промышленные предприятия Оренбургской области

Отрасли промышленности	Ведущие промышленные предприятия
Металлургическое производство	АО «Уральская Сталь», ООО «Медногорский медно-серный комбинат», ООО «ГЗОЦМ», АО «Новотроицкий завод хромовых соединений»
Производство машин и оборудования	АО «ПО «Стрела», АО «Орский машиностроительный завод», АО «Механический завод», ООО «Оренбургский радиатор», Оренбургский локомотивно-ремонтный завод, филиал АО «Желдорремаш», ОАО «Медногорский электротехнический завод «Уралэлектро», ОАО «Завод бурового оборудования», АО «Завод «Инвертор», ОАО «Гидропресс», АО «Кувандыкский завод кузнечно-прессового оборудования «Долина», ООО «Джон Дир Русь», филиал в Оренбурге
Добыча прочих полезных ископаемых	ПАО «Гайский ГОК», АО «Оренбургские минералы», ООО «Руссоль», ЗАО «Ормет»
Производство прочей неметаллической минеральной продукции	ООО «Аккерманн Цемент», ООО «Волма – Оренбург», ООО «Новотроицкий содовый завод», АО «Новотроицкий цементный завод», Орский щебеночный завод филиал ОАО «Первая нерудная компания», АО «Орское карьероуправление»
Электроэнергетика	Филиал АО «Интер РАО – Электрогенерация» – «Ириклинская ГРЭС», филиал «Оренбургский» ПАО «Т Плюс», ООО «Авелар Солар Технолоджи», АО «Солнечный ветер», ООО «Бугульчанская СЭС»
Топливо-энергетический комплекс	АО «Оренбургнефть», ООО «Газпром добыча Оренбург», ООО «Газпромнефть-Оренбург», ООО «Сладковско-Заречное», ПАО «Преображенскнефть», ООО «Нефтяная компания «Новый Поток»»

Примечание: АО – акционерное общество, ООО – общество с ограниченной ответственностью, ОАО – открытое акционерное общество, ПАО – публичное акционерное общество

Составлено авторами по материалам исследования

Таблица 2

Индексы культуры трудовых отношений на промышленных предприятиях Оренбургской области

Наименование показателя	Условные обозначения	Характеристика индекса	Результаты исследования по отраслям промышленности						Среднее значение индекса
			Металлургическое производство	Производство машин и оборудования	Добыча прочих полезных ископаемых	Производство прочей неметаллической минеральной продукции	Электроэнергетика	Топливо-энергетический комплекс	
			№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6	
Дистанция власти	PDI	Сотрудничество с руководством предприятия, гибкость в принятии решений, присутствие четкой иерархии	52,1	48,6	60,7	38,9	57,7	62,0	53,3

Наименование показателя	Условные обозначения	Характеристика индекса	Результаты исследования по отраслям промышленности						Среднее значение индекса
			Металлургическое производство	Производство машин и оборудования	Добыча прочих полезных ископаемых	Производство прочей неметаллической минеральной продукции	Электроэнергетика	Топливо-энергетический комплекс	
			№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6	
Индивидуализм/коллективизм	IDV	Значимость личной жизни сотрудников, условий работы для подчиненных и защиты от увольнения	67,0	64,0	68,0	69,0	61,0	63,0	65,3
Маскулинность (мужской/женский тип)	MAS	Нацеленность на результат любой ценой, гендерное превосходство, присущие данному сообществу	49,0	57,2	61,1	46,8	51,9	43,2	51,5
Избегание неопределенности	UAI	Степень восприятия и реагирования на незнакомые ситуации	91,2	89,5	84,6	87,0	78,4	76,9	84,6
Допущение	IVR	Уравновешенность и стабильность, бережливость, настойчивость, уважение к традициям, степень удовлетворенности сотрудников	72,6	74,3	70,8	77,6	72,9	79,1	74,6
Долгосрочная/краткосрочная ориентация	PRA	Принятый в коллективе временный горизонт событий	45,4	52,1	39,8	42,0	38,1	59,9	46,2

Составлено авторами по материалам исследования

Как видно из табл. 2, индексы культуры трудовых отношений на промышленных предприятиях Оренбуржья различны и позволяют сделать следующие выводы.

1. Индекс дистанции власти (PDI) показывает показатели лояльности персонала к администрации предприятия. Средние показатели результатов исследования разных отраслей промышленных предприятий составили 53,3, что свидетельствует о высокой концентрации руководства и низком уровне власти сотрудников. Степень вовлеченности сотрудников в выполнение установленных процедур четко объясняет культуру трудовых отношений и ориентацию рядовых сотрудников. При этом больше половины сотрудников (67 %) подчеркнули важность соблюдения правил внутреннего распорядка и лишь 7 % опрошенных периодически нарушают их в отсутствие руководства, а 26 % отметили, что данные правила выполняют автоматически.

2. Индекс индивидуализма/коллективизма (IDV) по результатам опроса составил 65,3. Данный показатель отражает важность групповых и/или индивидуальных ценностей, а также определяет степень воздействия коллектива на сотрудника предприятия. Каждый сотрудник предприятия соотносит себя с определенной социальной группой, что позволяет судить о личных ценностях и ценностях всего предприятия. Следовательно, между структурными подразделениями промышленных предприятий и сотрудниками работающих в них нет различий, а работа сообща приносит социальные и другие выгоды.

3. Среднее значение индекса маскулинности (мужской/женский типы – MAS) составляет 51,5 на объектах исследования. Это говорит о том, что на промышленных предприятиях проявляется равенство между «мужским» и «женским» типами в культуре трудовых отношений. В современном мире на промышленных предприятиях персонал активно вовлекается в проектную деятельность. На объектах исследования по полученным результатам выявлено, что соблюдение норм, традиций предприятий и их трудовых функций аналогично и для мужчин, и для женщин.

4. Индекс избегания неопределенности (UAI) показывает степень формализованности выполнения правил, действующих на исследуемых предприятиях. Среднее значение данного показателя составляет 84,6, что говорит о возможной бюрократизации организационного управления на всех уровнях.

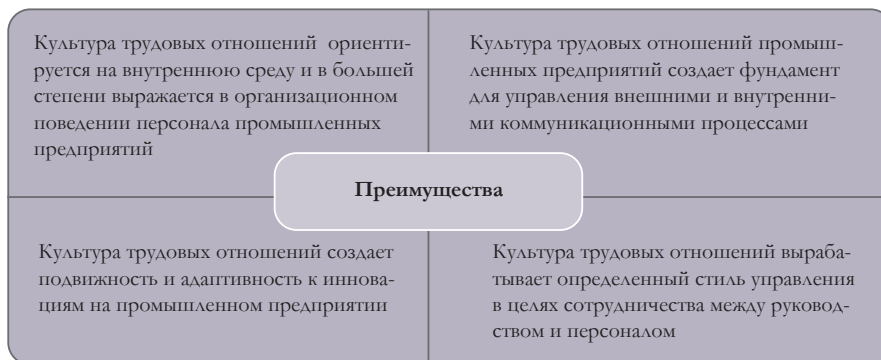
5. Индекс допущения (IVR) у объектов исследования в среднем составляет 74,6, что характеризуется сдержанной культурой, имеющей тенденцию к оптимизму, важности свободы слова. Сотрудники уделяют внимание досугу, сосредоточены на личном счастье, позволяют относительно свободно удовлетворять фундаментальные и естественные человеческие желания, связанные с наслаждением жизнью.

6. Средний показатель индекса долгосрочной/краткосрочной ориентации (PRA) составляет 46,2 для объектов исследований, что свидетельствует о том, что сотрудники часто пытаются найти ответ на вопросы «Почему?» и «Зачем?», имеют сильные убеждения, а иногда склонны переоценивать себя. В таких коллективах особое внимание уделяется ценностям и правам, лезть воспринимается благосклонно.

Таким образом, совокупность исследуемых показателей культуры трудовых отношений промышленных предприятий Оренбуржья отражает взгляды, специфику, динамику, идеалы, убеждения, традиции и другие социальные установки сотрудников анализируемых отраслей промышленности. Следовательно, культура трудовых отношений всегда выступает фактором развития предприятий и закладывает поведение сотрудников в трудовом коллективе промышленных предприятий [15].

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что персоналу производственных предприятий характерны небольшая инициативность и самостоятельность, высокая степень осторожности и малая готовность идти на риск. Лишь у единиц сотрудников присутствует ориентация на личностное самоутверждение, что вытесняет в их сознании заботу о природе, толерантность и т.д. Таким образом, культура трудовых отношений влияет на конечный результат работы промышленных предприятий, который во многом отражает эффективность организационной деятельности.

На рис. 6 представлены основополагающие преимущества для формирования и развития культуры трудовых отношений промышленных предприятий.



Составлено авторами по материалам исследования

Рис. 6. Преимущества для формирования и развития культуры трудовых отношений промышленных предприятий

На основе выделенных преимуществ в целях формирования и развития культуры трудовых отношений для промышленных предприятий необходимо предложить ряд основных мероприятий по совершенствованию и развитию культуры трудовых отношений, которые могут заключаться в следующем.

1. Для заинтересованности персонала, проявляющего инновационную активность, следует разработать определенную систему ценностей культуры трудовых отношений, которая бы стимулировала сотрудников предприятия к инновационной деятельности. При этом необходимо отметить, что культура трудовых отношений формируется и получает дальнейшее развитие через стиль управления, создание

команды единомышленников, прививание чувства единства, членства, сопричастности, развитие сторителлинга (способа передачи информации при помощи рассказывания различных историй об основателях предприятия, героях и т.д.), выработку эффективных коммуникационных процессов между руководством и сотрудниками предприятия.

2. Для эффективной деятельности предприятия необходимо разрабатывать, а в случае каких-либо изменений производить корректировку кодекса культуры трудовых отношений промышленного предприятия, в котором находят отражение нормы, ценности предприятия, направленные на поддержание доверительных отношений в трудовом коллективе, духа сопричастности и взаимопомощи.

3. Стоит регулярно проводить корпоративные мероприятия (День рождения предприятия, Новый год и т.д.), направленные на сплочение трудового коллектива промышленного предприятия. Важным является внедрить новичков в действующую культуру трудовых отношений, например, вручить комплект новичка, провести приветственный тренинг, прикрепить наставника и т.д. Данные показатели могут выражаться в количестве комплексных экскурсий сотрудников на различные объекты, связанные с деятельностью промышленных предприятий, а также в проведении игр, направленных на сплочение коллектива, тематических тренингов, тимбилдингов и других командообразующих мероприятий.

4. На сегодняшний день целесообразно создавать проектные команды в целях реализации творческого и инновационного потенциала каждого сотрудника и тем самым достигать стратегических целей промышленного предприятия, а также формировать неформальные коммуникационные связи и инициировать командные способы решения поставленных задач.

5. Необходимо разрабатывать карты культуры трудовых отношений промышленного предприятия, состоящие из трех блоков:

- факторы, развивающие или блокирующие культуру трудовых отношений (власть и закон, выделение ресурсов, ритуалы, поддержка руководства, развитие навыков и др.);
- привычки поведения («мы рады экспериментам, рады учиться на ошибках, мы действуем на основании фактов, а не мнений» и др.);
- выходы (новые зоны роста, удержание талантов в инновациях и др).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях новой реальности, неопределенности внешней среды, неизбежных социально-экономических и политических потрясений в современном российском бизнесе за последние годы произошли масштабные трансформационные изменения: прекращение деятельности, уход с рынка многих иностранных компаний, слияние и поглощение предприятий. Во вновь образовавшихся предприятиях новое руководство внедряет свои ценностные установки, нормы, идеи. При этом культура трудовых отношений многих промышленных предприятий устарела, утратив свои главные ценности и нормы.

Все указанные особенности подтверждают возможное возникновение социальных, экологических, политических и экономических кризисов, возврат к прошлому, в том числе в сфере культуры трудовых отношений. Нормативы и стандарты основаны на практическом опыте крупных предприятий, отличающихся траекторией развития и спецификой управленческой культуры, что приводит к изменению трудовых отношений на промышленных предприятиях в направлениях, схожих с условиями новой реальности.

Следовательно, устойчивое функционирование и развитие промышленных предприятий связаны с корпоративными отношениями, что определяет важность осуществления оптимизации культуры трудовых отношений в соответствии с выявленными в результате исследования проблем для поддержания ее уровня в установленном направлении развития. При этом гибкость политики в области культуры трудовых отношений будет способствовать развитию персонала и адаптации промышленных предприятий к внешним изменениям.

Список литературы

1. Ситжанова А.М., Шестакова Е.В., Прытков Р.М. Теоретико-методологические аспекты управления культурой трудовых отношений промышленных предприятий [Электронный ресурс] / А. М. Ситжанова, Е. В. Шестакова, Р.М. Прытков. Научный результат. Экономические исследования, 2023; Т. 9, № 4: С. 72–82 <https://elibrary.ru/item.asp?id=59378141> (дата обращения: 21.02.2024).
2. Adler D., Siegel L.B. The productivity puzzle: Restoring economic dynamism. CFA Institute Research Foundation; 2019. 284 p.
3. Alvarado F., Chancel L., Piketty T., Saez E., Zucman G. World Inequality Report 2018. Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press. 2018; 331 p.

4. *Michael D. Watkins*, What Is Organizational Culture? And Why Should We Care? Harvard Business Review. 2013. <https://instituteofcoaching.org/resources/hbr-what-organizational-culture-and-why-should-we-care> (дата обращения: 13.11.2023).
5. *Namamian F., Feyzollahi S.* The Effect of Organizational Culture on Organizational Performance in the Role of Mediator Innovation (Case Study Ilam Industrial Companies). *Ilam Culture*. 2015; 16(46-47):161-174. https://www.farhangeilam.ir/article_11655.html?lang=en (дата обращения: 13.11.2023).
6. *Вагина К.С.* Управление конкурентоспособностью промышленных предприятий в современных условиях. Теория и практика современной науки. 2016; 2(8): 86-89.
7. *Огородов А.С., Саранчук С.Ю., Чевтаева Н.Г.* Корпоративная сплоченность профессионального сообщества в условиях нестабильности рынка труда промышленного региона. Вестник РУДН. Серия: Социология. 2017; Т. 17. № 1: С. 83-95.
8. *Темницкий А.А.* Традиции и инновации в трудовой культуре российских рабочих. Социологические исследования. 2021; № 4: С. 61–73.
9. *Денисон Дениэл.* Изменение корпоративной культуры в организациях. М.: Питер; 2013.192 с.
10. *Воронцов Н.В., Афанасьев В.Я.* Повышение конкурентоспособности и устойчивости организации в условиях цифровизации на базе кадрового потенциала. E-Management. 2022; 5(2): 127-135. <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2022-5-2-127-135> (дата обращения: 21.02.2024).
11. *Фролова С.В.* Влияние корпоративной социальной ответственности интегрированных предприятий нефтяного машиностроения на результативность их деятельности. E-Management. 2023; 6(2): 25-36. <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2023-6-2-25-36> (дата обращения: 21.02.2024).
12. *Шестакова Е.В., Ситжанова А.М., Прытков Р.М.* Направления реализации гибких технологий управления в промышленности. Экономические науки. 2021; 199: 68-80.
13. *Hofstede G.* Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations. – 2nd ed. – Thousand Oaks, CA: Sage. 2001. 616 p.
14. *Прытков Р.М., Ситжанова А.М.* Особенности управления поведением личности в организации. Актуальные вопросы экономики в современных условиях : сб. материалов Междунар. науч. конф. / Кабардино-Балкар. гос. ун-т им. Х. М. Бербекова [и др.] ; гл. ред. М. Т. Текуева. – Нальчик : КБГУ; 2022. Т.2: С.412-417.

References

1. *Sitzhanova, A.M.* Theoretical and methodological aspects of managing the culture of labor relations of industrial enterprises [Electronic resource] / A.M. Sitzhanova, E. V. Shestakova, R. M. Prytkov. Scientific result. Economic Research, 2023. – vol. 9, No. 4. – pp. 72–82. <https://elibrary.ru/item.asp?id=59378141> (accessed 13.11.2023). (In Russian)
2. *Adler D., Siegel L.B.* The productivity puzzle: Restoring economic dynamism. CFA Institute Research Foundation; 2019. 284 p.
3. *Alvaredo F., Chancel L., Piketty T., Saez E., Zucman G.* World Inequality Report 2018. Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press. 2018; 331 p.
4. *Michael D. Watkins*, Was ist Organisationskultur? Und warum sollten wir uns darum kümmern? In: Harvard Business Review. 2013. <https://hbr.org/2013/05/what-is-organizationalculture> (accessed 13.11.2023).
5. *Namamian F., Feyzollahi S.* Die Auswirkung der Organisationskultur auf die organisatorische Leistung in der Rolle der Mediatorinnovation (Fallstudie Ilam-Industrieunternehmen). *Ilam-Kultur*. 2015; 16(46-47):161–174. http://www.farhangeilam.ir/article_11655.html?lang=en (accessed 13.11.2023).
6. *Vagina K.S.* Management der Wettbewerbsfähigkeit von Industriebetrieben unter modernen Bedingungen. Theorie und Praxis der modernen Wissenschaft. 2016;2(8):86-89.
7. *Ogorodov A.S., Saranchuk S.Yu., Chevtava N.G.* (2017). Corporate cohesion of the professional community in the conditions of instability of the labor market of the industrial region. Bulletin of the RUDN. Series: Sociology. Vol. 17.No. 1. pp. 83–95.
8. *Temnitsky A.L.* (2021). Traditions and innovations in the labor culture of Russian workers. Sociological research. No. 4. pp. 61–73.
9. *Denison Daniel.* Veränderung der Unternehmenskultur in Organisationen. M.: Peter; 2013.192 с.
10. *Vorontsov N.V., Afanasyev V.Y.* Raising the competitiveness and sustainability of a company in the context of digitalisation based on human resource capacity. E-Management. 2022;5(2):127–135. (In Russ.) <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2022-5-2-127-135> (accessed 21.02.2024). (In Russian).
11. *Frolova S.V.* Impact of corporate social responsibility of integrated petroleum engineering enterprises on the performance of their activities. E-Management. 2023;6(2):25–36. (In Russ.) <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2023-6-2-25-36> (accessed 21.02.2024). (In Russian).
12. *Shestakova E.V., Sitzhanova A.M., Prytkov R.M.* Directions of implementation of flexible management technologies in industry. Economic sciences. 2021; 199: 68–80.
13. *Hofstede G.* Konsequenzen der Kultur: Vergleich von Werten, Verhaltensweisen, Institutionen und Organisationen zwischen Nationen. – 2. Aufl. – Tausend Eichen, Kalifornien: Salbei. 2001. 616 S.
14. *Prytkov R.M., Sitzhanova A.M.* Merkmale des Managements des Persönlichkeitsverhaltens in der Organisation. Aktuelle Fragen der Wirtschaft unter modernen Bedingungen : Materialien international. wissenschaftlich. conf. / Kabardino-Balkar. der Staat hat sie nicht. H. M. Berbekova [et al.]; ch. ed. M. T. Tekueva. – Nalchik : KBG; 2022. Vol.2. S.412-417.

Возможности использования эконометрических методов в исследовании межрегиональных взаимодействий миграции на транспорте

Бычкова Анна Андреевна

Мл. науч. сотр.

ORCID: 0000-0001-8676-5298, e-mail: bychkova.aa@uiec.ru

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

Аннотация

Настоящая статья представляет совокупность методических подходов к прогнозированию пространственной неоднородности транспортных миграционных потоков в Российской Федерации. Целью исследования является разработка методологической базы прогнозирования пространственной неоднородности миграционных потоков. Научная новизна статьи заключается в представлении и систематизации методических подходов, специфических для исследования социально-экономических факторов, влияющих на миграционные потоки с учетом пространственной неоднородности в контексте Российской Федерации. Исследование имеет потенциальную практическую ценность для разработки эффективных миграционных политик и стратегий пространственного развития в стране. В исследовании использованы общенаучные методы познания, системно-структурный анализ, метод теоретического исследования. В ходе работы был проведен обзор литературы и проанализированы методы прогнозирования, применимые в исследовании миграционных потоков в соотношении транспортной доступности, которые основываются на анализе реальных данных. Результаты исследования показали, что существует возможность исследования миграционных потоков методами пространственной автокорреляции, и основное объяснение данного процесса – социально-экономические факторы. Регрессионный анализ позволил выявить значимую зависимость между миграционными потоками и такими факторами, как уровень доходов, развитием транспортной инфраструктуры, доступностью, образованием и другими факторами, исчисляемыми в абсолютных единицах. Применение индекса Морана к анализу миграционных потоков является научно новым методом, позволяющим более глубоко исследовать пространственные аспекты миграций и выявить их характеристики и взаимосвязи на новом уровне. Полученная база методов может быть полезна для расчетов и дальнейших принятий обоснованных решений, направленных на сокращение пространственных неравенств, стимулирование устойчивого пространственного развития.

Ключевые слова

Межрегиональные взаимодействия, миграция, пространственная неоднородность, пространственная автокорреляция, индекс пространственной автокорреляции, транспортное развитие, перераспределение население

Благодарности. Статья подготовлена в соответствии с планом научно-исследовательской работы для лаборатории моделирования пространственного развития территорий Института экономики Уральского отделения Российской академии наук на 2023–2024 гг.

Для цитирования: Бычкова А.А. Возможности использования эконометрических методов в исследовании межрегиональных взаимодействий миграции на транспорте // Вестник университета. 2024. № 2. С. 86–94.

Possibilities of using econometrical methods in studying of interregional interactions of migration in transportation

Anna A. Bychkova

Junior Researcher

ORCID: 0000-0001-8676-5298, e-mail: bychkova.aa@uiicc.ru

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

Abstract

The article presents a set of methodological approaches to forecasting the spatial heterogeneity of transportation migration flows in Russia. The purpose of the study is to develop a methodological basis for forecasting the migration flows spatial heterogeneity. The scientific novelty of the article lies in the presentation and systematization of methodological approaches specific to studying socio-economic factors affecting migration flows considering spatial heterogeneity in the context of the Russia. The study has potential practical value for developing effective migration policies and strategies of spatial development in the country. The study uses general scientific methods of cognition and system-structural analysis and theoretical research method. In the course of the work, a literature review was conducted and forecasting methods applicable in studying migration flows in the ratio of transport accessibility, which are based on the real data analysis, have been analyzed. The results of the study showed that it is possible to study migration flows by spatial autocorrelation methods, and the main explanation of this process is socio-economic factors. Regression analysis revealed a significant correlation between migration flows and such factors as income level, development of transportation infrastructure, accessibility, education and other factors calculated in absolute units. The Moran index application to the migration flows analysis is a scientifically new method that allows us to study the migration spatial aspects in more depth and to identify their characteristics and interrelationships at a new level. The methods base obtained can be useful for calculations and further informed decision-making aimed at reducing spatial inequalities and stimulating sustainable spatial development.

Keywords

Interregional interactions, migration, spatial heterogeneity, spatial autocorrelation, spatial autocorrelation index, transportation development, population redistribution

Acknowledgements. The article was prepared in accordance with the plan of the research work for the Laboratory of Modeling Spatial Development of Territories of the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Science for 2023–2024.

For citation: Bychkova A.A. (2024) Possibilities of using econometrical methods in studying of interregional interactions of migration in transportation. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 86–94.



ВВЕДЕНИЕ

Исследование проблем, связанных с миграцией и пространственным развитием в Российской Федерации (далее – РФ, Россия), особо значимо в современных политических и экономических условиях. В настоящее время неравномерное пространственное развитие и миграционные потоки представляют определенные вызовы для социально-экономического развития различных регионов страны. В связи с этим разработка методического подхода к прогнозированию пространственной неоднородности миграционных потоков является актуальной и важной задачей.

В задачи исследования входят:

- 1) обзор литературы и исследований по теме прогнозирования и оценки пространственной неоднородности транспортных миграционных потоков в России;
- 2) разработка базы методологического расчета прогнозирования пространственной неоднородности миграционных потоков в России.

В настоящем исследовании введена формулировка «миграция на транспорте», которая подразумевает соотношение количества мигрантов на существующую транспортную доступность (протяженность дорог, путей и т.д.). Транспортное развитие играет значительную роль в формировании и регулировании миграционных потоков. Эффективная и развитая транспортная инфраструктура может оказывать существенное влияние на объем, направление и характер миграционных потоков.

Можно отметить несколько аспектов влияния транспортного развития на миграцию.

1. Увеличение доступности и снижение стоимости перевозок: развитие транспортной инфраструктуры, включая автодороги, железные дороги, аэропорты и общественный транспорт, может значительно сократить время и стоимость перемещения между регионами. Это сделает миграцию более привлекательной для людей, а также поспособствует увеличению миграционных потоков.

2. Создание новых возможностей занятости (рабочих мест): транспортное развитие может способствовать созданию новых рабочих мест в различных регионах. Расширение транспортных сетей привлекает инвестиции и, следовательно, влечет за собой развитие промышленности, торговли и сферы оказания услуг. Это создает новые возможности трудоустройства и привлекает мигрантов в поиске работы и лучших экономических перспектив.

3. Улучшение доступа к образованию и здравоохранению: развитая транспортная инфраструктура позволяет обеспечить легкий доступ к образовательным и медицинским учреждениям. Это может привлечь мигрантов, желающих получить образование, а также сделать доступной высокотехнологическую медицинскую помощь.

4. Содействие городской агломерации: развитие транспортной инфраструктуры в городских областях способствует формированию городских агломераций, где население сконцентрировано вокруг центральных узлов и экономических центров с интенсивно развивающимися промышленными, транспортными и культурными связями. Это может привлечь мигрантов, ищущих лучшие возможности трудоустройства, образования и услуг, что может привести к увеличению миграционных потоков в эти регионы.

5. Развитие границ и международных связей: транспортное развитие, включая международные авиалинии, морские порты и пограничные переходы, имеет большое значение для международной миграции. Улучшенная связь и доступность международных транспортных маршрутов способствуют переселению и перемещению населения через границы.

В целом транспортное развитие имеет прямое и косвенное влияние на миграционные потоки. Оно определяет возможности перемещения, доступность рабочих мест и услуг, а также формирует географическую структуру населения. Понимание взаимосвязи между транспортным развитием и миграцией является важным для планирования инфраструктурных проектов и разработки политики, способствующей устойчивому развитию и эффективному управлению миграцией.

ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ

В научной литературе можно встретить множество определений миграции. В основном она трактуется как «мобильность», «перераспределение населения», «переселение», «социальную подвижность», то есть все определения так или иначе означают движение.

Э. Равенстейн определял миграцию как перераспределение населения по территории; увеличение объема миграции нарастает вместе с развитием индустрии, торговли и, в частности, расширением транспортных возможностей [1]. Н.Н. Филиппов и В.А. Суков также придерживались теории, что миграция – это прежде всего перераспределение населения под влиянием различных социально-экономических факторов [2].

Миграцию как фактор социального перераспределения рассматривал А.У. Хомра, утверждая, что на движение влияет отраслевое и территориальное развитие [3]. Т.А. Васлюк писал: «...миграционные потоки порождают противопотоки, которые связаны с техническим развитием общества...» [4, с. 23]. В данном контексте «техническое развитие общества» означает использование новых технологий, которые влияют на миграцию, такие как средства связи, транспорт, работа и образование. Эти технологии могут создавать новые возможности и влиять на направления миграционных потоков и противопотоков.

Понятие миграции зависит не только от технического развития, но и от конкуренции между территориями. Экономическая конкуренция, доступность рабочих мест, возможности образования и качество жизни в разных регионах также играют важную роль в формировании миграционных решений. Техническое развитие может воздействовать на конкуренцию и привлекательность регионов, влияя таким образом на миграцию.

Основные принципы теории межрегионального взаимодействия были сформулированы М. Портером, который выделил важность национального рынка для развития и конкурентоспособности региона. Он указал, что успешная конкурентная стратегия региона начинается с укрепления внутреннего рынка. Это позволяет региону активно участвовать в мировой экономике и занимать лидирующие позиции. Вопросы и проблемы межрегионального взаимодействия также рассматривались в работах П.А. Минакира, В.П. Чичканова, Л.А. Беляевской-Плотник, П.А. Андреевой, Ю.Г. Лавриковой, В.В. Акбердиной, И.В. Наумова, С.С. Красных, Ю.В. Дубровской, С.В. Серебряковой, В.Г. Беломестнова и др. [5–12].

Изучив вышеперечисленные труды, можно определить общий вектор в трактовании термина «межрегиональное взаимодействие» как процесса создания общей региональной системы, которая формируется на основе объединения социально-экономических подсистем регионов. Эти подсистемы взаимодействуют между собой в социально-экономической, политической и других сферах, чтобы решать общие задачи и разрабатывать стратегии и программы совместного развития.

М. Рейтерер подчеркивал важность и необходимость изучения следующих факторов, способствующих межрегиональным взаимодействиям:

- 1) укрепление экономических связей, основанных на интеграционных процессах;
- 2) укрепление политических связей, основанных на сотрудничестве и кооперации;
- 3) усиление социальной интеграции, основанной на сотрудничестве между бизнес-структурами, мобильности на рынке труда и других факторах;
- 4) общее понимание региональной идентичности, основанной на общности культурных аспектов в условиях глобализации;
- 5) общее понимание проблем безопасности региона и механизмов предотвращения или разрешения конфликтов [13].

М. Рейтерер указывает на то, что эти факторы являются стимулами для развития межрегиональных взаимодействий. Они способствуют более тесному экономическому, политическому и социальному сотрудничеству регионов. Такое взаимодействие создает благоприятные условия для роста и развития региональных систем, а также для решения общих проблем и конфликтов.

Многие авторы трактуют межрегиональные взаимодействия как «интеграцию», «мобильность», «глобализацию», но у них есть одно общее свойство – движение. Укрепление межрегиональных взаимосвязей невозможно без каких-либо функциональных действий населения, которое проживает на одном месте или, наоборот, мигрирует по стране. Развитие региона происходит тогда, когда есть спрос, заинтересованность населения, следовательно, без спроса нет необходимости в регулировании взаимосвязей (предложения) между регионами.

Прогнозирование и анализ миграционных потоков имеет важное значение для разработки соответствующих политик и стратегий в области регионального развития и планирования. Понимание пространственной неоднородности этих потоков и их связи с социально-экономическими факторами позволяет выявить причины и механизмы миграции населения, что в свою очередь помогает предсказать будущие тенденции и разработать эффективные меры по сокращению неравномерности развития регионов.

Изученные методические подходы (индекс Морана, регрессионный анализ) с использованием пространственного автокорреляционного анализа и регрессионного анализа будут полезным инструментом для прогнозирования и оценки пространственной неоднородности транспортных миграционных потоков в России. На современном этапе развития науки существует множество методов выявления пространственной автокорреляции, таких как глобальные и локальные индексы Морана, метод Гетиса-Орда, коэффициент Джирри и др., однако реальность их применения для изучения влияния факторов на миграцию подтвердить возможно не у всех вышеперечисленных.

Результаты исследования, а точнее определение методов для оптимального исследования социально-экономических факторов на миграцию в пространственном аспекте, могут иметь важное практическое применение при разработке региональных политик и стратегий, направленных на устранение диспропорций, а также будут содействовать устойчивому пространственному развитию в стране.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Основные методы анализа пространственных данных включают:

- 1) использование алгоритмов обучения, таких как нейронные сети и различные генетические алгоритмы;
- 2) применение интерполяционных моделей, таких как мульти-квадратичные уравнения и метод обратных расстояний в степени;
- 3) использование геостатистических моделей, которые основаны на анализе статистических данных.

Основные индексы пространственного моделирования: Морана, Гири, Тейла, Джини, Аткинсона, Гетиса-Орда.

Применение пространственного автокорреляционного анализа по методикам П. Морана и регрессионного анализа позволяет более глубоко понять динамику и взаимосвязи между потоками миграции населения и социально-экономическими факторами. Это позволяет выявить факторы, оказывающие влияние на миграционные потоки, и оценить их пространственную неоднородность [14]. С помощью формируемой диаграммы расселения значений индексов пространственной автокорреляции по методике П. Морана можно классифицировать исследуемые территориальные системы на четыре группы: полюса роста, территории с высокими значениями исследуемого показателя и их зона влияния, а также территории с низкими значениями показателя. Это позволяет визуализировать разброс значений показателей.

Коэффициент пространственной автокорреляции отображает степень взаимосвязи между вектором z значений исследуемого показателя и вектором Wz , где используются пространственно взвешенные центрированные значения исследуемого показателя в соседних областях с учетом пространственного лага [15; 16]. Методика пространственной автокорреляции П. Морана оптимальна для исследования нелинейных социально-экономических процессов, однако она также имеет свои ограничения в использовании. Метод позволяет выявить присутствие пространственных кластеров, то есть регионов со схожими характеристиками миграции, и оценить их степень соседства.

Индекс Гири может быть применен для исследования миграции, однако он используется в контексте пространственного анализа переменных, связанных с социально-экономическими факторами, его можно адаптировать для анализа миграционных потоков. Значения индекса Гири от 0 до 1: значения ближе к 0 указывают на положительную пространственную автокорреляцию миграционных потоков [17]. Это означает, что регионы с более высокими миграционными потоками имеют тенденцию соседствовать с другими регионами с аналогичной динамикой. Значения ближе к 1 указывают на отрицательную пространственную автокорреляцию, что означает, что регионы с высокими миграционными потоками соседствуют с регионами с низкими миграционными потоками. Значение 0.5 указывает на случайную или отсутствующую пространственную автокорреляцию миграционных потоков [18]. Это может быть интерпретировано как отсутствие явной связи между миграционными потоками в соседних регионах.

Использование индекса Гири для анализа миграции позволяет оценить пространственные тенденции и зависимости в миграционных потоках между регионами. Однако важно отметить, что этот индекс не учитывает причины или факторы, влияющие на миграцию, и служит прежде всего для анализа пространственной структуры миграционных потоков. Для более полного понимания миграционных процессов может потребоваться дополнительное использование других методов, таких как регрессионный анализ или дополнительные индексы пространственной автокорреляции. Данный индекс позволяет измерить уровень пространственной автокорреляции миграционных потоков в регионах.

Индекс Тейла является показателем, который может быть применен для исследования миграции. Он часто используется в области пространственной экономики для анализа пространственного неравенства в распределении различных переменных, включая миграцию. Индекс Тейла основан на понятии информационной энтропии и позволяет вычислить социальное неравенство. Он позволяет измерить степень неравенства распределения переменной в пространственной перспективе. В контексте миграции индекс Тейла может быть применен для изучения неравномерности или неравенства в распределении миграционных потоков между различными регионами или странами.

Обычно значения индекса Тейла находятся в диапазоне от 0 до 1, где 0 указывает на полное равенство (равномерное распределение миграционных потоков), а 1 – на максимальное неравенство (неравномерное распределение миграционных потоков) [19]. Важно отметить, что индекс фокусируется на неравенстве в распределении миграционных потоков и не учитывает причины или факторы, влияющие на миграцию.

Индекс Джини – статистический показатель, применяемый для измерения уровня неравенства распределения определенной переменной в контексте миграции, а также внутри регионов или страны. Он широко используется для измерения неравенства доходов и богатства в экономике, но также может применяться для измерения неравенства в других областях, включая образование, здоровье, доступ к ресурсам. Индекс Джини колеблется в диапазоне от 0 до 1, где 0 означает полное равенство, когда все значения переменной равны, а 1 – полное неравенство, когда один участник получает все значения переменной. Значение индекса Джини, близкое к 1, указывает на большее неравенство в распределении миграционных потоков [19; 20]. Вычисление индекса Джини осуществляется путем построения кривой Лоренца, которая отображает долю накопленного населения и долю переменной. Затем индекс Джини определяется как отношение площади между кривой Лоренца и линией равенства (линией с углом 45 градусов) к общей площади под линией равенства. Индекс предоставляет числовую меру неравенства в распределении миграционных потоков и позволяет сравнивать уровень неравенства между различными регионами, странами или в разные периоды времени. Он представляется в виде числового значения, что облегчает сравнение и анализ динамики неравенства в миграционных процессах.

Индекс пространственной автокорреляции Гетиса-Орда предназначен для анализа пространственных взаимосвязей между переменными. Он может помочь в выявлении пространственных кластеров и понимании структуры миграционных потоков в регионах. При использовании этого индекса важно иметь матрицу пространственных весов, которая определяет степень взаимосвязи между регионами. Значение коэффициента пространственной автокорреляции Гетиса-Орда может находиться в диапазоне от – 1 до 1 [21]. Положительное значение указывает на пространственную зависимость, то есть близкие географические области имеют схожие значения миграционных потоков. Отрицательное значение указывает на противоположную зависимость, где близкие географические области имеют различные значения миграционных потоков. Индекс пространственной автокорреляции Гетиса-Орда помогает выявить пространственные тренды и взаимосвязи между миграционными потоками, что может быть полезно для анализа и понимания причин и факторов, влияющих на миграцию в различных географических областях [22].

Индекс Аткинсона является показателем, который может быть применен для измерения уровня неравенства в распределении переменных в контексте миграции. Этот индекс позволяет оценить степень неравномерности распределения миграционных потоков и измерить концентрацию потоков в определенных географических областях. Интерпретация результатов индекса зависит от конкретного полученного значения. Обычно значения находятся в диапазоне от 0 до 1, где 0 указывает на полное равенство (равномерное распределение миграционных потоков), а 1 – на максимальное неравенство (когда все миграционные потоки сосредоточены в одной географической области) [23].

Регрессионный анализ позволяет исследовать зависимость между миграционными потоками и социально-экономическими факторами, такими как уровень доходов, доступность транспорта, наличие рабочих мест и др. [24]. Такой метод может помочь определить факторы, влияющие на миграцию на транспорте в регионах.

Регрессионный анализ обычно представляет собой моделирование математической функции, которая наилучшим образом объясняет вариацию в зависимой переменной на основе значений независимых переменных. Его цель состоит в том, чтобы найти оптимальные коэффициенты регрессии, которые наиболее точно предсказывают зависимую переменную.

Результаты регрессионного анализа могут быть интерпретированы для выявления статистически значимых связей и эффектов. Например, можно определить, какая из независимых переменных вносит

наибольший вклад в изменение зависимой переменной, а также направление и силу этого влияния. Метод может помочь определить, какие факторы значимо влияют на миграцию и какие тренды или закономерности могут быть выявлены. Регрессионный анализ предполагает корреляционные отношения и не всегда указывает на причинно-следственные связи [25]. Также требуются аккуратность в интерпретации результатов и контроль за возможными причинно-следственными обратными связями или наличием других скрытых факторов, которые могут влиять на исследуемые связи.

В контексте исследования миграции регрессионный анализ и индекс Морана могут быть применены для оценки влияния социально-экономических факторов на миграционные потоки. Например, исследование может включать зависимую переменную (количество мигрантов) и независимые переменные (уровень дохода, уровень образования, доступ к рабочим местам или социальным услугам).

Существует множество эконометрических и статистических методов для анализа межрегиональных взаимодействий. Перечисленные выше методы позволяют оценить именно влияние социально-экономических факторов миграции – другие имеют погрешность результатов и не приближены к реальной ситуации. С целью грамотного и оптимального использования индексов в исследовании взаимосвязи миграции и транспорта в регионах важно тщательно оценить их применимость к контексту и изучить литературу, связанную с их использованием в подобных исследованиях.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Использование индексов пространственной автокорреляции Морана, Гири, Тейла, Джини, Аткинсона и Гетиса-Орда предоставляет разнообразные инструменты для анализа пространственных тенденций, неравенства и зависимостей в различных областях исследования. Индексы измеряют уровень социального неравенства, но не дают непосредственной информации о влиянии этих неравенств на миграцию.

В результате анализа были выявлены оптимальные методы исследования: регрессионного анализа и индекса пространственной автокорреляции Морана. Эти индексы помогают выявить пространственные структуры, оценить уровень неравенства, определить наличие положительной или отрицательной пространственной автокорреляции и исследовать зависимости между переменными. Их использование дает возможность получить более глубокое понимание и интерпретацию данных, включая анализ миграционных процессов. Однако необходимо учитывать контекст и рамки исследования, а также комбинировать различные методы и индексы для более полного анализа и достоверности полученных выводов.

Результаты настоящего исследования могут иметь теоретическую основу для расчетов, разработки эффективных стратегий и политик в области миграции и пространственного развития в России. Анализ пространственной неоднородности миграционных потоков и выявление связи с социально-экономическими факторами помогут определить приоритетные регионы для инвестиций и развития, а также способствуют сокращению пространственных неравенств и устойчивому пространственному развитию.

Список литературы

1. *Калимуллина Э.Р.* Законы Е.Г. Равенштайна в сфере объективных условий и субъективных факторов миграции: современная интерпретация. Казанский педагогический журнал. 2015;5(1):214–216.
2. *Филиппов В.Н., Суков В.А.* Проблемы формирования трудовых ресурсов села. Труды Свердловского института народного хозяйства. 1972;4:55–62.
3. *Хамфа А.У.* Миграция населения: вопросы теории, методики исследования. Киев: Наук. думка; 1979. 146 с.
4. *Власюк Т.А.* Терминологический анализ понятия «миграция» как фактора влияния на транспортное Обеспечение городов-спутников. Вестник Белорусского государственного университета транспорта: наука и транспорт. 2019;1(38):83–85.
5. *Minakir P.A.* Strategies for Russia and in Russia. Spatial Economics. 2021;17(1):7–17. <https://dx.doi.org/10.14530/se.2021.1.007-017>
6. *Чичканов В.П., Беляевская-Плотник Л.А., Андреева П.А.* Моделирование оценки влияния отраслевых факторов на уровень социально-экономического развития и экономической безопасности территории. Экономика региона. 2020;16(1):1–14. <https://doi.org/10.17059/2020-1-1>
7. *Лаврикова Ю.Г., Акбердина В.В.* Приоритеты и механизмы межрегиональных взаимодействий: опыт уральских регионов в проекте «Арктический вектор Уральского созвездия». Регион: Экономика и Социология. 2018;4(100):168–191. <https://doi.org/10.15372/REG20180407>

8. *Наумов И.В.* Исследование межрегиональных взаимосвязей в процессах формирования инвестиционного потенциала территорий методами пространственного моделирования. *Экономика региона*. 2019;15(3):720–735. <https://doi.org/10.17059/2019-3-8>
9. *Наумов И.В., Красных С.С.* Исследование межрегиональных взаимосвязей в процессах развития минерально-сырьевого комплекса Российской Федерации. *Известия высших учебных заведений. Горный журнал*. 2019;8:108–124.
10. *Дубровская Ю.В.* Систематизация подходов к обоснованию роли межрегионального взаимодействия в развитии социально-экономических систем. *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки*. 2018;4:197–206. <https://doi.org/10.15593/2224-9354/2018.4.16>
11. *Серебрякова С.В.* Макрорегион: социологический анализ моделей взаимодействия субъектов РФ (на примере Приволжского федерального округа). *Вестник Башкирского университета*. 2009;1:256–260.
12. *Бакуменко О.А.* Межрегиональное взаимодействие как фактор развития региональных социально-экономических систем (на примере Северо-Западного федерального округа). *Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономика. Право. Управление*. 2016;4:32–47.
13. *Reiterer M.* Interregionalism as a new diplomatic tool: the EU and East Asia. *EFAR*. 2006;11:223–242.
14. *Musakwa W., Niekerk A.V.* Monitoring Urban Sprawl and Sustainable Urban Development Using the Moran Index: A Case Study of Stellenbosch, South Africa. *International Journal of Applied Geospatial Research*. 2014;5(3):20. <https://doi.org/10.4018/ijagr.2014070101>
15. *Павлов Ю.В., Королева Е.Н.* Пространственные взаимодействия: оценка на основе глобального и локального индексов Морана. *Пространственная экономика*. 2014;3:95–110.
16. *Мапаева И.В., Капищева А.В.* Оценка пространственной автокорреляции в городах Сибирского федерального округа. В кн.: *Пространственное развитие территорий: сборник научных трудов III Международной научно-практической конференции*, Белгород, 26–27 ноября 2020 г. Белгород: Белгородский государственный национальный исследовательский университет; 2020. С. 25–32.
17. *Вакуленко Е.С.* Введение в пространственную эконометрику. М.: НИУ ВШЭ, 2013.
18. *Lin J.* Comparison of Moran's I and Geary's C in Multivariate Spatial Pattern Analysis. *Geographical Analysis*. 2022. <https://doi.org/10.1111/gean.12355>
19. *Marchetti S., Tzavidis N.* Robust Estimation of the Theil Index and the Gini Coefficient for Small Areas. *Journal of Official Statistics*. 2021;37(4). <https://doi.org/10.2478/jos-2021-0041>
20. *Наумов И.В., Никулина Н.А., Сиротин А.В. и др.* Теория и методология моделирования пространственного развития территорий, монография. Екатеринбург: Институт экономики Уральского отделения РАН; 2020. 270 с.
21. *Westerholt R.* A revised understanding of the influence of the variance of spatial weights on the Getis-Ord statistic. In: *31st Annual GIS Research UK Conference (GISRUK)*, Glasgow, 2023. 2023. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7825279>
22. *Wang Z., Lam N.S.* Extending Getis-Ord statistics to account for local space-time autocorrelation in spatial panel data. *The Professional Geographer*. 2020;72(3):411–420. <https://doi.org/10.1080/00330124.2019.1709215>
23. *White T.J.* Sharing Resources: The Global Distribution of the Ecological Footprint. *Ecological Economics*. 2007;64:402–410.
24. *Мамуров Б.Ж., Абдуллаев Ж.Ж.* Регрессионный анализ как средство изучения зависимости между переменными. *European Science*. 2021;2(58):7–10.
25. *Кривов Ю.В.* Применение регрессионного анализа для построения миграционных моделей. *Вестник экономической безопасности*. 2009;3:100–104.

REFERENCES

1. *Kalimullina E.R.* E.G. Ravenstein's laws in the field of objective conditions and subjective factors of migration: modern interpretation. *Kazan Pedagogical Journal*. 2015;5(1):214–216. (In Russian).
2. *Filippov V.N., Sukov V.A.* Problems of forming village labor resources. *Proceedings of the Sverdlovsk Institute of National Economy*. 1972;4:55–62. (In Russian).
3. *Khomra A.U.* Migration of the population: questions of theory, methods of research. Kiev: Nauk. dumka; 1979. 146 p. (In Russian).
4. *Vlasuk T.A.* Terminological analysis of the notion "migration" as a factor of influence on the transport support of satellite cities. *Bulletin of BSUT: science and transport*. 2019;1(38):83–85. (In Russian).
5. *Minakir P.A.* Strategies for Russia and in Russia. *Spatial Economics*. 2021;17(1):7–17. <https://dx.doi.org/10.14530/se.2021.1.007-017>
6. *Chichkanov V.P., Belyaevskaya-Plotnik L.A., Andreeva P.A.* Modelling the Assessment of the Impact of Industry Factors on the Level of the Territories' Socio-Economic Development and Economic Security. *Economy of the Region*. 2020;16(1):1–14. <https://doi.org/10.17059/2020-1-1> (In Russian).

7. *Lavrikova Y.G., Akberdina V.V.* Priorities and mechanisms of interregional interactions: the experience of Ural regions within the «Ural constellation – Arctic vector» project. *Region: Economics & Sociology*. 2018;4(100):168–191. <https://doi.org/10.15372/REG20180407> (In Russian).
8. *Naumov I.V.* Investigation of the Interregional Relationships in the Processes of Shaping the Territories' Investment Potential Using the Methods of Spatial Modelling. *Economy of the Region*. 2019;15(3):720–735. <https://doi.org/10.17059/2019-3-8> (In Russian).
9. *Naumov I.V., Krasnykh S.S.* The research of interregional relationships in the development of the mineral resource complex of the Russian Federation. *Izvestiya vysokikh uchebnykh obrazovaniye. Gornyj zhurnal*. 2019;8:108–124. (In Russian).
10. *Dubrovskaya Yu.V.* Systematization of approaches to justifying the role of interregional interaction in development of socio-economic systems. *PNRPU Sociology and Economics Bulletin. Socio-economic sciences*. 2018;4:197–206. <https://doi.org/10.15593/2224-9354/2018.4.16> (In Russian).
11. *Serebryakova S.V.* Macroregion: Sociological analysis of the models of interaction between the subjects of the Russian Federation (on the example of the Volga Federal District). *Vestnik Bashkirskogo Universita*. 2009;1:256–260. (In Russian).
12. *Bakumenko O.A.* Interregional cooperation as a factor of regional socio-economic development (on the example of the North West Federal District). *Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Pravo. Upravlenie*. 2016;4:32–47. (In Russian).
13. *Reiterer M.* Interregionalism as a new diplomatic tool: the EU and East Asia. *EFAR*. 2006;11:223–242.
14. *Musakva W., Niekerk A.V.* Monitoring Urban Sprawl and Sustainable Urban Development Using the Moran Index: A Case Study of Stellenbosch, South Africa. *International Journal of Applied Geospatial Research*. 2014;5(3):20. <https://doi.org/10.4018/ijagr.2014070101>
15. *Pavlov Yu.V., Koroleva E.N.* Spatial Interactions: Evaluation with the Help of Global and Local Moran's Index. *Prostranstvennaya Ekonomika*. 2014;3:95–110. (In Russian).
16. *Manaeva I.V., Kanischeva A.V.* Estimation of spatial autocorrelation in the cities of the Siberian Federal District. In: *Spatial development of territories: Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference, Belgorod, November 26–27, 2020*. Belgorod: Belgorod State National Research University; 2020. Pp. 25–32. (In Russian).
17. *Vakulenko E.S.* Introduction to spatial econometrics. Moscow: Higher School of Economics Publ. House; 2013. (In Russian).
18. *Lin J.* Comparison of Moran's I and Geary's C in Multivariate Spatial Pattern Analysis. *Geographical Analysis*. 2022. <https://doi.org/10.1111/gean.12355>
19. *Marchetti S., Tzavidis N.* Robust Estimation of the Theil Index and the Gini Coefficient for Small Areas. *Journal of Official Statistics*. 2021;37(4). <https://doi.org/10.2478/jos-2021-0041>
20. *Naumov I.V., Nikulina N.L., Sirotin D.V. et al.* Theory and methodology of modeling of spatial development of territories, monograph. Ekaterinburg: Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences; 2020. 270 p. (In Russian).
21. *Westerholt R.* A revised understanding of the influence of the variance of spatial weights on the Getis-Ord statistic. In: *31st Annual GIS Research UK Conference (GISRUK), Glasgow, 2023*. 2023. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7825279>
22. *Wang Z., Lam N.S.* Extending Getis-Ord statistics to account for local space-time autocorrelation in spatial panel data. *The Professional Geographer*. 2020;72(3):411–420. <https://doi.org/10.1080/00330124.2019.1709215>
23. *White T.J.* Sharing Resources: The Global Distribution of the Ecological Footprint. *Ecological Economics*. 2007;64:402–410.
24. *Mamurov B.J., Abdullaev Zh.Zh.* Regression analysis as a means of studying the dependence between variables. *European Science*. 2021;2(58):7–10. (In Russian).
25. *Krivov Y.V.* Application of regression analysis for building migration models. *Vestnik ekonomicheskogo bezopasnosti*. 2009;3:100–104. (In Russian).

Условия применения институционализма в качестве теоретической основы экономического анализа

Маньковский Игорь Александрович

Канд. юрид. наук, зам. дир., доц. каф. менеджмента, учета и финансов
ORCID: 0000-0003-3953-9575, e-mail: mankovskiy.ia@rea.ru

Минский филиал Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова, г. Минск, Республика Беларусь

Аннотация

Российское общество представляет собой сложную социальную систему функционирование которой обусловлено социально-экономической политикой, процесс разработки которой требует проведения комплексного экономического анализа практически всех сфер социального взаимодействия. Междисциплинарный научный подход к экономическому анализу, позволяющий учесть влияние на социально-экономическое развитие различных аспектов функционирования государства и общества, имманентен институциональной экономической теории. Однако проблема ее применения к анализу Российской Федерации и ее населения состоит в том, что институционализм, разработанный американскими учеными, основан на анализе политической и правовой системы Соединенных Штатов Америки, существенно отличающихся от политической и правовой системы Российской Федерации. Целью исследования является определение условий применения институционализма в процессе экономического анализа политической и экономической подсистем российского общества и разработки социально-экономической политики, соответствующей требованиям времени. Актуальность исследования обусловлена невозможностью применения неоклассической экономической парадигмы для проведения комплексного экономического анализа социальной системы, а также динамичным развитием институционализма, применяющего междисциплинарный подход к экономическому анализу. В исследовании предложены мероприятия, направленные на адаптацию институционализма к условиям развития Российской Федерации и ее населения, сформулирован авторский подход к универсальному определению его основных понятий. Исследование вносит вклад в развитие институционализма, способствует созданию единой институциональной экономической теории и условий ее применения для проведения междисциплинарного экономического анализа различных аспектов развития российского общества как сложной социальной системы.

Ключевые слова

Российское общество, социальная система, политическая подсистема, социально-экономическая политика, междисциплинарный экономический анализ, институционализм, унификация понятийного аппарата, единая институциональная теория

Для цитирования: Маньковский И.А. Условия применения институционализма в качестве теоретической основы экономического анализа // Вестник университета. 2024. № 2. С. 95–103.



Conditions of institutionalism application as a theoretical basis for economic analysis

Igor A. Mankovsky

Cand. Sci. (Jur.), Deputy Director, Assoc. Prof. at the Management, Accounting and Finance Department
ORCID: 0000-0003-3953-9575, e-mail: mankovskiy.ia@rea.ru

Minsk Branch of the Plekhanov Russian University of Economics, Minsk, Republic of Belarus

Abstract

Russian society is a complex social system, the functioning of which is conditioned by socio-economic policy, the development process of which requires a comprehensive economic analysis of virtually all spheres of social interaction. The interdisciplinary scientific approach to economic analysis, which makes it possible to consider the impact on socio-economic development of various aspects of the state and society functioning, is inherent in institutional economic theory. However, the problem of its application to the Russian state and society analysis is that institutionalism developed by American scientists is based on analyzing the political and legal system of the United States of America, which differ significantly from the political and legal system of Russia. The purpose of the study is to determine the conditions for institutionalism application in the process of economic analysis of political and economic subsystems of Russian society and socio-economic policy development that meets the requirements of the time. The relevance of the study is conditioned by the impossibility of applying the neoclassical economic paradigm to conduct a comprehensive economic analysis of the social system, as well as by the institutionalism dynamic development, which applies an interdisciplinary approach to economic analysis. The study proposes measures aimed at adapting institutionalism to the conditions of Russia and its population development, formulates the author's approach to the universal definition of its basic concepts. The study contributes to institutionalism development, promotes a unified institutional economic theory creation and the conditions for its application for the interdisciplinary economic analysis of various aspects of the Russian society development as a complex social system.

Keywords

Russian society, social system, political subsystem, socio-economic policy, interdisciplinary economic analysis, institutionalism, unification of conceptual apparatus, unified institutional theory

For citation: Mankovsky I.A. (2024) Conditions of institutionalism application as a theoretical basis for economic analysis. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 95–103.



ВВЕДЕНИЕ

Российское общество как социальная система состоит из трех основных подсистем: духовно-идеологической, политической, экономической, характеризующих ее с различных аспектов социального взаимодействия. Материальной основой существования российского общества в целом, отдельных домашних хозяйств, индивидов, а также государства выступает экономическая подсистема, эффективность развития которой зависит от выбранной государством социально-экономической политики.

Социально-экономическая политика применительно к современному этапу развития российского общества должна быть направлена на создание институциональной среды, стимулирующей частную предпринимательскую инициативу субъектов экономической деятельности как государственного, так и частного сектора национальной экономики, их инновационную и инвестиционную активность, включая привлечение в российскую экономику иностранных инвестиций. В сложившихся вокруг Российской Федерации (далее – РФ, Россия) геополитических условиях, в том числе реализации Соединенными Штатами Америки (далее – США) программ по сохранению «...подчиненного Америке однополярного мира...», повышение эффективности национальной экономики следует признать одной из первоочередных задач государственной социально-экономической политики, выполнение которой обусловлено необходимостью проведения соответствующих институциональных изменений [1, с. 45].

Успешное решение этой задачи требует комплексного (междисциплинарного) подхода к экономическому анализу, позволяющего учесть влияние на темпы роста экономики различных аспектов функционирования российского общества как социальной системы.

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ НАУЧНЫЙ ПОДХОД КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

В рамках экономического анализа необходимо принимать во внимание такие составляющие социальной системы, как:

- 1) существующий и поддерживаемый обществом политический режим;
- 2) закрепленная в государстве и являющаяся средством легализации политической воли система права;
- 3) неформальные ограничения, именуемые социальными ценностями, игнорирование которых экономическими агентами не подлежит государственной оценке, но может негативно отразиться на общественном мнении в отношении конкретного субъекта, нанести вред его деловой репутации и, как следствие, экономической эффективности его деятельности.

Наряду с этим в рамках комплексного (междисциплинарного) анализа экономических отношений и разработки действенной социально-экономической политики необходимо принимать во внимание выбор российского общества и требуемый для институционального равновесия баланс публичных и частных экономических интересов. Достижение указанных выше целей в процессе экономического анализа возможно посредством применения соответствующего духу времени, потребностям государства и общества междисциплинарного научного подхода, который имманентен институционализму как перспективному направлению развития теоретической экономики.

Применяемый институционализмом междисциплинарный подход позволяет учесть влияние на экономическое развитие психологии российского общества и субъектов предпринимательской деятельности, существующих в обществе и поддерживающих культурные традиции, а также определить экономическую эффективность действующих и принимаемых в сфере экономики правовых норм.

В рамках институционального анализа экономических отношений в первую очередь подлежат анализу и учету политическая подсистема российского общества и входящая в структуру политической подсистемы система права, которые выступают в качестве конституирующих социальных институтов, определяющих условия экономического развития. В частности, к решениям политической элиты общества относятся направления социально-экономического развития, которые в свою очередь становятся обязательными для исполнения всеми лицами, находящимися на государственной территории, будучи облеченными в правовую форму. Следовательно, эффективность социально-экономического развития поставлена в зависимость от экономической эффективности системы права, что не учитывается в случае разработки социально-экономической политики с применением экономического мейнстрима. Неоклассическая экономическая теория, главным инструментом которой являются математика и основанное

на математических расчетах математическое моделирование, не способна при разработке социально-экономической политики учесть все национальные особенности развития российского общества в силу отсутствия в ее методологии комплексного междисциплинарного подхода к экономическому анализу.

Безусловное влияние политических решений, облеченных в правовую форму, на социально-экономическое развитие предполагает необходимость проведения анализа экономической эффективности правовых норм на стадии их разработки и принятия, определения их соответствия объективным экономическим законам, что указывает на зависимость эффективности экономической подсистемы от принимаемых политических решений и легализующей их системы права, то есть, по сути, от соответствия политической подсистемы и принимаемых политической элитой правовых норм требованиям российского общества и интересам государственного управления.

Кроме того, на экономическое развитие оказывают влияние сложившиеся в социуме деловые обыкновения, менталитет россиян, устоявшееся в обществе отношение к государству и праву, принимаемые и поддерживаемые обществом социальные ценности. В частности, одной из характерных черт русской ментальности является правовой нигилизм, оказывающий существенное влияние на поведение экономических агентов и во многом основанный на достаточно высоком уровне бюрократических барьеров, препятствующих эффективному осуществлению экономической деятельности в пределах, установленных формальными институтами [2].

Междисциплинарный подход к научному анализу экономических отношений, имманентный институционализму, позволяет на основе применения инструментария таких социально-гуманитарных наук, как политология, юриспруденция, социология, провести комплексное исследование складывающихся экономических отношений, учесть в рамках институционального анализа влияние на экономическое развитие таких социальных институтов, как традиции, мораль, право, семья, общественные объединения, государство [3]. Можно констатировать тот факт, что «институционализм перестал быть преимущественно экономическим, превратившись в мощное междисциплинарное направление в социальных науках», в силу чего является наиболее перспективным научным направлением для разработки государственной социально-экономической политики в геополитических условиях, складывающихся для России в третьем десятилетии XXI в. [4, с. 73].

АДАПТАЦИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗМА К СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РЕАЛИЯМ РОССИИ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ

Институционализм как новое направление экономической теории получил свое развитие в США, имеющих отличное от РФ политическое устройство и применяемую правовую систему, где политические и правовые институты являются объектом институционального анализа. В США применяется англо-американская правовая система, а в России – континентальная (романо-германская). В англо-американской правовой системе доминирующим источником права является судебный прецедент, что коренным образом отличает ее от континентальной, основанной на иерархически выстроенной системе нормативных правовых актов, выступающих в качестве единственного источника права на государственной территории России.

Особенности правовой системы США, соответственно, отразились на содержании институциональной экономической теории и полученных выводах, применение которых в процессе анализа общественных отношений, возникающих в российском обществе, может дать недостоверные результаты. Кроме того, к настоящему времени институционализм не сложился как единое направление экономической теории, что также является препятствием для получения достоверных результатов анализа общественных отношений, возникающих на территории России.

Следовательно, для успешного применения институциональной экономической теории, разработанной с учетом влияния на социально-экономическое развитие англо-американского права, в процессе анализа социально-экономического развития РФ необходима адаптация теоретических разработок институционализма к условиям развития российского общества как социальной системы и создание общего для различных направлений институционализма подхода к междисциплинарному анализу отечественной экономики, в рамках которого будет учтена специфика политической и правовой системы РФ. После адаптации используемый институциональной экономической теорией «...системный подход, рассматривающий жизнь общества не фрагментарно... а целостно... интегрируя научный потенциал различных смежных наук ...», применительно к современному уровню развития экономических

отношений и их теоретическому осмыслению можно рассматривать в качестве теоретической основы для построения политики социально-экономического развития российского общества [5, с. 32].

В процессе разработки единого институционального подхода к проведению комплексного анализа социально-экономических отношений в рамках применяемого междисциплинарного подхода к экономическому анализу следует провести унификацию понятийно-категориального аппарата институциональной экономической теории и понятийно-категориального аппарата юридической науки, который в отличие от понятийно-категориального аппарата теоретической экономики формально определен и, соответственно, признан официальным [6]. По сути, необходимость такой унификации продиктована тем фактом, что ряд терминов, которыми оперирует институционализм, закреплен в нормативно-правовых актах РФ с установленным правовыми нормами содержанием, которое не учитывается в рамках междисциплинарного анализа экономических отношений.

Однако, во-первых, вступившие в силу нормативно-правовые акты федерального уровня подлежат неукоснительному и единообразному применению на всей государственной территории всеми находящимися на ней лицами, и, во-вторых, применительно к современному уровню государственного управления социально-экономическое развитие России обусловлено принятыми нормативно-правовыми актами. Таким образом, различный подход к пониманию значения терминов, закрепленных в нормативно-правовых актах, регулирующих экономические отношения, и терминов, применяемых в ходе экономического анализа, может привести к искажению достоверности его результатов.

Например, в ч. 1 Гражданского кодекса РФ (далее – ГК РФ) от 21 декабря 1994 г., который регулирует экономические отношения, в том числе отношения собственности, закреплено понятие «право собственности», которое рассматривается как единое, неделимое, основное, первоначальное, неограниченное вещное право, содержание которого составляют правомочия владения, пользования и распоряжения [7, с. 95–292].

В англо-американской правовой системе применяется понятие «права собственности», рассматриваемое через сложный пучок правомочий. В частности, наиболее распространенной в англо-американском праве является классификация прав собственности, разработанная А. Оноре, содержащая 11 правомочий собственника, предполагающих возможность «...рассредоточения отдельных правомочий собственности между различными лицами и превращение этих правомочий в объекты оборота... чем обусловлена необходимость спецификации прав собственности... – установления кому какие правомочия принадлежат и какие ограничения владелец тех или иных правомочий может устанавливать на действия других лиц» [8, с. 80].

В российском гражданском праве в отличие от англо-американского правомочия собственника, составляющие содержание права собственности, не могут выступать в качестве объекта обязательственных правоотношений и одновременно принадлежать нескольким субъектам.

Приведенный пример различного подхода к применению терминов, закрепленных в нормативно-правовых актах и используемых в рамках экономического анализа, не единственный и указывает на тот факт, что необходимо сформировать единый для экономической и юридической науки «...понятийный аппарат, который отражает сущность объекта исследования, является своеобразным базисом качественного научного результата», что послужит основой развития единой институциональной экономической теории в рамках российской теоретической экономики [9, с. 259].

УНИФИКАЦИЯ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ОСНОВНЫХ ПОНЯТИЙ ИНСТИТУЦИОНАЛИЗМА КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Для разработки единой концепции институционализма унификацию терминов, закрепленных в нормативно-правовых актах и применяемых в рамках междисциплинарного экономического анализа, нельзя признать достаточной. Наряду с унификацией понятийно-категориального аппарата общественных и гуманитарных наук, по нашему мнению, необходимо выработать единый подход к определению таких основных понятий институционализма, как «институциональная матрица», «институциональная структура», «институциональная среда» и «институт», адаптировав их к российской социально-экономической действительности. Единообразное применение в рамках разных направлений институциональной экономической теории основных понятий институционализма с учетом потребностей российского общества и существующих в России политической и духовно-идеологической подсистем будет способствовать выработке единых подходов к экономическому анализу российского общества, созданию единой институциональной экономической теории в рамках теоретической экономики России, что повысит

достоверность экономического анализа, проведенного с применением междисциплинарного подхода, имманентного институционализму.

Так, словоупотребление «институциональная матрица» было впервые использовано К. Поланьи. Впоследствии Д. Норт развил примененный К. Поланьи термин. В своих исследованиях он рассматривал институциональную матрицу как «...комплекс взаимозависимых правил и неформальных ограничений» [10, с. 86, 129, 147, 173]. В качестве института Д. Норт считал ««правила игры» в обществе, ... созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми» [10, с. 17].

Анализируя такое понятие институционализма как «институциональная структура», Д. Норт указывал на «...современное демократическое общество со всеобщим избирательным правом» [10, с. 140]. Слово-сочетание «институциональная среда» в институциональных исследованиях впервые появилось в 1971 г. в работе Л. Дэвиса и Д. Норта «Институциональные изменения и экономический рост в США», где в качестве институциональной среды выступала «...совокупность основополагающих политических, социальных и юридических правил, образующих базис для производства, обмена и распределения» [11, с. 417].

Таким образом, западные институционалисты, в первую очередь основоположник неоинституционализма Д. Норт, понимают:

- 1) под институциональной матрицей – «...комплекс взаимозависимых правил и неформальных ограничений...» [10, с. 86, 129, 147, 173];
- 2) под институтом – ««правила игры» в обществе, ... созданные человеком ограничительные рамки, которые организуют взаимоотношения между людьми» [10, с. 17];
- 3) под институциональной структурой – «...современное демократическое общество со всеобщим избирательным правом» [10, с. 140];
- 4) под институциональной средой – «...совокупность основополагающих политических, социальных и юридических правил, образующих базис для производства, обмена и распределения...» [11, с. 147].

По сути, определяя каждое из понятий за исключением понятия институциональной структуры, Д. Норт в том или ином виде обращается к нормам права («комплекс взаимозависимых правил», «правила игры в обществе», «совокупность основополагающих политических, социальных и юридических правил»), если проводить анализ названных понятий исходя из установленного в России порядка государственного управления, осуществление которого основано на применении системы права, поддерживаемой принудительной силой государства.

Однако определение разных понятий через нормы права, пусть даже и в несколько различной интерпретации, ведет к их смешению, не позволяет точно определить сферу применения каждого из них, не способствует разработке единой институциональной экономической теории, снижает достоверность экономического анализа и, соответственно, требует корректировки.

В процессе адаптации институционализма к российской социально-экономической действительности при определении каждого из указанных основных понятий необходимо учитывать:

- 1) структуру российского общества как социальной системы, состоящей из трех основных подсистем: духовно-идеологической, политической и экономической;
- 2) влияние на содержание политической подсистемы духовно-идеологической подсистемы, отражающей социальные ценности многонационального российского народа, специфику его менталитета, отношение к государству и праву, степень склонности к коррупции и оппортунистическому поведению;
- 3) сформированную в рамках политической подсистемы систему органов государственного управления, процедуру принятия политических решений и их легализации, действующую в РФ систему права как единственное средство легализации политических решений и, соответственно, управления государством и обществом;
- 4) установленные системой права как элементом структуры политической подсистемы российского общества правила осуществления экономической деятельности на государственной территории России, включая издержки, связанные с регистрацией коммерческой организации или получением гражданином статуса индивидуального предпринимателя, лицензированием отдельных видов экономической деятельности в случае намерения проводить лицензируемый вид деятельности, налоговую систему РФ и некоторые другие аспекты;
- 5) тот факт, что анализируемые нами основные понятия институционализма должны быть рассмотрены, во-первых, как самостоятельные понятия, применяемые в ходе экономического анализа определенной сферы социального взаимодействия, и, во-вторых, как понятия взаимообусловленные, дополняющие друг

друга, что направлено на проведение комплексного экономического анализа социально-экономического развития с применением междисциплинарного научного подхода.

ВЫВОДЫ

Можно предложить следующий подход к теоретическому осмыслению анализируемых понятий и их месту в процессе теоретического анализа экономической эффективности социальной системы, именуемой российским обществом.

Так, институциональную матрицу следует рассматривать как совокупность трех основных подсистем российского общества: духовно-идеологической, политической и экономической, то есть, соответственно, как основное системообразующее понятие институционализма. В рамках институциональной матрицы определяются идеология российского общества, система политического управления, принципы назначения (избрания) на высшие государственные должности, территориальное устройство государства и некоторые другие аспекты организации и функционирования российской государственности. В частности, духовно-идеологическая подсистема как совокупность социальных ценностей российского народа, сформированных за весь период его существования, является духовной основой выбора российским народом формы государства (форма правления, политический режим, форма государственного устройства).

Институты политической подсистемы осуществляют государственное управление российским обществом в рамках выбранной формы государства, разрабатывают и реализуют социально-экономическую политику России посредством системы права, являющейся единственным средством легализации политических решений. Материальная основа функционирования российского общества и государства формируется экономической подсистемой, развивающейся в рамках, обусловленных политической волей, легализованной посредством принятия нормативно-правовых актов.

Институциональную структуру, исходя из ее определения Д. Нортон, значения термина «общество» в русском языке и применительно к существующей в России политической системе, следует представить как форму государственного правления («...порядок образования организаций высших органов государственной власти...») и часть политической подсистемы институциональной матрицы, состоящей в первую очередь из высших органов государственного управления [12, с. 1076; 13, с. 83]. Высшие органы государственного управления, а именно Президент РФ, Правительство РФ и Федеральное собрание РФ непосредственно осуществляют государственное управление, разрабатывают социально-экономическую политику и создают условия для ее реализации, предусматривают меры стимулирования и ограничения предпринимательской инициативы в различных отраслях экономики, распоряжаются ограниченными ресурсами государства. Таким образом, институциональная структура предназначена для фактической реализации направлений социально-экономического развития российского общества, обусловленных институциональной матрицей.

Исходя из понимания институциональной среды западными институционалистами, того, что большинство российских ученых рассматривают институциональную среду как «...совокупность норм, правил, условий, определяющих поведение экономических субъектов...» и необходимости унификации терминологии, применяемой в институционализме в рамках междисциплинарного подхода к экономическому анализу, под институциональной средой следует понимать исключительно систему права, выраженную вовне через систему законодательства, выступающую в качестве средства государственного управления, применяемого элементами институциональной структуры в рамках реализации задач социально-экономического развития российского общества, обусловленных институциональной матрицей [14, с. 70–71].

Институциональная среда в авторской интерпретации является средством легализации политических решений, принимаемых в рамках институциональной структуры, содержит правила осуществления экономической деятельности и иных видов социального взаимодействия, а также меры государственного принуждения, подлежащие применению к нарушителям установленных правил.

В качестве такого основного понятия институционализма как институт нами предлагается рассматривать предусмотренные правовыми нормами модели взаимодействия субъектов российского общества, необходимые для правомерного достижения положительных результатов в процессе осуществления хозяйственной деятельности. Наша концепция обусловлена в том числе подходом к пониманию понятия «институт» отечественными учеными, рассматривающими «формальные институты» в качестве правил игры в обществе, норм права и системы права [15, с. 56; 16].

Учитывая тот факт, что в ходе участия в экономических отношениях агенты взаимодействуют как друг с другом, так и с органами государственного управления различного уровня, в том числе в процессе регистрации коммерческих организаций, лицензирования отдельных видов деятельности, обязательного государственного страхования и налогообложения институт как формализованную правовыми нормами модель поведения можно признать универсальным понятием институционализма, подлежащим применению на всех стадиях институционального анализа экономических отношений.

Применяемые в институционализме понятия «неформальные ограничения» и «неформальные правила» целесообразно исключить из институционального анализа по той причине, что их соблюдение (несоблюдение) не подлежит государственной оценке, что исключает возможность применения мер государственного принуждения к субъекту, нарушившему, например, нормы морали или так называемое «джентельменское соглашение», достигнутое между двумя экономическими агентами в рамках неформальных переговоров. Вместе с тем для полноты институционального анализа социальные ценности, установленные обществом в конкретный исторический период его развития, необходимо принимать во внимание в рамках духовно-идеологической подсистемы институциональной матрицы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Предложенные нами содержание и предназначение основных понятий институционализма соответствуют междисциплинарному подходу к институциональному анализу, направлены на формирование единой институциональной экономической теории, создают условия применения институционализма для проведения междисциплинарного анализа экономического развития с учетом различных сфер социального взаимодействия, способствуют интеграции общественных и гуманитарных наук, в первую очередь экономической теории и юриспруденции.

Список литературы

1. Кузнецова О.Д., Кристаль И.С. «Похищение Европы»: от плана Дауэса к программам помощи постсоветским странам. *Обозреватель*. 2020;4(363):45–55.
2. Левченко И.А. Правовой нигилизм как характерная черта современного российского общества. *Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ)*. Серия: Социально-экономические науки. 2012;5:237–234.
3. Николаева Е.Е. Современная экономическая теория: предмет и методология. *Вестник Тверского государственного университета*. Серия: Экономика и управление. 2022;4(60):7–15.
4. Вольчик В.В. Институционализм: торжество мультидисциплинарности. *Журнал институциональных исследований*. 2009;1(1):73–78.
5. Петренко Т.В. Изменение парадигмы экономической науки в условиях инновационного развития. *Russian Journal of Economics and Law*. 2022;16(1):26–39. <http://dx.doi.org/10.21202/2782-2923.2022.1.26-39>
6. Маньковский П.А. Институциональная экономическая теория как научная основа перехода на новый технологический уклад: перспективы и условия применения. *Экономическое возрождение России*. 2022;(4):57–67. <https://doi.org/10.37930/1990-9780-2022-4-74-57-67>
7. Маньковский П.А., Вабищевич С.С. Вещное право Беларуси и России: анализ современного состояния. В кн.: Павлов В.П. (ред.). Проблемы вещного права в союзном государстве Беларуси и России. М.: Русайнс; 2019. С. 95–292.
8. Комарова И.П., Устюжанина Е.В., Ходжа К. Размывание прав как этап развития института собственности. *Journal of Institutional Studies*. 2023;1:78–88. <https://doi.org/10.17835/2076-6297.2023.15.1.078-088>
9. Насырова С.И. Экономика, ориентированная на человека: разработка дефиниции. *Russian Journal of Economics and Law*. 2022;16(2):258–274. <http://dx.doi.org/10.21202/2782-2923.2022.2.258-274>
10. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М.: Фонд экономической книги «НАЧАЛА»; 1997. 180 с.
11. Попов Е.В. Институты. Екатеринбург: Ин-тут экономики УрО РАН; 2015. 712 с.
12. Махов А.Е., Петровская А.И., Смолкин В.М. (ред.). Большой Российский энциклопедический словарь. М.: Большая Российская энциклопедия; 2007. 1887 с.
13. Савинов Д.М., Петров Н.А., Кошкаров В.С. Формы правления и типы государственного устройства. *Проблемы науки*. 2019;2(38):83–84.
14. Балабанова А.В. и др. Стратегическое управление социально-экономическим развитием: новые вызовы – новые решения. Донецк: Изд-во Донецкого национального технического университета; Автомобильно-дорожного института; 2019. 379 с.

15. Манушкин Д.В., Нуреев Р.М. Саботаж российских чиновников и основные меры по борьбе с ним. Журнал институциональных исследований. 2022;14(1):55–69. <https://doi.org/10.17835/2076-6297.2022.14.1.055-069>
16. Сухарев О.С. Институциональные коррекции в управлении: теоретико-методологический подход. Управление. 2022;13(1):37–48. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2022-13-1-3>

References

1. Kuznetsova O.D., Krishtal I.S. “Kidnapping Europe”: from the Dawes Plan to Aid Programs for Post-Soviet Countries. Observer. 2020;4(363):45–55. (In Russian).
2. Levchenko I.A. Legal nihilism as a characteristic feature of modern Russian society. Bulletin of the South-Russian State Technical University (NPI). Series: Socio-economic sciences. 2012;5:237–234. (In Russian).
3. Nikolaeva E.E. Modern economic theory: subject and methodology. Vestnik of Tver State University. Series: Economics and Management. 2022;4(60):7–15. (In Russian).
4. Volchik V.V. Institutionalism: the triumph of multidisciplinary. Journal of Institutional Research. 2009;1(1):73–78. (In Russian).
5. Petrenko T.V. Changing the Paradigm of the Economic Science under Innovative Development. Russian Journal of Economics and Law. 2022;16(1):26–39. <http://dx.doi.org/10.21202/2782-2923.2022.1.26-39> (In Russian).
6. Mankovskiy I.A. Institutional Economics as a Scientific Basis for the Transition to a New Technological Order: Prospects and Conditions for Application. The Economic Revival of Russia. 2022;(4):57–67. <https://doi.org/10.37930/1990-9780-2022-4-74-57-67> (In Russian).
7. Mankovskiy I.A., Vabishchevich S.S. Property Law of Belarus and Russia: analysis of the current state. In: Pavlov V.P. (ed.). Problems of proprietary law in the union state of Belarus and Russia. Moscow: Rusains; 2019; Pp. 95–292. (In Russian).
8. Komarova I.P., Ustyuzhanina E.V., Khodzha K. The Dilution of Rights as a Stage in the Development of the Institution of Property. Journal of Institutional Studies. 2023;(1):78–88. <https://doi.org/10.17835/2076-6297.2023.15.1.078-088> (In Russian).
9. Nayrova S.I. Human-oriented economy: elaborating a definition. Russian Journal of Economics and Law. 2022;16(2):258–274. <http://dx.doi.org/10.21202/2782-2923.2022.2.258-274> (In Russian).
10. North D. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Moscow: Fond ekonomicheskoi knigi «NACHALA»; 1997. 180 p. (In Russian).
11. Popov E.V. Institutes. Ekaterinburg: Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences; 2015. 712 p. (In Russian).
12. Makhov A.E., Petrowskaya L.I., Smolkin V.M. (eds.). Big Russian encyclopedic dictionary. Moscow: Bolshaya Rossiyskaya entsiklopediya; 2007. 1887 p. (In Russian).
13. Savinov D.M., Petron N.A., Koshkarov V.S. Forms of government and types of state structure. Problems of Science. 2019;(2(38)):83–84. (In Russian).
14. Balabanova L.V. et al. Strategic management of socio-economic development: new challenges - new solutions. Donetsk: Donetsk National Technical University Publ. House; Automobile and Road Institute Publ. House; 2019. 379 p. (In Russian).
15. Manushin D.V., Nureev R.M. Sabotage of Russian Officials and Main Measures to Combat It. Journal of international Studies. 2022;14(1):55–69. <https://doi.org/10.17835/2076-6297.2022.14.1.055-069> (In Russian).
16. Sukharev O.S. Institutional adjustments in management: A theoretical-methodological approach. The Manager. 2022;13(1):37–48. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2022-13-1-3> (In Russian).

Оценка налоговых платежей в формировании региональных бюджетов

Огородникова Елена Петровна^{1,2}

Канд. экон. наук, доц. каф. финансов и менеджмента
ORCID: 0000-0003-3848-3581, e-mail: lena-dozent@mail.ru

Рахматуллина Ляйсана Ильдаровна²

Канд. экон. наук, доц. каф. экономической теории и управления
ORCID: 0009-0000-7721-112X, e-mail: sun244@mail.ru

Андреева Наталия Васильевна²

Канд. техн. наук, доц. каф. экономической теории и управления
ORCID: 0009-0005-7568-5213, e-mail: nataan68@mail.ru

¹Оренбургский филиал Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, г. Оренбург, Россия

²Оренбургский государственный аграрный университет, г. Оренбург, Россия

Аннотация

В статье представлено исследование по оценке налоговых платежей в бюджеты и эффективности формирования региональной бюджетной политики, связанных с негативным влиянием пандемии COVID-19 и санкций на доходную часть бюджета. Представлен обзор научной литературы экономистов, изучающих проблему формирования региональной бюджетной политики, сформулированы цели и задачи проведенного исследования. Целью исследования является оценка формирования доходной части бюджета на региональном уровне (на примере Оренбургской области Российской Федерации). Проведена оценка по наполняемости доходной части бюджета за счет налоговых платежей, осуществлен анализ методик отечественных и зарубежных ученых, принимавших участие в изучении данной проблемы. В исследовании уделено внимание показателям, характеризующим эффективность формирования бюджетной политики в российских регионах. Используются логические, статистические методы и приемы. На основании оценки устойчивого уровня формирования динамических показателей доходной и расходной частей регионального бюджета и их роста показана стабильная неустойчивость налоговых поступлений от прибыли организаций. Исходя из проведенного исследования и изучения материалов ученых, сформулирован вывод о том, что в будущем следует продолжить трансформацию эффективного формирования регионального бюджета, а также составлен прогноз бюджета на перспективный период с высокой точностью. Воздействие разнонаправленных факторов на бюджетно-налоговую политику Российской Федерации в среднесрочном периоде усиливает неопределенность условий ее реализации.

Ключевые слова

Бюджет, регион, региональная бюджетная политика, налоговые доходы, неналоговые доходы, региональные власти, субъект РФ

Для цитирования: Огородникова Е.П., Рахматуллина Л.И., Андреева Н.В. Оценка налоговых платежей в формировании региональных бюджетов // Вестник университета. 2024. № 2. С. 104–114.



Assessing tax payments in regional budgets formation

Elena P. Ogorodnikova^{1,2}

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Finance and Management Department
ORCID: 0000-0003-3848-3581, e-mail: lena-dozent@mail.ru

Laysan I. Rakhmatullina²

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Economic Theory and Management Department
ORCID: 0009-0000-7721-112X, e-mail: sun244@mail.ru

Natalia V. Andreeva²

Cand. Sci. (Engr.), Assoc. Prof. at the Economic Theory and Management Department
ORCID: 0009-0005-7568-5213, e-mail: nataan68@mail.ru

¹Orenburg Branch of the Plekhanov Russian University of Economics, Orenburg, Russia

²Orenburg State Agrarian University, Orenburg, Russia

Abstract

The article presents a study on assessing tax payments to budgets and the regional budgetary policy formation effectiveness related to the negative impact of the COVID-19 pandemic and sanctions on the revenue side of the budget. The review of economic papers studying the problem of forming regional budget policy has been presented, the goals and objectives of the study are formulated. The purpose of the study is to assess the formation of the budget revenue part at the regional level (on the example of the Orenburg region of the Russian Federation). The estimation of the filling of the budget revenue part at the expense of tax payments has been carried out, the analysis of domestic and foreign scientists, who participated in studying this problem, methodology has been carried out. The study pays attention to the indicators that characterize budget policy formation effectiveness in Russian regions. Logical and statistical methods and techniques have been used. Based on the assessment of the stable level of forming dynamic indicators of revenue and expenditure parts of the regional budget and their growth, the stable instability of tax revenues from the profit of organizations has been shown. Based on the research and scientific studies, the article concludes that in the future the transformation regional budget effective formation should continue. The budget forecast for the future period with high accuracy has been made. The impact of multidirectional factors on the Russian fiscal policy in the medium term increases the uncertainty of its implementation conditions.

Keywords

Budget, region, regional budget policy, tax revenues, non-tax revenues, regional authorities, subject of the Russian Federation

For citation: Ogorodnikova E.P., Rakhmatullina L.I., Andreeva N.V. (2024) Assessing tax payments in regional budgets formation. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 104–114.



ВВЕДЕНИЕ

Используя систему статистических методов, возможно построить методологию статистического исследования устойчивости уровней динамических рядов статей бюджета и тенденции динамики (тренда) статей бюджета региона, которая может быть использована в практической деятельности законодательных органов при формировании законодательной базы, региональных и муниципальных властей при управлении бюджетным процессом, бюджетной политикой [1].

В исследовании выбранный период с 2017 г. по 2021 г. характеризуется усложнением проблем эффективности бюджета субъектов Российской Федерации (далее – РФ, Россия) [2; 3].

Актуальность темы исследования определяется в целях и задачах. Целью проведенного исследования является статистическая оценка эффективности бюджетной политики на региональном уровне.

В соответствии с целью поставлены и решены следующие задачи:

- 1) определена система статистических показателей уровней и тенденций устойчивости доходов и расходов как базовых параметров эффективности бюджетной политики региона;
- 2) оценены основные показатели доходной части бюджета Оренбургской области за анализируемый период;
- 3) осуществлен анализ динамики и удельный вес расходов бюджета региона;
- 4) рассчитан комплекс бюджетных коэффициентов, характеризующих эффективность бюджета региона.

Объектом исследования являются показатели бюджета Оренбургской области. Предметом исследования выступает эффективность бюджета Оренбургской области.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Основным фундаментом проведенного исследования выступили труды ведущих отечественных и зарубежных ученых, посвященные результатам социально-экономической статистики, эконометрического моделирования и изучения бюджетной политики на федеральном и региональном уровнях, проблемам и перспективам развития государственных финансов.

Вопрос формирования доходной части региональных бюджетов рассматривался среди отечественных ученых: И.Н. Мальцева, В.Е. Мартыненко, М.А. Пешин, А.Н. Бондарь, В.Н. Саранцев и др. В.Н. Саранцев в своих исследованиях выделял макроэкономическую и подлинную эффективность бюджета. Первая основывается на формировании непосредственного бюджета как макроэкономического показателя, вторая проявляется как степень достижения конкретной цели. По нашему мнению, это определяет качество реализации региональной и местной политики в процессе управления бюджетными ресурсами [4].

Исследования ученых оказали существенное влияние на применяемые понятия и методы по формированию бюджета в различных экономических условиях. Это направление нельзя считать изученным в полном объеме, поэтому возникает необходимость дальнейшего теоретического и практического изучения данного вопроса.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Оренбургская область входит состав Приволжского федерального округа РФ. Территория – 124 тыс. км² население – 2 033,1 тыс. чел. [5]. Проведем анализ динамики бюджета Оренбургской области по его составным частям, взяв за базу суммы исполненных показателей бюджета, то есть доходов и расходов (табл. 1).

Таблица 1

Динамика доходов бюджета Оренбургской области за 2017–2021 гг.

Годы	Доходы, млн руб.	Абсолютное отклонение, млн руб.		Темп роста, %		Темп прироста, %	
		Цепной	Базисный	Цепной	Базисный	Цепной	Базисный
2017	74 936,71	–	–	–	–	–	–
2018	75 416,47	479,76	472,66	100,64	99,38	0,64	0,62
2019	87 269,19	11 852,7	11 380,06	115,72	115,00	15,72	15,00
2020	99 685,45	12 416,3	23 796,32	114,23	131,36	14,23	31,36

Окончание табл. 1

Годы	Доходы, млн руб.	Абсолютное отклонение, млн руб.		Темп роста, %		Темп прироста, %	
		Цепной	Базисный	Цепной	Базисный	Цепной	Базисный
2021	111 502,5	11 817,0	35 613,33	111,85	146,93	11,85	46,93

Составлено авторами по материалам источника [5]

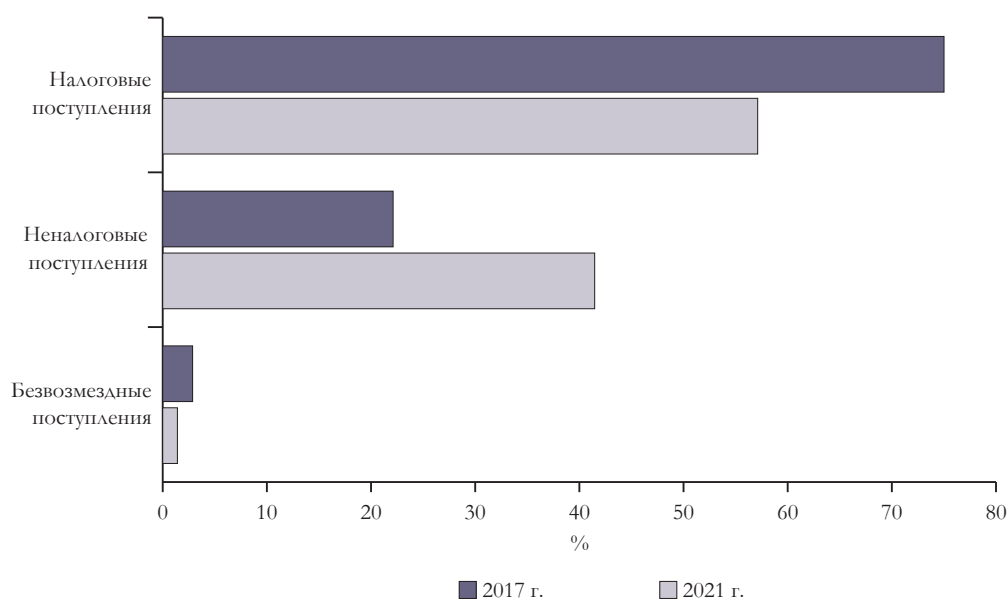
По данным, представленным в табл. 1, наблюдается устойчивая тенденция к уменьшению поступающих доходов в региональный бюджет Оренбургской области, расчет которых осуществлен методом цепных подстановок.

Уменьшение доходов наблюдается в 2017 г. по сравнению с предыдущим годом. При расчете базисным методом отмечается снижение доходов бюджета также в 2017 г. и 2018 г., тогда как в остальные периоды они увеличиваются.

Так, в 2021 г. доходы увеличились на 46,93 % по сравнению с 2017 г. Наибольшее изменение доходов бюджета Оренбургской области, рассчитанное методом цепных подстановок, наблюдается в 2019 г. по сравнению с 2018 г. и составляет 11 852,7 млн руб. (15,72 %).

Наименьшее изменение при данном методе расчета наблюдается в 2018 г. по сравнению с 2017 г., и оно составило 479,76 млн руб. (0,64 %). Наибольшее изменение доходов бюджета Оренбургской области, рассчитанное базисным методом, наблюдается в 2021 г. по сравнению с 2017 г., составив 35 613,33 млн руб. (46,93 %) [6].

Удельный вес доходной части Оренбургского бюджета за исследуемый период представлен на рис. 1.



Составлено авторами по материалам источника [6]

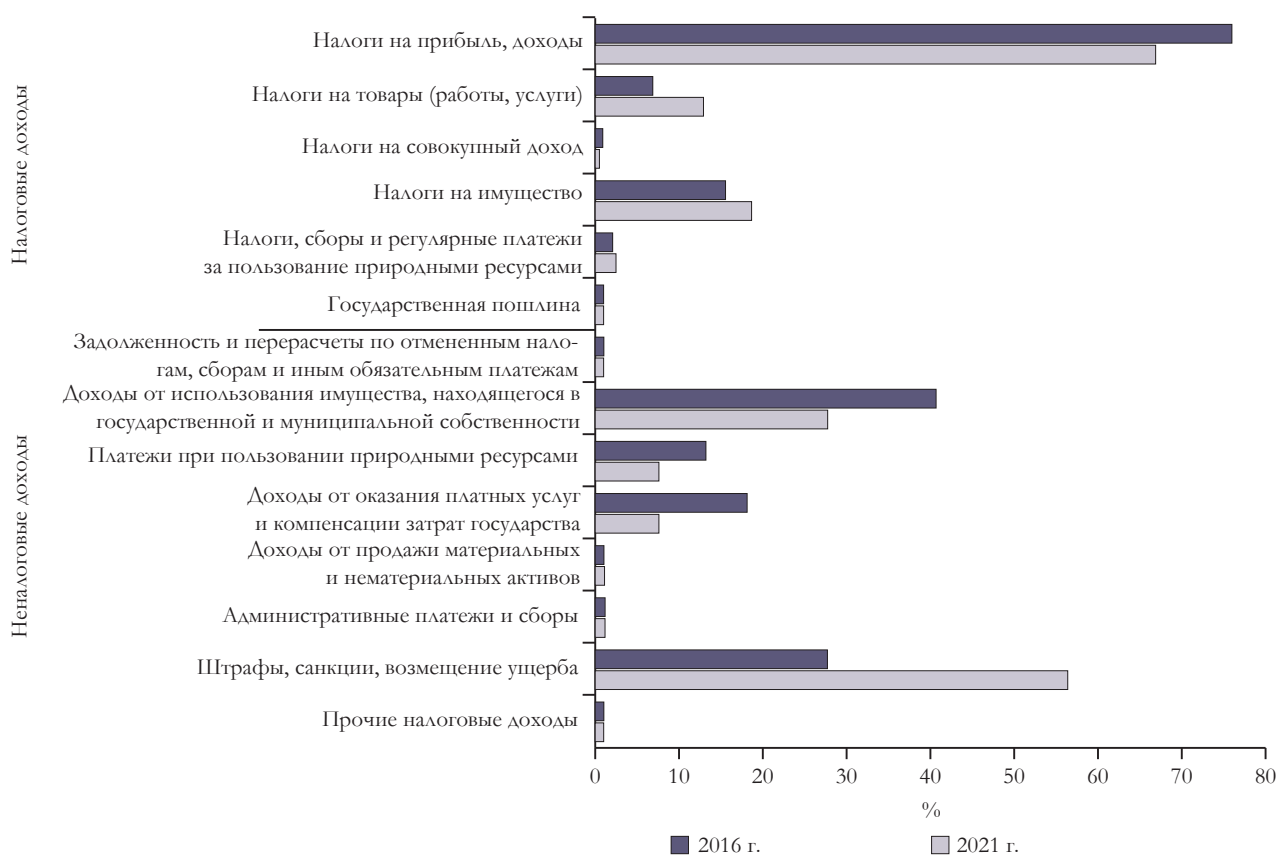
Рис. 1. Удельный вес доходов бюджета Оренбургской области

По данным рис. 1, можно утверждать, что в 2017 г. наибольший удельный вес в доходах Оренбургского бюджета приходится на налоговые доходы (75,01 %). На неналоговые поступления приходится лишь 2,87 % от общего объема бюджета.

В 2021 г. наибольший удельный вес в доходной части бюджета Оренбургской области занимают налоговые доходы – 57,12 %, на безвозмездные поступления приходится 41,7 %, а 1,41 % – на неналоговые поступления в бюджет региона. Так, с 2017 г. по 2021 г. доля налоговых доходов снизилась. Это произошло за счет увеличения безвозмездных платежей в 2021 г. Доля неналоговых доходов изменилась незначительно. Таким образом, можно сказать, что основную часть бюджета Оренбургской области составляют налоговые поступления.

Рассмотрим более подробно структуры налоговых, неналоговых и безвозмездных поступлений в бюджет Оренбургской области и проследим их динамику. Исходя из данных, представленных на рис. 2, можно сделать вывод о том, что как в 2017 г., так и в 2021 г. наибольшую долю налоговых поступлений

составляют поступления от налога на прибыль и доход. В 2021 г. его доля составляла 66,88 %. Также значительную долю занимают поступления от налогов на товары (работы, услуги), реализуемые на территории РФ, и налоги на имущество (в 2021 г. – 18,66 %, что на 3,11 % больше, чем в 2017 г.). Остальные поступления занимают незначительную долю в структуре доходов бюджета.



Составлено авторами по материалам источника¹

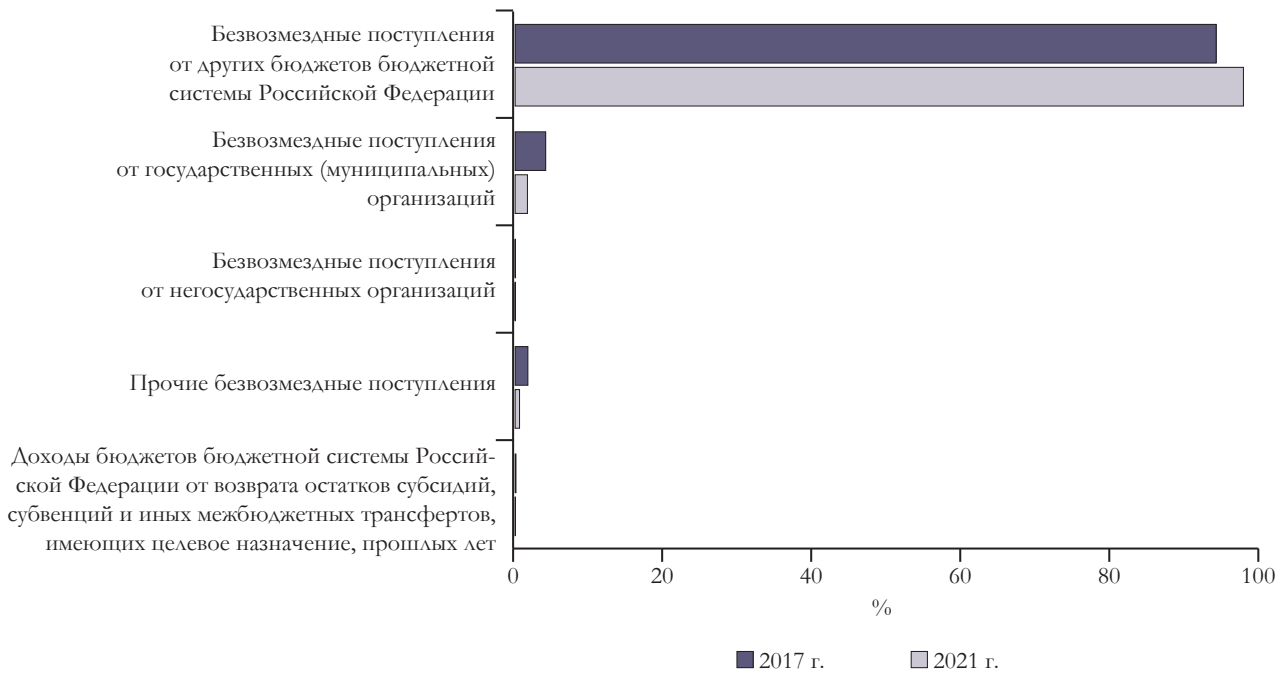
Рис. 2. Удельный вес налоговых и неналоговых поступлений в бюджет Оренбургской области за 2016 г. и 2021 г.

В 2021 г. по сравнению с 2017 г. удельный вес налоговых поступлений остался практически на прежнем уровне, изменения затрагивают лишь процентный состав [7; 8]. Удельный вес налоговых и неналоговых поступлений в региональный бюджет за исследуемый период изменился: в 2017 г. наибольшую долю в структуре неналоговых доходов в бюджет региона занимали поступления от использования имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности (40,68 %), тогда как в 2021 г. данный показатель составил лишь 27,74 %, то есть произошло снижение на 12,94 %.

В 2021 г. наибольшую долю в структуре занимал такой показатель, как штрафы, санкции, возмещение ущерба – 56,39 %, что практически в два раза больше, чем в 2017 г. Также значительную долю в структуре неналоговых поступлений занимали такие показатели, как отчисления за пользование природными ресурсами и объектами природопользования (в 2017 г. – 18,13 %, в 2021 г. – 7,98 %) [7; 9]. Остальные показатели составляли незначительную долю в структуре неналоговых поступлений в бюджет Оренбургской области как в 2017 г., так и в 2021 г. Таким образом, можно сказать, что в структуре неналоговых поступлений в 2021 г. наибольшую их часть представляли штрафы, санкции, возмещение ущерба.

Состав и удельный вес безвозмездных поступлений в бюджет Оренбургской области по состоянию на 2021 г. относительно 2017 г. представлены на рис. 3.

¹ Министерство финансов Оренбургской области. Отчет об исполнении консолидированного бюджета Оренбургской области. Режим доступа: <http://minfin.orb.ru/отчеты-об-исполнении-бюджета> (дата обращения: 24.11.2023).



Составлено авторами по материалам источника²

Рис. 3. Динамика удельного веса безвозмездных поступлений в бюджет Оренбургской области в 2021 г. относительно 2017 г.

Удельный вес безвозмездных поступлений в бюджет Оренбургской области не изменился в 2021 г. по сравнению с 2017 г. Наибольшую долю в их структуре занимают безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы РФ: в 2021 г. данная доля была равна 97,73 %. Остальные показатели занимали незначительные доли в структуре неналоговых поступлений.

Можно сделать вывод о том, что доходная часть бюджета Оренбургской области напрямую зависит от налоговых поступлений, так как они занимают большую долю в доходах бюджета. В свою очередь налоговые поступления по большей части пополняются за счет налога на прибыль и доходы.

Основой разработки планов развития субъектов РФ является планирование доходной и расходной частей регионального бюджета. На основе анализа удельного веса финансового обеспечения основных статей или с учетом изменения их объема за определенный период можно судить о приоритетности направлений расходования бюджетных средств (табл. 2).

Таблица 2

Динамика расходов бюджета Оренбургской области за 2017–2021 гг.

Годы	Расходы, млн руб.	Абсолютное отклонение, млн руб.		Темп роста, %		Темп прироста, %	
		Цепной	Базисный	Цепной	Базисный	Цепной	Базисный
2017	75 417,89	–	–	–	–	–	–
2018	75 469,13	51,24	3 456,16	100,07	95,62	0,07	4,38
2019	82 096,12	6 626,99	3 170,83	108,78	104,02	8,78	4,02
2020	99 477,76	17 381,6	20 552,47	121,17	126,04	21,17	26,04
2021	114 059,1	14 581,3	35 133,77	114,66	144,52	14,66	44,52

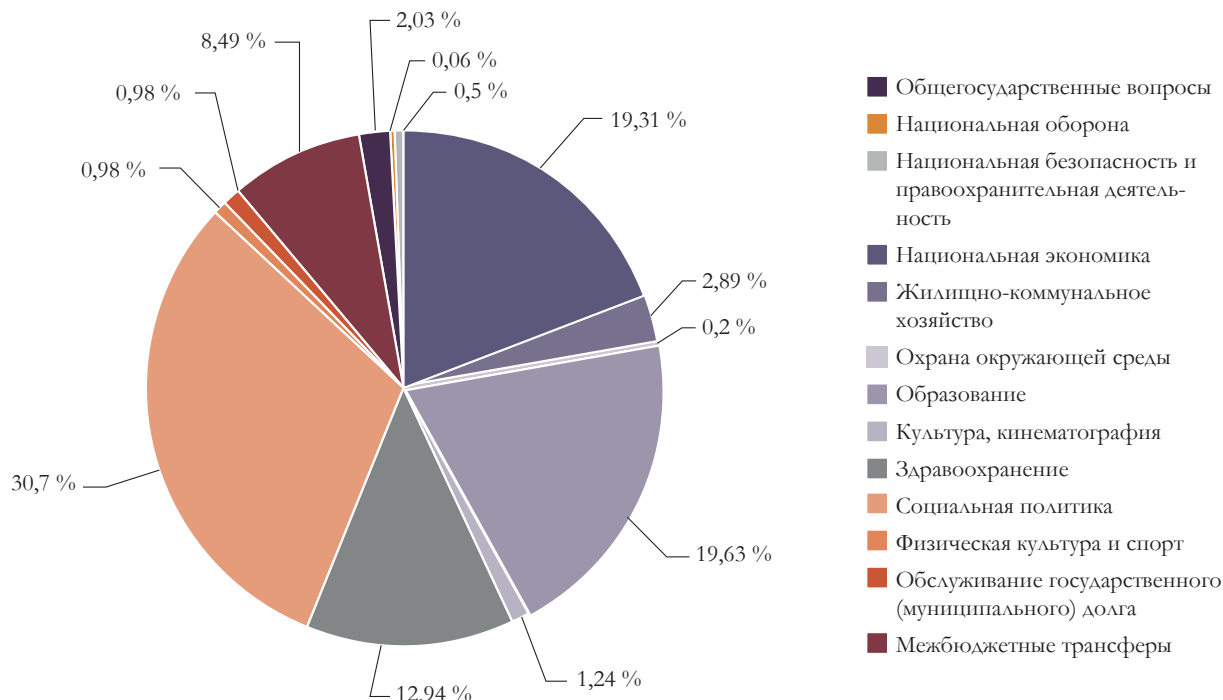
Составлено авторами по материалам источника [6]

² Министерство финансов Оренбургской области. Отчет об исполнении консолидированного бюджета Оренбургской области. Режим доступа: <http://minfin.orb.ru/отчеты-об-исполнении-бюджета> (дата обращения: 24.11.2023).

Исходя из анализа, проведенного в табл. 3, можно сказать, что наблюдается тенденция к увеличению расходов бюджета Оренбургской области. При расчете базисным методом можно заметить, что снижение расходов бюджета наблюдается лишь в 2018 г., тогда как в остальные периоды происходит их увеличение. Так, в 2021 году расходы увеличились на 44,52 % по сравнению с 2017 г., то есть практически вдвое.

Наибольшее изменение расходов бюджета Оренбургской области наблюдается в 2020 г. по сравнению с 2019 г. и составляет 17 381,6 млн руб. (21,17 %). В 2021 г. можно наблюдать наибольшее изменение расходов бюджета Оренбургской области, рассчитанное базисным методом, – прирост на 44,52 %.

При анализе основных направлений расходной части бюджета субъекта РФ важным является рассмотрение не только динамики его разделов, но и их удельного веса и его изменения за определенный период. Структура и удельный вес расходов за 2021 г. представлены на рис. 4.



Составлено авторами по материалам источника³

Рис. 4. Структура расходов бюджета Оренбургской области в 2021 г.

Наибольшая доля в 2021 г. приходится на дотации (81,8 %) и субвенции (17,4 %). Незначительную часть составляли субсидии – 0,78 %. Категория иных межбюджетных трансфертов, в 2019–2020 гг. составлявшая 0,03 % и 0,01 % соответственно, в 2021 г. не зафиксирована.

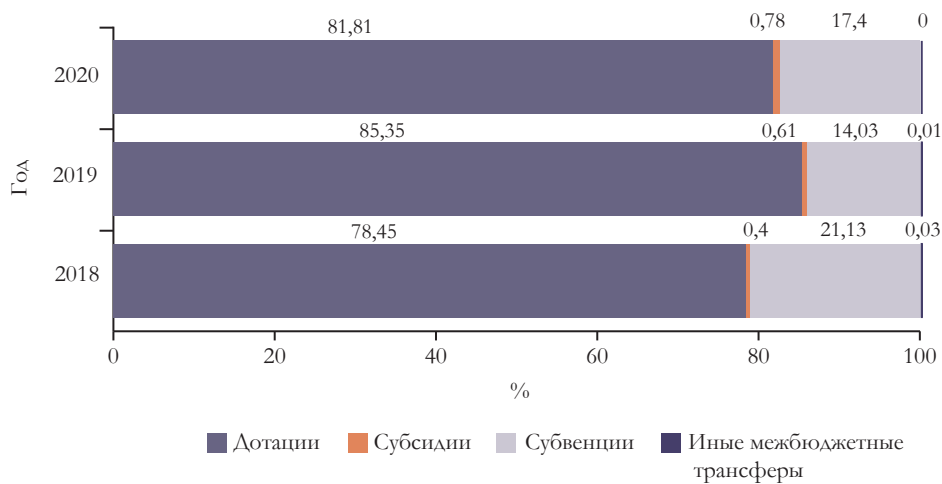
На рис. 5 представлены межбюджетные трансферты.

В рамках национального проекта «Безопасные и качественные дороги» региональный проект был исполнен в размере 4 239,2 млн руб., что позволило осуществить деятельность по проведению дорожных работ на сети дорог, имеющих федеральное, региональное и муниципальное значение.

Говоря об основных направлениях расходов бюджета Оренбургской области, расходы увеличились на 32,4 % по сравнению с 2019 г. В меньших объемах увеличились расходы на физическую культуру и спорт (25,5 %), образование (16,1 %), национальную оборону (15,9 %), общегосударственные вопросы (14,7 %). Таким образом, анализ динамики показывает, что бюджетные средства в Оренбургской области концентрируются на направлениях, являющихся наиболее важными для обеспечения достойных условий жизни граждан, оказания социальной поддержки и создания условий для эффективного функционирования экономики.

Путем сопоставления двух ранее рассмотренных элементов бюджета можно сделать вывод о том, был ли бюджет профицитным или дефицитным (табл. 3).

³ Министерство финансов Оренбургской области. Отчет об исполнении консолидированного бюджета Оренбургской области. Режим доступа: <http://minfin.org.ru/отчеты-об-исполнении-бюджета> (дата обращения: 24.11.2023).



Составлено авторами по материалам источника⁴

Рис. 5. Структура межбюджетных трансфертов бюджетам

Таблица 3

Сопоставление доходной и расходной частей бюджета Оренбургской области с целью выявления дефицита или профицита

Годы	Доходы, млрд руб.	Расходы, млрд руб.	Дефицит / Профицит
2017	74 936,71	75 417,89	– 481,18
2018	75 416,47	75 469,13	– 52,66
2019	87 269,19	82 096,12	5 173,07
2020	99 685,45	99 477,76	207,69
2021	111 502,5	114 059,1	– 2 556,56

Составлено авторами по материалам источника⁵

За весь исследуемый период бюджет с профицитом наблюдался лишь в 2019 г. и 2020 г. В остальные периоды бюджет был исполнен с дефицитом. Таким образом, можно говорить об ускоренном росте расходов над ростом доходов бюджета Оренбургской области, что и образует дефицит бюджета.

Бюджетная обеспеченность является одним из показателей финансово-экономического благополучия региона и фундаментом его экономической безопасности. Существенная дифференциация субъектов РФ по уровню развития промышленности, обеспеченности природными ресурсами, торговому потенциалу и региональной инфраструктуре предопределяет различия в уровне бюджетной обеспеченности. Еще одним фактором в этом контексте является долговая нагрузка бюджетов субъектов РФ, замедляющая развитие региона и снижающая возможности регионального бюджета.

Рассмотрим индексы налогового потенциала Оренбургской области и бюджетных расходов. Представим данные расчетов индекса бюджетной обеспеченности и бюджетных расходов Оренбургской области за 2017–2021 гг. (рис. 6).

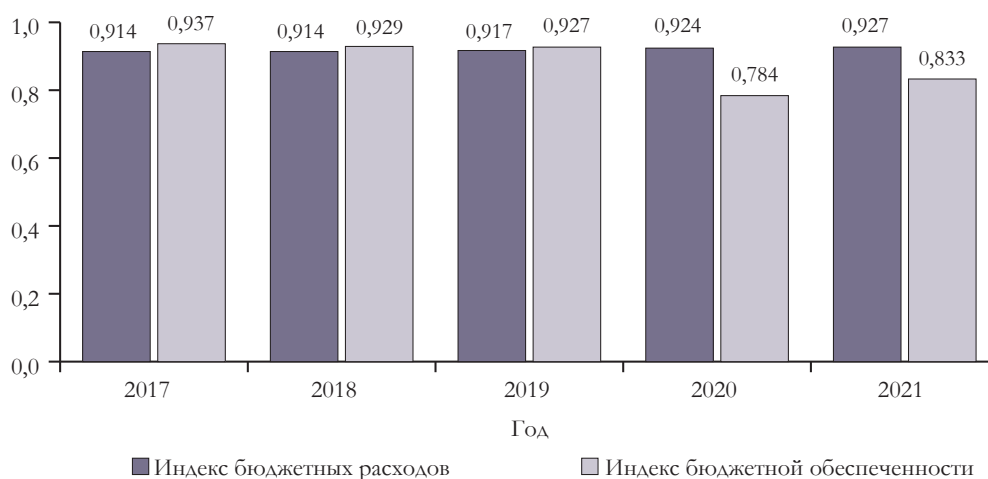
Данная методика используется для выравнивания бюджетной обеспеченности по отдельным субъектам РФ с целью определения необходимого объема дотаций.

Для осуществления расчетов систематизируем необходимые данные в табл. 4.

Согласно проведенному исследованию, максимальное значение показателя наблюдается в 2021 г. Данный факт объясняется тем, что наблюдается ежегодная убыль населения при одновременном увеличении расходов бюджета, которое обуславливается как социальной ориентированностью бюджета, так и инфляционными процессами.

⁴ Министерство финансов Оренбургской области. Отчет об исполнении консолидированного бюджета Оренбургской области. Режим доступа: <http://minfin.orb.ru/отчеты-об-исполнении-бюджета> (дата обращения: 24.11.2023).

⁵ Там же.



Составлено авторами по материалам источника⁶

Рис. 6. Динамика индекса бюджетной обеспеченности и индекса бюджетных расходов за 2017–2021 гг.

Таблица 4

Расчет бюджетной обеспеченности Оренбургской области

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Расходы, тыс. руб.	75 417,89	75 469,13	82 096,12	99 477,76	114 059,1
Численность населения, тыс. чел.	1 994,73	1 989,51	1 977,72	1 963,01	1 956,83
Коэффициент бюджетной обеспеченности, %	37,8	37,9	41,5	50,6	58,3

Составлено авторами по материалам источника⁷

Коэффициент определяется как отношение дефицита бюджета к расходам бюджета. Расчет коэффициента имеет смысл только при наличии дефицита бюджета. Если в анализируемом периоде наблюдается профицит или бюджетная сбалансированность, значение коэффициента бюджетной задолженности равно нулю (табл. 5).

Таблица 5

Бюджетные коэффициенты Оренбургской области

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Коэффициент бюджетной результативности	37,56	37,8	44,12	50,78	56,98
Коэффициент бюджетной задолженности	0,006	0,0005	0	0	0,022
Коэффициент бюджетного покрытия	0,96	0,95	0,99	1,06	1,02

Составлено авторами по материалам источника⁸

Согласно данным табл. 5, за анализируемый период произошло увеличение всех бюджетных коэффициентов. Это обусловлено, в первую очередь, абсолютным приростом показателей бюджета, используемых для их расчета. Коэффициент бюджетной обеспеченности увеличился более чем на 35 %. Это означает, что расходы бюджета в расчете на душу населения ежегодно растут: так, в 2017 г. показатель составлял 37,8, а к 2021 г. возрос до 58,3.

Коэффициент бюджетной результативности также подвержен положительной динамике. Наблюдается ежегодное увеличение доходов бюджета Оренбургской области в расчете на каждого жителя.

⁶ Министерство финансов Оренбургской области. Отчет об исполнении консолидированного бюджета Оренбургской области. Режим доступа: <http://minfin.org.ru/отчеты-об-исполнении-бюджета> (дата обращения: 24.11.2023).

⁷ Там же.

⁸ Там же.

При этом следует отметить, что для расчетов использовался показатель доходов бюджета с учетом собственных налоговых и неналоговых доходов, а также межбюджетных трансфертов из федерального бюджета.

Коэффициент бюджетной задолженности, как уже было отмечено выше, рассчитывается только в случае наличия дефицита регионального бюджета. В 2019 г. и 2020 г. бюджет Оренбургской области был исполнен с незначительным профицитом. В связи с этим значение коэффициента в эти периоды отсутствует. В 2017 г. профицит бюджета Оренбургской области составил 481,18 млн руб., в 2018 г. – 52,66 млн руб., в 2021 г. – 2 556,56 млн руб. Коэффициенты бюджетной задолженности составили в эти периоды 0,95, 0,96 и 0,022 соответственно.

На основании расчета коэффициента бюджетного покрытия определяется, к какому региону-донору или дотационному региону рассматриваемый субъект РФ относят. Если значение коэффициента превышает единицу, регион относят к донору, в противном случае субъект РФ считается дотационным. Согласно авторским расчетам, коэффициент превышает единицу в 2020 г. и 2021 г. Значение в остальные периоды немного меньше единицы, что в целом является положительной характеристикой бюджета Оренбуржья.

Бюджетные коэффициенты, как и структурно-динамический анализ показателей бюджета, не являются исчерпывающими характеристиками эффективности бюджета региона. В связи с этим возникает необходимость более углубленного анализа устойчивости бюджета как базового признака эффективности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С помощью эффекта агрегирования коэффициентов корреляции отклонения от трендов по параметрам структурных единиц совокупности на основе проведенного исследования обобщения волатильности структурных единиц бюджета можно отметить ее снижение в совокупности, что имеет как научную, так и практическую значимость в системе государственного регулирования бюджетной политики в РФ.

Результаты проведенного исследования показали, что бюджетная политика, которой придерживаются в Оренбургской области при ее формировании, характеризует высокую неустойчивость основного, на наш взгляд, показателя налоговых поступлений от прибыли организации.

Список литературы

1. Данилов Р.С., Картышева П.А. Влияние национальных проектов на структуру расходов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации. Государственная служба. 2021;5(127):19–25. <https://doi.org/10.22394/2070-8378-2020-22-5-19-25>
2. Зотиков Н.З., Львова Н.В., Арланова О.И. Особенности и проблемы формирования бюджетов субъектов РФ. Инновационное развитие экономики. 2020;2(50):205–218.
3. Тимушев Е.Н. Потенциал, ограничения и направления исследований внутрирегиональной (местной) бюджетной децентрализации в федеральной политике регионального развития. Финансы и кредит. 2020;1(26):196–212. <https://doi.org/10.24891/fc.26.1.196>
4. Глушакова О.В. О взаимосвязи национальных целей развития России с бюджетными расходами и о возможностях достижения целей в условиях COVID-19. Финансы и кредит. 2021;7(27):1444–1475.
5. Ковалева Т.М., Маняева В.А., Бойко И.А. Вопросы эффективности общественных финансов. Экономика и предпринимательство. 2020;2(103):189–193.
6. Колодяжная А.Ю. Сбалансированность как базовый параметр эффективности бюджета региона. В кн.: Статистический анализ социально-экономического развития федеральных округов российской федерации: опыт, реалии, перспективы: материалы Всероссийской научно-практической конференции, Ставрополь, 7–8 апреля 2021 г. Ставрополь; 2021. С.122–126.
7. Пешуков Д.Е. Анализ состава, структуры и динамики доходов и расходов регионального бюджета. Научные записки молодых исследователей. 2021;3:57–66.
8. Чуркин И.Д., Корчелкина Е.С. К вопросу о проблемах региональных бюджетов Российской Федерации. Вестник науки и образования. 2020;10-4(64):46–49.
9. Огородникова Е.П. Региональные бюджеты – «инициативное бюджетирование». В кн.: Социально-экономическое развитие регионов России: тенденции, проблемы, перспективы: материалы II Всероссийской научно-практической конференции, Оренбург, 8 декабря 2021 г. Волгоград; 2022. С. 192–196.
10. Огородникова Е.П., Ермолаева В.А., Рязанова Е.В. Реформирование налоговой системы РФ на примере НДС. В кн.: Стратегические приоритеты развития экономики и ее информационное обеспечение: материалы Международной научной конференции, молодых ученых и преподавателей вузов. Краснодар; 2022. С. 158–163.

References

1. *Danilov R.S., Kartysheva P.A.* The impact of national projects on the cost structure of the budgets of the budget system of the Russian Federation. *Public Administration*. 2021;5(127):19–25. (In Russian). <https://doi.org/10.22394/2070-8378-2020-22-5-19-25>
2. *Zotikov N.Z., Lyova N.V., Arlanova O.I.* Peculiarities and problems of forming budgets of the Russian subjects. *Innovatsionnoe razvitiye ekonomiki*. 2020;2(50):205–218. (In Russian).
3. *Timushev E.N.* Potential, limitations and research directions of intra-regional (local) budget decentralization in the federal policy of regional development. *Finance and Credit*. 2020;1(26):196–212. (In Russian).
4. *Glushakova O.V.* On the interrelation of Russia's national development goals with budget expenditures and the possibilities of achieving the goals under COVID-19. *Finance and Credit*. 2021;7(27):1444–1475. (In Russian).
5. *Kovaleva T.M., Manyeva V.A., Boiko I.A.* Issues of efficiency of public finance. *Ekonomika i predprinimatelstvo*. 2020;2(103):189–193. (In Russian).
6. *Kolodyazhnaya A.Yu.* Balanced as a basic parameter of the region's budget effectiveness. In: *Statistical analysis of socio-economic development of the Russian federal districts: Experience, realities, prospects: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference, Stavropol, April 7–8, 2021. Stavropol; 2021. Pp.122–126.* (In Russian).
7. *Sheshukov D.E.* Analysis of the composition, structure, and dynamics of income and expenditure of the regional budget. *Nauchnye zapiski molodyh issledovatelej*. 2021;3:57–66. (In Russian).
8. *Churkin I.D., Korchemkina E.S.* On the problems of the regional budgets of the Russian federation. *Vestnik nauki i obrazovaniya*. 2020;10-4(64):46–49. (In Russian).
9. *Ogorodnikova E.P.* Regional budgets – “proactive budgeting”. In: *Socio-economic development of Russian regions: Trends, problems, prospects: Proceedings of the II All-Russian Scientific and Practical Conference, Orenburg, December 8, 2021. Volgograd; 2022. Pp. 192–196.*
10. *Ogorodnikova E.P., Ermolaeva V.A., Ryzhanova E.V.* Reforming the tax system of the Russian Federation on the example of VAT. In: *Strategic priorities of economic development and its information support: Proceedings of the International Scientific Conference of Young Scientists and Professors. Krasnodar; 2022. Pp. 158–163.* (In Russian).

Развитие инструментария управления взаимодействием на B2B-рынках

Орлова Марина Викторовна

Канд. экон. наук, доц. научно-образовательного центра «Высшая школа бренд-менеджмента»
ORCID: 0000-0002-3971-6570, e-mail: rubinkaira35@mail.ru

Орлов Виктор Викторович

Ст. преп. научно-образовательного центра «Высшая школа бренд-менеджмента»
ORCID: 0000-0002-7951-5693, e-mail: orlov.personal@yandex.ru

Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Россия

Аннотация

Статья посвящена проблеме совершенствования взаимодействия на рынках «бизнес для бизнеса» (от англ. business-to-business, B2B). Путем анализа литературы по исследуемой проблематике авторами выявлена тенденция развития управления клиентами на B2B-рынках в сторону создания уникального опыта на всем пути взаимодействия аккаунта и компании. Это стратегия бизнес-маркетинга, направленная на понимание, вовлечение и предоставление индивидуализированных услуг и контента целевым аккаунтам. Стратегия предполагает использование маркетинговых методов для вовлечения всей организации, ориентируясь на множество заинтересованных сторон в рамках одного потенциального аккаунта. Использование карты путешествий аккаунта (от англ. Customer-account Journey Map, CJM) как методики, применяемой в настоящее время на рынках «бизнес для потребителя» (от англ. business-to-consumer, B2C), обосновано, даны рекомендации по ее применению на B2B. CJM позволяет компаниям согласовывать свои бизнес-процессы и ресурсы с потребностями аккаунтов, обеспечивая бесперебойную слаженную работу команды. Систематизированы инструменты вовлечения, используемые в управлении взаимодействием с аккаунтами, способствующие эффективному формированию их опыта; выявлены показатели эффективности вовлечения. Внедрение инструментов вовлечения обеспечивает кросс-функциональную интеграцию, необходимую для взаимодействия с более крупными аккаунтами, обеспечивая увязку маркетинга с продажами и обслуживанием. Особое внимание в статье уделено индивидуализации взаимодействия с лицами, принимающими решения. Анализ исследований также позволил выявить особенности и тренды индивидуализации контента в рамках программ «Маркетинг ключевых заказчиков» (от англ. Account-based marketing, ABM).

Ключевые слова

B2B-рынки, Account-based marketing (ABM), Account-based experience (ABX), Account-based engagement (ABE), ABM-программы, маркетинг, маркетинг взаимодействия, маркетинговые коммуникации, индивидуализация маркетинговых коммуникаций

Для цитирования: Орлова М.В., Орлова В.В. Развитие инструментария управления взаимодействием на B2B-рынках // Вестник университета. 2024. № 2. С. 115–123.



Development of interaction management tools in B2B markets

Marina V. Orlova

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Higher School of Brand Management Research and Education Center
ORCID: 0000-0002-3971-6570, e-mail: rubinkaira35@mail.ru

Victor V. Orlov

Senior Lecturer at the Higher School of Brand Management Research and Education Center
ORCID: 0000-0002-7951-5693, e-mail: orlov.personal@yandex.ru

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

Abstract

The article is devoted to the problem of improving interaction in B2B markets. By analyzing the literature on the issues under study, the authors have identified a trend in the customer management development in B2B markets towards a unique experience creation along the entire path of interaction between an account and a company. This is a business marketing strategy aimed at understanding, engaging and providing customized services and content to target accounts. The strategy involves using marketing techniques to engage the entire organization by targeting multiple stakeholders within a single potential account. The use of CJM as a methodology currently used in B2C markets has been justified and recommendations for its application in B2B made. CJM allows companies to align their business processes and resources with the needs of accounts, ensuring smooth teamwork. Engagement tools used in account engagement management have been systematized, helping to effectively shape the account experience; engagement performance metrics have been identified. The engagement tools implementation provides the cross-functional integration needed to engage with larger accounts, aligning marketing with sales and service. The article focuses on personalizing engagement with decision makers. The research analysis also revealed the features and trends of content customization within the ABM programs.

Keywords

B2B markets, Account-based marketing (ABM), Account-based experience (ABX), Account-based engagement (ABE), ABM programs, marketing, interaction marketing, marketing communications, individualization of marketing communications

For citation: Orlova M.V., Orlova V.V. (2024) Development of interaction management tools in B2B markets. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 115–123.



ВВЕДЕНИЕ

Тенденции рынка после пандемии COVID-19, политические потрясения, экономические кризисы создали сложную ситуацию для многих компаний. Концепция управления клиентами «Маркетинг ключевых заказчиков» (от англ. Account-based marketing, АВМ) на рынках «бизнес для бизнеса» (от англ. business-to-business, B2B), стартовавшая еще в 2003 г., сейчас является одной из актуальных тем.

АВМ – это стратегический подход, который фокусируется на таргетинге на конкретные аккаунты (от англ. account – клиент на B2B-рынке), а не на отдельных потенциальных клиентах. Она позволяет компаниям индивидуализировать свои маркетинговые усилия и адаптировать их к уникальным потребностям и интересам своих целевых аккаунтов. АВМ может привести к более высоким показателям конверсии, увеличению удержания аккаунтов и более эффективному использованию маркетинговых ресурсов. Ключевыми тактиками для успешного внедрения АВМ являются выявление ценных аккаунтов, создание индивидуализированного контента и построение прочных отношений¹. АВМ-влияние продолжает распространяться; появляются новые технологии и стратегии. В частности, вектор управления на B2B-рынках смещается от разработки АВМ-программ к управлению опытом аккаунта на всем пути его взаимодействия с компанией.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

АВМ сейчас значительно растет: почти 50 % всех программ АВМ находятся на стадии расширения или внедрения. Все больше организаций признают преимущества использования АВМ-программ. Фактически треть маркетологов, которые никогда не пользовались АВМ, инвестировали в нее впервые в 2023 г.²

В АВМ-подходе речь идет прежде всего о заключении новых сделок, а также о сохранении и расширении существующих аккаунтов. 65 % компаний расширили существующие аккаунты с помощью своих стратегий на основе АВМ в 2022 г.

Взаимодействие на основе аккаунтов, также известное как АВХ (от англ. Account-based experience – управление опытом на основе аккаунтов), – это стратегия бизнес-маркетинга, направленная на понимание, вовлечение и предоставление индивидуализированных услуг и контента конкретным аккаунтам. Исследование McKinsey показало, что 71 % потребителей ожидают индивидуализированного взаимодействия с компаниями, с которыми они ведут бизнес. 76 % потребителей негативно оценивают опыт взаимодействия, когда не получают индивидуализированного опыта, которого они ожидают³. Необходимо использовать маркетинговые методы для вовлечения всей организации, ориентируясь на множество заинтересованных сторон в рамках одного потенциального аккаунта.

Изученные зарубежные источники не фокусируются исключительно на АВХ, но предлагают полезные идеи и стратегии для создания приверженности аккаунтов, а также описывают, как технологии АВМ могут быть использованы для наращивания прибыли путем создания индивидуализированных кампаний для конкретных аккаунтов, и рассматривают особенности пути аккаунта для стартапов [1]. Среди электронных источников обнаружены многочисленные «практические руководства» по АВМ, включающие фрагментарную информацию об улучшении взаимодействия с целевыми аккаунтами.

В Российской Федерации исследования в рассматриваемой области представлены в основном материалами консалтинговых и образовательных компаний (например, АВМ-expert, МАЕD, DM basis, Dotorg).

Авторам настоящего исследования не удалось обнаружить единого подхода к управлению опытом аккаунтов на B2B-рынках – до сих пор не понятно, заменит ли АВХ АВМ или же АВХ является инструментом АВМ.

Целью работы является детализация инструментария АВХ, систематизация инструментов вовлечения потребителей и методов его оценки, выявление особенностей индивидуализации контента в рамках АВМ.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Карта путешествий аккаунта (от англ. Customer-account Journey Map, CJM) – это визуальное представление опыта аккаунта на протяжении всего его взаимодействия с компанией или брендом. В нем содержится подробный обзор точек соприкосновения и эмоций на каждом этапе путешествия от первоначального

¹ MAD Data Agency. Руководство по Account Based Marketing на 2022 год. Режим доступа: <https://maddata.agency/blog/rukovodstvo-po-account-based-marketing-na-2022-god> (дата обращения 01.12.2023).

² Chang J. 15 Best Demand Generation Practices and Strategy in 2023. Режим доступа: <https://financesonline.com/best-demand-generation-practices-and-strategy/> (дата обращения 01.12.2023).

³ Sela R. An Account-Based Experience that Wows Customers. Режим доступа: <https://www.ronsela.com/account-based-experience/> (дата обращения: 01.12.2023).

контакта. Составляя путь аккаунта, компании могут определить болевые точки, возможности для улучшения взаимодействия, а также идентифицировать влияние информации конкурентов на разных этапах. CJM помогает компаниям понять потребности и предпочтения аккаунтов, что позволит соответствующим образом адаптировать продукты, выявить и устранить любые пробелы или несоответствия.

CJM позволяет компаниям согласовывать свои бизнес-процессы и ресурсы с потребностями аккаунтов, обеспечивая бесперебойную слаженную работу команды. Это способствует развитию чувства сопричастности: каждый сотрудник компании будет знать, что необходимо для обеспечения того опыта, которого ожидают клиенты. Все это способствует формированию внутрифирменной культуры, ориентированной на клиентов.

CJM уже давно активно практикуется на рынке «бизнес для потребителя» (от англ. business-to-consumer, B2C). Отличия CJM на B2B- и B2C-рынках заключаются в специфике взаимодействия и потребностях клиентов. На B2B-рынках:

- 1) процесс принятия решений обычно занимает больше времени и является более сложным, поскольку в нем участвуют несколько заинтересованных сторон;
- 2) обычно участвуют различные отделы внутри компании, в связи с чем CJM должна учитывать мнение и потребности каждого участника в принятии решения, а также взаимодействие между ними;
- 3) на принятие решения влияют более рациональные и обоснованные факторы, такие как потенциальная отдача от инвестиций, технические спецификации, стабильность поставщика и интеграция с существующими системами;
- 4) B2B-продукты и услуги обычно более сложны и специализированы, чем B2C-продукты, поэтому CJM на B2B-рынке требует более глубокого понимания функций, технических аспектов, технической поддержки и взаимодействия с клиентом;
- 5) отношения между поставщиками и покупателями обычно являются долгосрочными, и CJM на B2B-рынке должна учитывать этот аспект и фокусироваться на создании и поддержании доверия, удовлетворенности и лояльности клиентов на протяжении всего пути.

Карты клиентского пути не являются линейными. Путь редко бывает прямым, но он всегда направлен.

CJM для лиц, принимающих решения (далее – ЛПР), обычно состоит из следующих этапов:

- 1) Открытие (Awareness) – бизнес-клиент получает информацию о компании и ее предложениях (поиск в сети «Интернет», рекомендации, рекламные кампании и т. д.);
- 2) Исследование (Research) – подробное исследование предложений, сравнение их с конкурентами, изучение отзывов и рейтингов (онлайн-исследования, чтение отзывов, посещение сайта и др.);
- 3) Выбор (Decision) – принятие решения о покупке, анализ цены, условий, договора и возможности для переговоров;
- 4) Приобретение (Purchase) – оформление сотрудничества; необходимость обеспечения гладкой и удобной процедуры оформления;
- 5) Внедрение (Implementation) – процесс внедрения решений или услуг в свою компанию; обеспечение поддержки;
- 6) Поддержка (Support) – обеспечение поддержки клиента (техническая поддержка, обучение, консультации);
- 7) Взаимодействие (Interaction) – дальнейшее взаимодействие компании с аккаунтом (маркетинговые активности, обновления продукта, периодические отчеты и т. д.).

Каждая компания может настроить и адаптировать CJM под свои собственные нужды. Классическая воронка продаж давно эволюционировала в модель многоканального взаимодействия. Множество контактов для одного аккаунта появляются и исчезают в результате нелинейного разнообразия онлайн- и офлайн-взаимодействия. Данные играют решающую роль в достижении успешного результата: анализа и моделирования успешных практик взаимодействия, которые позволят выявить идеальные перспективные тактики; определения релевантного онлайн-контента; определения времени и места бесед вживую (когда и где аккаунты захотят пообщаться); измерения эффективности усилий по продажам и рентабельность маркетинговых инвестиций. На сегодняшний день CJM – это тщательно разработанный проект, ориентированный на клиента, подкрепленный качественными данными.

Данные авторитетных исследований в сфере B2B и локальные данные помогут понять профиль идеального клиента (от англ. Ideal Customer Profile, ICP) и перспективы сотрудничества, а также могут быть использованы командами маркетинга и продаж для планирования.

Наличие актуальных данных о лицах, принимающих решения, и лицах, влияющих на принятие решения (далее – АВР), является ключевым фактором АВХ. Без данных нет возможности по-настоящему понять аккаунтов или то, что ими движет. Информация о ЛПР помогает определить, на каких представителей аккаунта следует ориентироваться, выделяет сигналы о намерениях, выявляет болевые точки клиентов и способствует взаимодействию на более глубоком уровне. Большое значение приобретает консолидированная информация о влиятельных лицах компании: имена, демографические данные и поведенческие черты на каждом этапе взаимодействия. На основе этих данных в совокупности с отраслевыми тенденциями, экономическими и социальными факторами есть возможность настроить контент, определить каналы, скоординировать стратегию взаимодействия для каждого ЛПР на каждом этапе взаимодействия каждого этапа [1].

Данные о взаимодействии могут сыграть решающую роль в уточнении уже имеющейся собранной информации и помочь отделам маркетинга, продаж и обслуживания клиентов глубже разобраться в моделях поведения клиентов и разработать более индивидуализированные сообщения по конкретным каналам.

Очевидны значение платформ для сбора данных о намерениях и использование данных о первых лицах, хранящихся в CRM. Платформы намерений часто используются в контексте диджитал-маркетинга и рекламы [2]. Эти платформы предназначены для сбора и анализа данных о намерениях главных лиц аккаунтов, чтобы понять, какие продукты или услуги они захотят приобрести в будущем, в каком состоянии они находятся в воронке продаж и какой контент будет для них наиболее уместен. Это позволяет наладить индивидуализированную коммуникацию и установить более глубокие доверительные отношения с аккаунтами [3].

Хорошо разработанный CJM – это возможность донести ценность продуктов и услуг до целевого рынка и добиться успеха для компании и аккаунтов. В процессе покупки задействовано обычно множество влиятельных лиц (ЛПР и АВР), и они тратят время как онлайн, так и офлайн, чтобы обосновать свои решения. Важно понимать, как думают аккаунты и что влияет на них в процессе принятия решения, кто, как, когда и где взаимодействует с влиятельными лицами. Такой подход позволяет компаниям тесно координировать свои маркетинговые усилия и продажи, способствуя эффективному сотрудничеству и коммуникации внутри компании.

Опрос 20 руководителей российских компаний, проведенный авторами в рамках настоящего исследования, показал, что из 10 компаний, использующих современные маркетинговые технологии управления клиентами на B2B, ни одна не использует CJM, считая этот метод подходящим лишь для B2C-рынков [4].

Одним из преимуществ CJM на B2B также является формирование более высокой вовлеченности аккаунтов, что в конечном счете ведет к лучшим бизнес-результатам. Вовлечение аккаунта – отправная точка для специалистов по АВМ. Учитывая длительные циклы продаж и время, необходимое для наращивания возможностей АВМ, вовлеченность является показателем эффективности таргетинга и АВМ-программ в целом. Boston Consulting Group использует для обозначения этой стратегии термин Account-based Engagement (ABE) и отмечает в своем исследовании, что данный подход более эффективно отражает требования и координацию, необходимые для обеспечения персонализированного и интегрированного обслуживания бизнес-клиентов до и после продажи. Это обеспечивает кросс-функциональную интеграцию, нужную для взаимодействия с более крупными аккаунтами, смещает акцент на увязку маркетинга с продажами и обслуживанием. По данным Altera Group, среди маркетологов, использующих ABE, 97 % получили более высокую отдачу от инвестиций, 72 % сообщили об увеличении доходов, 92 % респондентов отметили положительное влияние на вовлеченность аккаунтов⁴ [6].

В табл. 1 представлены основные виды вовлечения аккаунтов на B2B-рынках. Комбинация этих видов вовлечения может быть эффективной для создания долгосрочных и более результативных отношений с клиентами.

Вовлеченность описывает связь клиента с брендом. Более высокая степень вовлеченности означает более глубокую приверженность: больше эмоций, больше связей, больше активности. Объединяя все эти действия, можно использовать время показателем вовлеченности. Например, одна минута – посещение веб-страницы; две минуты – ответ по электронной почте; 10 минут – загрузка контента; 30 минут – посещение вебинара; 30 минут – совещание по продажам; 120 минут – посещение ужина⁵. Отслеживая минуты взаимодействия, которые целевые аккаунты проводят с представителями компании-поставщика,

⁴ BCG. Moving Beyond ABM to Account-Based Engagement. Режим доступа: <https://www.bcg.com/publications/2020/from-abm-to-account-based-engagement> (дата обращения: 01.12.2023).

⁵ Demandbase. The Definitive Guide to Smarter GTM™ with Account Intelligence and ABM/ABX. Режим доступа: <https://www.demandbase.com/wp-content/uploads/Demandbase-unspam-your-brand-web-2022.pdf> (дата обращения: 01.12.2023).

и комбинируя эти взаимодействия на индивидуальном уровне аккаунта, можно получить хорошую основу для взаимодействия.

Таблица 1

Виды вовлечения клиентов на B2B-рынках

Виды/Цели вовлечения	Инструменты вовлечения
<p>Когнитивное вовлечение</p> <p>Создание максимальной клиентской ценности с использованием интеллектуального потенциала аккаунта</p>	<ul style="list-style-type: none"> – информационные материалы, такие как белые книги («white papers»), исследования, статьи и блоги, которые предоставляют ценную информацию для клиентов; – организация вебинаров и обучающих мероприятий позволяет коммуницировать с клиентами и предоставлять им актуальные знания; – консультирование клиентов: предоставление консультаций и экспертное мнение клиентам по их конкретным проблемам и задачам может помочь создать большую ценность; – персонализированные рекомендации; – поддержка знаний и часто задаваемые вопросы (FAQ)
<p>Эмоциональное вовлечение</p> <p>Создание эмоциональной связи и лояльности аккаунтов, позитивного опыта взаимодействия; чувства принадлежности и ожидания позитивных эмоций от сотрудничества, доверия и привязанности к бренду</p>	<ul style="list-style-type: none"> – дружелюбное и полезное обслуживание клиентов; – быстрое и удобное оформление заказов; – гарантированное качество продуктов или услуг; – продвижение ценностей и миссии компании; – внедрение программ вознаграждения, которые положительно воздействует на эмоции клиентов (предоставление эксклюзивных скидок, подарков, бонусов или приглашений на специальные мероприятия для лояльных клиентов); – использование историй успеха клиентов; – участие в благотворительности и социальной ответственности
<p>Социальное вовлечение</p> <p>Создание активного взаимодействия и участия клиентов в продвижении бренда, обратной связи, создания сообщества и признания; укрепление отношений, улучшение обратной связи для дальнейшего развития</p>	<ul style="list-style-type: none"> – форумы и обсуждения: создание онлайн-форума или платформы обсуждений, где клиенты могут делиться своими идеями, задавать вопросы и делиться опытом; – социальные медиа: активное использование платформ социальных сетей для взаимодействия с аккаунтами; компания может проводить опросы, задавать вопросы, предоставлять полезные информационные ресурсы и отвечать на комментарии и обратную связь клиентов; – вебинары и онлайн-презентации: организация вебинаров, семинаров и онлайн-презентаций для клиентов, в которых они могут задавать вопросы, делиться своим мнением и участвовать в дискуссиях; такие мероприятия могут стать платформой для обмена знаниями и опытом между компанией и клиентами. – партнерские программы: совместные акции, совместная реклама или образовательные программы – почувствовать причастность к успеху компании; – клиентские исследования: проведение клиентских опросов, исследований и обратной связи для сбора мнений, предложений и потребностей клиентов; результаты могут применяться для улучшения продуктов, услуг и процессов компании, что демонстрирует клиентам их важность и вовлеченность

Виды/Цели вовлечения	Инструменты вовлечения
<p>Физическое вовлечение</p> <p>Установление более прочных связей, улучшение впечатления и опыта, создание сети сотрудничества и повышение узнаваемости бренда</p>	<ul style="list-style-type: none"> – отраслевые торговые выставки и конференции: возможность продемонстрировать свои продукты, услуги и экспертизу, возможность для прямого физического взаимодействия с клиентами, обмена информацией и установления связей; – создание физических моделей или прототипов продуктов, что позволяет клиентам более наглядно ознакомиться с возможностями и особенностями продукта или услуги компании; – семинары и тренинги для клиентов: организация семинаров, тренингов, учебных курсов или мастер-классов для клиентов, где они могут на практике изучать продукты или услуги компании; – посещение клиентов на местах: личное посещение клиентов на их предприятиях или офисах для обсуждения потребностей, проблем и возможностей сотрудничества помогает лучше понять особенности и запросы клиента, а также установить доверие и прочные связи; – корпоративные мероприятия и сетевые встречи: приемы, конференции, гала-вечера или бизнес-ланчи, где клиенты и партнеры могут встретиться с представителями компании, обсудить деловые вопросы и укрепить отношения; – неформальные личные встречи генерального директора (СЕО) в боулинге, на корте, гольф-поле и т.д. – формирование общности интересов; – once-a-life-experience для СЕО
<p>Финансовое вовлечение</p> <p>Установление долгосрочных и взаимовыгодных отношений, привлечении новых клиентов и удержании существующих</p>	<ul style="list-style-type: none"> – предоставление скидок на продукты или услуги компании в зависимости от объема заказа или доли рынка, занимаемой клиентом (пониженные цены, бесплатная доставка или дополнительные услуги); – предоставление специальных финансовых бонусов или вознаграждений клиентам за достижение определенных целей или результатов (бонус за достижение определенного объема продаж или экономии на расходах благодаря использованию продуктов или услуг компании); – предоставление финансовой поддержки или программ кредитования клиентам для стимулирования покупок или установления долгосрочного партнерства (особые кредитные условия или гибкие платежные условия); – предоставление консультаций и помощи клиентам в финансовом планировании и управлении для повышения их финансовой эффективности и рентабельности может помочь клиентам оптимизировать свои расходы и улучшить финансовые результаты

Составлено авторами по материалам источника [5; 6]

Стратегии взаимодействия будут разными для каждой компании в зависимости от взаимно согласованных целей, контрольных показателей и ключевых показателей эффективности, установленных между командами маркетинга, продаж и обслуживания клиентов, а также их руководителями высшего звена. Ключевые показатели эффективности, которые следует учитывать, включают следующие показатели вовлеченности.

На рынке B2B существует несколько инструментов измерения вовлеченности, которые могут помочь оценить эффективность маркетинговых усилий:

1) аналитика веб-трафика – Google Analytics или Яндекс.Metrica для отслеживания и анализа посещений веб-сайта, поведения пользователей, их источники трафика и конверсии; процент неизвестных посетителей веб-сайта в течение определенного периода времени, которые могут быть ценными аккаунтами;

2) исследования удовлетворенности клиентов – Net Promoter Score (NPS) для оценки вероятности рекомендаций;

3) медиа-мониторинг, анализ отзывов и комментариев, мониторинг упоминаний о компании, бренде или продуктах в социальных сетях, блогах, форумах и других онлайн-платформах – Medialogia, Армада Медиа, Медialogia «Мониторинг+», YouScan, Brand Analytics;

- 4) отчеты о результатах маркетинговых кампаний – данные о конверсиях, отказах, взаимодействиях с контентом и других метриках, чтобы измерить эффективность кампании и ее влияние на вовлеченность;
- 5) процент целевых аккаунтов, задействованных в определенный момент времени;
- 6) количество дорогостоящих аккаунтов, преобразованных в контракты за определенный период времени;
- 7) время для расширения взаимодействия с аккаунтами⁶.

Аккаунты, которые продемонстрировали высокий уровень вовлеченности и интереса к продуктам или услугам компании, получают статус MQA (Marketing Qualified Accounts – аккаунты, соответствующие ICP). Это позволяет уделять приоритетное внимание своим усилиям и ресурсам в отношении аккаунтов, которые с большей вероятностью являются перспективными. Сосредоточившись на MQA, маркетологи могут эффективно развивать эти аккаунты и взаимодействовать с ключевыми лицами, принимающими решения, повышая шансы на успех⁷.

Индивидуализированный контент является ключом к успешной стратегии ABM и важным элементом создания опыта аккаунта. Одним из достоинств ABM является его способность понимать аккаунта, взаимодействовать на индивидуальном уровне и демонстрировать высокий уровень эмпатии, на который не способны другие тактики B2B. Поскольку 61 % маркетологов в настоящее время адаптируют свой контент к конкретным отраслям, а 55 % – для привлечения аккаунтов, очевидно, что индивидуализация является основным фактором успеха ABM, что позволит компании выделиться на фоне коммуникаций конкурентов.

Индивидуализация контента в ABM-программах имеет свои особенности и требует исследований и тщательного планирования. Для создания релевантного контента необходимо знание отраслевых трендов и вызовов, использование целевых сообщений для ЛПР и АВР с учетом их интересов, анализ данных о поведении клиентов, таких как история покупок, интересы и предпочтения, индивидуализация электронных писем, использование динамического контента, использование маркетинговых автоматизированных инструментов для индивидуализации контента, автоматизации коммуникаций и отслеживания действий аккаунтов (CRM).

Компании, использующие в своей практике ABM, стремятся инвестировать в креатив сейчас больше, чем когда-либо. По данным HubSpot, смешной, интерактивный и аутентичный контент лучше всего работает в социальных сетях: 59 % маркетологов называют видео наиболее используемым медиаформатом. Теперь, когда такие платформы, как TikTok, широко используются в маркетинге, маркетологам B2B приходится адаптироваться к новым тенденциям потребления контента и стремлению к более человечному, чуткому маркетингу. Поскольку 44 % маркетологов называют социальные сети главным маркетинговым каналом, ключом к целевой аудитории является обеспечение того, чтобы контент не только был привлекательным, но и задерживал внимание. B2B-маркетологам приходится находить способы сделать контент менее ориентированным на бизнес и больше на людей⁸.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проектирование и реализации стратегий управления опытом ABX обусловлены необходимостью создания дополнительной потребительской ценности в процессе взаимодействия, во многих случаях являющейся основой конкурентоспособности. ABX, или взаимодействие с аккаунтами, – стратегия бизнес-маркетинга, направленная на понимание, вовлечение и предоставление индивидуализированного контента конкретным целевым аккаунтам.

ABM-программы, созданные с использованием ABX, могут помочь B2B-компаниям стать более клиентоцентричными. Чтобы воспользоваться этими возможностями, компаниям рекомендуется использовать расширенные данные о ЛПР для разработки CJM, интегрировать в ABM-программы инструменты вовлечения, индивидуализировать и актуализировать контент в соответствии с реальными бизнес-потребностями аккаунтов. Благодаря внедрению этих инструментов компании получают уникальную возможность влиять на потребительский опыт бизнес-клиентов, что будет способствовать улучшению взаимоотношений и лучшим бизнес-результатам.

⁶ Karjian R., O'Connor F. A guide to account-based engagement. Режим доступа: <https://www.techtarget.com/searchcustomerexperience/feature/A-guide-to-account-based-engagement> (дата обращения: 01.12.2023).

⁷ Demandbase. Best Practices for Customizing the Account Journey. Режим доступа: <https://support.demandbase.com/hc/en-us/articles/5899355179803-Best-Practices-for-Customizing-the-Account-Journey> (дата обращения: 01.12.2023).

⁸ vc.ru. Тренды маркетинга 2023. Исследование Hubspot. Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/735286-trendy-marketinga-2023-issledovanie-hubspot> (дата обращения: 01.12.2023).

Список литературы

1. *Day D.G., Shi S.W.* Automated and Scalable: Account-Based B2B Marketing for Startup Companies. *Journal of Business Theory and Practice*. 2020;2(8):16. <http://dx.doi.org/10.22158/jbtp.v8n2p16>
2. *Herrman T.* Account-Based Marketing: Much More Than a New Automation Trend. In: Hannig U., Seebacher U. (eds.) *Marketing and Sales Automation*. Springer Cham; 2023. Pp. 177–187. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-20040-3>
3. *Krings W., Kastner Ch., Jensen T.J.* Account-based B2B-Marketing – Integration zukunftsweisender Technologie zur Optimierung von Prozessen und Leistung. In: *Praxishandbuch B2B-Marketing*. Wiesbaden: Springer Gabler; 2023. Pp. 705 – 727. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-658-40037-8_23
4. *Орлова М.В., Орлов В.В.* Управление клиентами на B2B рынках в условиях цифровизации. *Вестник университета*. 2023;7:41–49. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2023-7-41-49>
5. *Орлова М.В.* Маркетинговые технологии управления интеллектуальным сервисом: эмотивный аспект. *Вестник университета*. 2015;1:151–156.
6. *Орлова М.В.* Когнитивизм в управлении интеллектуальным сервисом. *Маркетинг*. 2013;5(132):60–68.

References

1. *Day D.G., Shi S.W.* Automated and Scalable: Account-Based B2B Marketing for Startup Companies. *Journal of Business Theory and Practice*. 2020;2(8):16. <http://dx.doi.org/10.22158/jbtp.v8n2p16>
2. *Herrman T.* Account-Based Marketing: Much More Than a New Automation Trend. In: Hannig U., Seebacher U. (eds.) *Marketing and Sales Automation*. Springer Cham; 2023. Pp. 177–187. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-20040-3>
3. *Krings W., Kastner Ch., Jensen T.J.* Account-based B2B-Marketing – Integration zukunftsweisender Technologie zur Optimierung von Prozessen und Leistung. In: *Praxishandbuch B2B-Marketing*. Wiesbaden: Springer Gabler; 2023. Pp. 705 – 727. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-658-40037-8_23
4. *Orlova M.V., Orlov V.V.* Customer management in B2B markets in the context of digitalization. *Vestnik universiteta*. 2023;7:41–49. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2023-7-41-49>
5. *Orlova M.V.* Marketing technologies in KIBS sector: Emotive aspect. *Vestnik universiteta*. 2015;1:151–156. (In Russian).
6. *Orlova M.V.* Cognitivism in Intelligent Service Management. *Marketing*. 2013;5(132):60–68. (In Russian).

Анализ экономического взаимодействия в Шанхайской организации сотрудничества

Пилипенко Валерия Валерьевна

Ст. преп. каф. мировой экономики и международных экономических отношений
ORCID: 0009-0001-7324-9697, e-mail: pylypenko.v@mail.ru

Донецкий государственный университет, г. Донецк, Россия

Аннотация

Шанхайская организация сотрудничества (далее – ШОС) была создана в 2001 г. и с тех пор расширила состав своих участников и сферу деятельности. Целью настоящего исследования выступают анализ экономических аспектов сотрудничества в рамках ШОС и существующих проблем, препятствующих дальнейшему экономическому взаимодействию, а также выделение перспективных направлений развития. Для достижения данной цели были использованы общенаучные и исторические методы, позволяющие провести анализ и оценку информации: обобщение, анализ и синтез данных, метод логического и сравнительного анализа, сопоставление и сравнение. Проанализированы текущее состояние и перспективы экономического сотрудничества в рамках ШОС. Рассмотрены торговля, инвестиции, инфраструктурные проекты, энергетика и другие сферы взаимодействия. Экономическая повестка дня ШОС направлена на увеличение региональной торговли, улучшение доступа к рынкам, содействие региональным связям и консолидацию экономического потенциала государств-членов. Однако нерешенные территориальные споры между Китаем, Индией и Пакистаном препятствуют углублению экономических связей. В свою очередь недавнее присоединение Ирана открывает новые возможности для торговли и транспортных коридоров. В качестве стратегических целей выделяются перспективы создания зоны свободной торговли ШОС, совместные инфраструктурные проекты, финансовое сотрудничество и партнерство в области высоких технологий. В целом дальнейшая экономическая интеграция соответствует национальным интересам стран-участниц. Устранение внутренней напряженности и разработка эффективных коммуникационных механизмов помогут укрепить ШОС как организацию и реализовать ее экономический потенциал.

Ключевые слова

Шанхайская организация сотрудничества, интеграция, экономическое сотрудничество, инвестиции, торговля, Россия, Китай, Иран, внутренние противоречия

Для цитирования: Пилипенко В.В. Анализ экономического взаимодействия в Шанхайской организации сотрудничества // Вестник университета. 2024. № 2. С. 124–132.

Economic cooperation in the Shanghai Cooperation Organization analysis

Valerya V. Pylypenko

Senior Lecturer at the World Economy and International Economic Relations Department
ORCID: 0009-0001-7324-9697, e-mail: pylypenko.v@mail.ru

Donetsk State University, Donetsk, Russia

Abstract

The Shanghai Cooperation Organization (hereinafter – SCO) was established in 2001 and since then has expanded its membership and scope of activities. The purpose of the study is to analyze the economic aspects of cooperation within the SCO and the existing problems hindering further economic interaction, as well as to identify promising development areas. To achieve this goal the author used general scientific and historical methods that allow us to analyze and evaluate information such as generalization, data analysis and synthesis, method of logical and comparative analysis, comparison and contrast. The current state and prospects of economic cooperation within the SCO have been analyzed. Trade, investments, infrastructure projects, energy, and other areas of interaction have been considered. The SCO economic agenda is aimed at increasing regional trade, improving market access, promoting regional ties, and consolidating the economic potential of member states. However, unresolved territorial disputes between China, India and Pakistan impede the deepening of economic ties. In turn, the recent accession of Iran opens up new opportunities for trade and transportation corridors. Prospects for an SCO free trade zone, joint infrastructure projects, financial cooperation, and high-tech partnerships have been highlighted as strategic goals. In general, further economic integration is in line with the member states' national interests. Eliminating internal tensions and developing effective communication mechanisms will help strengthen the SCO as an organization and realize its economic potential.

Keywords

Shanghai Cooperation Organization, integration, economic cooperation, investment, trade, Russia, China, Iran, internal contradictions

For citation: Pylypenko V.V. (2024) Economic cooperation in the Shanghai Cooperation Organization analysis. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 124–132.



ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобальной турбулентности и санкционного давления укрепление экономических связей внутри различных интеграционных образований позволяет странам-участницам повысить устойчивость своих экономик, снизить зависимость от внешних факторов. Согласно Концепции внешней политики Российской Федерации (далее – РФ, Россия), одним из ключевых направлений страны является ориентация на участие в различных международных организациях и интеграционных объединениях в целях построения более стабильного и многополярного мира и защиты своих национальных интересов. Взаимодействие в рамках различных интеграционных объединений, таких как Шанхайская организация сотрудничества (далее – ШОС), является актуальным и важным направлением российской внешней политики.

В Концепции внешней политики РФ подчеркивается значение данной организации для укрепления многополярности мирового порядка. В рамках ШОС Россия сотрудничает с другими членами организации (Китай, Индия, Казахстан) по различным вопросам, включая экономическое сотрудничество, борьбу с терроризмом и экстремизмом, безопасность и стабильность в регионе. ШОС также способствует диалогу и согласованию интересов между разными государствами и регионами.

Такие интеграционные объединения, как Межгосударственное объединение БРИКС (от англ. BRICS – сокращение от Brazil, Russia, India, China, South Africa), Содружество Независимых Государств, Евразийский экономический союз, Организация Договора о коллективной безопасности, также имеют важность в контексте внешней политики России. Данные интеграционные объединения являются институциональными элементами идеи Большого Евразийского партнерства, которая считается приоритетной в новой Стратегии национальной безопасности РФ [1; 2]. Они позволяют России укреплять отношения с другими странами и совместно решать разнообразные глобальные и региональные проблемы. Таким образом, в текущих геополитических и экономических условиях дальнейшее углубление экономической кооперации в ШОС представляется актуальным и важным для всех государств-участников.

Целью настоящего исследования являются анализ экономических аспектов сотрудничества в рамках ШОС и существующих проблем, препятствующих дальнейшему экономическому взаимодействию, а также выделение перспективных направлений развития данной международной организации.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Развитие экономического взаимодействия в ШОС исследуется в научных кругах с момента создания организации в 2001 г. Опубликовано большое количество научных статей и монографий по этой теме. Основными направлениями предыдущих исследований являются анализ структуры и динамики торгово-экономического сотрудничества в рамках ШОС, возможности и перспективы расширения экономической интеграции, создание благоприятных условий для торговли и инвестиций. Исследования ведутся как в странах-участницах ШОС (Россия, Китай, страны Центральной Азии), так и в других странах (страны Европейского союза, Соединенные Штаты Америки). Активно обсуждаются вопросы гармонизации национальных законодательств, снижения торговых барьеров, развития инфраструктуры, цифровизации экономических процессов.

Важными работами об исследовании евразийской экономической интеграции и концепции Большого Евразийского партнерства являются работы А. Лихачевой, С.Ю. Глазьева, Н.В. Лукьяновича [1–3].

Исследованию вопросов экономического и политического взаимодействия России с Китаем в рамках ШОС посвящены работы Е.И. Сафроновой, С.Г. Лузяниной, А. Малашенко, Г.В. Подбиральной, Т.Е. Мигалевой, Т.С. Тараконовой [4–7]. В данных исследованиях рассмотрены вопросы различных направлений от экономического взаимодействия до гуманитарного сотрудничества и вопросов военно-технического обеспечения.

Вопросы особенностей российской стратегии по отношению к странам Центрально-азиатского региона отражены в работах Ж.С. Сыздыковой, В.М. Кузьминой и Г.А. Ашировой [8; 9].

Стратегию Ирана в рамках ШОС и в регионе Центральной Азии рассматривали в своих работах Д. Варнавский, Г. Дж. П. Хонрада, Д. Ранджбар, М. Лаумулин [10–12].

Проблемы территориальных конфликтов Индии, Пакистана и Китая исследовали в своих работах Л. Месси, Р. Рой, А. Кхан и А.Б. Джамали [13].

В целом можно сказать, что тема хорошо проработана в научной литературе, однако остается актуальной в контексте практического развития экономических связей в рамках ШОС. Особенно необходимо

исследование в связи с быстро меняющейся геополитической и геоэкономической ситуацией в Евразии, следовательно, требуется анализ новых вызовов и возможностей для экономической интеграции в ШОС. За счет приема в ШОС Индии, Пакистана и Ирана важным является вопрос перспективных торгово-экономических направлений с данными странами. Таким образом, дальнейшие комплексные исследования помогут выработать стратегию углубления экономической интеграции в ШОС с учетом новых вызовов.

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В ШАНХАЙСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА

ШОС была создана в 2001 г. Россией, Китаем, Казахстаном, Кыргызстаном, Таджикистаном и Узбекистаном. С момента своего образования организация впервые расширилась в 2017 г., когда Индия и Пакистан стали ее полноправными членами. В 2023 г. Иран официально стал членом ШОС. Важной частью объединительных процессов в ШОС является широкомасштабное экономическое сотрудничество, которое началось в 2003 г., когда были подписаны долгосрочные программы.

Экономические соглашения в рамках ШОС дали надежду на то, что члены организации смогут разработать политику «двух колес»: одно колесо представляет безопасность, а другое – торговлю. Это представляется разумным решением, однако страны Центральной Азии обеспокоены тем, что экономическое сотрудничество с Китаем приведет к наводнению их стран высококонкурентной китайской продукцией, а Россия опасается расширения экономического влияния Китая в регионе, где она обладает значительной экономической мощью.

В настоящее время реализуются проекты ШОС по строительству автомагистралей, трубопроводов для транспортировки энергоресурсов и развитию железнодорожных линий для облегчения перевозок. Строительство двух железных дорог – Термез-Мазари-Шариф-Кабул-Пешавар и Торугарт-Джалалабад – сыграет важную роль в развитии инфраструктуры и укреплении экономических связей в регионе. Первая железная дорога соединит Узбекистан с Афганистаном и Пакистаном, что позволит наладить более тесные торговые отношения между этими странами. Вторая линия свяжет Китай и Кыргызстан, облегчив транспортировку китайских товаров в Центральную Азию. Реализация этих инфраструктурных проектов в рамках ШОС принесет значительные экономические выгоды всем участникам организации и будет способствовать дальнейшему углублению региональной экономической интеграции.

Происходит активное развитие финансового сотрудничества. Значительные инвестиции в горнодобывающую промышленность, расширение энергетического сотрудничества и создание важной политической и правовой основы могут способствовать укреплению взаимной экономической интеграции, взаимопонимания и стабильности. Перед ШОС по-прежнему стоят серьезные экономические задачи, которые включают увеличение региональной торговли, улучшение доступа к мировым рынкам и консолидацию энергетического потенциала стран-участников организации. В ШОС активно работают над снижением торговых барьеров и упрощением процедур торговли между государствами-членами.

Совершенствование коммуникационных технологий между государствами для улучшения общения кажется разумной идеей. Переговоры и общение между членами должны быть проще, а политическая модификация существующего принципа принятия решений на основе консенсуса, позволяющая осуществлять совместные программы, даже если некоторые члены не хотят принимать в них участие, также будет стимулировать экономический прогресс [6]. Разработка соглашения о зонах свободной торговли (далее – ЗСТ) – это еще одна консолидация, которая обеспечит странам-членам более легкий поток товаров, финансов и услуг, а также поможет усилить региональную интеграцию, коммуникации, инфраструктуру и другие виды экономической деятельности. В основном из-за растущей уверенности Китая разработка такой ЗСТ потребует сильного консенсуса и глубокого уровня доверия между участниками.

Особенно важен опыт взаимного инвестирования для РФ и Китая в рамках ШОС, который является началом долгого пути синхронизации национальных законодательств, заявлений, адаптаций и взаимной интеграции. Это позволяет преодолеть ряд взаимных страхов и недоверия, а также способствует созданию надежного и долгосрочного партнерства. С 2005 г. в рамках ШОС активизировались российско-китайские энергетические проекты. Это стратегическое партнерство, основанное на взаимных интересах и инвестициях. В 2009 г. страны подписали масштабное соглашение о сотрудничестве в области энергетики на 100 млрд долл. США. Экономические связи между Россией и Китаем продолжают успешно развиваться, несмотря на все геополитические вызовы. Опыт их сотрудничества в рамках

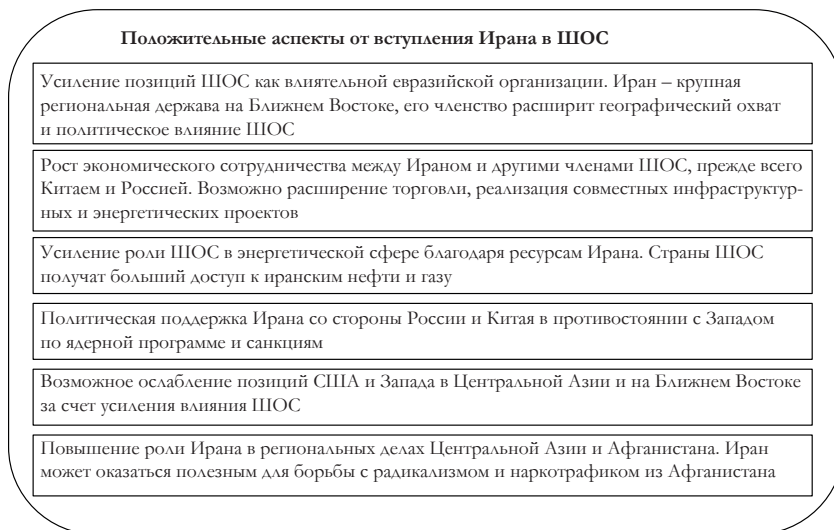
данной организации показывает, что стратегическое партнерство этих стран способно выдерживать испытание временем и приносить взаимную выгоду [4; 6].

Психологически важным этапом в развитии взаимного доверия стало принципиально значимое соглашение о создании механизма взаиморасчетов в рублях и юанях. На саммите 2014 г. в Душанбе сближение РФ и Китая усилилось практически по всем направлениям сотрудничества. Была выдвинута программа сопряжения трех проектов региональной интеграции: инкорпорации ШОС, Таможенного союза и проекта «Один пояс, один путь». Предварительные итоги проделанной работы были подведены на Уфимском саммите ШОС в 2015 г. Основной акцент был сделан на результатах, достигнутых в сближении Китая с Россией. Так, по оценкам различных аналитиков, принципиально возросли взаимные инвестиции, увеличилась торговля, ее характер диверсифицирован, почти 20 % взаимных российско-китайских расчетов осуществляются в национальных валютах. Расчеты в национальных валютах снижают зависимость от доллара США, но повышают риски из-за колебаний курсов валют [7]. Следовательно, страны ШОС стремятся к большей стабильности своих валют и финансовых систем. В целом тенденция к дедолларизации взаимной торговли стран ШОС усилится в ближайшие годы.

Кроме того, важным пунктом сотрудничества в рамках ШОС является улучшение условий жизни и борьба с широко распространенной бедностью в Центральной Азии – это достойное гуманитарное мероприятие, которое в долгосрочной перспективе окажет положительное влияние на экономику Китая и России, а также других стран-участников организации. Есть уверенность в том, что оказание помощи малым членам ШОС в улучшении их социально-экономического взаимодействия, рост прямых иностранных инвестиций и валового внутреннего продукта помогут увеличить внутреннюю торговлю членов интеграционного объединения и благоприятно скажутся на экономике региона.

ЧЛЕНСТВО ИРАНА В ШАНХАЙСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА

Иран стал полноправным государством-членом ШОС 4 июля 2023 г. Членство Ирана в ШОС открывает много возможностей и вызовов, стоящих перед государством в связи с его вступлением в организацию, которые могут повлиять на его будущий рост и направление (рис. 1).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 1. Положительные аспекты и перспективные направления для сотрудничества в ШОС от вступления Ирана

Одной из сильных сторон Ирана в экономической сфере является его стратегическое расположение, которое может помочь странам-членам ШОС, особенно не имеющим выхода к морю, таким как Таджикистан и Узбекистан, получить безопасный и более легкий доступ в Южную и Западную Азию через Международный транспортный коридор «Север-Юг» (INSTC), частью которого является Иран [11]. Однако международные санкции против Ирана могут ограничить полную реализацию этого потенциала. Расширение транспортных коридоров через Иран до Персидского залива в Афганистан и Пакистан в рамках проектов типа INSTC имеет стратегическое значение. Мультиmodalный коридор INSTC соединяет южный иранский порт Чабахар с Каспийским морем, а порты Туркменистана – с Узбекистаном, который граничит с Таджикистаном.

Укрепление связей Ирана со странами ШОС посредством торговли и инвестиций, несмотря на санкционное давление, отвечает интересам всех участников организации. Это возможность для организации и ее членов обойти географические ограничения и получить доступ к другим рынкам. Странам Центральной Азии трудно получить доступ к новым южным и западным рынкам без Ирана как связующего звена между Востоком и Западом. Отсутствие Ирана также помешало бы китайским планам в рамках инициативы «Одного пояса, одного пути» по строительству сухопутного коридора «Восток-Запад» через Центральную Азию, связывающего Китай с Черным морем и Ближним Востоком.

Решение проблем безопасности в регионе также требует тесной координации усилий Ирана и других государств Центральной и Южной Азии. Таким образом, экономическая роль Ирана, его стратегическое положение, ключевые транспортные маршруты и критически важная портовая инфраструктура могут стать эффективными активами для реализации экономических возможностей ШОС.

ПРОБЛЕМА ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ СПОРОВ В ШАНХАЙСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА

Главным достижением ШОС на сегодняшний день является то, что она предложила своим членам форум сотрудничества для балансирования конфликтующих интересов и ослабления двусторонней напряженности. Однако внутренние противоречия и территориальные споры препятствуют превращению ШОС в эффективную площадку для многостороннего экономического сотрудничества. В связи с этим странам необходимо находить компромиссы для продвижения общих интересов. Территориальные конфликты происходят между тремя странами: Китаем, Индией и Пакистаном. Разногласия создают напряженность и подрывают доверие между государствами. Это препятствует развитию тесных экономических связей.

Пограничный спор между Китаем и Индией связан с линией фактического контроля протяженностью 3,488 тыс. км между двумя странами. Китай претендует на индийский штат Аруначал-Прадеш, в то время как Индия претендует на район Аксай-Чин, контролируемый Китаем. Спор проистекает из различий в восприятии границы в колониальную эпоху. Из-за этого велось несколько войн, последней из которых была китайско-индийская война 1962 г. Несмотря на двусторонние соглашения о поддержании мира, напряженность усиливается из-за того, что линия фактического контроля четко не разграничена на местности. Противостояние в Докламе в 2017 г. и столкновение в долине Галвана в 2020 г. возобновили напряженность.

Индо-пакистанский спор по Кашмиру заключается в том, что Кашмир оспаривается Индией и Пакистаном с 1947 г. Оба претендуют на него полностью, но контролируют только его части. Индия обвиняет Пакистан в поддержке трансграничного терроризма и сепаратизма в Кашмире. Пакистан обвиняет Индию в нарушениях прав человека в отношении кашмирцев. Столкновения, артиллерийские дуэли на данной территории и заявления о нарушениях режима прекращения огня стали обычным явлением. Спор остается в высшей степени милитаризованным и нестабильным. В рамках ШОС Пакистан использует платформу для интернационализации кашмирского вопроса, чему сопротивляется Индия. Проблемы терроризма в Кашмире по-прежнему вызывают озабоченность. Китай оказал дипломатическую и военную поддержку Пакистану в Кашмире, усилив подозрения, что он использует ШОС для сдерживания Индии [13].

Таким образом, неурегулированные территориальные проблемы остаются серьезным препятствием для расширения экономических связей между странами-членами ШОС. Исторические пограничные и территориальные споры между Китаем, Пакистаном и Индией продолжают оставаться вызовами, несмотря на сотрудничество государств в рамках ШОС. Урегулирование двусторонних трений является постоянным процессом уравнивания для организации. Их решение могло бы дать значительный импульс для регионального сотрудничества.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ШАНХАЙСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА

Углубление экономической интеграции отвечает интересам стран-участников ШОС и имеет важное значение для развития региона. Рассмотрим ключевые моменты о перспективах экономического сотрудничества в ШОС (рис. 2).



Составлено автором по материалам исследования

Рис. 2. Перспективные направления экономического сотрудничества в рамках ШОС

Создание ЗСТ в рамках ШОС рассматривается как одна из важнейших стратегических целей этого интеграционного объединения. Это позволит значительно увеличить товарооборот между странами-участницами и укрепить экономические связи в регионе. Для достижения этой цели необходимо снизить торговые барьеры, упростить таможенные процедуры, создать благоприятные условия для бизнеса.

Кроме того, важным направлением является развитие инфраструктуры и транспортных коридоров на пространстве ШОС. К данному направлению можно отнести такие масштабные проекты, как строительство железной дороги Китай–Кыргызстан–Узбекистан, автомагистрали Китай–Пакистан и др. Модернизация инфраструктуры значительно ускорит товарооборот и создаст новые транзитные маршруты в регионе.

Помимо этого, перспективными направлениями экономического взаимодействия в рамках ШОС являются:

- 1) реализация совместных энергетических проектов – в рамках ШОС обсуждаются проекты в области энергетики, такие как поставки российских энергоносителей в Китай и другие страны региона;
- 2) укрепление финансового сотрудничества, в частности за счет налаживания взаимодействия между банками и фондами развития государств-членов ШОС;
- 3) развитие высокотехнологичных отраслей – страны ШОС могут наладить кооперацию в таких сферах, как информационные технологии, авиастроение, космическая отрасль, фармацевтика;
- 4) развитие в сфере сельского хозяйства, расширение поставок сельскохозяйственной продукции из России и Казахстана в другие страны региона.

Расширение экономических связей между странами ШОС по этим и другим направлениям будет способствовать ускорению экономического развития всех государств-участников и усилению их позиций в Евразийском регионе [3]. Реализация совместных проектов также позволит повысить уровень интеграции в рамках ШОС и превратить ее в один из ключевых центров экономического сотрудничества на евразийском пространстве.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Хотя многие наблюдатели называют ШОС просто «антинаатовским блоком», который функционирует как часть слабой многосторонней структуры – в основном из-за различных внутренних разногласий, – организация добилась успеха в расширении сферы своей деятельности, особенно в отношении внутрирегиональной торговли и инвестиций. ШОС все больше превращается в экономический альянс и представляет себя в качестве надежной альтернативы для своих членов, чтобы противостоять экономическим потрясениям и финансовой неопределенности, возникающим в результате санкций, связанных с глобальным геополитическим климатом.

Вступление Ирана и потенциальное включение Турции в число постоянных членов не должно рассматриваться как легкая антизападная реакция. Коалиция Иран–Турция–Китай–Россия может стать мощным альянсом против западного либерального порядка. Сдвиг сил на Восток наметился уже давно, и особенно заметным он стал в связи с поворотом Турции в сторону от Запада и ее растущей зависимостью от России. Дальнейшее расширение членства в ШОС не только повысит статус организации и расширит сферу ее влияния, но и предоставит ей политические рычаги для уравнивания роли Запада и противостояния финансовому давлению со стороны таких держав, как Соединенные Штаты Америки. Будущее альянса будет определяться ключевыми членами ШОС, что впоследствии повлияет на динамику развития всего региона Евразии.

Для дальнейшего развития организации необходимо, чтобы решение задач по расширению членства, увеличению объемов торговли и укреплению экономического взаимодействия дополнялось большей приверженностью всех членов. Развитие более эффективных механизмов коммуникации как лично, так и с использованием более современных технологий будет способствовать облегчению реализации программ и политики, поможет справиться с бедностью и улучшить образование путем обмена идеями и выполнения решений соответствующих правительств. Расширение экономического взаимодействия в рамках ШОС отвечает интересам России, Китая и других участников организации и позволит укрепить их позиции в Евразийском регионе. Для дальнейшего прогресса требуются политическая воля и приверженность стран-участниц к углублению интеграционных процессов в рамках ШОС.

Список литературы

1. *Глазьев С.Ю.* Концептуальные предложения по практической реализации идеи Большого евразийского партнерства. В кн.: *Большое евразийское партнерство: прошлое, настоящее, будущее: избранные труды X Евразийского научного форума*, Санкт-Петербург, 22–23 ноября 2018 г. СПб.: Университет при МПА ЕврАзЭС; 2018. С. 15–37.
2. *Глазьев С.Ю.* Как построить Большое евразийское партнерство? Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2021;15(3):9–14. <https://doi.org/10.22394/2073-2929-2021-03-9-14>
3. *Лукьянович Н.В.* Перспективы евразийской экономической интеграции в контексте роста глобальных вызовов и угроз. *Проблемы национальной стратегии*. 2021;1(64):78–96.
4. *Лузянин С.Г., Сафронов Е.И. (ред.)* Стратегия развития Шанхайской организации сотрудничества до 2025 года: исходные реалии и фактор российско-китайского партнерства: монография. М.: ИДВ РАН; 2015. 168 с.
5. *Малашенко А.* Интересы и шансы России в Центральной Азии. *Россия и мусульманский мир*. 2013;11(257):81–98.
6. *Подбиралкина Г.В., Мигалева Т.Е.* Экономические интересы России и Китая в Шанхайской организации сотрудничества. *Международная торговля и торговая политика*. 2015;(2):83–93.
7. *Тараканова Т.С.* Россия и Китай в Шанхайской организации сотрудничества: проблемы политико-экономического взаимодействия. Дис. ... канд. полит. наук: 23.00.04. СПб.: СПбПУ; 2016. 162 с.
8. *Сыздыкова Ж.С.* Геополитические интересы России в Центральной Азии. Теория и практика общественного развития. 2013;(8):264–265.
9. *Кузьмина В.М., Аширова Г.А.* Международное экономическое сотрудничество в странах центральной Азии. В кн.: *Приграничье-2018: сборник научных трудов по итогам Международного интеграционного форума*, Белгород, 4–5 декабря 2018 г. Белгород: АНО «ИПСИ»; 2019. С. 19–26.
10. *Варнавский Д.* Иран и государства Центральной Азии: генезис, состояние и перспективы сотрудничества. *Центральная Азия и Кавказ*. 2008;2(56):145–152.
11. *Honrada G.J.P., Ranjbar D.* Iran's Membership in the Shanghai Cooperation Organization. A SWOT analysis. *Asia and Africa today*. 2023;3:30–36. <https://doi.org/10.31857/S032150750021972-1>
12. *Лаумулин М.* Центральная Азия и Pax Iranica: взаимодействие и взаимовлияние. *Центральная Азия и Кавказ*. 2011;14(2):125–149.
13. *Khan A., Jamali A.B.* The Shanghai Cooperation Organization in Promoting Regional Peace and Stability: Analyzing the Case of Indo-Pak Conflict. *Global Strategic & Security Studies Review*. 2021;6(2):1–11. [https://doi.org/10.31703/gssr.2021\(VI-II\).01](https://doi.org/10.31703/gssr.2021(VI-II).01)

References

1. *Glazuev S.Yu.* Conceptual proposals for the practical implementation of the idea of the Greater Eurasian Partnership. In: *Greater Eurasian Partnership: Past, Present, Future: Proceedings of the X Eurasian Scientific Forum*, St. Petersburg, November 22–23, 2018. St. Petersburg: University Under the Interparliamentary Assembly of EURASEC; 2018. Pp. 15–37. (In Russian).
2. *Glazuev S.Yu.* How to Build a Great Eurasian Partnership? *Eurasian Integration: Economics, Law, Politics*. 2021;15(3):9–14. (In Russian). <https://doi.org/10.22394/2073-2929-2021-03-9-14>
3. *Lukyanovich N.V.* Prospects of Eurasian economic integration in the context of the growth of global challenges and threats. *National Strategy Issues*. 2021;1(64):78–96. (In Russian).
4. *Luzyanin S.G., Safronov E.I. (eds.)* Development Strategy of the Shanghai Cooperation Organization until 2025: initial realities and the factor of Russian-Chinese partnership. Moscow: Institute of China and Modern Asia of the Russian Academy of Sciences; 2015. 168 p. (In Russian).
5. *Malashenko A.* Interests and chances of Russia in Central Asia. *Russia and the Muslim World*. 2013;11(257):81–98. (In Russian).

6. *Podbiralina G.V., Migaleva T.E.* Economic interests of China and Russia in the Shanghai Cooperation Organization. *International Trade and Trade Policy*. 2015;(2):83–93. (In Russian).
7. *Tarakanova T.S.* Russia and China in the Shanghai Cooperation Organization: problems of political and economic interaction. Diss. ... Cand. Sci. (Polit.): 23.00.04. St. Petersburg: Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University; 2016. 162 p. (In Russian).
8. *Syzdykova J.S.* Geopolitical interests of Russia in Central Asia. *Theory and Practice of Social Development*. 2013;(8):264–265. (In Russian).
9. *Kuzmina V.M., Ashirova G.A.* International economic cooperation in the countries of Central Asia. In: Prigranichye-2018: Proceedings of scientific papers on the results of the International Integration Forum, Belgorod, December 4–5, 2018. Belgorod: Institute of Cross-Border Cooperation and Integration; 2019. Pp. 19–26. (In Russian).
10. *Varnavsky D.* Iran and Central Asian states: genesis, status and prospects of cooperation. *Central Asia and the Caucasus*. 2008;2(56):145–152. (In Russian).
11. *Honrada G.J.P., Ranjbar D.* Iran's Membership in the Shanghai Cooperation Organization. A SWOT analysis. *Asia and Africa today*. 2023;3:30–36. <https://doi.org/10.31857/S032150750021972-1>
12. *Laumulin M.* Central Asia and Pax Iranica: Interaction and Mutual Influence. *Central Asia and the Caucasus*. 2011;14(2):125–149. (In Russian).
13. *Khan A., Jamali A.B.* The Shanghai Cooperation Organization in Promoting Regional Peace and Stability: Analyzing the Case of Indo-Pak Conflict. *Global Strategic & Security Studies Review*. 2021;6(2):1–11. [https://doi.org/10.31703/gsssr.2021\(VI-II\).01](https://doi.org/10.31703/gsssr.2021(VI-II).01)

Оценка влияния инвестиций в образование на экономическую стабильность регионов Российской Федерации

Строев Владимир Витальевич

Д-р экон. наук, ректор

ORCID: 0000-0003-2887-1767, e-mail: inf@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

Настоящее исследование оценивает влияние государственных и частных инвестиций в сферу образования на уровень экономической стабильности регионов Российской Федерации. Работа опирается на гипотезу о ключевой роли развития образовательной инфраструктуры в формировании устойчивой региональной экономики. Проведен анализ прямой корреляционной зависимости между образовательным уровнем населения и динамикой валового регионального продукта, инвестиционной активностью, инновационным развитием территорий. Дана оценка степени влияния инвестиций в подготовку высококвалифицированных кадров на снижение уровня безработицы, рост среднедушевых доходов граждан, развитие наукоемких отраслей экономики. Исследование базируется на анализе данных Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, обзоре региональных бюджетов на 2020–2022 гг. и проведении экспертных опросов среди экономистов и образовательных работников. Применены методы корреляционного и регрессионного анализа для определения связи между объемами инвестиций в образование и показателями экономической стабильности регионов. Предварительные результаты исследования указывают на значительное влияние инвестиций в образование на экономическую стабильность регионов. В частности, в регионах с более высокими инвестициями в образовательную сферу наблюдаются более низкий уровень безработицы, выше среднего доход на душу населения и более высокий уровень инновационной активности предприятий.

Ключевые слова

Инвестиции в образование, экономическая стабильность, регионы России, корреляционный анализ, регрессионный анализ

Для цитирования: Строев В.В. Оценка влияния инвестиций в образование на экономическую стабильность регионов Российской Федерации // Вестник университета. 2024. № 2. С. 133–141.



Assessment of investments in education impact on the Russian regional economic stability

Vladimir V. Stroev

Dr. Sci. (Econ.), Rector

ORCID: 0000-0003-2887-1767, e-mail: inf@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The study assesses the public and private investment in education impact on the economic stability level in the Russian regions. The paper is based on the hypothesis of the key role of educational infrastructure development in the sustainable regional economy formation. The direct correlation between the population's educational level and the dynamics of gross regional product, investment activity and territorial innovative development has been analyzed. The influence degree of investments in the highly qualified personnel training on the unemployment reduction, growth of average per capita income of citizens, knowledge-intensive economy sectors development has been assessed. The study is based on the analysis of the Federal State Statistics Service of the Russian Federation data, review of regional budgets for 2020–2022 and expert surveys among economists and educational workers. The correlation and regression analysis methods were applied to determine the relationship between the investment in education volume and regional economic stability indicators. The preliminary study results indicate a significant investment in education impact on the regional economic stability. In particular, the regions with higher investments in the educational sphere have lower unemployment rates, higher average income per capita and higher level of enterprises' innovative activity.

Keywords

Investments in education, economic stability, regions of Russia, correlation analysis, regression analysis

For citation: Stroev V.V. (2024) Assessment of investments in education impact on the Russian regional economic stability. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 133–141.



ВВЕДЕНИЕ

Роль человеческого капитала как ключевого фактора экономического роста в современных условиях перехода к экономике знаний неуклонно возрастает. Инвестиции в развитие образования рассматриваются в качестве важнейшего условия повышения производительности труда, внедрения инноваций и обеспечения технологического прорыва.

Эмпирические данные свидетельствуют о наличии положительной корреляционной зависимости между уровнем образованности населения и основными макроэкономическими показателями. Регионы и страны, инвестирующие значительные средства в развитие образования, демонстрируют более высокие темпы экономического роста и производительности труда. Однако существуют значительные различия во влиянии образовательных инвестиций на региональное развитие в зависимости от исходного уровня социально-экономического развития территорий.

В настоящем исследовании на основе системной методологии анализируются механизмы воздействия инвестиций в образование на ключевые показатели развития регионов. Особое внимание уделяется сравнительному анализу эффективности образовательных инвестиций в регионах с различным уровнем социально-экономического развития.

Концептуальной основой исследования является теория человеческого капитала Т. Шульца и Г. Беккера [1]. Согласно данной теории, инвестиции в образование и профессиональную подготовку являются важнейшим фактором накопления человеческого капитала, что определяет перспективы экономического роста. Углубленный анализ региональных различий в эффективности таких инвестиций позволит оптимизировать распределение бюджетных средств на нужды образования.

Результаты исследования расширят представления о влиянии образовательных инвестиций на региональное развитие и позволят выработать дифференцированный подход к инвестиционной политике в сфере образования с учетом специфики различных территорий.

ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ОТРАСЛЬ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Современные экономические вызовы требуют от государств активной работы в направлении повышения качества человеческого капитала, в числе которых ключевое место занимают инвестиции в образование. Исследование предполагает, что вложения в образовательную сферу оказывают прямое влияние на экономическую стабильность регионов Российской Федерации (далее – РФ, Россия), обуславливая рост экономической активности, снижение безработицы и стимулирование инновационных процессов.

Корреляционный анализ данных, полученных от Федеральной службы государственной статистики (далее – Росстат) за период 2020–2022 гг. показал, что в регионах с увеличением инвестиций в образование на 10 % отмечается снижение уровня безработицы на 1,5 %. Эти данные подтверждаются исследованиями международных экономистов, подчеркивающих важность образовательных инвестиций для рынка труда. Анализ показателей среднего дохода на душу населения в различных регионах России выявил, что регионы, где уровень инвестиций в образование выше среднего, демонстрируют рост среднего дохода на 7–12 % по сравнению с регионами, где такие инвестиции ниже среднего уровня. Это указывает на прямую связь между инвестированием в образование и повышением благосостояния населения. Исследование также включало анализ инновационной активности предприятий. Было выявлено, что в регионах с более высокими инвестициями в образование количество заявок на патенты и полезные модели увеличивается в среднем на 20 %, что свидетельствует о влиянии образовательной среды на инновационный потенциал экономики.

В результате анализа данных о распределении бюджетов на образование в регионах обнаружено, что в регионах с выделением более 15 % бюджета на образование экономический рост в среднем на 3 % выше, чем в регионах с меньшими объемами инвестиций. Это подчеркивает важность государственной поддержки образовательной сферы для обеспечения экономической стабильности.

Особое внимание в исследовании уделено анализу влияния инвестиций в профессиональное образование на развитие региональной экономики. Выявлено, что в регионах, где более 20 % бюджета образования направляется на профессиональное обучение, темпы роста экономики в среднем на 4 % выше, чем в регионах с меньшим фокусом на данное направление.

Акцентируя внимание на анализе статистических данных, полученных от Росстата, ориентируем взгляд на индикаторы, отражающие уровень экономической стабильности в регионах России в корреляции с инвестициями в образование. В частности, установлено, что области с увеличением бюджетных ассигнований в образовательную сферу на 5 млрд руб. демонстрируют рост внутреннего регионального продукта на 2–3 %, что свидетельствует о прямом влиянии данных инвестиций на экономическое развитие [2].

Проанализировав данные о динамике уровня образованности населения в регионах России, была выявлена зависимость между увеличением доли населения с высшим образованием на 10 % и ростом среднедушевого дохода на 8–12 % в течение последующих пяти лет [3]. Такой результат подчеркивает значимость инвестиций в качественное образование для повышения экономической эффективности.

Исследование также выявило корреляцию между инвестициями в образовательную инфраструктуру и уровнем безработицы. В регионах, где инвестиции в образование составляют более 15 % от общего бюджета, уровень безработицы снижается на 2–3 % в течение трехлетнего периода [4]. Эти данные подтверждают важность развития образовательной системы как инструмента содействия занятости населения.

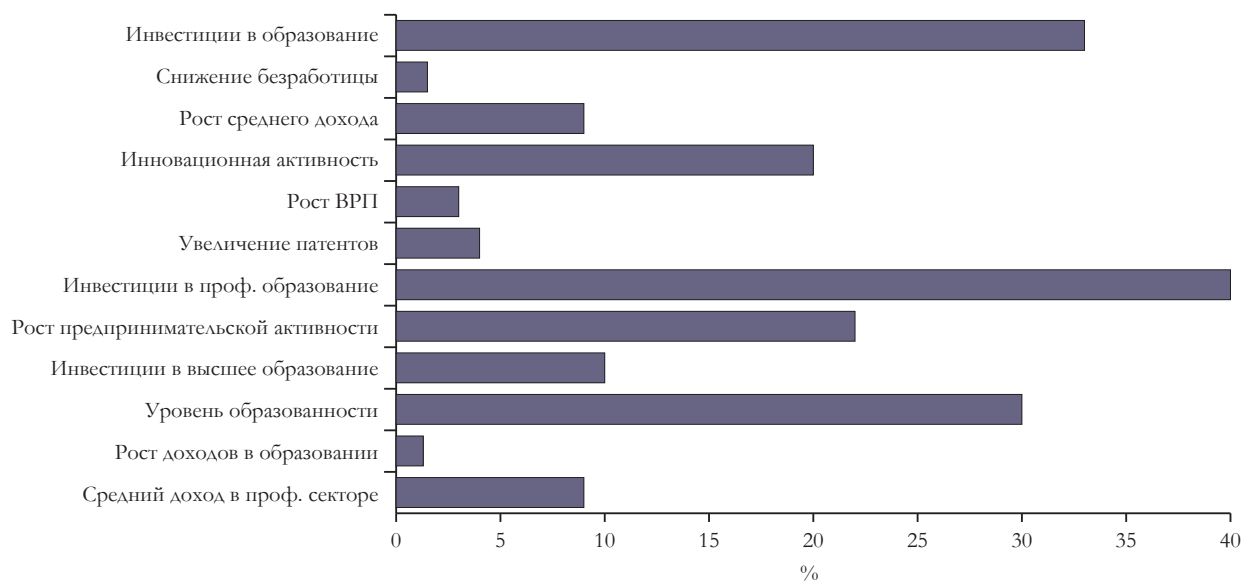
В результате анализа связи между объемом инвестиций в профессионально-техническое образование и инновационной активностью было установлено, что в регионах с инвестициями в данную сферу выше среднего уровня количество инновационных проектов и стартапов увеличивается на 25–30 % [5]. Это подтверждает гипотезу о значимости профессионального образования как катализатора инновационного развития.

Рассмотрение вопроса доли выпускников технических и естественнонаучных специальностей выявило, что регионы, где этот показатель превышает 40 %, демонстрируют более высокую интенсивность промышленного производства и технологического развития по сравнению с регионами, где доля таких выпускников ниже [6].

Изучив влияние образовательных инвестиций на уровень предпринимательской активности, было установлено, что в регионах с интенсивными инвестициями в сферу образования количество зарегистрированных малых и средних предприятий увеличивается на 18–22 % в течение двух лет после начала инвестирования [7].

ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ОБРАЗОВАНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СТАБИЛЬНОСТЬ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В рамках исследования, сфокусированного на Ростовской области, выявлены значимые аспекты влияния инвестиций в образование на экономическую стабильность данного региона. На основании данных Росстата за 2019–2022 гг. продемонстрировано, что инвестиции в образовательную сферу в Ростовской области возросли с 12 млрд руб. в 2019 г. до 16 млрд руб. в 2022 г., то есть на 33 % (рис. 1) [1].



Примечание: ВРП – внутренний региональный продукт

Составлено автором по материалам источника¹

Рис. 1. Влияние инвестиций в образование на экономические и социальные показатели

¹ Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 08.01.2024).

В результате анализа выявлено, что уровень безработицы в Ростовской области снизился с 5,8 % в 2019 г. до 4,5 % в 2022 г., что коррелирует с увеличением объема инвестиций в образование [8]. Это указывает на прямое влияние образовательных инвестиций на рынок труда региона. Кроме того, исследование показало, что средний доход на душу населения в Ростовской области возрос на 9 % с 2019 г. по 2022 г., что свидетельствует о положительном влиянии образовательных инвестиций на благосостояние населения [9].

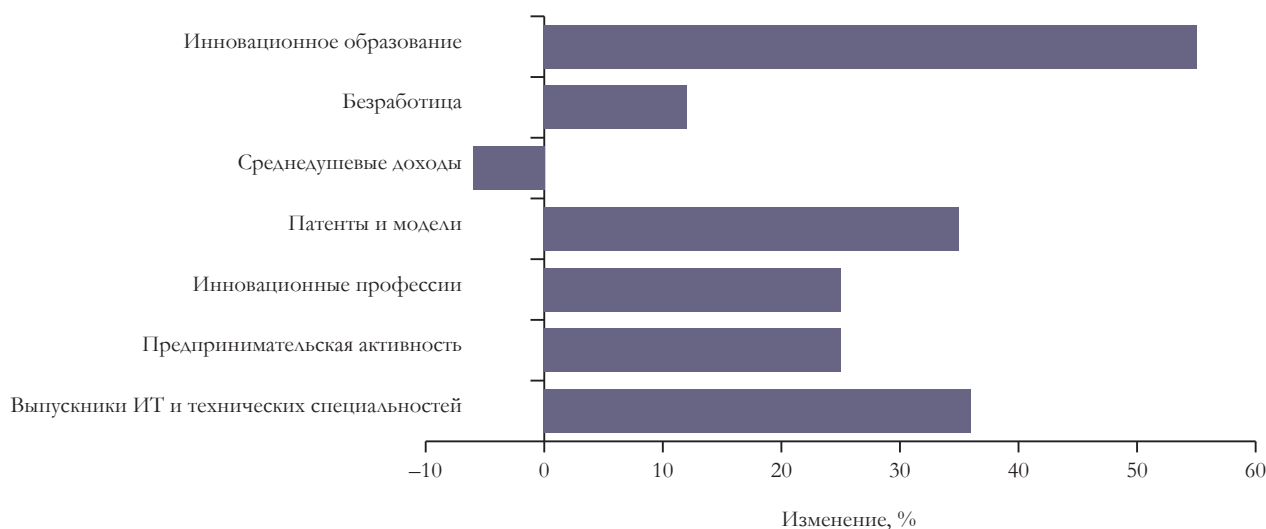
Также была проведена оценка влияния инвестиций в образование на инновационную активность. Обнаружено, что количество патентов и полезных моделей, зарегистрированных в Ростовской области, увеличилось на 40 % с 2019 г. по 2022 г., что указывает на рост инновационного потенциала региона [10].

В ходе исследования также была проанализирована структура расходов на образование в Ростовской области. Особое внимание было уделено распределению бюджетных средств между различными уровнями образовательной системы. Выявлено, что доля инвестиций в высшее образование составила в 2022 г. 30 % от общего объема инвестиций в образование, что на 5 % выше, чем в 2019 г. [11].

Дополнительно был проведен анализ влияния образовательных инвестиций на уровень предпринимательской активности в регионе. За указанный период количество зарегистрированных малых и средних предприятий увеличилось на 22 % [12]. Это подчеркивает роль образования в развитии предпринимательской инициативы.

ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ОБРАЗОВАНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СТАБИЛЬНОСТЬ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

При исследовании влияния инвестиций в образование на экономическую стабильность Новосибирской области стоит отметить, что за период с 2019 г. по 2022 г. объем финансирования образовательной сферы в регионе возрос с 9,5 до 14,7 млрд руб., то есть на 55 % (рис. 2) [13]. Такой рост инвестиций коррелирует с улучшением экономических показателей региона.



Примечание: ИТ – информационные технологии

Составлено автором по материалам источника²

Рис. 2. Влияние инвестиций в образование на экономические показатели в Новосибирской области в 2022 г.

Было выявлено, что процент безработицы в Новосибирской области снизился с 6,2 % в 2019 г. до 4,9 % в 2022 г., что свидетельствует о положительном эффекте увеличения инвестиций в образование на рынок труда [14]. Этот факт подтверждает значимость развития образовательной сферы для улучшения занятости населения. В результате анализа динамики среднедушевых доходов жителей Новосибирской области было установлено, что они выросли на 12 % за указанный период. Это подтверждает гипотезу о том, что инвестиции в образование способствуют повышению общего уровня благосостояния населения [7]. Исследование также показало, что с увеличением инвестиций в образовательную сферу количество регистрируемых патентов и полезных моделей в Новосибирской области увеличилось на 35 % с 2019 г. по 2022 г., что обозначает повышение инновационного потенциала региона [15].

² Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 08.01.2024).

В контексте анализа распределения бюджетных средств было выявлено, что значительная часть инвестиций направлялась на развитие профессионального образования. В частности, доля финансирования профессионального образования в 2022 г. составила 28 % от общего объема инвестиций в образование, что на 6 % выше по сравнению с 2019 г. [6]. Кроме того, анализ предпринимательской активности в Новосибирской области показал, что количество новых малых и средних предприятий увеличилось на 25 % за указанный период, что свидетельствует о важной роли образования в поддержке предпринимательства [2].

Важно отметить, что в Новосибирской области особое внимание уделяется развитию инновационных образовательных программ, что приводит к увеличению количества выпускников с востребованными на рынке труда квалификациями. За период с 2019 г. по 2022 г. доля выпускников в сфере информационных технологий и технических специальностей увеличилась с 22 до 30 % [11].

ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ОБРАЗОВАНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ СТАБИЛЬНОСТЬ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Существенное влияние инвестиций в образование на экономическую стабильность Санкт-Петербурга подтверждается анализом статистических данных за период 2019–2022 гг. В ходе исследования было выявлено, что финансирование образовательной сферы в городе увеличилось с 25 млрд руб. в 2019 г. до 35 млрд руб. в 2022 г., то есть на 40 % [5]. Анализ данных, полученных от Росстата, показал, что уровень безработицы в Санкт-Петербурге снизился с 4,7 % в 2019 г. до 3,5 % в 2022 г., что свидетельствует о положительном эффекте инвестиций в образование на рынок труда [7]. Эти результаты подтверждают роль образовательных инвестиций в снижении безработицы и повышении занятости населения.

Кроме того, было установлено, что средний доход на душу населения в Санкт-Петербурге возрос на 11 % за анализируемый период, что указывает на положительное влияние образовательных инвестиций на благосостояние жителей города [8]. Исследование также показало, что количество регистрируемых патентов и полезных моделей в Санкт-Петербурге увеличилось на 30 % с 2019 г. по 2022 г., что свидетельствует о росте инновационной активности в регионе [13]. Этот факт подтверждает важность образовательных инвестиций для стимулирования научных исследований и разработок.

Анализ распределения бюджетных средств на образование в Санкт-Петербурге показал, что значительная часть инвестиций направляется на развитие высшего образования. В частности, доля финансирования высшего образования в 2022 г. составила 35 % от общего объема инвестиций в образование, что на 7 % выше по сравнению с 2019 г. [15]. Исследование предпринимательской активности в Санкт-Петербурге показало, что количество новых малых и средних предприятий увеличилось на 20 % за анализируемый период, что свидетельствует о важной роли образования в поддержке предпринимательства [6].

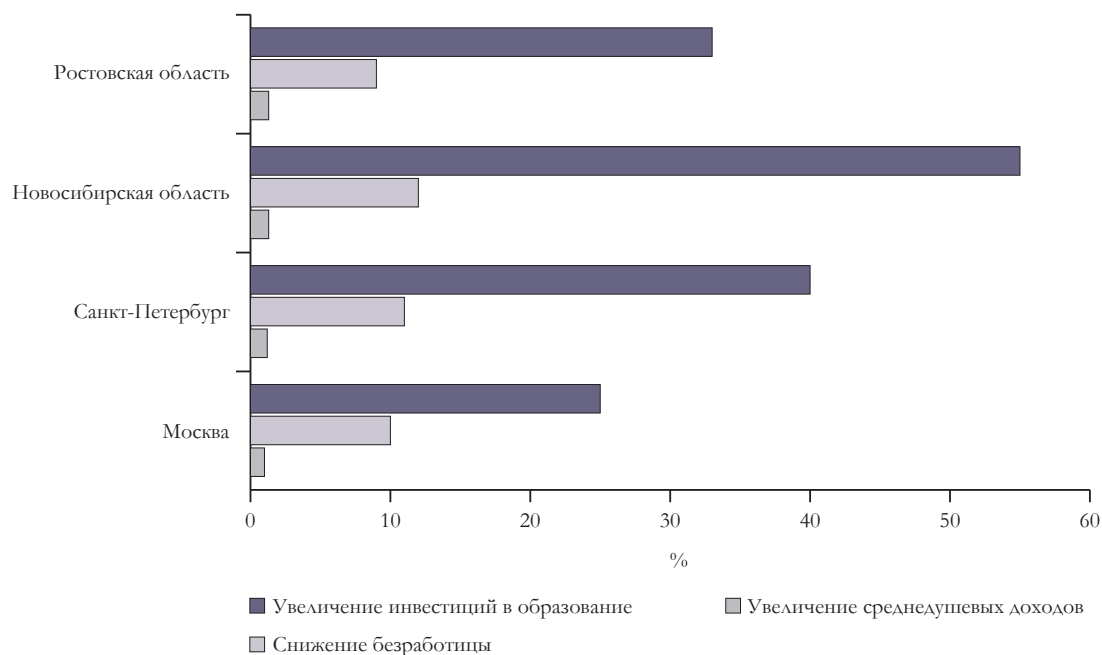
Важно отметить, что в Санкт-Петербурге особое внимание уделяется развитию инновационных образовательных программ, что приводит к увеличению количества выпускников с востребованными на рынке труда квалификациями. За период с 2019 г. по 2022 г. доля выпускников в сфере информационных технологий и технических специальностей увеличилась с 18 до 26 % [15].

Исследование, направленное на сопоставительный анализ влияния инвестиций в образование на экономическую стабильность в различных регионах России, включая Ростовскую область, Новосибирскую область, Санкт-Петербург и Москву, демонстрирует значительные различия в динамике и корреляции экономических показателей (рис. 3).

В Ростовской области с 2019 г. по 2022 г. уровень инвестиций в образование увеличился на 33 %, что коррелирует с сокращением уровня безработицы с 5,8 до 4,5 % и ростом среднедушевых доходов на 9 % [2]. Это свидетельствует о положительном влиянии инвестиций в образование на экономические показатели региона.

В Новосибирской области за аналогичный период инвестиции в образование выросли на 55 %, что сопровождалось снижением безработицы с 6,2 до 4,9 % и увеличением среднедушевых доходов на 12 % [13]. Это указывает на важность образовательных инвестиций для повышения благосостояния населения и снижения безработицы.

В Санкт-Петербурге инвестиции в образование выросли на 40 %, что способствовало снижению уровня безработицы с 4,7 до 3,5 % и росту среднедушевых доходов на 11 % [1]. Это свидетельствует о том, что инвестиции в образование в Санкт-Петербурге играют ключевую роль в стимулировании экономического развития.



Составлено автором по материалам источника³

Рис. 3. Влияние инвестиций в образование на экономическую стабильность по регионам РФ в 2022 г.

В Москве уровень инвестиций в образование также вырос, однако темпы роста были меньше по сравнению с другими регионами, составив 25 % за период с 2019 г. по 2022 г. Несмотря на это, уровень безработицы снизился с 4,2 до 3,2 %, а среднедушевые доходы увеличились на 10 % [14]. Это указывает на то, что даже умеренные инвестиции в образование в больших городах, таких как Москва, могут влиять на экономическую стабильность.

При сравнении данных по четырем регионам можно отметить, что инвестиции в образование имеют прямую корреляцию с экономическими показателями. Особенно это заметно в регионах, где уровень инвестиций значительно увеличился, например, в Новосибирской и Ростовской областях. При этом в более развитых экономических центрах, таких как Москва и Санкт-Петербург, даже умеренное увеличение инвестиций приводит к положительным изменениям экономических показателей [3].

Анализируя ситуацию в контексте влияния инвестиций в образование на экономическую стабильность различных регионов России, следует отметить, что образование является ключевым фактором, способствующим экономическому росту и социальному развитию. Это подтверждается устойчивыми тенденциями снижения уровня безработицы и повышения среднедушевых доходов населения в тех регионах, где наблюдается активное финансирование образовательной сферы [11].

Следует подчеркнуть, что инвестиции в образование не только повышают качество рабочей силы, но и способствуют развитию инновационного потенциала региона, что является критически важным для динамично развивающихся экономик. Инновационная активность, стимулируемая образованием, оказывает влияние на всю экономическую систему, укрепляя ее конкурентоспособность и устойчивость к внешним и внутренним шокам [8].

Важно отметить, что инвестиции в образование способствуют не только повышению квалификации рабочей силы, но и формированию условий для самореализации личности. Это, в свою очередь, ведет к улучшению качества жизни населения, снижению социального неравенства и укреплению социальной стабильности [16].

Сопоставление данных по различным регионам позволяет сделать вывод о том, что инвестиции в образование должны быть частью комплексной стратегии регионального развития. Учитывая различия в экономической структуре и уровне развития регионов, важно адаптировать подходы к инвестированию в образование, учитывая специфические потребности и возможности каждого региона [17].

³ Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru> (дата обращения: 08.01.2024).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Инвестиции в образование являются ключевым инструментом стимулирования экономического роста, повышения качества жизни населения и укрепления социальной стабильности. Результаты исследования показывают, что регионы с активным финансированием образовательной сферы демонстрируют лучшие экономические показатели по сравнению с теми, где уровень инвестиций в образование ниже. Это подчеркивает необходимость рассмотрения образовательных инвестиций как приоритетного направления в стратегиях регионального развития.

Список литературы

1. Бураков В.И. Современное состояние и тенденции в управлении социально-экономическим развитием России. *Baikal Research Journal*. 2020;3(11):1–10. [https://doi.org/10.17150/2411-6262.2020.11\(3\).5](https://doi.org/10.17150/2411-6262.2020.11(3).5)
2. Заволокина Л.И., Диеперова Н.А. *Мировая экономика*. 2^е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт; 2023. 233 с.
3. Арсаханова З.А. Инвестиции в образование: опыт Российской Федерации. *Управление образованием: теория и практика*. 2021;4(11):234–241. <https://doi.org/10.25726/j5951-8304-8185-y>
4. Курбанов А.Б., Намазов Б. Инвестиционные тренды и принципы регионального развития. *Экономика и социум*. 2022;10-1(101):402–410.
5. Санович М.А., Брагина М.С. Инвестиционная привлекательность региона: трактовка понятия и факторы, ее определяющие. *Актуальные вопросы современной экономики*. 2021;11:172–176. <https://doi.org/10.24411/2221-0458-2020-10048>
6. Кысыгыдак А.С., Ондар Ю.Ч., Сендажы Ч.В. Развитие энергетики Тувы: история и современность. *Вестник Тувинского государственного университета. Технические и физико-математические науки*. 2020;4(70):21–33.
7. Артюшина Е.А., Квон Г.М. Реализация инвестиционной политики в системе обеспечения экономической безопасности региона: анализ факторов и угроз. *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*. 2022;9. <https://doi.org/10.24412/2304-120X-2022-13010>
8. Каранова К.С. Оценка экономической безопасности Республики Башкортостан. *Скиф*. 2021;11(63):160–165.
9. Порфирьев Б.Н., Шифов А.А., Узюков М.Н., Гусев М.С., Шокин И.Н. Основные направления социально-экономического развития в 2020–2024 гг. и на период до 2035 г. *Проблемы прогнозирования*. 2020;3(180):3–15.
10. Тарасов С.А. Современные тренды развития региональной экономики: тенденции, риски (на примере Ростовской области). *Политика, экономика и инновации*. 2022;1(42):1–33.
11. Артемова О.В., Нестеренко И.Ю., Савченко А.Н. Влияние глобальных и региональных трендов на социально-экономическое развитие и уровень жизни населения региона. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2020;2(436):66–76. <https://doi.org/10.24411/1994-2796-2020-10206>
12. Трошин А.С. Критерии инвестиционной привлекательности региона. *Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова*. 2021;3:110–115.
13. Беляев В., Беседин А., Егорушкина Т. Экономическая безопасность регионов Российской Федерации через призму формирования территорий устойчивого инновационного развития. *Наука Красноярья*. 2023;2(12):7–38. <https://doi.org/10.12731/2070-7568-2023-12-2-7-38>
14. Трофимова Н.В., Мамлеева Э.Р., Сазыкина М.Ю., Барлыбаев А.А. Оценка прогнозных параметров бюджета Республики Башкортостан на 2022–2024 гг. *Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки*. 2022;1:154–172. <https://doi.org/10.15593/2224-9354/2022.1.13>
15. Cherezova Ya.A., Khalimanenko S.N., Naumova M.A. Problems of evaluation of investment attractiveness of the economic complex of the subsidiary region for sustainable development. *Экономика и предпринимательство*. 2023;5(154):687–695. <https://doi.org/10.34925/EIP.2023.154.5.133>
16. Трошин А.С. Факторы инвестиционной привлекательности региона. *Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова*. 2020;2:123–126.
17. Трошин А.С., Чикина Е.А., Яблонская А.Е., Букурова А.А. Анализ факторов, влияющих на финансово-инвестиционный потенциал в нестабильных условиях (на примере Белгородской области). *Финансовая экономика*. 2022;11:72–76.

References

1. Burakov V.I. The Current State and Trends in the Management of the Socio-Economic Development of Russia. *Baikal Research Journal*. 2020;3(11):1–10. (In Russian). [https://doi.org/10.17150/2411-6262.2020.11\(3\).5](https://doi.org/10.17150/2411-6262.2020.11(3).5)
2. Zavolokina L.I., Diesperova N.A. *World economy*. 2nd ed, revised and enlarged. Moscow: Yurait; 2023. 233 p. (In Russian).
3. Arsakhanova Z.A. Investment in education: the experience of the Russian Federation. *Education Management Review*. 2021;4(11):234–241. (In Russian). <https://doi.org/10.25726/j5951-8304-8185-y>

4. *Kurbanov A.B., Nomazov B.* Investment trends and principles of regional development. *Economy and society.* 2022;10-1(101):402–410. (In Russian).
5. *Sanovich M.A., Bragina M.S.* Investment attractiveness of the region: interpretation of the concept and factors determining it. *Topical issues of modern economy.* 2021;11:172–176. (In Russian).
6. *Kysyrdak A.S., Ondar Y.Ch., Sendazhy Ch.V.* Development of Tuva power industry: history and modernity. *Vestnik of Tuva State University. Technical sciences, physical and mathematical sciences.* 2020;4(70):21–33. (In Russian). <https://doi.org/10.24411/2221-0458-2020-10048>
7. *Artyukhina E.A., Kwon G.M.* Implementation of investment policy in the system of ensuring regional economic security: analysis of factors and threats. *Scientific and methodological electronic journal “Koncept”.* 2022;9. (In Russian). <https://doi.org/10.24412/2304-120X-2022-13010>
8. *Karanova K.S.* Assessment of economic security of the Republic of Bashkortostan. *Skif.* 2021;11(63):160–165. (In Russian).
9. *Porfiriev B.N., Shirov A.A., Uzyakov M.N., Gusev M.S., Shokin I.N.* The main directions of socio-economic development of Russia in 2020–2024 and for the period up to 2035. *Problemy Prognozirovaniya.* 2020;3(180):3–15. (In Russian).
10. *Tarasov S.A.* Modern trends in the development of the regional economy: trends, risks (on the example of the Rostov region). *Politika, ekonomika i innovatsii.* 2022;1(42):1–33. (In Russian).
11. *Artemova O.V., Nesterenko I.Yu., Savchenko A.N.* Influence of global and regional trends on socio-economic development and living standards of the region’s population. *Bulletin of Chelyabinsk State University.* 2020;2(436):66–76. (In Russian). <https://doi.org/10.24411/1994-2796-2020-10206>
12. *Troshin A.S.* Criteria of investment attractiveness of the region. *Vestnik of BSTU named after V.G. Shukhov.* 2021;3:110–115. (In Russian).
13. *Belyaev V., Besedin A., Egorushkina T.* Economic security of the regions of the Russian Federation through the prism of the formation of territories of sustainable innovative development. *Krasnoyarsk science.* 2023;2(12):7–38. (In Russian). <https://doi.org/10.12731/2070-7568-2023-12-2-7-38>
14. *Trofimova N.V., Mamleeva E.R., Sazykina M.Y., Barlybaev A.A.* Assessment of 2022–2024 budget’s forecast parameters for the Republic of Bashkortostan. *PNRPU Sociology and Economics Bulletin.* 2022;1:154–172. (In Russian). <https://doi.org/10.15593/2224-9354/2022.1.13>
15. *Cherezova Ya.A., Khalimanenko S.N., Naumova M.A.* Problems of evaluation of investment attractiveness of the economic complex of the subsidiary region for sustainable development. *Ekonomika i predprinimatelstvo.* 2023;5(154):687–695. (In Russian). <https://doi.org/10.34925/EIP.2023.154.5.133>
16. *Troshin A.S.* Factors of investment attractiveness of the region. *Vestnik of BSTU named after V.G. Shukhov.* 2020;2:123–126. (In Russian).
17. *Troshin A.S., Chikina E.D., Yablonskaya A.E., Bukurova A.A.* Analysis of factors affecting financial and investment potential in unstable conditions (on the example of the Belgorod region). *Financial Economy.* 2022;11:72–76. (In Russian).

Новый подход к определению экономической эффективности инвестиционных вложений в освоение месторождений полезных ископаемых

Серов Виктор Михайлович

Д-р экон. наук, проф. каф. экономики и управления в строительстве
ORCID: 0000-0001-5143-1896, e-mail: vm_serov@guu.ru

Тихонов Юрий Петрович

Ст. преп. каф. экономики и управления в строительстве
ORCID: 0000-0003-2819-6394, e-mail: up_tihonov@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

Целью настоящего исследования является развитие методического обеспечения оценки экономической эффективности инвестиционных вложений при реализации проектов по освоению месторождений полезных ископаемых, в том числе вложений в разработку угольных месторождений. Рассмотрены специфические особенности содержания процесса реализации указанных проектов как в части результата инвестирования и его составляющих, так и в части состава и структуры инвестиционных вложений, которые влияют на используемую методологию и соответствующие ей методы расчета показателей эффективности. Изложены и обоснованы авторский подход и конкретные формулы оценки экономической эффективности инвестиционных вложений при реализации проектов по освоению месторождений полезных ископаемых. Проекты основаны на использовании в качестве результата инвестирования и инвестиционной деятельности показателя вновь созданной стоимости – внутреннего дохода предприятий и организаций. Он по своему экономическому содержанию соответствует показателю внутреннего национального дохода страны, являющегося финансовой основой функционирования и существования государства. Приведены формулы расчета показателей экономической эффективности инвестиций и капитальных вложений в освоение и разработку месторождений полезных ископаемых конкретными инвесторами без учета затрат на создание производственной и социально-бытовой инфраструктуры.

Ключевые слова

Полезные ископаемые, капитальные вложения, инвестиции, основные фонды, экономическая эффективность, внутренний доход, природная рента, прибыль, роялти

Для цитирования: Серов В.М., Тихонов Ю.П. Новый подход к определению экономической эффективности инвестиционных вложений в освоение месторождений полезных ископаемых // Вестник университета. 2024. № 2. С. 142–150.

New approach to determining the economic efficiency of investments in mineral resources deposits development

Viktor M. Serov

Dr. Sci. (Econ.), Prof. at the Economics and Management in Construction Department
ORCID: 0000-0001-5143-1896, e-mail: vm_serov@guu.ru

Yuriy P. Tikhonov

Senior Lecturer at the Economics and Management in Construction Department
ORCID: 0000-0003-2819-6394, e-mail: up_tihonov@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The purpose of the study is to develop methodological support for assessing the economic efficiency of investment when implementing projects for mineral deposits development, including investments in coal deposits development. Specific features of the content of these projects implementation process have been considered both in terms of investment result and its components, and in terms of composition and investment structure, which affect the methodology used and the corresponding methods of efficiency indicators calculation. The author's approach and specific formulas for assessing the economic efficiency of investment when implementing projects for mineral deposits development have been outlined and substantiated. The projects are based on the use of newly created value indicator such as internal income of enterprises and organizations as a result of investment and investment activity. In its economic content it corresponds to the country's internal national income indicator, which is the financial basis for the functioning and existence of the state. The formulas for calculating the indicators of economic efficiency of investments and capital investments in development and exploitation of mineral deposits of specific investors without considering the costs of production and social infrastructure have been given.

Keywords

Minerals, capital investments, investments, fixed assets, economic efficiency, internal income, natural resource rent, profit, royalties

For citation: Serov V.M., Tikhonov Yu.P. (2024) New approach to determining the economic efficiency of investments in mineral resources deposits development. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 142–150.



ВВЕДЕНИЕ

Действующим официальным методическим документом по оценке экономической эффективности инвестиционных вложений в настоящее время являются «Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (вторая редакция)» (далее – Методические рекомендации), утвержденные Министерством экономики Российской Федерации (далее – РФ, Россия), Министерством финансов РФ и Федеральным агентством по строительству и жилищно-коммунальному хозяйству № ВК 477 от 21 июня 1999 г. [1]. В качестве методической основы определения экономической эффективности инвестиций в указанном документе приняты соответствующие рекомендации UNIDO – Центра промышленных исследований при Организации Объединенных Наций.

Использование указанных Методических рекомендаций при оценке эффективности инвестиционных проектов в различных секторах и отраслях экономики сыграло определенную роль в овладении методами расчетов и обоснований экономической эффективности инвестиционных вложений в действующих условиях хозяйствования. Вместе с тем они подвергаются справедливой и конструктивной критике рядом авторов [2; 3].

В настоящем исследовании нет необходимости анализировать критические положения, высказываемые в адрес указанного методического документа, и содержание предложений по его совершенствованию. Это отдельная сложная самостоятельная научно-методическая проблема. Что касается рассматриваемой в данной статье важной, но более частной проблемы, то необходимо отметить и указать на невозможность использования указанных Методических рекомендаций в силу специфики многих сторон экономики, организации и управления реализацией проектов и программ освоения месторождений полезных ископаемых. При определении категорий и показателей экономической эффективности инвестиционных вложений в разработку полезных ископаемых никак нельзя, в частности, обойти и не использовать категорию природной ренты. Однако указанная категория ни в коей мере не рассматривается в указанном методическом документе. Большую специфику в добывающих отраслях имеет структура инвестиционных вложений и затрат в процессах производства и транспортировке (сбыта) продукции.

Следовательно, для определения экономической эффективности инвестиционных вложений в освоение месторождений полезных ископаемых нужны свои подходы, методология и соответствующие им экономические категории, показатели, методы расчета [4]. Это относится и к вложениям в разработку угольных месторождений [5; 6].

СОСТАВЛЯЮЩИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ

Как было указано ранее, экономика добывающих отраслей имеет свою специфику как в части результата инвестирования и его составляющих, так и в части состава и структуры инвестиционных вложений. Экономические результаты инвестирования определяют используемые виды и показатели экономической эффективности инвестиционных вложений.

В действующем вышеуказанном официальном методическом документе по определению эффективности инвестиционных проектов предусматривается использование следующих составляющих экономической эффективности инвестиций: коммерческой, бюджетной, общественной [1].

Под коммерческой эффективностью предписано понимать и принимать экономические последствия (прибыль от производства и реализации продукции, услуг) непосредственно для инвесторов – участников реализации проектов.

Под бюджетной эффективностью предписано понимать и принимать финансовые последствия реализации инвестиционных проектов для федерального, территориального и местного бюджетов, к которым относятся налоговые поступления (налог на добавленную стоимость, на прибыль, имущество, дорожный, земельный, подоходный налоги и др.), а также поступления в государственные внебюджетные фонды (пенсионный, медицинского страхования, обязательного социального страхования). В тех случаях, когда инвестиционные проекты осуществляются полностью или частично за счет бюджетных средств, бюджетная эффективность, помимо указанных составляющих, складывается также из прибыли, получаемой в виде дивидендов на вложенные в их создание средства.

При оценке общественной эффективности (для общественно значимых проектов) предписано, помимо коммерческой и бюджетной эффективности, учитывать дополнительно последствия реализации оцениваемого проекта в других отраслях экономики, в социальной и экологической сферах.

Новая стоимость, определяемая как разность между рыночной стоимостью произведенной продукции и израсходованными на ее изготовление материальными затратами, представляющими ове­ществленный прошлый труд, создается только в промышленности, строительстве, сельском хозяйстве и в четвертой транспортной сфере (сырье необходимо доставить к местам переработки, а произведенную продукцию – до мест ее потребления). Другие отрасли являются практически полностью потребителями новой стоимости. В связи с этим правомерно поставить вопрос об использовании в оценке экономической эффективности инвестиционных вложений в реальные сектора экономики, в том числе в добывающие отрасли, и полной экономической эффективности при анализе эффективности как действующего производственного капитала, так и создаваемого [7].

СОДЕРЖАНИЕ КАТЕГОРИИ ВНОВЬ СОЗДАННОЙ СТОИМОСТИ

На рис. 1. приведена схема образования новой стоимости на товаропроизводящих предприятиях и в организациях [8].

Материалы, в том числе амортизация, налог на имущество и т.д.	Заработная плата (ЗП)	Единый налоговый платеж (ЕНП)	Другие статьи себестоимости (общехозяйские и общезаводские расходы в промышленности, эксплуатация строительных машин и механизмов, накладные расходы – в строительстве), а также другие затраты и платежи, относимые на себестоимость продукции	Прибыль чистая	Налог на прибыль	Налог на добавленную стоимость (НДС)			
	Заработная плата с ЕНП								
Себестоимость				Прибыль валовая		НДС			
Выручка без НДС						НДС			
Выручка									
Полные материальные затраты (прошлый ове­ществленный труд)				Вновь созданная стоимость					
Материалы, сырье, энергия и др.	Амортизация	Комплек­тующие	Услуги внешних организаций	Другие материальные затраты	Заработная плата за вычетом подоходного налога	Прибыль чистая плюс уплата процентов по кредитам	Другие налоги		НДС
							Отчисления в Социальный фонд России и др.	Налог на прибыль, имущество, подоходный налог и др. платежи в бюджет, в том числе акцизы и др. сборы	

Составлено авторами по материалам источника [8]

Рис. 1. Схема формирования и распределения вновь созданной стоимости (внутреннего дохода) на товаропроизводящих предприятиях и в организациях

Вновь созданная стоимость по своему экономическому содержанию соответствует категории внутреннего национального дохода страны, являющегося финансовой основой функционирования и существования государства. По мнению авторов настоящего исследования, категория и показатель вновь созданной стоимости считаются важнейшими в оценке и анализе производственно-хозяйственной деятельности на всех уровнях хозяйственного управления.

Следовательно, важнейшей категорией экономической эффективности инвестиций, в том числе в добывающих отраслях, должна быть принята общая (полная), в соответствии с которой результатом инвестирования и инвестиционной деятельности принимается величина внутреннего дохода, представляющего собой величину $A_{\text{вн}} = B - Z_{\text{о.м.}}$, где B – величина выручки от производства и реализации продукции, а $Z_{\text{о.м.}}$ – материальные затраты на производство продукции, услуг, которые являются ове­ществленным продуктом прошлого труда.

Содержание категории вновь созданной стоимости и показателя внутреннего дохода предприятий и организаций добывающих отраслей (так же, как и растениеводства в сельском хозяйстве) имеет свои особенности, поскольку в ценообразовании их продукции и, следовательно, их величине присутствует фактор ренты. Государство и его народ, являясь собственником полезных ископаемых, при превышении

так называемой прибавочной стоимости в процессе добычи и продажи их над средней прибылью/рентабельностью используемого производственного капитала вправе изъять указанное превышение на общегосударственные нужды, что имеет место в мировой практике хозяйствования. Данное обстоятельство необходимо учитывать при разработке конкретных показателей экономической эффективности инвестиционных вложений в освоение месторождений полезных ископаемых.

Как было показано на рис. 1, вновь созданная стоимость является финансовой основой существования государства. Ее величина, сумма внутреннего дохода предприятий и организаций идет на:

- 1) удовлетворение общегосударственных нужд через систему налогообложения и отчислений в общегосударственные внебюджетные фонды;
- 2) заработную плату работников предприятий и организаций;
- 3) чистую прибыль инвесторов (при этом в случае использования инвесторами заемных средств чистая прибыль сокращается на величину оплаты стоимости пользования ими (по кредитным процентам).

В соответствии с общими положениями теории экономической эффективности инвестиций методическую основу ее определения составляет соотнесение результатов инвестирования к использованным ресурсам или затратам:

- 1) отношение полной суммы вновь созданной стоимости – внутреннего дохода к произведенным инвестиционным вложениям – отражает их полную экономическую эффективность;
- 2) отношение суммы всех налогов и отчислений в государственные внебюджетные фонды дохода к произведенным инвестиционным вложениям отражает бюджетную составляющую полной экономической эффективности;
- 3) отношение чистой прибыли инвестора/инвесторов к произведенным инвестиционным вложениям – это предпринимательская эффективность (коммерческая в терминологии авторов официального методического документа).

Возможно и соотнесение суммы подлежащей заработной платы работников в составе себестоимости производства продукции к произведенным инвестиционным вложениям. Указанную категорию эффективности можно назвать «трудовой составляющей» полной экономической эффективности.

Таким образом, прослеживается цепочка удовлетворения экономических интересов государства (полная и бюджетная составляющая полной эффективности), инвесторов (предпринимательская), трудовых коллективов (трудовая составляющая полной эффективности) как экономическая основа общественно-экономических отношений.

ПОКАЗАТЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВЛОЖЕНИЙ В ОСВОЕНИЕ МЕСТОРОЖДЕНИЙ ПОЛЕЗНЫХ ИСКОПАЕМЫХ И МЕТОДЫ ИХ РАСЧЕТА

Величина вновь созданной стоимости – внутреннего национального дохода – как результат производства и реализации продукции за период эксплуатации месторождения $A_{\text{вн}}$ для объектов добывающих отраслей представляет собой величину, определяемую по следующей формуле:

$$D_{\text{вн}} = \sum_{t=0}^{T_{\text{ж.ц.п.}}} V_{\text{д}}^t \kappa_t (C_p - Z_{\text{о.т.}}), \quad (1)$$

где $V_{\text{д}}^t$ – проектный годовой объем добычи на t -ом шаге расчета, равном году; κ_t – коэффициент, учитывающий неравномерность добычи по годам; C_p – отпускная цена реализации единицы объема полезного ископаемого; $Z_{\text{о.т.}}$ – материальные затраты на добычу единицы объема полезного ископаемого, которые являются овеществленным продуктом прошлого труда (определяются путем вычитания из расчетной себестоимости добычи суммы затрат на заработную плату); $T_{\text{ж.ц.п.}}$ – продолжительность жизненного цикла реализации проекта по освоению месторождения в годах. Однако данная величина не адекватна полной вновь создаваемой стоимости в результате эксплуатации месторождения.

Во-первых, до начала добычи полезных ископаемых осуществляются капитальные вложения по созданию производственных мощностей и имеет место так называемое их «омертвление», то есть финансовые средства исключаются из оборота и не приносят дохода. Цена указанного «омертвления» $П_{\text{о.к.в.}}$, на которую должна быть уменьшена полная величина вновь создаваемой стоимости, может быть рассчитана по формуле:

$$Ц_{о.к.в.} = \sum_{t^*}^{T_{у.ф.}} K_{\theta}^{t^*} E I^* , \quad (2)$$

где $K_{\theta}^{t^*}$ – капитальные вложения в производственное освоение месторождения (в основные производственные фонды) на t^* -ых шагах расчета инвестиционной фазы $T_{у.ф.}$; E – норма рентабельности производственного капитала в соответствующей отрасли; I^* – продолжительность от середины t^* -ых шагов расчета до окончания инвестиционной фазы реализации проектов освоения месторождений в годах.

Во-вторых, при определении полной величины вновь создаваемой стоимости также необходимо учесть со знаком минус величину затрат на разведку и закрепление участка полезных ископаемых. Указанные затраты также с учетом их «омертвления» от момента затрат до начала разработки полезных ископаемых Z_p^* по правилам их дисконтирования (приведения во времени) определяются по формуле:

$$Z_p^* + Z_p(1+E)^{t_p-t_0} , \quad (3)$$

где Z_p – сумма затрат на разведку и пионерное закрепление участка полезных ископаемых; $(t_p - t_0)$ – время от пионерного закрепления участка полезных ископаемых до начала их разработки в годах.

В-третьих, и в период разработки полезных ископаемых, и по завершении процесса добычи необходимо проведение работ по рекультивации на земельном участке. Указанные затраты в течение периода добычи $Z_{рек}^i$ также с учетом правил их дисконтирования (приведения во времени) определяются по формуле:

$$Z_{рек} = \sum_{t^i}^{T_{ж.ц.п.}} \frac{Z_{рек}^{t^i}}{(1+E)^{t^i}} , \quad (4)$$

где $Z_{рек}^{t^i}$ – затраты на рекультивацию земельного участка на t^i -ых шагах расчета.

В-четвертых, добывающие предприятия и организации, как и все хозяйствующие субъекты, в процессе производства продукции и хозяйствования начисляют амортизацию на созданные и имеющиеся основные средства (фонды). Начисленные суммы амортизации относятся на себестоимость производства продукции, а также возвращаются в цене ее продажи как источник простого воспроизводства основных средств [9]. Следовательно, они могут быть учтены как положительное слагаемое в общей сумме величины внутреннего дохода предприятий и организаций. Их величина за период жизненного цикла проектов $A_{ж.ц.п.}$ определяется по формуле:

$$A_{ж.ц.п.} = \sum_{t=0}^{T_{ж.ц.п.}} A_t = \sum_{t=0}^{T_{ж.ц.п.}} \Phi_i^t n_i , \quad (5)$$

где A_t – сумма амортизации основных производственных фондов на t -ых шагах расчета; Φ_i^t – стоимость основных фондов i -ой группы на t -ых шагах расчета.

Подлежащие начислению суммы амортизации при определении величины внутреннего дохода не требуют приведения их к моменту начала эксплуатации месторождений, так как они, как и другие финансовые средства, должны находиться в обороте и приносить прибыль. Если по альтернативным вариантам эффективность вложения финансовых средств будет меньше, в формуле (5) величины A_t следует умножить на соотношение E^*/E , где E^* – доходность финансовых вложений в другие альтернативные источники и увеличения.

В итоге формула расчета вновь созданной стоимости – внутреннего дохода от реализации проекта по освоению месторождения полезных ископаемых $D_{вн.}^{полн.}$ будет следующей:

$$D_{вн.}^{полн.} = \sum_{t=0}^{T_{ж.ц.п.}} V_{\theta}^t K_t (Ц_p - Z_{о.м.}) - \sum_{t^*}^{T_{у.ф.}} K_{\theta}^{t^*} E I^* + \sum_{t=0}^{T_{ж.ц.п.}} A_t - Z_p(1+E)^{t_p-t_0} - \sum_{t=0}^{T_{ж.ц.п.}} \frac{Z_{рек}^{t^i}}{(1+E)^t} \quad (6)$$

Соответственно рассчитываемому по формуле (6) внутреннему доходу могут быть определены коэффициенты полной экономической эффективности капитальных вложений $K_{\theta,к.в.}$ и инвестиций $K_{\theta,и.}$ в освоение месторождений по предлагаемым формулам:

$$K_{\theta,к.в.} = \frac{D_{вн.}^{полн.}}{T_{ж.ц.п.} \left[\sum_{t^*}^{T_{у.ф.}} K_{\theta}^{t^*} (1+E)^{t^*} + \sum_{t=0}^{T_{ж.ц.п.}} K_{\theta}^t / (1+E)^t + Z_p(1+E)^{t_p-t_0} \right]} , \quad (7)$$

$$K_{э.и.} = \frac{D_{\text{полн}}}{T_{\text{ж.и.н.}} \left[\sum_{t=0}^{T_{\text{и.ф.}}} K'_g (1+E)^t + \sum_{t=0}^{T_{\text{ж.и.н.}}} K'_g / (1+E)^t + 3_p (1+E)^{t_p-t_0} + C_{об}^n \right]}, \quad (8)$$

где $C_{об}^n$ – нормативные потребные оборотные средства.

Как видно из предложенных формул (7) и (8), величина полного дохода (вновь создаваемой стоимости) соотносится к приведенным на момент начала добычи полезных ископаемых капитальным вложениям на создание производственной мощности и капитальным вложениям в течение периода эксплуатации, а также приведенных к этому же моменту затрат на разведку, носящих характер единовременных. В формуле (8) к указанной сумме капитальных вложений добавлена еще сумма потребных оборотных средств.

Предлагаемые формулы (7) и (8) справедливы только для «чистого» функционирования создаваемых предприятий и организаций по разработке месторождений полезных ископаемых. Во-первых, необходимо учесть еще затраты и остаточные ценности после функционирования их. Во-вторых, в указанных формулах не учтены возможные потребные затраты на создание производственной и социально-бытовой инфраструктуры (энергетического, транспортного, бытового обеспечения). Так, при разработке угольных месторождений необходима прокладка железнодорожных и других подъездных путей для отгрузки и отправки добытого каменного угля. Необходима подача электроэнергии. Все это требует капитальных вложений.

Что касается оценки экономической эффективности инвестиций и капитальных вложений в освоение и разработку месторождений полезных ископаемых конкретными инвесторами (степени удовлетворения их экономических интересов) без учета затрат на создание производственной и социально-бытовой инфраструктуры (энергетического, транспортного, бытового обеспечения), то предлагается ее производить по показателям/коэффициентам, рассчитываемым по следующим формулам:

$$K_{н.э.эф.}^{к.в.} = \frac{\sum_{t=0}^{T_{\text{ж.и.н.}}} \{V'_o \kappa_t [C_p (1 - \frac{H_{д.с.}}{100 + H_{д.с.}}) - C_o] (1 - \frac{H_n}{100}) (1 - R/100)\} - \sum_{t=0}^{T_{\text{и.ф.}}} K'_g E t^t + \sum_{t=0}^{T_{\text{ж.и.н.}}} A_t - \sum_{t=0}^{T_{\text{ж.и.н.}}} Z^t_{рек}}{T_{\text{ж.и.н.}} \left[\sum_{t=0}^{T_{\text{и.ф.}}} K'_g (1+E)^t + \sum_{t=0}^{T_{\text{ж.и.н.}}} K'_g / (1+E)^t + 3_p (1+E)^{t_p-t} \right]}, \quad (9)$$

$$K_{н.э.эф.}^u = \frac{\sum_{t=0}^{T_{\text{ж.и.н.}}} \{V'_o \kappa_t [C_p (1 - \frac{H_{д.с.}}{100 + H_{д.с.}}) - C_o] (1 - \frac{H_n}{100}) (1 - R/100)\} - \sum_{t=0}^{T_{\text{и.ф.}}} K'_g E t^t + \sum_{t=0}^{T_{\text{ж.и.н.}}} A_t - \sum_{t=0}^{T_{\text{ж.и.н.}}} Z^t_{рек}}{T_{\text{ж.и.н.}} \left[\sum_{t=0}^{T_{\text{и.ф.}}} K'_g (1+E)^t + \sum_{t=0}^{T_{\text{ж.и.н.}}} K'_g / (1+E)^t + 3_p (1+E)^{t_p-t} + C_{об}^n \right]}, \quad (10)$$

где $K_{н.э.эф.}^{к.в.}$ и $K_{н.э.эф.}^u$ – коэффициенты предпринимательской эффективности относительно капитальных вложений и полных инвестиций, включая вложения в оборотные средства; $H_{д.с.}$ и H_n – ставки налога соответственно на добавленную стоимость и на прибыль, %; R – роялти, % от прибыли.

Включение в знаменатель слагаемого $3_p (1+E)^{t_p-t}$ корректно при условии, что инвестор, приобретая право на разработку полезных ископаемых, одновременно компенсирует государству проведенные им разведочные работы [10]. Если в акте приобретения права предусматривается оплата указанных затрат государства в рассрочку, данная величина из знаменателя исключается, но при этом соответственно увеличивается значение роялти R .

Роялти – это изъятие природной ренты в пользу общегосударственных потребностей. В принципе ее величина может устанавливаться в % от суммы получаемой прибыли, как это принято в предложенных формулах (4) и (5), а также в % от объема производства продукции (выручки). В этом случае указанные формулы подлежат некоторой корректировке.

Первое слагаемое в числителях формул (9) и (10) будет таковым:

$$\sum_{t=0}^{T_{\text{ж.и.н.}}} \{V'_o \kappa_t [C_p (1 - R^* / 100) (1 - \frac{H_{д.с.}}{100 + H_{д.с.}}) - C_o] (1 - \frac{H_n}{100})\}, \quad (11)$$

где R^* – увеличенная величина роялти.

В настоящее время пока нет официально принятого и утвержденного способа определения величины роялти. Практически природная рента от разработки и реализации полезных ископаемых в практике хозяйствования взимается посредством налогообложения их поставок, при котором используется метод экспертной оценки рентабельности предприятий-разработчиков [11]. В данной части есть

предложение авторов, основу которого составляет установление величины роялти в зависимости от уровня фондоемкости соответствующего производства и среднеотраслевого уровня рентабельности производственного капитала [12].

Предложенные формулы (8) и (9) сами могут быть инструментом определения величины роялти, если в них при всех других параметрах подставить численные значения коэффициентов $K^{кв.}$ и $K^{п.э.эф.}$, представляющих собой уровни доходности производственного капитала, а величину роялти R принять за искомую величину.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

И в прошлом, и в настоящее время определению полной экономической эффективности, учитывающей и отражающей удовлетворение общего государственного экономического интереса, уделялось и уделяется недостаточное внимание. Ныне действующие органы государственного управления используют в основном только данные бюджетных финансовых поступлений от хозяйствующих субъектов.

Более полная оценка общественной экономической эффективности инвестиций и капитальных вложений в освоение месторождений полезных ископаемых, его методическое обеспечение – важная задача и проблема будущего.

Список литературы

1. Коссов В.В., Лившиц В.Н., Шахназаров А.Г. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (вторая редакция). М.: Экономика; 2000. 421 с.
2. Дасковский В.Б., Киселев В.Б. Новый подход к экономическому обоснованию инвестиций. М.: Канон+ РООИ «Реабилитация»; 2016. 400 с.
3. Царев В.В., Кантарович А.А. Анализ действующих методических рекомендаций по оценке эффективности инвестиционных проектов. Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2004;2(3):91–97.
4. Павловская А.В., Андрухова О.В. Методика оценки отраслевой эффективности инвестиционных проектов разработки нефтяных месторождений. Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2018;4:31–34. <https://doi.org/10.30713/1999-6942-2018-4-31-34>
5. Ашихмин А.А., Бычужина Д.А. Оценка экономической эффективности инвестиций в изменения/дополнения технических проектов разработки месторождений твердых полезных ископаемых. Рациональное освоение недр. 2020;5:44–47.
6. Шулятьева Л.И. Экономическое обоснование эффективности инвестиций в освоение угольных месторождений. Экономика и управление: проблемы, решения. 2017;5-2:286–292.
7. Серов В.М. Об имущественном подходе в оценке экономической эффективности инвестиционных проектов в реальных секторах экономики (новое капитальное строительство). Экономика строительства. 2021;1(67):3–11.
8. Серов В.М., Богомалова Е.А. О вреде высокой прибыли. Вестник университета. 2016;6:151–156.
9. Липиц И.В., Коссов В.В. Экономический анализ реальных инвестиций. 3-е изд., доп. и перераб. М.: Магистр; 2007. 383 с.
10. Моисеенко Н.А., Астафьева О.Е., Козловский А.В. Экономическая безопасность инвестиционной деятельности в угольной отрасли. Уголь. 2021;3(1140):16–19. <https://doi.org/10.18796/0041-5790-2021-3-16-19>
11. Горелова О.А., Шемякина Т.Ю., Великоросов В.В., Генкин Е.В., Ракаускиене О.Г. Особенности ценообразования на мировом рынке угля. Уголь. 2021;3(1140):20–22. <https://doi.org/10.18796/0041-5790-2021-3-20-22>
12. Серов В.М., Моисеенко Н.А. О подходе и методах определения величины роялти на разработку полезных ископаемых. Вестник университета. 2019;9:131–134. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-9-131-134>

References

1. Kossov V.V., Livshits V.N., Shakhnazarov A.G. Guidelines for evaluating the effectiveness of investment projects (second edition). Moscow: Ekonomika; 2000. 421 p. (In Russian).
2. Daskovskiy V.B., Kiselen V.B. A new approach to feasibility study of investment. Moscow: Kanon+ ROOI Reabilitatsia; 2016. 400 p. (In Russian).
3. Tsarev V.V., Kantarovich A.A. The analysis of the current methodic recommendation on the efficiency of investment projects. Vestnik INZHEKONa. Seriya: Ekonomika. 2004;2(3):91–97. (In Russian).
4. Pavlovskaya A.V., Andrukhnova O.V. Methodology of estimation of industrial efficiency of investment projects of development of oil fields. Problemy ekonomiki i upravleniya neftegazovym kompleksom. 2018;4:31–34. (In Russian). <https://doi.org/10.30713/1999-6942-2018-4-31-34>

5. *Ashikhmin A.A., Bychikhina D.A.* Assessment of the economic efficiency of investments in changes or additions to engineering projects for solid mineral deposits development. *Rational Development of Subsoil.* 2020;5:44–47. (In Russian).
6. *Shuliateva L.I.* Economic substantiation of efficiency of investments into development of coal deposits. *Economics and management: problems, solutions.* 2017;5-2:286–292. (In Russian).
7. *Serov V.M.* On the property in assessing the economic efficiency investment projects in real sectors of the economy (new capital construction). *Construction Economy.* 2021;1(67):3–11. (In Russian).
8. *Serov V.M., Bogomolova E.A.* About harm of high profit. *Vestnik universiteta.* 2016;6:151–156. (In Russian).
9. *Lipsits I.V., Kossov V.V.* Economic analysis of real investment: a textbook. 3rd ed., revised and expanded. Moscow: Magistr; 2007. 383 p. (In Russian).
10. *Moiseenko N.A., Astafeva O.E., Kozlovsky A.V.* Economic security of investment activities in the coal industry. *Ugol'.* 2021;3(1140):16–19. (In Russian). <https://doi.org/10.18796/0041-5790-2021-3-16-19>
11. *Gorelova O.A., Shemiakina T.Yu., Velikorossov V.V., Genkin E.V., Rakauskiene O.G.* Specific features of pricing in the global coal market. *Ugol'.* 2021;3(1140):20–22. (In Russian). <https://doi.org/10.18796/0041-5790-2021-3-20-22>
12. *Serov V.M., Moiseenko N.A.* About the approach and method of determining the value of royalties for the development of minerals. *Vestnik universiteta.* 2019;9:131–134. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2019-9-131-134>

Финансовая устойчивость федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации в условиях западных санкций

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

По определению Европейской комиссии, финансовая устойчивость государственных финансов – это способность государства поддерживать текущие расходы, проводить налоговую и социальную политику в долгосрочной перспективе без угрозы потери платежеспособности страны по выполнению обязательств и предусмотренных расходов. Предмет исследования – состояние доходов и расходов федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации (далее – РФ) в условиях западных санкций. Выбор в качестве объектов исследования регионов Уральского федерального округа (далее – УФО) обусловлен значительной долей нефтегазовых доходов в доходах федерального бюджета, местом и ролью экспортноориентированных регионов в формировании нефтегазовых доходов федерального бюджета. Цель исследования – оценка финансовой устойчивости бюджетной системы на примере федерального бюджета и бюджетов субъектов РФ, в частности, регионов УФО. В статье использованы общепринятые методы исследования, такие как анализ и синтез, обобщение, группировка, табличный и др. Установлено, что введенные санкции негативно влияют на нефтегазовые доходы. В таких условиях устойчивость бюджетной системы поддерживается низким уровнем долга, особенно на федеральном уровне. Показатели бюджетной устойчивости экспортноориентированных регионов УФО превосходят аналогичные показатели бюджетов субъектов РФ. Риски бюджетной устойчивости остаются наиболее высокими на региональном и местном уровнях.

Ключевые слова

Показатели финансовой устойчивости, нефтегазовые доходы, нефтегазовые доходы, дефицит бюджета, межбюджетные трансферты, государственный долг, федеральные налоги, региональные налоги, расходы бюджета

Для цитирования: Зотиков Н.З. Финансовая устойчивость федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации в условиях западных санкций // Вестник университета. 2024. № 2. С. 151–163.



Financial stability of the federal budget and budgets of the Russian constituent entities subjects under Western sanctions

Nikolai Z. Zotikov

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

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

Abstract

According to the definition of the European Commission, public finances financial stability is the ability of a state to maintain current expenditures, conduct tax and social policy in the long term without the threat of loss of the country's solvency to fulfill its obligations and stipulated expenditures. The subject of the study is the state of revenues and expenditures of the federal budget and budgets of the Russian constituent entities under the Western sanctions. The choice of the Ural Federal District regions (hereinafter – UFD) as the objects of the study is due to the significant share of oil and gas revenues in the federal budget revenues, the export-oriented regions place and role in the oil and gas revenues formation in the federal budget. The purpose of the study is to assess the budget system financial stability on the example of the federal budget and budgets of the Russian constituent entities, in particular, the UFD regions. The article uses generally accepted research methods, such as analysis and synthesis, generalization, grouping, tabular, etc. It has been established that the imposed sanctions have a negative impact on oil and gas revenues. Under such conditions, the budget system stability is supported by a low level of debt, especially at the federal level. The UFD export-oriented regions budget stability indicators exceed similar indicators of the Russian constituent entities budget. The budget stability risks remain the highest at the regional and local levels.

Keywords

Financial stability indicators, oil and gas and non-oil and gas revenues, budget deficit, interbudgetary transfers, public debt, federal and regional taxes, budget expenditures

For citation: Zotikov N.Z. (2024) Financial stability of the federal budget and budgets of the Russian constituent entities subjects under Western sanctions. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 151–163.



ВВЕДЕНИЕ

Устойчивость бюджета – это состояние бюджета, при котором обеспечиваются нормальное функционирование субъекта публичной власти и реализация всех закрепленных за ним полномочий на основе полного и своевременного финансирования предусмотренных по бюджету расходов, включая погашение и обслуживание внутреннего и внешнего долга. Среди экономистов нет единого мнения относительно точного определения термина «финансовая устойчивость», а также нет индикаторов, с помощью которых можно оценить данный показатель.

На практике применяются следующие коэффициенты:

- 1) бюджетной автономии $K_a = (\Delta П / \Delta) \cdot 10 \%$, где $\Delta П$ – налоговые и неналоговые доходы, Δ – совокупные доходы бюджета; чем выше значение коэффициента, тем бюджет более финансово устойчив и независим от внешних источников (рекомендованное значение должно быть больше или равно 0,5);
- 2) бюджетной зависимости $K_{бз} = БП / \Delta$, где $БП$ – безвозмездные поступления;
- 3) бюджетной обеспеченности ($K_{бо}$) – это сумма расходов бюджета за определенный период в расчете на душу населения: $K_{бо} = Р / Ч$, где $Р$ – расходы бюджета за период, $Ч$ – численность населения;
- 4) устойчивости бюджета $K_{уст.} = БП / \Delta П$;
- 5) налоговой устойчивости $= НД / \Delta$, где $НД$ – налоговые доходы, Δ – доходы бюджета всего;
- 6) финансовой независимости ($K_{нез.}$): $\Delta П / БП$;
- 7) уровня дефицита бюджета $= (A - B) / A \cdot 100 \%$, где A – объем доходов без учета субвенций из бюджета, B – всего расходов бюджета; минимальный риск неплатежеспособности (наилучший уровень управления бюджетом) – 0 % (согласно Бюджетному кодексу Российской Федерации (далее – Россия, РФ) объем дефицита бюджета субъекта РФ не должен превышать 15 % от общего годового объема утвержденного дохода без учета безвозмездных поступлений; большой дефицит свидетельствует о несоответствии уровня доходов инвестиционным потребностям региона);
- 8) уровня налоговых доходов ($K_{унд}$) $= НД / \Delta П$, где $НД$ – налоговые доходы.

Актуальность исследования обусловлена следующим:

- 1) нефтегазовый сектор является одной из ключевых отраслей российской экономики и важной составляющей ее экспорта;
- 2) Россия – один из важнейших производителей нефти и газа в мире;
- 3) нефтегазовые доходы занимают значительное место в величине налоговых доходов федерального бюджета (далее – ФБ);
- 4) санкции и ограничения, введенные странами Запада на нефтегазовый сектор, оказались чувствительными для всей бюджетной системы страны. Цель настоящего исследования – оценить влияние введенных санкций против нефтегазового сектора на формирование доходов федерального бюджета и степень зависимости федерального бюджета от наполняемости бюджетов сырьевых регионов.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Экономика России в течение длительного времени находится под влиянием санкций. Как указывает А. Делиева, санкции, введенные в отношении нефтегазового сектора экономики, связывают с вхождением Крыма в состав России, признанием Россией республик Донбасса, а также с началом проведения специальной военной операции на Украине [1]. Самыми значительными ограничениями можно назвать:

- 1) решение Германии остановить сертификацию «Северного потока-2», в последующем его уничтожение («Газпром»);
- 2) запрет с 2023 г. морских поставок нефти из РФ в страны Европейского союза – под санкции попало 68 % энергоресурсов («Газпромнефть», «Роснефть», «Башнефть», «Гатнефть»);
- 3) запрет страховать танкеры с российской нефтью («Газпромнефть», «Роснефть», «Башнефть», «Гатнефть»);
- 4) персональные санкции против высшего руководства «Роснефти», вынудившие иностранных топ-менеджеров уйти из компании;
- 5) запрет западным компаниям инвестировать в новые нефтяные проекты России;
- 6) отказ стран Европейского союза от российского газа.

С 2014 г. и до начала проведения специальной военной операции на Украине в феврале 2022 г. количество санкций составляло 2,695 тыс. ед., за 9 месяцев 2022 г. принято дополнительно 10,184 тыс. ед.

«Беспрецедентные санкции, включая европейское эмбарго и потолок цен на нефть и нефтепродукты, обещают, что 2023 г. станет непростым для отечественного топливно-энергетического комплекса. Важными задачами являются поиск новых рынков сбыта, переналадка цепочек поставок, увеличение флота танкеров, организация страхования грузов» [2, с. 617].

В сложившихся условиях импортозамещение оборудования и технологий – «необходимое условие дальнейшего благополучия нефтяной отрасли», «активное ведение политики импортозамещения вместе с дополнительным финансированием для разработки конкурентоспособных российских аналогов при условии отсутствия таковых» [3, с. 99–100; 4, с. 88]. «В период с 2014 г. по 2022 г. доля отечественного оборудования в нефтегазовой отрасли увеличилась до 60 %, а российскими компаниями освоено более 14 видов промышленного оборудования» [5, с. 31]. Принятые санкции вынудили нефтегазовый сектор направить свои ресурсы в страны Азии (Индию, Китай). В то же время «расширение ориентации российских нефтегазовых поставок на Китай объективно повышает зависимость России от китайского рынка» [6, с. 69]. По мнению Т. Мартыненко, при предоставлении скидок перенаправление потоков в Индию, Китай, Турцию уменьшило потери от экспорта [7]. От антироссийских санкций больше всего страдают страны Европы [8]. Санкции Запада вызвали замедление мировой экономики и прогнозируемую рецессию, что привело к падению спроса на сырье. По мнению А. Михайловой, «развитие мировой экономики, как и состояние государственных финансов, в настоящее время характеризуется высокой неустойчивостью. Бюджетная устойчивость страны во многом определяется бюджетной устойчивостью ее регионов» [9, с. 573].

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Приведем данные доходов и расходов федерального бюджета за 2019–2022 гг. (табл. 1).

Условно доходы можно разделить на:

- 1) нефтегазовые (налоги, уплачиваемые за разработку полезных ископаемых: нефть, горючий природный газ, газовый конденсат; таможенные сборы за продажу сырой нефти, газа, а также товаров, произведенных из углеводородов за рубежом);
- 2) ненефтегазовые.

При составлении ФБ на следующий год величина нефтегазовых доходов рассчитывается исходя из среднегодовых цен сырой нефти марки «Юралс», экспортной стоимости природного газа и обменного курса доллара США к рублю. Если данные прогноза окажутся выше реальных цифр, то ФБ недополучает нефтегазовых доходов; когда прогноз ниже, в бюджете возникают дополнительные нефтегазовые доходы.

Таблица 1

Доходы и расходы федерального бюджета

Показатели	2019 г., млрд руб.	2020 г., млрд руб.	2021 г., млрд руб.	2022 г., млрд руб.	2022 г. / 2019 г., %
Валовой внутренний продукт	109 608,3	107 658,2	135 295,0	151 455,6	138,2
Доходы	20 188,8	18 722,6	25 286,4	27 824,0	137,8
Нефтегазовые доходы	7 924,3	5 235,2	9 056,5	11 586,2	146,2
в % к валовому внутреннему продукту	7,2	4,9	6,7	7,6	105,8
Ненефтегазовые	12 264,5	13 487,4	16 229,9	16 238,2	132,4
в % к валовому внутреннему продукту	11,2	12,5	12,0	10,7	95,5
Расходы	18 214,5	22 824,4	24 762,1	31 119,0	170,8
Профицит/дефицит	1 974,3	– 4 101,8	524,3	– 3 294,6	–
Коэффициент уровня дефицита, %	9,8	–21,9	2,07	– 11,8	–
Из нефтегазовых доходов					
Нефть и нефтепродукты	6 432,4	4 174,7	7 115,9	7 703,9	119,8
Газ	1 322,6	921,4	1 703,2	3 502,2	264,8
Газовый конденсат	169,3	139,1	237,4	380,1	224,5
Цена на нефть «Юралс», долл. США/барр.	63,8	41,4	69,0	77,6	121,6

Окончание табл. 1

Показатели	2019 г., млрд руб.	2020 г., млрд руб.	2021 г., млрд руб.	2022 г., млрд руб.	2022 г. / 2019 г., %
Курс долл. США к руб.	64,7	72,0	73,6	67,5	104,3
Цена на газ, долл. США/тыс. м ³	204,8	131,6	334,7	954,5	466,1
Из расходов					
Национальная оборона	2 997,4	3 167,9	3 573,6	н/д	–
Национальная экономика	2 827,1	3 483,8	4 356,6	н/д	–
Образование	826,5	956,8	1 064,4	н/д	–
Здравоохранение	713,0	1 334,5	1 473,9	н/д	–
Социальная политика	5 882,8	6 991,1	6 675,8	н/д	–
Межбюджетные трансферты бюджетам субъектов, млрд руб.	2 387,2	3 098,4	3 627,2	3 944,9	165,2
Дотации	924,0	1 303,7	1 021,9	1 130,3	122,3
Дотации на выравнивание	675,3	717,9	718,3	758,6	112,3
Субсидии	675,3	717,9	718,3	758,6	112,3
Субвенции	396,6	606,2	519,6	427,5	107,8
Государственный долг, млрд руб.	13 567,4	18 948,4	20 921,9	22 819,5	168,2
% к валовому внутреннему продукту	12,4	17,6	15,5	15,1	121,8
Внутренний	10 171,9	14 751,4	16 486,4	18 781,0	184,6
Внешний	3 395,4	4 189,0	4 435,4	4 038,6	118,9

Составлено автором по материалам источника^{1,2,3}

Как следует из приведенных в табл. 1 данных, в 2022 г. в сравнении с 2019 г.:

- 1) валовой внутренний продукт (далее – ВВП) увеличился на 38,2 %;
- 2) доходы ФБ увеличились на 37,8 %, в том числе нефтегазовые доходы – на 46,2 % (их доля в ВВП увеличилась с 7,2 до 7,6 %), нефтегазовые доходы – на 32,4 % (их доля в ВВП уменьшилась с 11,2 до 10,7 %, или на 4,5 %);
- 3) с увеличением расходов в большей степени, чем доходов, коэффициент уровня дефицита в 2020 г. составил 21,9 %, в 2022 г. – 11,8 %;
- 4) доходы по нефти увеличились на 19,8 %, их доля в нефтегазовых доходах уменьшилась с 81,2 до 66,5 %, или на 18,1 % (рост произошел в том числе за счет увеличения цены на нефть марки «Юралс» на 21,6 % до 77,6 долл. США/барр.);
- 5) доходы по газу увеличились в 2,6 раза, с 16,7 до 30,2 %, в том числе за счет повышения цены на газ в более чем четыре раза, до 954,5 долл. США (на 17 октября 2023 г. цена на нефть «Юралс» составляла 83 долл. США/барр., а цена на газ – 538 долл. США/тыс. м³);
- 6) при увеличении расходов в абсолютном выражении доля расходов на национальную оборону в 2021 г. в сравнении с 2019 г. уменьшилась с 16,4 до 14,4 %, доля расходов на образование – с 4,5 до 4,3 %, доля расходов на социальную политику – с 32,2 до 26,9 %;
- 7) величина межбюджетных трансфертов бюджетам субъектов РФ в 2022 г. в сравнении с 2019 г. уменьшилась с 13,1 до 12,7 %, в их структуре доля дотаций уменьшилась с 38,7 до 28,7 %, доля субвенций – с 16,6 до 1,8 %, увеличилась доля субсидий с 23,3 до 42,3 %;
- 8) величина государственного долга за указанный период увеличилась на 68,2 %, в % к ВВП – с 12,4 до 15,1 %, рост внутреннего долга составил 84,6 %, его доля увеличилась с 75,0 до 82,3 %.

¹ Министерство финансов Российской Федерации. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2022 (предварительные итоги). Режим доступа: <https://clck.ru/36K3nK> (дата обращения: 09.12.2023).

² Мировые финансы. ВВП России по годам: 1991–2023. Режим доступа: <http://global-finances.ru/vvp-rossii-po-godam/> (дата обращения: 09.12.2023).

³ Доходы и расходы федерального бюджета России. Режим доступа: <https://svspb.net/rossija/federalnyj-bjuzhet.php> (дата обращения: 09.12.2023).

По предварительной оценке Министерства финансов РФ⁴, объем доходов ФБ в январе–сентябре 2023 г. составил 19 734 млрд руб. (за 9 месяцев 2022 г. – 19 739 млрд руб.), из них нефтегазовые доходы принесли 5 575 млрд руб. (за 9 месяцев 2022 г. – 8 507 млрд руб.), нефтегазовые доходы – 14 158 млрд руб. (увеличения на 26 % по сравнению с 9 месяцами 2022 г.). Рост обеспечен за счет налога на добавленную стоимость (рост на 23,5 %) и налога на прибыль (на 10,7 %).

Снижение нефтегазовых доходов на 34,5 % связано со снижением котировок цен на нефть марки «Юралс» в начале года, снижением цен и сокращением объемов экспорта природного газа. Объем расходов за 9 месяцев 2023 г. составил 21 432 млрд руб. (+ 9,7 % к 9 месяцам 2022 г.), дефицит – 1 698 млрд руб. (профицит за 9 месяцев 2022 г. – 203 млрд руб.), причем в законе о бюджете РФ на 2023 г. запланирован дефицит в сумме 2 925 млрд руб. «Несмотря на высокие цены на нефть, нефтяное эмбарго со стороны Соединенных Штатов Америки, стран Европейского союза и прочих “недружественных” государств уже негативно влияет на нефтегазовые доходы бюджета» [12, с. 119].

Накопление дополнительных нефтегазовых доходов в периоды благоприятной ценовой конъюнктуры, исполнение ФБ в соответствии с параметрами первичного структурного дефицита, определенного в Законе о бюджете на 2023 г., наряду с использованием средств фонда национального благосостояния в рамках механизма «бюджетного правила» на покрытие недополученных нефтегазовых доходов обеспечивает устойчивость ФБ к колебаниям в поступлении нефтегазовых доходов и укрепляет макроэкономическую и финансовую стабильность РФ.

На устойчивость бюджетов большое влияние оказывает действующий порядок закрепления налоговых доходов за бюджетами (табл. 2).

Таблица 2

Поступление налогов в бюджеты за 2012 г. и 2022 г.

Показатели	2012 г.				2022 г.			
	КБ РФ	ФБ	КБС РФ	в т.ч. МБ	КБ РФ	ФБ	КБС РФ	в т.ч. МБ
Налоговые поступления	10 954,0	5 162,6	5 791,3	933,6	33 349,7	19 197,6	14 152,1	1 725,6
% доля	100,0	47,1	52,9	16,1	100,0	57,6	42,4	12,2 от субъекта
Налог на прибыль	2 355,4	375,8	1 979,6	10,0	6 355,8	1 669,5	4 686,4	21,4
% доля	21,5	7,3	34,2	1,1	19,0	8,7	33,1	1,2
НДФЛ	2 260,3	–	2 260,3	656,7	5 727,9	149,0	5 578,9	1 145,1
Доля НДФЛ, %	20,6	–	39,0	70,3	17,2	0,8	39,4	66,4
НДС	1 886,1	1 885,1	–	–	6 489,4	6 489,4	–	–
Доля НДС, %	17,2	36,5	–	–	19,4	33,8	–	–
Акцизы	783,6	341,9	441,7	–	– 984,8	– 2 101,7	1 116,9	3,5
НДС ввоз	102,7	102,7	–	–	399,2	399,2	–	–
Акцизы ввоз	1,9	1,9	–	–	3,0	3,0	–	–
Налоги на имущество	785,3	–	785,3	152,2	1 632,2	–	1 632,2	259,3
Физических лиц	17,6	–	17,6	15,8	98,6	–	98,6	68,7
Организаций	536,3	–	536,3	3,7	1 126,1	–	1 126,1	9,8
Транспортный налог	90,2	–	90,2	7,9	205,4	–	205,4	15,5
Земельный налог	141,0	–	141,0	124,8	200,4	–	200,4	165,3
Доля налога на имущество, %	7,2	–	13,6	16,3	4,9	–	11,5	15,0
Доля за природные ресурсы	2 484,5	2 442,8	41,7	1,3	12 705,8	12 573,5	132,3	4,2
Доля за природные ресурсы, %	22,7	47,3	0,7	–	38,1	65,5	0,9	–
НДПИ	2 459,4	2 420,5	38,9	1,3	10 970,9	10 843,1	127,8	4,1
В т.ч. нефть	2 132,6	2 132,6	–	–	8 391,4	8 391,4	–	–

⁴ Министерство финансов Российской Федерации. Предварительная оценка исполнения федерального бюджета за январь–сентябрь 2023 года. Режим доступа: <https://minfin.alania.gov.ru/news/958> (дата обращения: 09.12.2023).

Окончание табл. 2

	2012 г.				2022 г.			
	КБ РФ	ФБ	КБС РФ	В т.ч. МБ	КБ РФ	ФБ	КБС РФ	В т.ч. МБ
Газ горючий	257,4	257,4	–	–	1 872,1	1 872,1	–	–
Водный налог	2,8	2,8	–	–	4,7	4,7	–	–
Налог на дополнительный доход	–	–	–	–	1 685,0	1 685,00	–	–
Государственная пошлина	21,4	11,2	10,1	8,7	39,4	14,5	24,9	21,6
Специальные налоговые режимы	271,2	–	271,2	105,1	986,0	–	972,2	270,6
Доля, %	2,5	–	4,7	11,2	2,9	–	6,9	15,7
УСН	188,8	–	188,8	24,9	885,0	–	885,0	218,9
ЕНВД	78,6	–	78,6	76,9	–	–	–	–
ЕСХН	3,8	–	3,8	3,3	18,8	–	19,8	19,8
Профессиональный доход	–	–	–	–	37,4	–	23,6	–
ПСН	–	–	–	–	43,8	–	43,8	31,9
Налоговые доходы эспортоориентированных регионов за 2022 г.								
ХМАО-Югра	–	–	–	–	4 628,1	4 295,2	332,9	56,7
ЯНАО	–	–	–	–	2 497,2	2 112,7	384,5	28,3
Тюменская область	–	–	–	–	497,0	356,2	140,8	25,6

Примечание: КБ РФ – консолидированный бюджет РФ; КБС РФ – консолидированный бюджет субъектов РФ; МБ – местный бюджет; НДС – налог на добавленную стоимость; НДФЛ – налог на доходы физических лиц; НДПИ – налог на добычу полезных ископаемых; УСН – упрощенная система налогообложения; ЕНВД – единый налог на вмененный доход; ЕСХН – единый сельскохозяйственный налог; ПСН – патентная система налогообложения; ХМАО-Югра – Ханты-Мансийский автономный округ – Югра; ЯНАО – Ямало-Ненецкий автономный округ
Составлено автором по материалам источника⁵

Согласно данным табл. 2, в 2022 г. в сравнении с 2012 г.:

- налоговые доходы увеличились: консолидированный бюджет РФ (далее – КБ РФ) – в 3,04 раза, ФБ – в 3,7 раза, консолидированный бюджет субъектов РФ (далее – КБС РФ) – в 2,4 раза, местный бюджет (далее – МБ) – в 1,8 раза, в том числе по отдельным видам налогов: налог на прибыль – в 2,7, 4,4, 2,3 и 2,1 раза соответственно; налог на доходы физических лиц (далее – НДФЛ) – в КБ РФ – в 2,5 раза, КБС РФ – в 2,4, МБ – в 1,7; налог на добавленную стоимость (далее – НДС) – в КБ РФ – в 3,4 раза, ФБ – в 3,4 раза;
- имущественные налоги повысились: в КБ РФ – в 2,7 раза, КБС РФ – в 2,7, МБ – в 1,7;
- плата за природные ресурсы повысилась: в КБ РФ – в 5,1 раза, ФБ – в 5,1, КБС РФ – в 3,1, МБ – в 3,2; специальные налоговые режимы повысились: в КБ РФ – в 3,6 раза, КБС РФ – в 3,5 раза, МБ – в 2,5 раза.

Доля налоговых доходов, зачисляемых в ФБ, в величине налоговых доходов КБ РФ увеличилась с 47,1 % в 2012 г. до 57,6 % в 2022 г. Доля налогов, зачисляемых в КБС РФ, наоборот, уменьшилась с 52,9 до 42,4 %. Доля налоговых доходов МБ в доходах КБС РФ уменьшилась с 16,1 до 12,2 %. По итогам 2022 г. 92,8 % налогов в Ханты-Мансийском автономном округе – Югра (далее – ХМАО-Югра), 84,6 % налогов в Ямало-Ненецком автономном округе (далее – ЯНАО), 71,7 % налогов в Тюменской области зачисляются в ФБ (в среднем по РФ – 57,6 %).

Увеличение доли налогов, зачисляемых в ФБ, вызвано следующим:

- с увеличением ставки налога на прибыль, зачисляемой в ФБ, с 2 до 3 % доля налога на прибыль увеличилась с 7,3 до 8,7 %;
- с увеличением с 2019 г. ставки НДС с 18 до 20 % поступления НДС увеличились за рассматриваемый период в 3,4 раза, в то же время доля НДС в ФБ уменьшилась с 36,5 до 33,8 %;
- с введением налога на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья поступления платы за природные ресурсы увеличились более чем в пять раз, их доля в ФБ выросла с 47,3 до 65,5 %; при этом доля нефти в структуре налога на добычу полезных ископаемых уменьшилась с 88,1 до 77,4 %, доля природного газа увеличилась с 10,6 до 17,3 %.

⁵ Федеральная налоговая служба. Отчет № 1-НМ о начислении и поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации. https://www.nalog.gov.ru/rn02/related_activities/statistics_and_analytics/forms/ (дата обращения: 09.12.2023).

Основным источником КБС РФ по-прежнему остаются налог на прибыль (с уменьшением ставки, зачисляемой в бюджеты субъектов с 18 до 17 %, его доля уменьшилась с 34,2 до 33,1 %), НДС (доля в КБС РФ – 39,0–39,4 %). Незначительны в доходах КБС РФ доля региональных налогов (их доля уменьшилась с 13,6 до 11,5 %) и доля специальных налоговых режимов, уплачиваемых малым бизнесом (их доля увеличилась с 4,7 до 6,9 %).

В связи с отсутствием в доходах местных бюджетов налогов, исчисляемых с выручки, налоговые доходы МБ увеличились в меньшем размере, чем налоговые доходы региональных бюджетов. В доходах местных бюджетов незначительны доля местных налогов (налог на имущество физических лиц, земельный налог) – 16,3 % в 2012 г. и 15,0 % в 2022 г., а также доля налогов, уплачиваемых малым бизнесом в связи с применением специальных налоговых режимов, – 11,2 % в 2012 г. и 15,7 % в 2022 г.). Доля НДС в доходах МБ уменьшилась с 70,3 до 66,4 %.

Основные налоги, за счет которых формируются бюджеты различных уровней, приведены в табл. 3.

Таблица 3

Налоговые доходы бюджетов различных уровней

Налоги	2012 г.				2022 г.			
	Всего	ФБ	КБС РФ	в т. ч. МБ	Всего	ФБ	КБС РФ	в т. ч. МБ
Федеральные	9 892,5	5 162,6	4 729,9	675,9	30 695,2	19 197,6	11 497,6	1 195,8
Доля, %	90,4	100,0	81,8	72,5	92,1	100,0	81,2	69,3
Региональные	626,9	–	626,9	11,6	1 333,2	–	1 333,2	25,3
Доля, %	5,7	–	10,8	1,2	4,0	–	9,4	1,5
Местные	158,9	–	158,9	140,9	307,5	–	307,5	234,0
Доля, %	1,4	–	2,7	15,1	0,9	–	2,2	13,6
Специальные режимы	275,6	–	275,6	105,2	1 013,8	–	1 013,8	270,5
Доля, %	2,5	–	4,7	11,2	3,0	–	7,2	15,6
Всего	10 954,0	5 162,6	5 791,3	933,6	33 349,7	19 197,6	14 152,1	1 725,6

Составлено автором по материалам источника⁶

По данным табл. 3 можно судить о степени выполнения налоговой системой регулирующей функции налогов, проявляющейся в закреплении налогов за бюджетами. Налоговая часть доходов федерального бюджета полностью формируется за счет федеральных налогов. Налоговые доходы КБС РФ формируются на 13,5 % в 2012 г. и на 11,6 % в 2022 г. за счет региональных и местных налогов, доля специальных налоговых режимов составляет 4,7 % и 7,2 % соответственно. В доходах КБС РФ велика доля федеральных налогов – более 80,0 % (НДС и налог на прибыль). Налоговые доходы местных бюджетов формируются на 15,1 % в 2012 г. и 13,6 % в 2022 г. за счет местных налогов, на 11,2 % и 15,6 % соответственно за счет специальных налоговых режимов. Велика в доходах местных бюджетов доля федерального налога НДС (около 70 %).

Таким образом, существующее закрепление налогов между бюджетами бюджетной системы нельзя считать эффективным и справедливым.

Далее рассмотрим состояние бюджетов субъектов РФ (табл. 4).

Таблица 4

Доходы и расходы КБС РФ

Показатели	2019 г., млрд руб.	2020 г., млрд руб.	2021 г., млрд руб.	2022 г., млрд руб.	2022 г. / 2019 г., %
Доходы	13 572,3	14 901,2	17 546,3	19 667,7	144,9
Налог на прибыль	3 358,2	2 927,0	4 529,3	4 686,4	139,6
НДС	3 956,4	4 253,1	4 793,2	5 579,0	141,0
Налог на имущество	1 350,9	1 358,0	1 444,6	1 630,4	120,7

⁶ Федеральная налоговая служба. Отчет № 1-НМ о начислении и поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации. https://www.nalog.gov.ru/rn02/related_activities/statistics_and_analytics/forms/ (дата обращения: 09.12.2023).

Показатели	2019 г., млрд руб.	2020 г., млрд руб.	2021 г., млрд руб.	2022 г., млрд руб.	2022 г. / 2019 г., %
Доля налога на имущество, %	9,9	9,1	8,2	8,3	83,8
Налоговые и неналоговые доходы	10 992,9	10 798,4	13 651,8	15 431,3	140,4
Безвозмездные поступления	2 579,4	4 102,8	3 894,5	4 236,4	164,2
Доля безвозмездных поступлений, %	19,0	27,5	22,2	21,5	113,2
Расходы	13 567,6	15 577,7	16 885,5	19 617,6	144,6
Национальная экономика	2 954,5	3 192,3	3 523,2	4 489,6	151,9
Жилищно-коммунальное хозяйство	1 377,9	1 329,9	1 687,7	2 035,3	147,7
Образование	3 356,3	3 552,5	3 897,6	4 529,0	134,9
Здравоохранение	1 167,2	2 002,1	2 027,3	1 951,6	167,2
Социальная политика	2 685,8	3 319,8	3 445,0	3 774,5	140,5
Дефицит/профицит	4,7	– 676,5	660,8	50,1	–
Расчетно: коэффициенты					
Бюджетной автономии	81,0	72,5	77,8	78,5	96,9
Бюджетной зависимости	19,0	27,5	22,2	21,5	113,1
Устойчивости	23,5	38,0	28,5	27,5	117,0
Уровня дефицита	0,04	– 6,26	4,84	0,32	–

Составлено автором по материалам источника^{7,8}

Как следует из данных табл. 4, в 2022 г. по сравнению с 2019 г.:

1) доходы КБС РФ увеличились на 44,9 %, расходы – на 44,6 %; в составе доходов КБС РФ преобладают федеральные налоги (НДФЛ, налог на прибыль), незначительна доля региональных налогов (менее 10 %), велика доля безвозмездных поступлений (19 % в 2019 г. и 21,5 % в 2022 г.);

2) доля расходов на национальную экономику увеличилась с 21,8 до 22,9 %, незначительна доля расходов на жилищно-коммунальное хозяйство (10 %) и здравоохранение (менее 10 %);

Без учета безвозмездных поступлений за все приведенные годы бюджеты КБС РФ имеют дефицит.

Далее рассмотрим роль регионов Уральского федерального округа (далее – УФО) в экономике России. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, по итогам 2021 г. в ВВП доля округа составляет 12,5 %, в добыче полезных ископаемых – 37,9 %, в сумме зачисляемых в ФБ налогов – 38,1 % (80–90 % налогов, собираемых в регионах округа, зачисляется в ФБ), в экспорте – 8,4 %, импорте – 5,2 % [15].

Регионами-лидерами по добыче нефти в России являются ХМАО и ЯНАО (в составе Тюменской области), Республика Татарстан, Красноярский край, Сахалинская область. В настоящее время ХМАО-Югра является главным регионом страны по добыче нефти, поскольку на него приходится около 42 % от общей добычи в стране.

Добыча нефти и ее экспорт продемонстрировали в 2022 г. устойчивость, что обусловлено высокой долей России на мировом рынке нефти. Введенный Западом потолок цен на нефть (60 долл. США/барр.), несмотря на заявления России об отказе продавать нефть в те страны, которые будут придерживать этого потолка, все же сработал: в конце декабря 2022 г. российская нефть продавалась в среднем за 55,50 долл. США/барр., а в январе 2023 г. – уже за 38,7 долл. США/барр.

Россия является одним из крупнейших производителей газа, занимая второе место в мире (после Соединенных Штатов Америки). Из всех регионов страны выделяется ЯНАО.

Доходы бюджетов регионов УФО приведены в таблице 5.

⁷ Федеральная служба государственной статистики. Регионы России. Социально-экономические показатели. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204?print=1> (дата обращения: 09.12.2023).

⁸ Счетная палата Российской Федерации. Оперативный доклад об исполнении консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации. Режим доступа: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/07a/E3925icrxo8veiakt2y6mvjqax8zrkb.pdf> (дата обращения: 09.12.2023).

Консолидированные бюджеты субъектов УФО

Доходы	Годы	РФ, млрд руб.	УФО, млрд руб.	ХМАО-Югра, млрд руб.	ЯНАО, млрд руб.	Тюменская область, млрд руб.
Всего	2019	13 567,9	1 400,2	318,6	257,2	241,2
	2021	17 542,7	1 712,5	336,8	285,1	274,3
Налоговые и неналоговые доходы	2019	10 990,9	1 250,3	287,3	247,1	230,4
	2021	13 649,8	1 482,6	313,8	266,6	256,2
Налоговые доходы	2019	10 150,5	1 185,5	269,1	237,8	217,7
	2021	12 674,0	1 413,1	296,4	255,3	246,8
Налог на прибыль	2019	3 358,1	482,9	90,9	102,6	151,5
	2021	4 529,2	622,4	107,7	102,8	172,9
Имущественные налоги	2019	1 350,8	209,2	72,3	73,8	14,8
	2021	1 444,6	213,7	73,2	76,0	15,2
НДФЛ	2019	3 955,2	373,3	88,7	54,0	37,8
	2021	4 791,9	437,0	96,2	68,5	43,6
Безвозмездные поступления	2019	2 450,6	140,2	27,8	8,3	9,9
	2021	3 674,8	214,2	18,2	16,7	16,0
Расходы	2019	13 563,2	1 358,0	311,5	225,6	222,5
	2021	16 882,0	1 603,7	339,0	264,7	249,9
Дефицит/профицит	2019	4,7	42,2	7,1	31,6	18,6
	2021	660,6	108,8	- 2,2	20,4	24,4
Расчетно: коэффициенты						
Бюджетной автономии	2019	81,0	89,3	90,2	96,1	95,5
	2021	77,8	86,6	93,2	93,5	93,4
Бюджетной зависимости	2019	18,1	10,0	8,7	3,2	4,1
	2021	20,9	12,5	5,4	5,8	5,8
Устойчивости	2019	22,3	11,2	9,7	3,3	4,3
	2021	26,9	14,4	5,8	6,3	6,2
Уровня дефицита	2019	0,04	3,4	2,5	12,8	8,1
	2021	4,8	7,3	- 0,7	7,6	9,5
Уровня налоговых доходов	2019	92,3	94,8	93,7	96,2	94,5
	2021	92,8	95,3	94,4	95,8	96,3

Составлено автором по материалам источника⁹

Согласно данным табл. 5, доля налоговых доходов в общей сумме доходов консолидированных бюджетов субъектов РФ в 2021 г. составляет по РФ 72,2 %, УФО – 82,5 %, ХМАО-Югра – 88 %, ЯНАО – 89,5 %, Тюменской области – 90 %. Доля налога на прибыль в налоговых доходах составляет по РФ 35,7 %, УФО – 44 %, ХМАО-Югра – 36,3 %, ЯНАО – 4,3 %, Тюменской области – 70,0 %. Доля НДФЛ составляет по УФО 30,9 %, ХМАО – 32 %, ЯНАО – 26,8 %, Тюменской области – 17,7 %.

Доля имущественных налогов, закрепленных за региональными бюджетами, в налоговых доходах бюджетов незначительна: по РФ – 11,4 %, УФО – 15,1 %, ХМАО-Югра – 24,7 %, ЯНАО – 29,8 %, Тюменской области – 6,1 %.

Коэффициент бюджетной автономии в 2021 г. в сравнении с 2019 г. уменьшился по РФ с 81,0 до 77,8, по УФО – с 89,3 до 86,6, в то время как в ХМАО-Югра, ЯНАО и Тюменской области он составляет более 93. Коэффициент бюджетной зависимости увеличился по РФ с 18,1 до 20,9, по регионам УФО он составляет менее 6. Коэффициент бюджетной устойчивости увеличился по РФ с 22,3 до 26,9,

⁹ Министерство финансов Российской Федерации. Данные об исполнении консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации. Режим доступа: <https://minfin.gov.ru/ru/performance/regions/operational/analysis> (дата обращения: 09.12.2023).

по УФО – с 11,2 до 14,4, а по регионам УФО сохраняется в пределах 5–6%. Коэффициент уровня налоговых доходов составляет во всех регионах более 90.

Данные поступлений нефтегазовых доходов по регионам УФО приведены в табл. 6.

Таблица 6

Поступление налогов, сборов в бюджеты субъектов УФО, млрд руб.

Регионы	Налоговые доходы, млрд руб.					В том числе		
	Всего	В т.ч. в ФБ				Нефть, млрд руб.	Газ горючий, млрд руб.	Газовый конденсат, млрд руб.
		млрд руб.	%	Из них НДС				
				млрд руб.	%			
2019 г.								
РФ	22 503,3	12 380,1	55,0	6 024,8	48,7	5 175,5	627,0	169,3
ХМАО-Югра	3 385,5	3 073,3	90,8	2 594,2	84,4	2 593,7	0,5	–
Доля в РФ, %	15,0	24,8	–	43,0	–	50,1	–	–
ЯНАО	1 600,3	1 322,7	82,7	978,2	73,9	262,4	585,7	130,0
Тюменская область	146,0	58,1	39,8	0,7	1,2	0,7	–	–
2022 г.								
РФ	33 349,7	19 197,6	57,6	10 843,7	56,5	8 391,4	1872,1	380,1
ХМАО-Югра	4 628,0	4 295,1	92,8	3 278,0	76,3	3 280,4	–1,7	–
Доля в РФ, %	13,9	22,4	–	3,2	–	39,1	–	–
ЯНАО	2 497,2	2 112,7	84,6	1 502,6	71,1	607,6	579,0	314,8
Тюменская область	497,0	356,2	71,7	169,5	47,6	169,5	–	–
2022 г. / 2019 г., %								
РФ	148,2	155,1	–	180,0	–	162,1	298,6	224,5
ХМАО-Югра	136,7	139,7	–	126,3	–	126,5	–	–
ЯНАО	156,0	159,7	–	153,6	–	231,6	98,9	242,1
Тюменская область	340,4	613,00	–	242,0	–	242,0	–	–
Справочно: 6 месяцев 2023 г.								
РФ	16 070,3	8 431,2	52,5	3 696,2	43,8	2 793,7	594,2	190,3
ХМАО-Югра	1 448,9	1 187,2	81,9	905,7	76,3	902,9	2,0	–
Доля в РФ, %	9,0	14,1	–	24,5	–	32,3	–	–
ЯНАО	1 149,4	920,4	80,1	670,0	72,8	197,1	313,5	158,9
Тюменская область	183,2	107,2	58,5	45,3	42,2	45,3	–	–

Примечание: НДС – налог на добычу полезных ископаемых

Составлено автором по материалам источника¹⁰

Из данных табл. 6 следует, что в 2022 г. по сравнению с 2019 г.:

1) налоговые доходы КБ РФ увеличились на 48,2 %, в том числе зачисляемые в ФБ – на 55,1 %, из них налог на добычу полезных ископаемых (далее – НДС) – на 80 %, в том числе по нефти – на 62,1 %, горючему газу – в три раза, газовому конденсату – в 2,2 раза;

2) доля налогов, зачисляемых в ФБ, увеличилась с 55 до 57,6 %, из них доля НДС – с 48,7 до 56,5 %; в структуре НДС доля нефти уменьшилась с 85,9 до 77,4 %, доля газа увеличилась с 10,4 до 17,3 %, доля газового конденсата – с 2,8 до 3,5 %;

3) налоговые доходы по ХМАО-Югра в КБ увеличились на 36,7 %, в том числе зачисляемые в ФБ – на 39,7 %, из них НДС – на 26,3 %, в том числе по нефти – на 26,5 %; доля округа в РФ в величине налоговых доходов КБ РФ уменьшилась с 15 до 13,9 %, в том числе зачисляемых в ФБ – с 24,8 до 22,4 %, из них по НДС – с 43 до 30,2 %, в том числе по нефти – с 50,1 до 39,1 %; в 2022 г. 92,8 % (90,8 % в 2019 г.) налогов, собираемых на территории округа, зачислялись в ФБ, из которых 76,3 % (84,4 % в 2019 г.) составляли поступления НДС по нефти;

¹⁰ Министерство финансов Российской Федерации. Данные об исполнении консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации. Режим доступа: <https://minfin.gov.ru/ru/performance/regions/operational/analysis> (дата обращения: 09.12.2023).

4) налоговые доходы ЯНАО в КБ РФ увеличились на 56 %, в том числе зачисляемые в ФБ – на 59,7 %, из них по НДС – на 53,6 %, в том числе по нефти – в 2,3 раза, газовому конденсату – в 2,4 раза; доля округа в величине НДС по газу в целом по РФ в 2019–2021 гг. составляла более 90 %, в 2022 г. показатель снизился до 30,9 %; из всей суммы налогов, собираемых на территории округа, доля налогов, зачисляемых в ФБ, увеличилась с 82,7 % в 2019 г. до 84,6 % в 2022 г., из них доля НДС уменьшилась с 73,9 до 71,1 %, в величине НДС доля нефти увеличилась с 26,8 до 40,4 %, газового конденсата – с 13,3 до 20,9 %, доля газа уменьшилась с 59,9 до 38,5 %;

5) доля налоговых доходов по Тюменской области выросла в 3,4 раза, в том числе зачисляемых в ФБ – в 6,1 раз, из них НДС по нефти – в 2,4 раза, доля области в КБ РФ остается незначительной: в 2019 г. – 0,6 %, в 2022 г. – 1,5 %; из всей суммы налогов, собираемых на территории округа, доля налогов, зачисляемых в ФБ, увеличилась с 39,8 до 71,7 %; 47,6 % налоговых доходов в 2022 г. составляет НДС по нефти; доля округа в величине НДС по нефти в целом по РФ незначительна – 2 % в 2022 г.;

6) за 6 месяцев 2023 г. доля ХМАО-Югра в величине налоговых доходов КБ РФ составила 9 %, в том числе зачисляемых в ФБ – 14,1 %, по НДС – 24,5 %, в том числе по нефти – 32,3 %; доля ЯНАО в величине НДС по газу составила 52,7 %, газовому конденсату – 83,5 %, снизилась доля Тюменской области по всем показателям.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование показало наличие значительной зависимости ФБ от нефтегазовых доходов и от уровня доходов бюджетов сырьевых регионов. С одной стороны, для экономики снижение доли нефтегазовых доходов можно рассматривать как положительный факт, а с другой – это влечет за собой дефицит бюджета: за 9 месяцев 2023 г. дефицит ФБ из-за снижения нефтегазовых доходов на 2 932 млрд руб. составил 1 698 млрд руб. (при запланированном за год дефиците в сумме 2 925 млрд руб.). Устойчивость ФБ обеспечивается низким уровнем государственного долга (в 2022 г. – 15,1 % к ВВП) по сравнению с другими странами.

Бюджеты субъектов РФ нельзя отнести к сбалансированным и считать их устойчивыми. Финансовая несостоятельность региональных, особенно местных, бюджетов заложена в распределении налоговых доходов между бюджетами различных уровней, ослаблении регулирующей функции налоговой системы. Налоговые доходы КБС РФ и местных бюджетов формируются за счет закрепленных за ними налогов лишь на 15–17 %, велика в их бюджетах доля федеральных налогов и межбюджетных трансфертов. При этом имеются большие различия в величине доходов, созданных в регионе, направляемых в ФБ и остающихся в распоряжении регионов. Кроме того, для сырьевых регионов присущи новые риски, вызванные внешними факторами, такими как санкции против нефтегазового сектора.

Без учета безвозмездных поступлений большинство региональных бюджетов дефицитны. Профицит (бездефицитность) бюджетов в большей части обеспечивается сокращением (урезанием) расходов, в том числе на национальную экономику, образование, здравоохранение.

В 2022 г. по сравнению с 2012 г. налоговые доходы ФБ увеличились в 3,7 раза, КБС РФ – в 2,4 раза, местных бюджетов – в 12,8 раз. Это вызвано тем, что фондообразующие налоги (НДС, плата за природные ресурсы, то есть НДС) полностью зачисляются в ФБ, в доходах местных бюджетов нет налогов, стимулирующих рост производства. Финансовая устойчивость региональных бюджетов невозможна без перераспределения налоговых доходов между бюджетами различных уровней в пользу региональных и местных бюджетов, что повысит заинтересованность региональных властей в развитии территорий, снизит уровень и масштабы межбюджетных трансфертов, которые лишь покрывают дефицит бюджетов, но не стимулируют рост производства.

В бюджетах сырьевых регионов остается не более 15 % сумм налогов, собранных в регионе, что недостаточно для успешного социально-экономического развития регионов и улучшения качества жизни в регионе. Так, по итогам 2022 г. ЯНАО, занимая 6-е место в рейтинге социально-экономического положения, в рейтинге качества жизни занимает лишь 17-е место. Считаем возможным установить норматив отчислений от НДС в бюджет региона, предусмотрев при этом в качестве обязательного условия направление этих средств на инвестиции. В условиях имеющейся тенденции к сокращению

нефтегазовых доходов важным становится обеспечение комплексного всестороннего развития сырьевых регионов по примеру соглашения «Сотрудничество» (ЯНАО, ХМАО-Югра и Тюменская область)¹¹.

Список литературы

1. *Делиева А.П.* Международное сотрудничество России в условиях санкций. В кн.: Шавкун Г.А. (ред.) Современная мировая экономика: вызовы и реальность: материалы V Международной научно-практической конференции, Донецк, 6 декабря 2022 г. Донецк: Донецкий национальный технический университет; 2022. С. 23–29.
2. *Трофимчук Т.С.* Влияние санкций на нефтегазовые доходы и развитие нефтяной промышленности (на примере Российской Федерации и Республики Башкортостан). *Управленческий учет.* 2022;12:617–626. <https://doi.org/10.25806/uu12-22022617-626>
3. *Оганов А.Г.* Импортозамещение при разработке нефтяных и газовых месторождений. *Устойчивое развитие науки и образования.* 2020;5(44):99–103.
4. *Курпаш И.В.* Обзор текущего состояния рынка российского нефтесервиса в условиях нестабильной геополитической обстановки. В кн.: Студенческий научный форум 2022: материалы IV Международной научно-практической конференции, Пенза, 27 мая 2022 г. Пенза: Наука и Просвещение; 2022. С. 83–89.
5. *Ульченко М.В.* Российский арктический газовый комплекс: основные проблемы и перспективы развития. Апатиты: ФИН КНЦ РАН; 2023. 103 с.
6. *Матвеев В.А., Уянаев С.В.* Углеводородная отрасль РФ в условиях санкций: возможности компенсации за счет сотрудничества с КНР. Китай в мировой и региональной политике. История и современность. 2022;27(27):56–70. <https://doi.org/10.48647/IFES.2022.86.63.028>
7. *Мартыненко Т.В., Петоян С.А.* Влияние западных санкций на нефтегазовый сектор российской экономики. *Научный лидер.* 2023;16(114).
8. *Шибикарева О.М.* Провал антироссийских санкций против РФ. На пути к гражданскому обществу. 2023;(50):96–101.
9. *Михайлова А.А., Тимушев Е.Н.* Бюджетная система России: насколько устойчива? *Экономический журнал ВШЭ.* 2020;24(4):572–597. <https://doi.org/10.17323/1813-8691-2020-24-4-572-597>
10. *Букина И.С.* Устойчивость федерального бюджета и возможности бюджетно-налоговой политики в краткосрочной перспективе. *Федерализм.* 2023;28(1):119–137. <https://doi.org/10.21686/2073-1051-2023-1-119-137>

References

1. *Delieva A.P.* International cooperation of Russia under sanctions. In: Shavkun G.A. (ed.) *Modern World Economy: Challenges and Reality: Proceedings of the V International Scientific and Practical Conference, Donetsk, December 6, 2022.* Donetsk: Donetsk State Technical University; 2022. Pp. 23–29. (In Russian).
2. *Trofimchuk T.S.* The impact of sanctions on oil and gas revenues and the development of the oil industry (on the example of Russia and the Republic of Bashkortostan). *Managerial accounting.* 2022;12:617–626. (In Russian). <https://doi.org/10.25806/uu12-22022617-626>
3. *Oganov A.G.* Import replacement in the development of oil and gas deposits. *Ustoichivoe razvitie nauki i obrazovaniya.* 2020;5(44):99–103. (In Russian).
4. *Kurpash I.V.* Overview of the current state of the Russian oilfield services market in an unstable geopolitical environment. In: *Student Scientific Forum 2022: Proceedings of the IV International Scientific and Practical Conference, Penza, May 27, 2022.* Penza: Nauka i Prosveshchenie; 2022. Pp. 83–89. (In Russian).
5. *Ulchenko M.V.* Russian Arctic gas complex: main problems and prospects of development. Apatity: Federal Research Centre Kola Science Centre of the Russian Academy of Sciences; 2023. 103 p. (In Russian).
6. *Matveev V.A., Uyanaev S.V.* The hydrocarbon industry of the Russian Federation under sanctions: the possibility of compensation through cooperation with China. *China in World and Regional Politics (History and Modernity).* 2022;27(27):56–70. (In Russian). <https://doi.org/10.48647/IFES.2022.86.63.028>
7. *Martynenko T.V., Petoyan S.A.* Influence of Western sanctions on the oil and gas sector of the Russian economy. *Scientific Leader.* 2023;16(114). (In Russian).
8. *Shibikareva O.M.* Failure of anti-Russian sanctions against the Russian Federation. *Na puti k grazhdanskomu obshchestvu.* 2023;(50):96–101. (In Russian).
9. *Mikhailova A.A., Timushev E.N.* Russia's budgetary system: how much sustainable? *Higher School of Economics Economic Journal.* 2020;24(4):572–597. (In Russian). <https://doi.org/10.17323/1813-8691-2020-24-4-572-597>
10. *Bukina I.S.* Sustainability of the Federal Budget and Fiscal Policy Possibilities in the Short Term. *Federalism.* 2023;28(1):119–137. (In Russian). <https://doi.org/10.21686/2073-1051-2023-1-119-137>

¹¹ Российская Федерация. Постановление Правительства Тюменской области от 30 декабря 2014 г. № 705-п «Об утверждении государственной программы по реализации договора между органами государственной власти Тюменской области, Ханты-Мансийского автономного округа – Югры и Ямало-Ненецкого автономного округа “Сотрудничество”» (в ред. постановления Правительства Тюменской области от 1 июня 2023 г. № 329-П). Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/423908098> (дата обращения: 09.12.2023).

Рынок российского потребительского кредитования в современных условиях

Ризванова Ирина Азатовна

Канд. экон. наук, ст. преп. каф. банковского дела и монетарного регулирования
ORCID: 0000-0001-9238-0247, e-mail: iarizvanova@fa.ru

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Россия

Аннотация

В текущих условиях российский финансовый рынок продемонстрировал свою устойчивость и способность оперативно реагировать на происходящие изменения в геополитической сфере, при этом под санкциями оказались банки, которые контролируют более 80 % активов страны. В статье рассматривается и анализируется рынок российского потребительского кредитования в современных условиях. Проводится обзор кризисных периодов российского финансового рынка с 2014 г. по 2023 г. и антикризисных мер Центрального банка Российской Федерации, отечественного рынка потребительского кредитования в современных реалиях и реструктуризации кредитов физических лиц в условиях санкционного давления. Цель настоящего исследования – на основе анализа рынка российского потребительского кредитования в условиях санкционного давления определить основные тенденции развития рынка потребительского кредитования. Объектом исследования является отечественный рынок потребительского кредитования в современных условиях. Предметом исследования выступают тенденции развития рынка российского потребительского кредитования в условиях санкционного давления. Источниками информации послужили информационно-аналитические материалы и данные статистической отчетности Центрального банка Российской Федерации, законы и нормативные акты, отечественная и иностранная научная литература, аналитические и справочные ресурсы сети «Интернет».

Ключевые слова

Потребительское кредитование, санкционное давление, кризис, финансовый рынок, реструктуризация, Банк России, финансовые технологии

Для цитирования: Ризванова И.А. Рынок российского потребительского кредитования в современных условиях // Вестник университета. 2024. № 2. С. 164–170.



Russian consumer lending market in modern conditions

Irina A. Rizvanova

Cand. Sci. (Econ.), Senior Lecturer at the Banking and Monetary Regulation Department
ORCID: 0000-0001-9238-0247, e-mail: iarizvanova@fa.ru

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

Abstract

In the current conditions, the Russian financial market has demonstrated its stability and ability to promptly respond to the ongoing changes in the geopolitical sphere, while the banks that control more than 80 % of the country's assets are under sanctions. The article considers and analyzes the Russian consumer lending market in modern conditions. It reviews the crisis periods of the Russian financial market from 2014 to 2023 and the anti-crisis measures of the Central Bank of the Russian Federation, the domestic consumer credit market in the current realities, and loans restructuring to individuals under sanctions pressure. The purpose of the study is to determine main trends in the consumer credit market development based on the analysis of the Russian consumer credit market under sanctions pressure. The object of the study is the domestic consumer credit market in modern conditions. The subject of the study is trends in the Russian consumer credit market development under sanctions pressure. The sources of information were analytical materials and statistical reporting data of the Central Bank of the Russian Federation, laws and regulations, domestic and foreign scientific literature, and analytical and reference online resources.

Keywords

Consumer lending, sanctions pressure, crisis, financial market, restructuring, Bank of Russia, financial technologies

For citation: Rizvanova I.A. (2024) Russian consumer lending market in modern conditions. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 164–170.



ВВЕДЕНИЕ

Российский финансовый рынок за последнее десятилетие столкнулся с беспрецедентными вызовами и шоками. Введение санкций против крупнейших игроков финансового рынка привело к ухудшению экономической ситуации в стране и падению реальных доходов населения, что в конечном счете сказалось на их кредитоспособности. По данным Федеральной службы государственной статистики, за 2022 г. реальные доходы населения упали на 1,4 % по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, при этом реальные располагаемые доходы населения сократились на 1 %. Отметим, что российская экономика в данный момент проходит структурную трансформацию, которая требует усиления потенциала кредитования. Перечисленные ранее положения создают риски для финансовой устойчивости кредитных организаций [1; 2]. Цель настоящего исследования – на основе анализа определить основные тенденции развития российского рынка потребительского кредитования в условиях санкционного давления.

Цель исследования обусловила необходимость постановки и решения следующих задач:

- 1) рассмотреть кризисные периоды российского финансового рынка с 2014 г. по 2023 г.;
- 2) проанализировать российский рынок потребительского кредитования в современных реалиях;
- 3) рассмотреть реструктуризацию кредитов физических лиц в современных условиях.

В ходе исследования были изучены и обобщены материалы Центрального банка Российской Федерации (далее – РФ, Россия), современное законодательство, а также материалы научных конференций, семинаров и форумов. Источниками информации послужили информационно-аналитические материалы и данные статистической отчетности Центрального банка РФ (далее – ЦБ РФ), законы и нормативные акты, отечественная и иностранная научная литература, аналитические и справочные ресурсы сети «Интернет».

АНАЛИЗ КРИЗИСНЫХ ПЕРИОДОВ РОССИЙСКОГО ФИНАНСОВОГО РЫНКА С 2014 Г. ПО 2023 Г.

За исторически короткий период страна пережила несколько всплесков деловой активности в разных сферах предпринимательской деятельности, и банковский рынок, как и многие другие секторы экономики, оказался в сложной ситуации. Рассмотрим кризисные периоды российского финансового рынка с 2014 г. по 2023 г.

Предпосылкой возникновения кризиса 2014–2015 гг. стала общая неопределенность в связи с крымскими событиями, которая привела к введению санкционных ограничений по отношению к участникам российского финансового рынка и обвалу цен на энергоресурсы. Вследствие этого возник валютный кризис, который сопровождался ослаблением курса рубля практически на 97,2 % (курс руб. к долл. США)¹. В данных условиях ЦБ РФ сменил режим денежно-кредитной политики: был осуществлен переход к режиму плавающего валютного курса и завершён процесс перехода к инфляционному таргетированию.

Предпосылками возникновения кризиса 2020 г. стали распространение коронавирусной инфекции и введение ограничений для борьбы с ней. На российском финансовом рынке возник социально-экономический кризис, и для выхода из кризисной ситуации ЦБ РФ провел смягченную денежно-кредитную политику.

Предпосылкой возникновения кризиса 2022 г. стала общая неопределенность в связи с политическими событиями, введением санкционных ограничений и блокировкой капитала крупнейших российских компаний. Вследствие этого данный кризис носил системный структурный характер. Из-за его масштабного характера, который повлиял не только на финансово-экономическую сферу рынка, но и на внешнеторговую, производственно-технологическую, появилась необходимость реализации структурной трансформации российской экономики. ЦБ РФ совместно с другими органами власти провели работу по поддержке и финансового рынка российской экономики в целом. Так, антикризисные меры ЦБ РФ способствовали увеличению кредитного портфеля банковского сектора на 0,8 % в 2014–2015 гг., на 1,3 % в 2020 г. и на 5,5 % в 2022 г.²

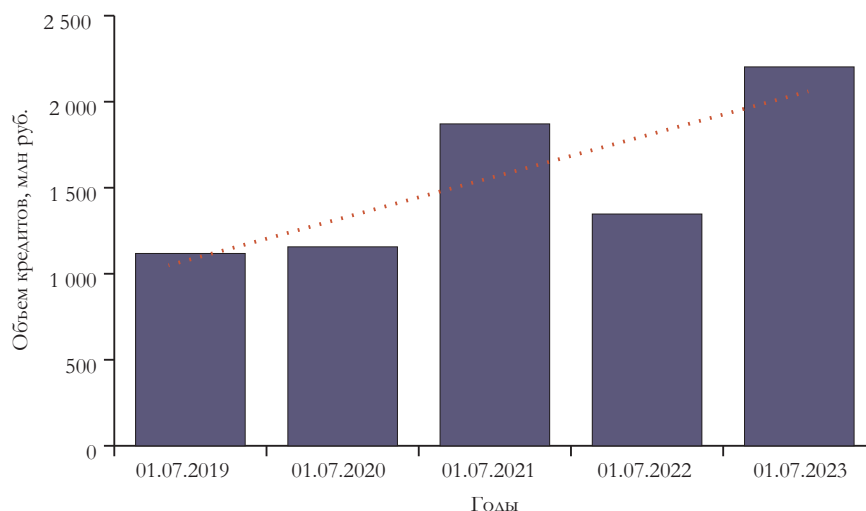
Таким образом, за последнее десятилетие российский финансовый рынок столкнулся с тремя крупными кризисами, которые напрямую повлияли на качество жизни граждан и на их долговую нагрузку, в частности.

¹ Центральный банк Российской Федерации. Оценка эффективности антикризисных мер Банка России. Режим доступа: review_04072023.pdf (дата обращения: 10.01.2024).

² Там же.

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

Проанализируем российский рынок потребительского кредитования в современных реалиях. Розничный кредитный портфель вырос на 9,5 %, составив на 1 января 2023 г. 27,44 трлн руб. (прирост за 2021 г. – 23,2 %)³. Следует отметить, что на 85 % этот прирост обеспечен ипотекой, и только на 15 % – потребительским кредитованием (рис. 1).



Источник ⁴

Рис. 1. Объем кредитов, предоставленных физическим лицам-резидентам в рублях и иностранной валюте с 1 июля 2019 г. по 1 июля 2023 г.

Как видно из рис. 1, в кризисные периоды государство поддерживало население и экономику в целом. По итогам II квартала 2021 г. темп прироста выданных кредитов клиентам-физическим лицам составил 62 % по сравнению со II кварталом 2020 г., при этом отметим, что 2021 г. является посткризисным и ЦБ РФ в данный период проводил смягченную денежно-кредитную политику, вводил в действие контрциклические инструменты макроprudенциальной политики, такие как надбавки к коэффициентам риска и макроprudенциальные лимиты, предоставлял кредитные каникулы.

В соответствии с рисунком по итогам II квартала 2023 г. темп прироста составил 63 % по сравнению со II кварталом 2022 г. Отметим, что значительную поддержку в период кризиса оказали и программы льготного кредитования Правительства РФ, и возможность реструктуризации кредитов граждан [3]. В свою очередь развитие финансовых технологий оказало огромное влияние на развитие цифрового кредитования [4]. К примеру, финтех-компании Aire, Kabbage и Kasisto одними из первых, кто разработал и внедрил алгоритмы искусственного интеллекта, которые оценивают все риски кредитования клиента, что позволяет уменьшить издержки как финансовые, так и временные, при оценке кредитоспособности клиента. При этом с каждым годом увеличивается доля лиц, оформивших заявки на получение кредита онлайн. Эксперты прогнозируют, что рынок цифрового кредитования увеличится на 11,9 % к концу 2026 г.⁵

Однако, как видно из рис. 2, объем задолженности по кредитам, в т.ч. просроченной, растет. Общая ситуация в экономике и на финансовом рынке напрямую повлияла на кредитоспособность граждан, но следует отметить, что за последнее время выросла и доля компаний с выявленными признаками нелегальной деятельности на финансовом рынке, которые, пользуясь финансовой неосведомленностью граждан на фоне увеличения потребности в дополнительном доходе, вовлекают их в незаконную деятельность.

³ Центральный банк Российской Федерации. Сведения о размещенных и привлеченных средствах. Режим доступа: https://cbr.ru/statistics/bank_sector/sors/ (дата обращения: 10.01.2024).

⁴ Там же.

⁵ Mordor Intelligence. Анализ размера и доли рынка цифрового кредитования – тенденции роста и прогнозы (2023–2028 гг.). Режим доступа: <https://www.mordorintelligence.com/ru/industry-reports/digital-lending-market> (дата обращения: 10.01.2024).



Источник⁶

Рис. 2. Задолженности по кредитам, в т.ч. просроченная, предоставленные физическим лицам-резидентам в рублях и иностранной валюте с 1 июля 2019 г. по 1 июля 2023 г.

Так, по итогам II квартала 2023 г. ЦБ РФ было раскрыто 2,645 тыс. компаний с выявленными признаками «финансовой пирамиды», нелегального кредитора, нелегального профессионального участника рынка ценных бумаг и иных нелегальных участников финансового рынка, что на 7 % больше, чем за аналогичный период предыдущего года (по итогам 2022 г. данный список состоял из 4,388 тыс. компаний)⁷. По сравнению с первым полугодием 2022 г. было выявлено на 28 % больше нелегальных кредиторов (лица, осуществляющую деятельность по предоставлению кредитов/займов без соответствующей лицензии). На фоне адаптации граждан к экономической ситуации выросла заинтересованность к поиску дополнительной доходности – число выявленных «финансовых пирамид» в первом полугодии 2023 г. выросло на 19 % по сравнению с аналогичным периодом 2022 г., что составило 1,321 тыс. пирамид: в частности, увеличались «финансовые пирамиды», которые были созданы в формате онлайн экономических игр (их доля составила 22 % от общего количества), пирамиды, принимавшие взносы в криптовалютах (58 % от общего количества), однако основной рост пришелся на краткосрочные инвестиционные интернет-проекты, в т.ч. в социальных сетях и мессенджерах.

ЦБ РФ для пресечения незаконной финансовой деятельности принимает меры по блокировке сайтов таких компаний, а также взаимодействует с правоохранительными и другими уполномоченными органами, иностранными регуляторами для применения иных мер. Кроме того, активно ведется работа по формированию основ финансовой грамотности российских граждан и ее дальнейшего развития [5]. Министерством финансов РФ опубликован Проект распоряжения Правительства РФ об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 г., где предусмотрено в т.ч. формирование и повышение уровня финансовой киберграмотности⁸.

В рамках проведения мер защиты финансового рынка ЦБ РФ опубликовал Отчет о работе с обращениями граждан⁹. Так, за первое полугодие 2023 г. наибольшую долю среди жалоб на кредитные организации занимали вопросы потребительского кредитования (25,4 % от общего количества). По сравнению с первым полугодием 2022 г. удельный вес таких жалоб увеличился на 1,9 п.п. В основном они касались

⁶ Центральный банк Российской Федерации. Сведения о размещенных и привлеченных средствах. Режим доступа: https://cbr.ru/statistics/bank_sector/sors/ (дата обращения: 10.01.2024).

⁷ Центральный банк Российской Федерации. Список компаний с выявленными признаками нелегальной деятельности на финансовом рынке. Режим доступа: <https://cbr.ru/inside/warning-list/> (дата обращения 10.01.2024).

⁸ Министерство финансов Российской Федерации. Проект распоряжения Правительства Российской Федерации об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности и формирования финансовой культуры до 2030 года. Режим доступа: https://minfin.gov.ru/ru/document/?id_4=303565 (дата обращения 10.01.2024).

⁹ Центральный банк Российской Федерации. Отчет о работе с обращениями. Режим доступа: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/45194/2023_2.pdf (дата обращения 10.01.2024).

проблем с погашением кредита (32,9 % от общего количества жалоб по тематике «Потребительское кредитование»), несогласием с условиями заключенного договора (13,5 %), навязыванием дополнительных услуг (11,5 %) и списанием денежных средств без согласия клиента в целях погашения кредита (4,6 %). ЦБ РФ принимает соответствующие меры в отношении участников финансового рынка: за первое полугодие 2023 г. было выдано четыре предписания кредитным организациям об устранении/о недопущении нарушений, 250 протоколов об административном правонарушении и 198 рекомендаций и писем, направленных поднадзорным организациям.

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ КРЕДИТОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В связи с беспрецедентным санкционным давлением по отношению к РФ Федеральным законом № 46-ФЗ были приняты поправки в части изменения условий кредитного договора, в частности, возобновились действия статей 6 и 7 закона № 106-ФЗ до конца сентября 2022 г.^{10,11}. Это означает, что заемщик-физическое лицо при выполнении определенных условий имеет право воспользоваться кредитными каникулами.

Кредитные каникулы позволяют заемщику в случае сокращения дохода временно приостановить платежи по кредиту (займу) или снизить их размер. Во II квартале 2023 г. по сравнению с I кварталом спрос на реструктуризацию увеличивается. Так, за II квартал 2023 г. проведена реструктуризация на 1,4 млн кредитных договоров на сумму более 643,6 млрд руб. (согласно информации, полученной от 44 банков, включая системно значимые кредитные организации)¹². Также важно отметить, что с принятием закона № 377-ФЗ кредитные каникулы могут оформить лица, призванные на военную службу в рамках мобилизации, принимающие участие в специальной военной операции, а также члены их семей¹³. Так, за 9 месяцев действия данного закона банки предоставили реструктуризацию на общую сумму 85,2 млрд руб.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Беспрецедентное санкционное давление повлияло не только на финансово-экономическую сферу экономики, но и на внешнеторговую, производственно-технологическую. ЦБ РФ совместно с другими органами власти провели работу по поддержке российской экономики, в частности, антикризисные меры ЦБ РФ способствовали увеличению кредитного портфеля банковского сектора на 5,5 % в 2022 г., что в свою очередь является одним из направлений финансирования структурной трансформации российской экономики как следствие масштабного характера кризиса¹⁴. Значительную поддержку в период кризиса оказали и программы льготного кредитования Правительства РФ, и возможность реструктуризации кредитов граждан, и развитие цифровизации на финансовом рынке в целом.

Тенденциями развития российского рынка потребительского кредитования в условиях беспрецедентного санкционного давления являются:

- 1) увеличение льготных программ потребительского кредитования на фоне роста политических рисков;
- 2) разработка и внедрение новых форматов предоставления потребительских кредитов, включая в положениях сторонних шпроков;
- 3) организация надежной и безопасной инфраструктуры предоставления онлайн-кредитов.

Список литературы

1. *Бортник А.А., Травкина Е.В.* Комплексная оценка рисков и угроз развития финансового рынка в условиях санкционных геополитических ограничений. *Финансовые рынки и банки.* 2023;6:86–89.

¹⁰ Российская Федерация. Законы. Федеральный закон от 8 марта 2022 г. № 46-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_411095/ (дата обращения: 10.01.2024).

¹¹ Российская Федерация. Федеральный закон от 3 апреля 2020 г. № 106-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части особенностей изменения условий кредитного договора, договора займа». Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349323/ (дата обращения: 10.01.2024).

¹² Центральный банк Российской Федерации. Информационный бюллетень. Динамика реструктуризации кредитов населения и бизнеса. Режим доступа: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/45187/drknb_31_2023.pdf (дата обращения 10.01.2024).

¹³ Российская Федерация. Законы. Федеральный закон от 7 октября 2022 г. № 377-ФЗ «Об особенностях исполнения обязательств по кредитным договорам (договорам займа) лицами, призванными на военную службу по мобилизации в Вооруженные Силы Российской Федерации, лицами, принимающими участие в специальной военной операции, а также членами их семей и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (последняя редакция). Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_428310/ (дата обращения: 10.01.2024).

¹⁴ Центральный банк Российской Федерации. Оценка эффективности антикризисных мер Банка России. Режим доступа: [reveiw_04072023.pdf](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_428310/reveiw_04072023.pdf) (дата обращения: 10.01.2024).

2. Гумеров М.Ф., Ризванова И.А. Кредитные риски российских коммерческих банков: новые подходы к управлению. Финансы: теория и практика/Finance: Theory and Practice. 2023;27(2):64–75. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2023-27-2-64-75>
3. Пащковская И.В. Формы и методы участия государства в секьюритизации проблемных кредитов коммерческих банков. Вестник евразийской науки. 2022;14(3):17.
4. Луныков О.В. Достижение равновесия кредитного рациирования в условиях цифровизации. Финансы: теория и практика/Finance: Theory and Practice. 2023;27(1):91–102. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2023-27-1-91-102>
5. Бровкина Н.Е., Ризванова И.А. Финансовая грамотность: проблемы и пути решения. Экономика. Налоги. Право. 2022;3:59–68.

References

1. Bortnik A.A., Trankina E.V. Comprehensive assessment of risks and threats to the development of the financial market in the context of sanctions geopolitical restrictions. Financial markets and banks. 2023;6:86–89. (In Russian).
2. Gumerov M.F., Rizvanova I.A. Credit Risks of Russian Commercial Banks: New Approaches to Management. Finance: Theory and Practice. 2023;27(2):64–75. (In Russian). <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2023-27-2-64-75>
3. Pasbkovskaya I.V. Forms and methods of state participation in the securitization of problem loans of commercial banks. Bulletin of Eurasian Science. 2022;14(3):17. (In Russian).
4. Lunyakov O.V. Credit Rationing Equilibrium Achievement in the Conditions of Digitalization. Finance: Theory and Practice. 2023;27(1):91–102. (In Russian). <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2023-27-1-91-102>
5. Brovkina N.E., Rizvanova I.A. Financial literacy: problems and solutions. Economy. Taxes. Right. 2022;3:59–68. (In Russian).

Динамика развития социально ориентированных некоммерческих организаций как поставщиков социально значимых услуг в регионах Северо-Западного федерального округа Российской Федерации

Артамонова Анна Станиславовна

Науч. сотр.

ORCID: 0000-0002-7585-2123, e-mail: artamonova.ast@gmail.com

Вологодский научный центр Российской академии наук, г. Вологда, Москва

Аннотация

В статье представлен анализ динамики развития социально ориентированных некоммерческих организаций (далее – СОНКО) в контексте их роли в трансформации системы социального обслуживания. Исследование базируется на данных ведомственной статистики за 2018–2022 гг. по регионам Северо-Западного федерального округа с использованием методов сравнительного анализа. Проведенный анализ позволил выявить, что во всех выбранных субъектах федерации достигнуты контрольные показатели по удельному весу негосударственных провайдеров в общем числе поставщиков социальных услуг. В их числе доля СОНКО составляет от 13 до 86 %. Оценка темпов развития СОНКО по всем видам социально значимых услуг, содержащимся в официальной статистической информации, показала, что при практически неизменном их количестве увеличение объемов финансовой поддержки приводит к росту числа их потребителей. Наиболее заметное расширение целевой аудитории наблюдается в области культуры и кинематографии, однако в целом заметна дифференциация регионов по темпам увеличения объема социально значимых услуг в различных сферах. Выявленные расхождения в различных ведомственных реестрах СОНКО связаны с невозможностью их адаптации к новым условиям и могут говорить о непреодолении барьеров, препятствующих участию данных организаций в оказании социальных услуг по заказу государства.

Для цитирования: Артамонова А.С. Динамика развития социально ориентированных некоммерческих организаций как поставщиков социально значимых услуг в регионах Северо-Западного федерального округа Российской Федерации // Вестник университета. 2024. № 2. С. 171–180.

Ключевые слова

СОНКО, Северо-Западный федеральный округ, поставщик социальных услуг, социальная сфера, социально ориентированные некоммерческие организации

**Dynamics of socially oriented
non-profit organizations development
as providers of socially important services
in the regions of the Northwestern Federal
District of the Russian Federation**

Anna S. Artamonova

Researcher

ORCID: 0000-0002-7585-2123, e-mail: artamonova.ast@gmail.com

Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences, Vologda, Russia

Abstract

The article analyzes the dynamics of socially oriented non-profit organizations (hereinafter – SONPOs) development in the context of their role in the social service system transformation. The study is based on the data of departmental statistics for 2018–2022 for the Northwestern Federal District regions using the comparative analysis methods. The analysis revealed that in all selected federal subjects the benchmarks for the non-state providers share in the total number of social service providers have been achieved. Among them, the SONPOs share ranges from 13 to 86 %. The assessment of the SONPOs development rates for all types of socially important services contained in the official statistical information has shown that, while their number is practically unchanged, the increase in the financial support volume leads to an increase in their consumers' number. The most noticeable expansion of the target audience is observed in the field of culture and cinematography, but in general, there is a noticeable differentiation of regions in terms of the increase rate in the socially important services volume in various spheres. The identified discrepancies in various departmental registers of SONPOs are related to their inability to adapt to new conditions and may indicate the failure to overcome barriers that prevent these organizations from participating in providing social services commissioned by the state.

Keywords

SONPO, Northwestern Federal District, social service provider, social sphere, socially oriented non-profit organizations

For citation: Artamonova A.S. (2024) Dynamics of socially oriented non-profit organizations development as providers of socially important services in the regions of the Northwestern Federal District of the Russian Federation. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 171–180.



ВВЕДЕНИЕ

Последнее десятилетие стало периодом активного развития для российского некоммерческого (третьего) сектора. В частности, все большее значение приобретает деятельность социально ориентированных некоммерческих организаций (далее – СОНКО), играющих большую роль в нивелировании провалов рынка и государства, связанных с оказанием социальных услуг населению. С 2012 г. наблюдаются усиление поддержки СОНКО, совершенствование законодательной базы их функционирования, расширение видов деятельности¹. С 2015 г., согласно федеральному закону №442-ФЗ², в каждом субъекте федерации формируются реестры поставщиков социальных услуг, встроившиеся в реформу сферы социального обслуживания и предусматривающие равные права участия государственных и негосударственных организаций [1]. В 2016 г. федеральным законодательством было введено понятие социально-ориентированной некоммерческой организации – исполнителя общественно полезных услуг, предоставляемых в различных сферах социальной сферы (социальное обслуживание, содействие занятости, социальная адаптация, образовательные услуги и т.д.)³.

С 2020–2021 гг. Министерством экономического развития (далее – Минэкономразвития) Российской Федерации (далее – РФ, Россия) формируются реестры СОНКО и рейтинг регионов по итогам реализации механизмов поддержки СОНКО и социального предпринимательства. Кроме указанных законов, принято большое количество нормативно-правовых актов, направленных на развитие социально ориентированных некоммерческих организаций, регулирование их налоговых и трудовых вопросов, популяризацию благотворительности и добровольчества.

Внимание к вовлечению СОНКО в оказание социальных услуг по заказу государства обусловлено важной ролью третьего сектора в социально значимых сферах жизни, что подтверждается многочисленными исследованиями. В зарубежной и отечественной практике подчеркивается значимость организаций некоммерческого сектора в развитии локальных территорий, участии в преодолении последствий чрезвычайных ситуаций, поддержке социально уязвимых категорий населения [2–7]. Эффективность деятельности СОНКО обеспечивается их сравнительными преимуществами: гибким подходом к потребностям целевой аудитории, способностью привлекать дополнительные финансовые и человеческие ресурсы, комплексным характером работы, лучшим пониманием проблем и потребностей потребителей услуг [8; 9].

Вместе с тем, несмотря на разнообразие принимаемых мер стимулирования деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций, исследования показывают, что эффективность их поддержки остается довольно низкой в силу непрозрачности и необъективности установленных процедур отбора поставщиков социальных услуг и институциональной слабости самих СОНКО [10–14]. Это может создать риски для протекающей трансформации системы социального обслуживания в России. Тем самым проводится анализ актуальных тенденций развития СОНКО как поставщиков социально значимых услуг, что составило цель настоящего исследования. Акцент на социально значимых услугах по всем видам экономической деятельности (без сужения только до социальных услуг) позволит дать более широкое представление о состоянии сектора социально ориентированных некоммерческих организаций в контексте реформы системы социального обслуживания.

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование базируется на методах сравнительного анализа и описания. Источниками данных послужили результаты выборочного обследования СОНКО, проводимого Федеральной службой государственной статистики, региональные реестры поставщиков социальных услуг, реестр СОНКО на сайте Министерства экономического развития РФ (все данные актуальны на 25 сентября 2023 г.).

Обработка данных осуществлялась в MS Excel. В качестве площадки для реализации данного исследования были выбраны регионы Северо-Западного федерального округа РФ (далее – СЗФО). Временной период включает наиболее актуальную статистическую информацию за 2018–2022 гг.

¹ Российская Федерация. Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики». https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_129344/ (дата обращения: 12.12.2023).

² Российская Федерация. Федеральный закон от 28 декабря 2013 г. № 442-ФЗ (ред. от 28.04.2023) «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации». https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156558/ (дата обращения: 12.12.2023).

³ Российская Федерация. Федеральный закон от 3 июля 2016 г. № 287-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О некоммерческих организациях” в части установления статуса некоммерческой организации – исполнителя общественно полезных услуг». https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200638/ (дата обращения: 12.12.2023).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В соответствии с контрольными показателями доля негосударственных поставщиков социальных услуг должна была составлять к 2018 г. не менее 10 % от общего числа организаций в этой сфере Дорожной карты⁴. Анализ показал, что в настоящее время во всех регионах СЗФО поставленная цель достигнута (табл. 1).

Таблица 1

Количество поставщиков социальных услуг

Регион РФ	Общее число поставщиков	Число негосударственных поставщиков	Удельный вес негосударственных организаций
Ленинградская область	98	61	62,2 %
Новгородская область	74	43	58,1 %
Мурманская область	51	29	56,9 %
Калининградская область	100	47	47,0 %
Архангельская область	79	32	40,5 %
Вологодская область	61	20	32,8 %
Санкт-Петербург	121	37	30,6 %
Республика Карелия	44	13	29,5 %
Республика Коми	55	14	25,5 %
Псковская область	70	8	11,4 %

Составлено автором по материалам источника и ранжировано по последнему столбцу^{5,6,7,8,9,10,11,12,13,14}

Из табл. 1 видно, что практически во всех регионах СЗФО удельный вес негосударственных поставщиков социальных услуг превышает общероссийский уровень, который, по данным Агентства социальной информации со ссылкой на Министерство труда и социальной защиты РФ, в России в 2022 г. составил 23,42 %¹⁵. Это дает основания сделать вывод о достаточной эффективности созданных для их участия условий.

В числе негосударственных поставщиков социальных услуг в СЗФО удельный вес СОНКО составляет от 13 до 86 % (табл. 2).

⁴ Российская Федерация. Распоряжение Правительства РФ от 8 июня 2016 г. № 1144-р «Об утверждении плана мероприятий («Дорожной карты») «Поддержка доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере»». https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199767/ (дата обращения: 12.12.2023).

⁵ Интерактивный портал Министерства социальной защиты Республики Карелия. Реестр поставщиков услуг социального обслуживания. <https://social.karelia.ru/serviceproviders/index> (дата обращения: 12.12.2023).

⁶ Министерство труда, занятости и социальной защиты Республики Коми. Реестр поставщиков социальных услуг. <https://mintrudsoc.rkomi.ru/deyatelnost/socialnoe-obsluzhivanie/reestr-postavshchikov-socialnyh-uslug> (дата обращения: 12.12.2023).

⁷ Интерактивный портал Министерства социальной защиты Архангельской области. Реестр поставщиков услуг. <https://social.arhzan.ru/serviceproviders> (дата обращения: 12.12.2023).

⁸ Департамент социальной защиты населения Вологодской области. Реестр поставщиков социальных услуг. <https://socium.gov35.ru/deyatelnost/informatsionnye-sistemy/reestr/> (дата обращения: 12.12.2023).

⁹ Правительство Калининградской области. Министерство социальной политики. Реестр организаций, осуществляющих полномочия органов опеки и попечительства по подбору и подготовке граждан, желающих принять на воспитание детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. https://social.gov39.ru/uchrezhdeniya/obsluzhivanie-i-reabilitatsiya/reestr-organizatsiy-osushchestvlyayushchikh-polnomochiya-organov-opeki-i-popechitelstva-ro-podboru-i/?ELEMENT_ID=25312 (дата обращения: 12.12.2023).

¹⁰ Интерактивный портал Министерства социальной защиты населения Ленинградской области. Реестр поставщиков услуг социального обслуживания. <https://sozschashtia.lenobl.ru/serviceproviders> (дата обращения: 12.12.2023).

¹¹ Министерство труда и социального развития Мурманской области. Реестр поставщиков социальных услуг. https://minsoc.gov-murman.ru/activities/social_services_fed_law/reestr_soc_service_providers/ (дата обращения: 12.12.2023).

¹² Министерство труда и социальной защиты населения Новгородской области. Реестр поставщиков социальных услуг Новгородской области. <https://mintrud.novreg.ru/ministry/suborgs/reestr-postavshchikov-sotsialnykh-uslug-novgorodskoy-oblasti/> (дата обращения: 12.12.2023).

¹³ Комитет по социальной защите Псковской области. Реестр поставщиков социальных услуг. <https://social.pskov.ru/deyatelnost/organizatsiya-socialnogo-obsluzhivaniya-grazhdan-v-pskovskoy-oblasti/reestr-postavshchikov-socialnyh-uslug> (дата обращения: 12.12.2023).

¹⁴ Санкт-Петербургское государственное казенное учреждение «Городской информационно-расчетный центр». Реестр поставщиков социальных услуг. <https://iss.ktsz.spb.ru/ISS/esrn/index/servproviders.htm> (дата обращения: 12.12.2023).

¹⁵ Агентство социальной информации. С какими проблемами сталкиваются негосударственные поставщики соцуслуг. <https://www.asi.org.ru/2022/09/27/s-kakimi-problemami-stalkivayutsya-negosudarstvennye-postavshhiki-socuzslug/> (дата обращения: 12.12.2023).

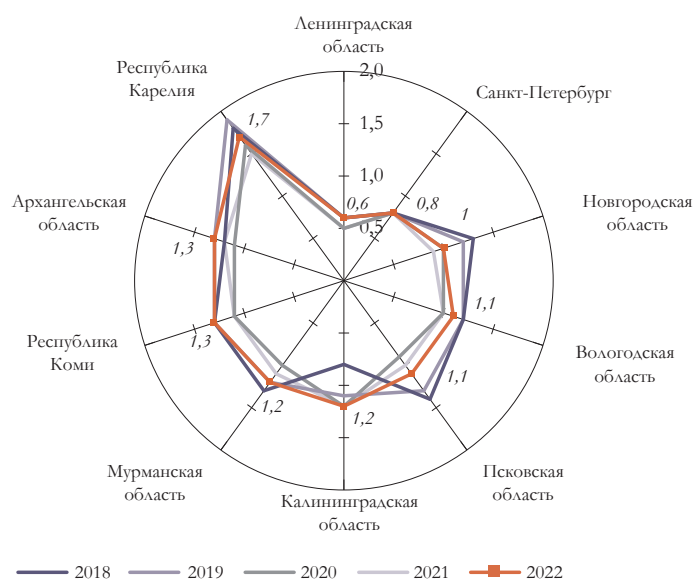
Число СОНКО в СЗФО

Регион РФ	Число СОНКО в реестре поставщиков социальных услуг	Удельный вес СОНКО в числе негосударственных поставщиков	Для справки: общее число СОНКО в реестре Минэкономразвития России
Республика Коми	12	85,7%	423
Калининградская область	38	80,9%	501
Псковская область	6	75,0%	216
Санкт-Петербург	26	70,3%	2422
Республика Карелия	9	69,2%	357
Вологодская область	10	50,0%	558
Мурманская область	13	44,8%	300
Архангельская область	14	43,8%	509
Новгородская область	7	16,3%	223
Ленинградская область	8	13,1%	492

Составлено автором по материалам источника и ранжировано по доле СОНКО^{16,17}

В то же время в реестры Минэкономразвития России включено значительно большее число социально ориентированных некоммерческих организаций, чем в региональные перечни поставщиков социальных услуг. Это может свидетельствовать о нерешенных противоречиях, касающихся передачи государственных социальных услуг СОНКО [1].

Характеризуя динамику развития СОНКО в СЗФО, можно отметить, что в регионах не зафиксировано существенных изменений количества организаций за 2018–2022 гг., в Калининградской области наблюдается рост их числа на 0,4 чел. на 1 тыс. жителей, в Псковской – сокращение на 0,3 чел., что заметнее, чем в целом по России (– 0,1 чел. на 1 тыс. жителей). В среднем на 1 тыс. жителей в СЗФО приходится 1,2 СОНКО (рис. 1).



Составлено автором по материалам источника¹⁸

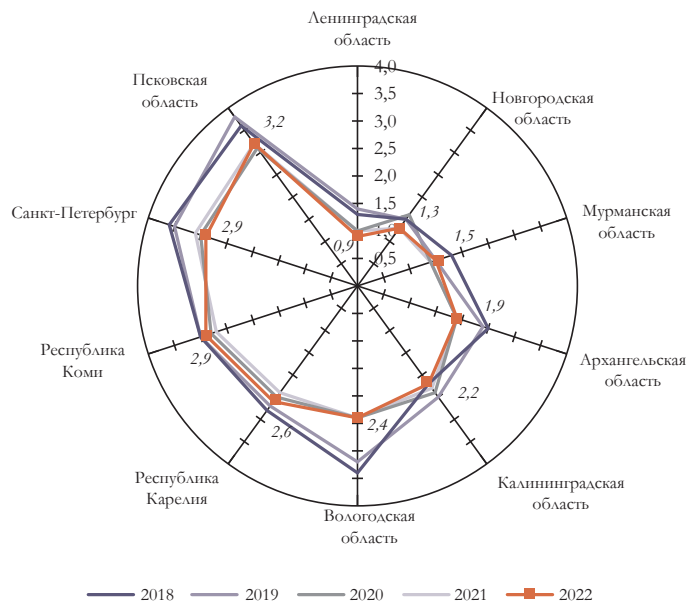
Рис. 1. Число СОНКО на 1 тыс. человек (отмечены значения за 2022 г.).

¹⁶ См. источники к табл. 1.

¹⁷ Министерство экономического развития Российской Федерации. Реестр социально ориентированных некоммерческих организаций, сформированный в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 30 июля 2021 г. № 1290. <https://data.economy.gov.ru/analytics/sonko> (дата обращения: 12.12.2023).

¹⁸ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Количество социально-ориентированных некоммерческих организаций с 2017 г. <https://www.fedstat.ru/indicator/58625> (дата обращения: 12.12.2023).

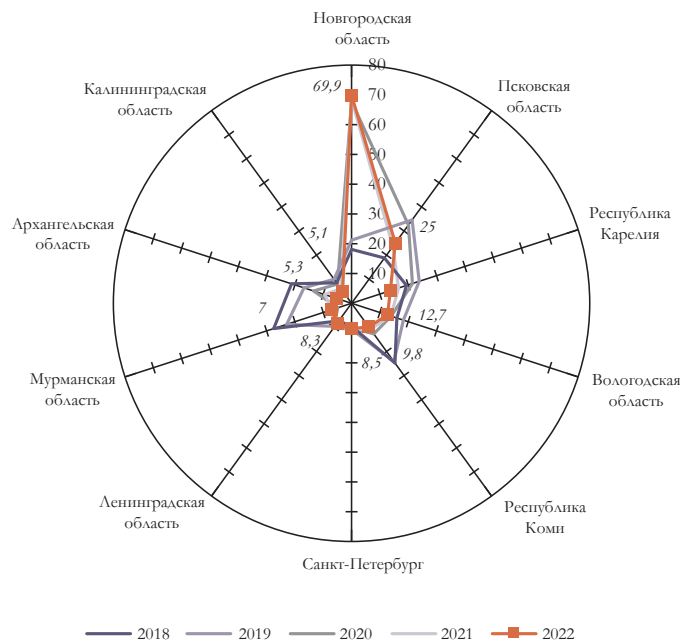
Во всех субъектах округа зафиксировано сокращение численности работников СОНКО, за исключением Калининградской области, где их количество незначительно увеличилось (с 2,15 до 2,21 чел.) (рис. 2). По СЗФО снижение составило 0,5 работников на 1 тыс. жителей (с 2,8 до 2,3 чел.), по РФ – 0,3 чел. (с 2,9 до 2,5 чел.).



Составлено автором по материалам источника¹⁹

Рис. 2. Число штатных работников СОНКО на 1 тыс. чел. (отмечены значения за 2022 г.).

Несмотря на сокращение числа добровольцев в стране (– 17,3 чел. на 1 тыс. жителей) и СЗФО (– 1,3 чел. на 1 тыс. жителей), в четырех регионах округа зафиксирован рост их количества: в Новгородской (+ 51,8 чел), Псковской (+ 6,1 чел.), Ленинградской (+ 1 чел.) областях и в Санкт-Петербурге (+ 0,7 чел.). Наиболее заметное сокращение характерно для Мурманской области – с 27,5 до 7 чел. на 1 тыс. жителей). Данные по 2022 г. представлены на рис. 3.



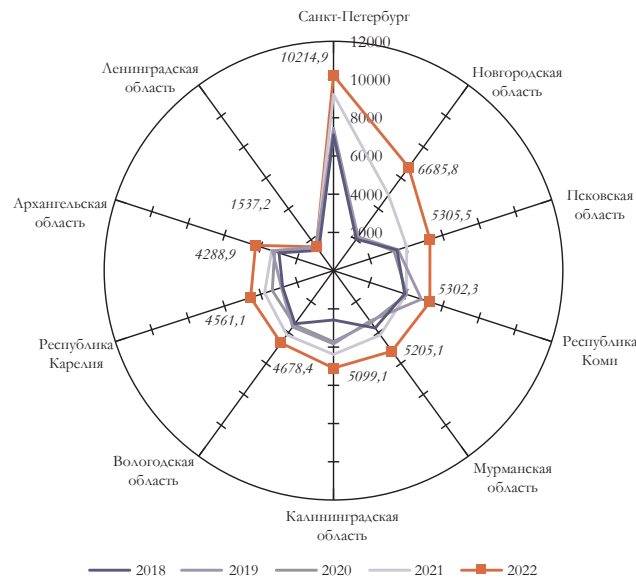
Составлено автором по материалам источника²⁰

Рис. 3. Число добровольцев на 1 тыс. чел. (отмечены значения за 2022 г.).

¹⁹ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Среднесписочная численность работников. <https://www.fedstat.ru/indicator/59157> (дата обращения: 12.12.2023).

²⁰ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Средняя численность добровольцев (волонтеров). <https://www.fedstat.ru/indicator/59160> (дата обращения: 12.12.2023).

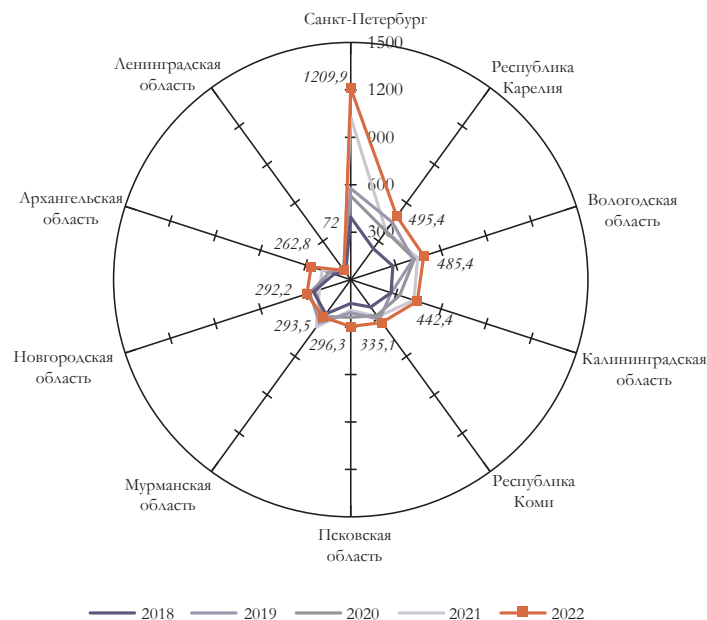
Во всех регионах округа и в стране в целом наблюдается увеличение объема поступлений. Прирост составил от 17 (Ленинградская область) до 300 % (Новгородская область). При этом лидером по данному показателю является Санкт-Петербург, где в расчете на 1 тыс. жителей объем поступлений СОНКО составляет 10 214,9 тыс. руб. За весь период наименьший объем характерен для Ленинградской области (1 537,2 тыс. руб. в 2022 г.) (рис. 4).



Составлено автором по материалам источника²¹

Рис. 4. Объем поступлений СОНКО (отмечены значения за 2022 г.)

В России наблюдается устойчивый рост числа получателей социально значимых услуг, оказываемых СОНКО: за указанный период прирост составил более 30 %, в СЗФО – в 2,5 раза. В субъектах округа данная тенденция находит подтверждение, при этом наиболее заметно она проявляется в Санкт-Петербурге (более, чем в три раза: с 394,6 до 1 209,9 чел. на 1 тыс. жителей). Данные по 2022 г. представлены на рис. 5.



Составлено автором по материалам источника²²

Рис. 5. Количество получателей социально значимых услуг СОНКО (отмечены значения за 2022 г.)

²¹ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Поступление денежных средств и иного имущества. <https://www.fedstat.ru/indicator/58618> (дата обращения: 12.12.2023).

²² Единая межведомственная информационно-статистическая система. Количество человек, которым оказаны социальные услуги с 2017 г. <https://www.fedstat.ru/indicator/58621> (дата обращения: 12.12.2023).

Проведенный анализ динамики развития социально ориентированных некоммерческих организаций в регионах СЗФО за период 2018–2022 гг. позволил выявить незначительное изменение их количества и сокращение численности штатных работников при одновременном повышении уровня добровольчества. Также зафиксирован рост объема поступлений и существенное увеличение числа получателей социально значимых услуг, оказываемых СОНКО.

Наиболее заметное расширение целевой аудитории наблюдается в области культуры и кинематографии (в СЗФО более, чем в пять раз по сравнению с 2018 г., в РФ – в 1,7 раза). Это может быть обусловлено усилением финансовой поддержки мероприятий в области культуры и искусства, проведением фестивалей (конкурсов) и проектов в данной области в связи с тем, что 2022 г. был объявлен Годом культурного наследия народов России [15].

В целом следует отметить довольно заметную дифференциацию регионов СЗФО по темпам увеличения объема социально значимых услуг в различных сферах (табл. 3). Обращает на себя внимание Республика Коми, в которой зафиксирована отрицательная динамика по количеству получателей во всех отраслях социальной сферы, за исключением здравоохранения, где рост составил 1,7 раза в 2022 г. по сравнению с 2018 г.

Таблица 3

Динамика численности получателей социальных услуг по видам деятельности

Вид деятельности	2022 г., чел.	Темп роста в СЗФО, %	Регионы с положительной динамикой	Регионы с отрицательной динамикой
Здравоохранение	905 883	117,6	Республика Карелия, Республика Коми, Архангельская область, Вологодская область, Калининградская область	Ленинградская область, Мурманская область, Новгородская область, Псковская область, Санкт-Петербург
Культура и кинематография	4 914 238	522,5	Республика Карелия, Архангельская область, Вологодская область, Калининградская область, Ленинградская область, Мурманская область, Псковская область, Санкт-Петербург	Республика Коми, Новгородская область
Образование	1 444 027	193,8	Республика Карелия, Архангельская область, Вологодская область, Калининградская область, Ленинградская область, Новгородская область, Псковская область, Санкт-Петербург	Республика Коми, Мурманская область
Социальная политика (включая социальное обслуживание населения)	1 455 316	175,1	Республика Карелия, Архангельская область, Вологодская область, Калининградская область, Ленинградская область, Мурманская область, Новгородская область, Санкт-Петербург	Республика Коми, Псковская область

Вид деятельности	2022 г., чел.	Темп роста в СЗФО, %	Регионы с положительной динамикой	Регионы с отрицательной динамикой
Спорт	511 636	117,8	Республика Карелия, Архангельская область, Вологодская область, Калининградская область	Республика Коми, Ленинградская область, Мурманская область, Новгородская область, Псковская область, Санкт-Петербург

Составлено автором по материалам источника²³

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Полученные в ходе исследования результаты позволяют сделать следующие выводы. Предусмотренные Дорожной картой контрольные показатели по доле негосударственных поставщиков социальных услуг в СЗФО достигнуты. В то же время по удельному весу СОНКО в числе этих провайдеров регионы заметно дифференцированы. Анализ динамики их развития по всем видам социально значимых услуг показал, что при практически неизменном количестве таких организаций за счет увеличения объема их финансовой поддержки наблюдается рост численности потребителей. В контексте трансформации системы социального обслуживания это свидетельствует об эффективности принимаемых мер по стимулированию деятельности СОНКО, в том числе как поставщиков социальных услуг.

Вместе с тем следует отметить выявленные расхождения в реестрах СОНКО: перечни профильных ведомств регионов СЗФО содержат гораздо меньшее количество организаций, чем включено в реестр Минэкономразвития России. Это может говорить о непреодолении барьеров, препятствующих участию СОНКО в оказании социальных услуг по заказу государства и связанных с невозможностью их адаптации к новым условиям. Тем самым под угрозой оказывается достижение главной цели трансформации системы социального обслуживания, заключающейся в повышении качества социальных услуг, оказываемых населению.

Список литературы

1. *Московская А.А.* Стимулы и барьеры привлечения негосударственных поставщиков к оказанию социальных услуг: Российский и зарубежный опыт. Вопросы государственного и муниципального управления. 2018;3:88–116.
2. *Walters J.E.* More than meets the eye: Organizational capacity of nonprofits in the poor, rural South. Journal of Rural Studies. 2021;86:497–507.
3. *Antolín-López R., Jerez-Gómez P., Rengel-Rojas S.B.* Uncovering local communities' motivational factors to partner with a nonprofit for social impact: A mixed-methods approach. Journal of Business Research. 2022;139:564–583.
4. *Ji H., No W., Yeo J.* Community factors and local governments' hazard mitigation efforts: Focusing on nonprofit organizations. International Journal of Disaster Risk Reduction. 2022;83(103395). <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.103394>
5. *Roberts F., Archer F., Spencer C.* The potential role of nonprofit organisations in building community resilience to disasters in the context of Victoria, Australia. International Journal of Disaster Risk Reduction. 2021;65(102530). <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2021.102530>
6. *Николенко Н.А., Серова Я.П.* Современный рынок социального обслуживания населения: опыт регионального исследования. Logos et Praxis. 2018;3:99–108.
7. *Карагодина О.А.* Роль социально ориентированных НКО в решении проблем инвалидов и лиц с ОВЗ (на примере деятельности организаций Волгоградского региона). Социодинамика. 2019;9.
8. *Мерсиянова И.В., Беневоленский В.Б.* Преимущества НКО как поставщиков социальных услуг: апробация в российских условиях. Вопросы государственного и муниципального управления. 2016;4:7–26.
9. *Белокрылова О.С., Вахтина М.А.* Обеспечение доступа субъектов рынка социальных услуг к госзаказу: проблемы и решения. Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. 2017;1.

²³ Единая межведомственная информационно-статистическая система. Количество человек, которым оказаны социальные услуги с 2017 г. <https://www.fedstat.ru/indicator/58621> (дата обращения: 12.12.2023).

10. Рудник Б.А., Куштанкина Е.В., Романова В.В. Привлечение НКО к оказанию услуг социальной сферы. Вопросы государственного и муниципального управления. 2017;2:105–129.
11. Рудник Б.А., Куштанкина Е.В. Привлечение НКО к оказанию социальных услуг: прозрачность применяемых процедур. Вопросы государственного и муниципального управления. 2018;3:117–137.
12. Мерсиянова И.В., Беневоленский В.Б. НКО как поставщики социальных услуг: верификация слабых сторон. Вопросы государственного и муниципального управления. 2017;2:83–104.
13. Заболотная Г.М., Ларионов А.В. Региональные практики институционализации негосударственных поставщиков социальных услуг. Вопросы государственного и муниципального управления. 2017;3:72–91.
14. Григорьева И., Парфенова О. Социально ориентированные НКО и социальные предприятия как драйверы разгосударствления социального обслуживания: барьеры и возможности. The Journal of Social Policy Studies. 2021;19(1):7–22. <https://doi.org/10.17323/727-0634-2021-19-1-7-22>
15. Состояние и перспективы развития сектора социально ориентированных некоммерческих организаций Санкт-Петербурга в 2020–2021 гг. СПб.: Лема; 2021. 128 с.

References

1. *Moskovskaya A.A.* Incentives and Barriers to Engaging Non-State Providers in the Provision of Public Social Services: Russian and Foreign Experience. *Public Administration Issues*. 2018;3:88–116. (In Russian).
2. *Walters J.E.* More than meets the eye: Organizational capacity of nonprofits in the poor, rural South. *Journal of Rural Studies*. 2021;86:497–507.
3. *Antolin-López R., Jerez-Gómez P., Rengel-Rojas S.B.* Uncovering local communities' motivational factors to partner with a non-profit for social impact: A mixed-methods approach. *Journal of Business Research*. 2022;139:564–583.
4. *Ji H., No W., Yeo J.* Community factors and local governments' hazard mitigation efforts: Focusing on nonprofit organizations. *International Journal of Disaster Risk Reduction*. 2022;83(103395). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.103394>
5. *Roberts F., Archer F., Spencer C.* The potential role of nonprofit organisations in building community resilience to disasters in the context of Victoria, Australia. *International Journal of Disaster Risk Reduction*. 2021;65(102530). <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2021.102530>
6. *Nikolenko N.A., Serova Ya.I.* Modern Market of Social Services: The Experience of Area Studies. *Logos et Praxis*. 2018;3:99–108. (In Russian).
7. *Karagodina O.A.* The role of socially oriented NPOs in solving the problems of disabled people and persons with disabilities (based on the example of the activities of organizations in the Volgograd region). *Sotsiodinamika*. 2019;9. (In Russian).
8. *Mersianova I.V., Benevolenski V.B.* The Comparative Advantages of NPOs as Social Welfare Services Providers: An Examination in the Russian Context. *Public Administration Issues*. 2016;4:7–26. (In Russian).
9. *Belokrylova O.S., Vakhtina M.A.* Providing the Equal Rights of Participation of the Market of Social Services: Problems and Solutions. *State and Municipal Administration Scientific Notes*. 2017;1.
10. *Rudnik B.I., Kushtanina E.V., Romanova V.V.* Involvement of NPOs in Providing Social Sphere Services. *Public Administration Issues*. 2017;2:105–129. (In Russian).
11. *Rudnik B.I., Kushtanina E.V.* Engaging NPOs in Providing Social Services: Transparency of Procedures Used. *Public Administration Issues*. 2018;3:117–137. (In Russian).
12. *Mersianova I.V., Benevolenski V.B.* NPOs as Social Services Providers: Organizational Weaknesses Verifying. *Public Administration Issues*. 2017;2:83–104. (In Russian).
13. *Zabolotnaya G.M., Larionov A.V.* Regional Practices of Institutionalization of Non-Governmental Social Welfare Services' Providers. *Public Administration Issues*. 2017;3:72–91. (In Russian).
14. *Grigoryeva I., Parfenova O.* Socially-Oriented NPOs and Social Enterprises as Drivers of Denationalization in Social Services: Barriers and Opportunities. *The Journal of Social Policy Studies*. 2021;19(1):7–22. (In Russian). <https://doi.org/10.17323/727-0634-2021-19-1-7-22>
15. The state and prospects of development of the sector of socially oriented non-profit organizations of St Petersburg in 2020–2021. St Petersburg: Lema Publ. House.; 2021 128 p. (In Russian).

Региональные особенности современной российской науки (на примере республики Башкортостан Российской Федерации)

Ахметова Эльмира Ирековна

Науч. сотр.

ORCID: 0009-0009-0374-4017, e-mail: isyan.elmira@yandex.ru

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

Аннотация

В статье анализируются региональные особенности современной российской науки. В ходе исследования были изучены работы, посвященные подготовке и воспроизводству научных кадров, а также повышению качества и эффективности научной деятельности. Выявлены общие тенденции в системе формирования научных кадров, а также идентифицированы факторы и показатели, оказывающие влияние на развитие науки в регионах. Проведен сравнительный анализ подготовки научных кадров в Российской Федерации и за рубежом, выявлены отличительные и схожие характеристики. Приведены данные о публикационной активности отечественных университетов. В предметном рейтинге университетов Российской Федерации вузы республики Башкортостан в основном находятся в третьей десятке, что указывает на необходимость усиления финансирования научных программ, повышения заработной платы и улучшения условий работы для научных работников. Немаловажным фактором успешного развития науки в регионе является создание привлекательных условий для молодых ученых, которые играют ключевую роль в развитии науки и инноваций, поскольку их участие считается драйвером научного прогресса. Автор подчеркивает важность усиления развития науки в российских регионах, что требует не только финансовых вложений, но и системных изменений, направленных на поддержку научных работников и создание благоприятных условий для работы.

Ключевые слова

Регион, воспроизводство научных кадров, научная карьера, аспиранты, докторанты, финансирование, исследования, рейтинг

Для цитирования: Ахметова Э.И. Региональные особенности современной российской науки (на примере республики Башкортостан Российской Федерации) // Вестник университета. 2024. № 2. С. 181–190.



Regional features of modern Russian science (on the example of the republic of Bashkortostan of the Russian Federation)

Elmira I. Akhmetova

Researcher

ORCID: 0009-0009-0374-4017, e-mail: isyan.elmira@yandex.ru

Institute of Socio-Economic Research of the Ufa Federal Research Center of the Russian Academy of Sciences, Ufa, Russia

Abstract

The article analyzes the regional peculiarities of modern Russian science. In the course of the research the works devoted to the training and reproduction of scientific personnel, as well as to improving the quality and efficiency of scientific activity have been studied. The general trends in the scientific personnel formation system have been revealed, and the factors and indicators that influence science development in the regions identified. A comparative analysis of scientific personnel training in Russia and abroad has been carried out, the distinctive and similar characteristics identified. The data on domestic universities publication activity have been presented. In the Russian universities subject rating the Republic of Bashkortostan universities are mainly in the third ten, which indicates the need to strengthen scientific programs financing, increase salaries and improve working conditions for researchers. An important factor in science successful development in the region is creating attractive conditions for young scientists, who play a key role in science and innovations development, as their participation is considered a scientific progress driver. The author emphasizes the importance of strengthening the science development in Russian regions, which requires not only financial investments, but also systemic changes aimed at supporting researchers and creating favorable working conditions.

Keywords

Region, personnel scientific reproduction, scientific career, graduate students, doctoral students, financing, research, rating

For citation: Akhmetova E.I. (2024) Regional features of modern Russian science (on the example of the republic of Bashkortostan of the Russian Federation). *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 181–190.



ВВЕДЕНИЕ

Трансформационные процессы, происходящие на сегодняшний день не только в российском, но и в общемировом масштабе, можно связать с изменением ценностной системы общества, которое оказывает существенное влияние на формирование содержания интеллектуального потенциала и требует постоянного мониторинга и адаптации со стороны государства и общества. Поскольку интеллектуальный потенциал играет ключевую роль в развитии науки и технологий, совершенствование системы образования и стимулирование интереса к науке и технологиям становятся важными факторами устойчивого развития экономики и общества в целом.

Воспроизводство научных кадров является одним из ключевых элементов этого процесса. Оно позволяет сохранить и передать знания и опыт от одного поколения ученых к другому, обеспечивая непрерывное развитие науки и технологий. Кроме того, воспроизводство научных кадров способствует созданию новых рабочих мест, привлечению инвестиций и развитию инфраструктуры, необходимой для проведения научных исследований.

Однако система подготовки научных кадров требует перемен. Так, в своем послании от февраля 2023 г. Президент Российской Федерации (далее – РФ, Россия) В.В. Путин заявил о необходимости обновления подходов к системе подготовки кадров и научно-технологической политике страны¹.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Целью настоящего исследования стали выявление и объяснение региональных особенностей современной российской науки. Объектом исследования выступает наука как социальный институт, предметом исследования – его региональные особенности. Для достижения цели были использованы общенаучные методы: логического, системного, статистического анализа. Данные, полученные в ходе работы, позволили провести анализ особенностей региональной науки.

В настоящее время исследованиями в области подготовки и воспроизводства научных кадров активно занимаются эксперты в области социологии, экономики, психологии, педагогики и др. В социологической науке основоположником «институциональной» социологии науки принято считать Р. Мертона, который являлся одним из ведущих американских социологов XX в. и изучал различные аспекты социологии науки. Он внес вклад в изучение социальных норм и ценностей в научных сообществах, а также концепции «самоисполняющегося пророчества» и социального капитала [1; 2].

Французский социолог П. Бурдьё, изучая социокультурные аспекты научной карьеры, акцентировал внимание на влиянии образования, культурного капитала и социального статуса на успех в академической сфере. Его исследования о социальных аспектах научной карьеры внесли важный вклад в понимание того, как социальные структуры и нормы влияют на карьерные траектории ученых [3].

В своей работе «Наука как призвание и профессия» М. Вебер анализировал вопросы природы и ценности научной деятельности и рассматривал основные аспекты профессиональной деятельности ученых. В то же время автор не только подчеркивал научные аспекты исследований, но и обращал внимание на социальные и этические аспекты научного призвания. Данная работа оказала заметное влияние на понимание сущности научного исследования и места ученого в обществе [4].

В целом все исследования, касающиеся региональных особенностей российской науки, выраженной в системе подготовки научных кадров, повышения качества и эффективности научных исследований, можно подразделить на следующие аспекты:

- 1) исследование структуры образования и требований к подготовке научных кадров и анализ компетенций и навыков, необходимых для успешной научной карьеры [5–7];
- 2) исследование научной карьеры через призму социокультурных факторов, влияющих на выбор профессии, мотивацию для проведения научной деятельности и сегментацию научного сообщества [8; 9];
- 3) гендерные и социокультурные аспекты доступа к научной карьере и успеху в ней [10];
- 4) инновации в области образования (внедрение онлайн-образования и новых технологий в процесс обучения) [11];
- 5) исследование карьерных траекторий и трудоустройства выпускников и аспирантов, а также их непосредственное трудоустройство по завершении ими обучения [12; 13];
- 6) эффективность образовательных программ в области подготовки научных кадров [14].

¹ Российская Федерация. Послание Президента Российской Федерации от 21 февраля 2023 г. <http://kremlin.ru/acts/bank/49010> (дата обращения: 11.12.2023).

Несмотря на то что исследователи продолжают изучать процессы, происходящие в системе науки и технологий, необходимо понимать, что именно от действий научного сообщества зависит эффективность системы образования и занятости в академической сфере. При этом именно система воспроизводства кадров является принципиальным компонентом развития науки технологий в стране и требует обеспечения таких условий для ведения научной деятельности, при которых сами ученые смогут реализовать свой интеллектуальный потенциал в полной мере. Таким образом, воспроизводство научных кадров является значимой частью процесса развития науки и технологий в стране, который обеспечивает ее конкурентное преимущество на международной арене.

ПОДГОТОВКА НАУЧНЫХ КАДРОВ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Подготовка научных кадров – трудоемкий и долгосрочный процесс, требующий активной работы как со стороны государства, так и со стороны научного сообщества [15]. В целом модель реализации научной подготовки кадров высшей квалификации в РФ и за рубежом имеет и схожие, и отличительные особенности.

В России подготовка научных кадров выполняется через систему высшего и послевузовского образования, которая осуществляется в высших учебных заведениях и научно-исследовательских институтах через структуры аспирантуры и докторантуры. Работа над диссертационным проектом становится основным путем приращения фундаментальных и прикладных научных знаний. Важным элементом в системе подготовки научных кадров является научное руководство, в котором ведущие ученые, работая с молодыми исследователями, обеспечивают преемственность поколений в науке.

За рубежом подготовка научных кадров в большей степени реализуется через научные программы. К примеру, в Соединенных Штатах Америки (далее – США) существуют научные программы вузов, в которых предполагается проведение научных исследований. Студентам предоставлена возможность присоединиться к таким проектам и работать в лабораториях под руководством преподавателей. Как следствие, имея исследовательский опыт, студенты могут продолжить образование в аспирантуре или же присоединиться к исследовательским проектам в университетах или научных центрах. Также достаточно распространенный путь вхождения в научное сообщество – система «постдокторантуры» или научных стажировок, которая предоставляет возможность молодым ученым работать с ведущими специалистами в своей области [16].

В то же время необходимо рассмотреть отличительные характеристики системы подготовки научных кадров. Если в России деятельность по подготовке кадров реализуется на основе федеральных законов, постановлений и правил, то за рубежом организационная структура может отличаться в зависимости от страны и института. Например, система финансирования аспирантуры (докторантуры) в России может осуществляться как на государственные средства, так и на частные. За рубежом способов оплаты обучения в аспирантуре немного больше. В частности, в США оплатить обучение аспиранты могут через систему грантов и стипендий, путем финансирования от работодателя, через заемные средства. Стоит также отметить, что условия финансирования аспирантуры в США могут различаться в зависимости от университета, программы обучения и специальности. При этом возможностей для международной мобильности и участия в международных программах у аспирантов и исследователей за рубежом гораздо больше, чем у российских.

Таким образом, подготовка научных кадров является основополагающим аспектом успешного развития научных исследований и инноваций. При этом и в России, и за рубежом необходимо направлять внимание на стимулирование научных исследований, формирование научных навыков и предоставление доступа к современным технологиям для своевременного и эффективного воспроизводства кадров.

ПОЛОЖЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ НАУКИ СЕГОДНЯ

Состояние региональной науки обусловлено множеством факторов, зависящих от социально-экономического и пространственного развития территории. При этом именно на региональном уровне заметно, насколько сфера науки и технологий зависима от системы подготовки высококвалифицированных научных кадров на местах. Процедура воспроизводства научных кадров состоит из нескольких важных аспектов.

Высшее образование включает различные уровни, начиная с бакалавриата и заканчивая докторантурой. Каждый из этих уровней обеспечивает определенную ступень академической подготовки и играет свою роль в подготовке и их профессиональном развитии в соответствующей области знаний. Однако, несмотря на процессы массовизации высшего образования, общая численность студентов сокращается (табл. 1) [17–19].

Таблица 1

Общая численность студентов, аспирантов и докторантов

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Численность аспирантов на конец года, чел.	2 249	1 961	1 755	1 543	1 409	1 444	1 473	1 722
Численность докторантов на конец года, чел.	26	6	10	13	16	12	14	7
Численность студентов на начало года, чел.	114 417	–	103 552	100 525	97 187	97 299	95 712	97 422

Составлено автором по материалам источника [17–19]

Только в 2022 г. численность студентов немного стала увеличиваться. Данное положение связано с так называемой «демографической ямой», которая стала причиной того, что в 1990-е гг. и 2000-е гг. число родившихся резко сократилось. Второстепенными, но все же оказывающими влияние причинами могут стать: ужесточение требований к проведению единого государственного экзамена, отзыв лицензии у большого числа частных вузов и филиалов государственных университетов, рост числа студентов, обучающихся по программам среднего профессионального образования.

Такая же ситуация (однако по другим причинам) наблюдается в системе послевузовского образования. Численность аспирантов и докторантов демонстрирует тенденцию к снижению. Проводимые реформы российской науки повлекли за собой сокращение числа диссертационных советов и ограничение финансирования аспирантуры и докторантуры. Данные последствия оказали негативное воздействие на обучение и подготовку кадров для научной сферы. В связи с этим важно балансировать экономические ограничения с поддержкой и развитием образования и научной деятельности.

Однако, как и в случае с численностью студентов, в 2022 г. возросла и численность аспирантов. В целом это общероссийская тенденция, не характерная только для Республики Башкортостан².

Необходимость проведения научных исследований для приобретения новых знаний и профессионального роста в своей области первостепенна для становления успешного ученого. Так, за период с 2010 г. по 2021 г. общее число организаций, выполнявших научные исследования и разработки, увеличилось, составив 78 заведений (в 2010 г. – 60). Наблюдается рост показателей «Списочная численность работников, выполнявших научные исследования и разработки» и «Списочная численность исследователей и техников» (табл. 2.) [18].

Таблица 2

Основные показатели состояния и развития науки

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки	74	74	72	75	73	79	78
Объем научно-технических работ в действующих ценах, млн руб.	11 471,9	11 039,3	11 135,9	13 582,7	12 920,0	12 301,5	15 009,1
Затраты на исследования и разработки, млн руб.	10 277,0	10 322,5	10 087,1	12 742,7	10 960,2	11 555,6	14 190,7
Списочная численность работников, выполнявших научные исследования и разработки, чел.	8 262	8 008	7 726	7 795	7 555	7 797	8 341
Списочная численность исследователей и техников, чел.	4 383	4 289	4 108	4 190	4 053	4 938	5 402
из них:							
– докторов наук	274	270	248	277	264	484	472
– кандидатов наук	921	914	849	841	870	1 347	1 305

Составлено автором по материалам источника [18]

²Институт статистических исследований и экономики Высшей школы экономики. Привлекательность аспирантуры продолжает расти. Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/833286044.html> (дата обращения: 17.12.2023).

Повышение вышеуказанных показателей может быть результатом различных факторов, связанных как с внутренними, так и с внешними факторами:

1) увеличение интереса к исследованиям и разработкам – с каждым годом увеличивается число конкурсов, хакатонов, исследований, предполагающих привлечение студентов и молодых ученых, которые впоследствии стимулируют рост интереса к исследованиям;

2) формирование новых лабораторий и исследовательских центров – создание в Республике Башкортостан Евразийского научно-образовательного центра (далее – НОЦ) стало началом в процессе трансформации образования и науки, поскольку центр не только занимается проведением научных исследований, но и стимулирует развитие инновационного бизнеса и стартапов (в перспективе НОЦ станет центром притяжения для инновационных компаний и местом, где будут появляться новые идеи и проекты)³;

3) технологическое развитие – утверждение Концепции технологического развития РФ предполагает формирование предпосылок для высокоинтенсивной инновационной активности корпораций и предпринимателей⁴;

4) политика и стратегические решения – Президент РФ В.В. Путин подписал Указ «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий», согласно которому в последующие 10 лет будет проведена работа по «привлечению талантливой молодежи в научную сферу, вовлечению исследователей и разработчиков в решение важнейших задач развития общества и страны, повышению доступности информации о достижениях и перспективах отечественной науки для граждан России»⁵.

Публикационная активность исследователей в научных журналах и конференциях является основным критерием оценки эффективности их научно-исследовательской деятельности, которая делает их работу видимой и доступной для научного сообщества. В новых социально-экономических условиях появилась потребность в определении уровня научно-исследовательской деятельности в университетах РФ. Так, аналитический центр «Эксперт АЦ» мониторит изменения в системе высшего образования, которые запущены федеральными программами «5-100» и «Приоритет 2030». Для отслеживания изменений аналитическим центром был составлен рейтинг по трем направлениям – «публикационная активность вузов через призму наукометрического анализа», «готовность университетов генерировать инновации в виде изобретений (патентов)» и «способность вузов воспитывать в стенах технологических предпринимателей»⁶. Методика расчета разработана при поддержке Центра мониторинга науки и образования и Лаборатории наукометрии Уральского федерального университета (табл. 3).

Таблица 3

Рейтинг публикационной активности университетов Республики Башкортостан по предметным областям

Предметные области	Место в 2023 г.	Место в 2022 г.	Наименование университета
Инженерные науки (Engineering)	35–36	–	Уфимский университет науки и технологий
Математика (Mathematics)	29	–	Уфимский университет науки и технологий
Материаловедение (Materials Science)	25	–	Уфимский университет науки и технологий
Фармакология (Pharmacology, Toxicology and Pharmaceutics)	13	13–14	Башкирский государственный медицинский университет
Менеджмент (Business, Management and Accounting)	33–36	–	Уфимский университет науки и технологий
Науки о Земле (Earth and Planetary Sciences)	27	33	Уфимский государственный нефтяной технический университет
Фармакология (Pharmacology, Toxicology and Pharmaceutics)	26–27	25	Башкирский государственный медицинский университет

³ Евразийский научно-образовательный центр мирового уровня. Официальный сайт. Режим доступа: <https://nocrb.ru/noc> (дата обращения: 17.12.2023).

⁴ Российская Федерация. Правительство утвердило Концепцию технологического развития до 2030 года. Режим доступа: <http://government.ru/docs/48570> (дата обращения: 17.09.2023).

⁵ Российская Федерация. 2022–2031 годы в России объявлены Десятилетием науки и технологий. Режим доступа: <http://kremlin.ru/acts/news/68278> (дата обращения: 17.09.2023).

⁶ Эксперт АЦ. Рейтинг публикационной активности российских университетов – 2023. Режим доступа: <https://acexpert.ru/publications/rating/reiting-publikatsionnoi-aktivnosti-rossiiskikh-universitetov-2023?ysclid=lmtdq5w3qx85589955> (дата обращения: 19.09.2023).

Предметные области	Место в 2023 г.	Место в 2022 г.	Наименование университета
Физика (Physics)	25–27	–	Уфимский университет науки и технологий
Химическая инженерия (Chemical Engineering)	30–31	–	Уфимский университет науки и технологий
Химическая инженерия (Chemical Engineering)	39–40	38	Уфимский государственный нефтяной технический университет
Химия (Chemistry)	27	–	Уфимский университет науки и технологий
Химия (Chemistry)	38	38	Уфимский государственный нефтяной технический университет
Экология (Environmental Science)	39	40	Уфимский государственный нефтяной технический университет
Экономика (Economics, Econometrics and Finance)	28	–	Уфимский университет науки и технологий
Энергетика (Energy)	37–39	35	Уфимский государственный нефтяной технический университет
Срез Компьютерных наук: Искусственный интеллект (Artificial Intelligence)	29	40–42	Уфимский государственный авиационный технический университет
Срез Наук о жизни: Биохимия (Biochemistry, Genetics and Molecular Biology)	18	–	Башкирский государственный медицинский университет
Срез Энергетики: Топливо (Fuel Technology)	25–27	23	Уфимский государственный нефтяной технический университет
Срез Энергетики: Топливо (Fuel Technology)	36–37	–	Уфимский университет науки и технологий
Срез Материаловедения: Металлургия (Metals and Alloys)	15	–	Уфимский университет науки и технологий
Срез общественных наук: Археология (Archaeology)	26–27	–	Башкирский государственный педагогический университет
Срез Материаловедения: Биоматериалы (Biomaterials)	40–42	–	Башкирский государственный медицинский университет

Составлено автором по материалам источника⁷

В предметном рейтинге участвуют вузы, опубликовавшие за исследуемый период более 0,5 % всех российских публикаций в соответствующей области. С 2021 г. методика расчета изменилась. Теперь при расчете рейтинга рассматриваются только статьи в журналах и обзоры по всем исследуемым предметам. В области компьютерных наук и искусственного интеллекта продолжают учитываться и тезисы конференций. Всего в рейтинг 2023 г. попали более 150 российских университетов. Вузы Республики Башкортостан входят в 22 предметных рейтинга из 27. По некоторым предметным рейтингам наблюдается улучшение показателей, тем не менее вузы республики занимают места в большей степени в третьей десятке.

Для успешного воспроизводства научных кадров требуются достойное финансирование их деятельности и система грантовой поддержки, которые позволят проводить исследования и осуществлять академическую деятельность. В РФ финансирование научной, научно-технологической и инновационной деятельности осуществляется преимущественно из средств федерального бюджета, а также средств фондов поддержки научной, научно-технической и инновационной деятельности (табл. 4).

В Республике Башкортостан объем финансирования научно-технических работ в 2021 г. составил 16 608,9 млн руб., что на 22 % выше, чем в предыдущем году. Если рассматривать структуру внутренних текущих затрат на выполнение исследований и разработок, то она составила 14 190,7 млн руб., тогда как

⁷ Эксперт АЦ. Рейтинг публикационной активности российских университетов – 2023. Режим доступа: <https://acexpert.ru/publications/rating/reiting-publikatsionnoi-aktivnosti-rossiiskikh-universitetov-2023?ysclid=lmtdq5w3qx85589955> (дата обращения: 19.12.2023).

в 2020 г. было 11 555,6 млн руб. [18]. Распределение по видам и областям наук за 2021 г. демонстрирует, что затраты на технические науки преобладают среди всех остальных. Меньше всего в исследуемом году профинансированы сельскохозяйственные науки [18].

Таблица 4

**Внутренние текущие затраты на выполнение исследований
и разработок по видам работ и областям наук в 2021 г.**

Показатели	Всего, млн руб.	в том числе по областям наук					
		естественные, млн руб.	технические, млн руб.	медицинские, млн руб.	сельскохозяйственные, млн руб.	общественные, млн руб.	гуманитарные, млн руб.
Внутренние текущие затраты – всего	12 909,3	1 592,4	9 257,1	1 454,1	76,3	316,5	213,0
Фундаментальные исследования	1 709,5	1 248,7	199,7	26,1	33,8	73,4	127,9
Прикладные исследования	2 313,9	211,6	380,0	1 382,5	42,5	240,6	56,6
Разработки	8 885,9	132,1	8 677,4	45,5	–	2,5	28,4

Составлено автором по материалам источника [18]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ демонстрирует позитивные изменения в сфере науки и технологий региона. Активно проводятся исследования в различных областях науки, включая прикладные и фундаментальные исследования. Университеты, академические институты и предприятия участвуют в научных проектах, которые способствуют развитию научной и инновационной деятельности.

Однако наблюдаются перманентно протекающие проблемы в системе подготовки научных кадров, которые привели к тому, что система воспроизводства научных кадров реализуется не в полной мере. Подготовка научных кадров играет важную роль для развития науки и технологий в стране. Научные исследования являются ключевым фактором прогресса во многих областях, таких как медицина, технологии, энергетика, транспорт и др. Без квалифицированных специалистов в этих областях невозможно достичь значимых результатов и обеспечить устойчивое развитие экономики и общества в целом.

Для решения этих проблем необходимо уделить большее внимание финансированию научных программ. Необходимо обеспечить адекватную заработную плату и улучшить условия работы для научных работников. Также важно создать более привлекательные условия для молодых ученых, чтобы в конечном счете проблемы с воспроизводством научных кадров не привели к стагнации науки и научных исследований. Только таким образом можно обеспечить стабильное развитие науки и научных исследований, а также прогресс в различных областях, способствующий процветанию общества и экономики.

Список литературы

1. Мертон Р. Двойственная природа ученых. Социология науки. Сборник переводов и рефератов. Часть I. М.: 1968. 321 с.
2. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. М.: Хранитель; 2006. 873 с.
3. Bourdieu P. Forms of Capital. In: Richardson J. (ed.) Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. New York: Greenwood; 1986. Pp. 241–258.
4. Вебер М. Наука как призвание и профессия. Избранные произведения. М.: Прогресс; 1990. 808 с.
5. Валеева Э.Э. Развитие мягких навыков у аспирантов посредством дисциплины «Иностранный язык». Современные проблемы науки и образования. 2019;5.
6. Лыжгин А.И., Коновалов А.А. Компетентностный портрет современного исследователя в VUCA-мире. Высшее образование сегодня. 2021;4:14–19. <https://doi.org/10.25586/RNU.HET.21.04.P14>
7. Стронгин Р.Г., Бедный Б.И., Миронос А.А. Современная аспирантура: тенденции развития и проблемы качества подготовки научных кадров. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2009;2:11–16.
8. Aldrich H.E., Al-Turk A. Crouching Authors, Hidden Pitfalls: Collaboration in Research. Studi di Sociologia. 2018;4(56):351–368. http://dx.doi.org/10.26350/000309_000041

9. *Lamont M.* How professors think: Inside the curious world of academic judgment. Harvard University Press; 2009. 336 p.
10. *Smith D.* Women's Perspective as a Radical Critique of Sociology. *Feminism and Methodology. Sociological Inquiry.* 1974;1(44):7–13.
11. *Фадеева И.М., Федосеева М.В.* Интеллектуальный класс: новые контуры идентичности и функциональности (социологический аспект). Вестник Московского государственного лингвистического университета. *Общественные науки.* 2020;4(841):310–326.
12. *Бедный Б. и др.* Профессиональная занятость выпускников аспирантуры и направления совершенствования аспирантских программ. *Высшее образование в России.* 2015;3:5–16.
13. *Груздев И.А., Терентьев Е.А.* Данные против мифов: результаты социологического исследования аспирантов ведущих вузов. *Высшее образование в России.* 2017;7:89–97.
14. *Бедный Б. и др.* Аспирантура как институциональный ресурс подготовки кадров для науки и высшей школы (статья 1). *Высшее образование в России.* 2019;8-9:44–54. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-8-9-44-54>
15. *Сероштан М.В. и др.* Российская аспирантура: проблемы и ключевые факторы развития в контексте глобальных трендов. *Высшее образование в России.* 2022;5(31):46–66. <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2022-31-5-46-66>
16. *Склярова Т.В., Мальшиев В.С.* Специфика подготовки кадров высшей квалификации в аспирантуре с применением средств информационно-коммуникационных технологий в России и за рубежом. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2021;1(18):153–173. <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-1-153-173>
17. *Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан.* Республика Башкортостан: Статистический справочник. Уфа; 2023. 65 с.
18. *Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан.* Наука и информационные технологии в Республике Башкортостан: Статистический сборник. Уфа; 2022. 128 с.
19. *Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан.* Образование и культура в Республике Башкортостан: Статистический сборник. Уфа; 2022. 127 с.

References

1. *Merton R.* The ambivalence of scientists. *The Sociology of Science. Collection of translations and abstracts. Part I.* Moscow; 1968. 321 p. (In Russian).
2. *Merton R.* Social theory and Social Structure. Moscow: Khranitel; 2006. 873 p. (In Russian)
3. *Bourdieu P.* Forms of Capital. In: Richardson J. (ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education.* New York: Greenwood; 1986. Pp. 241–258.
4. *Weber M.* Science as a vocation and profession. *Selected works.* Moscow: Progress; 1990. 808 p. (In Russian).
5. *Valeeva E.E.* Developing soft skills through foreign language course for doctoral students. *Modern problems of science and education.* 2019;5. (In Russian).
6. *Lyzhin A.I., Kononov A.A.* Competence portrait of a modern researcher in the VUCA world. *Higher Education Today.* (In Russian). <https://doi.org/10.25586/RNU.HET.21.04.P14>
7. *Strongin R.G., Bedny B.I., Mironov A.A.* Modern graduate school: Development trends and problems of scientific personnel training quality. *Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod.* 2021;4:14–19. (In Russian).
8. *Aldrich H.E., Al-Turk A.* Crouching Authors, Hidden Pitfalls: Collaboration in Research. *Studi di Sociologia.* 2018;4(56):351–368. http://dx.doi.org/10.26350/000309_000041
9. *Lamont M.* How professors think: Inside the curious world of academic judgment. Harvard University Press; 2009. 336 p.
10. *Smith D.* Women's Perspective as a Radical Critique of Sociology. *Feminism and Methodology. Sociological Inquiry.* 1974;1(44):7–13.
11. *Fadeeva I.M., Fedoseeva M.V.* Intellectual class: the new contours of identity and functionality (sociological aspect). *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities.* 2020;4(841):310–326. (In Russian).
12. *Bedny B. et al.* Professional employment of PhD program graduates and some ways for improving PhD programs. *Higher Education in Russia.* 2015;3:5–16. (In Russian).
13. *Груздев И.А., Терентьев Е.А.* Data against myths: Evidence from the survey of PhD students in leading Russian universities. *Higher Education in Russia.* 2017;7:89–97. (In Russian).
14. *Bedny B. et al.* Doctoral Education as an Institutional Resource for Training Research and Higher Education Personnel (Article 1). *Higher Education in Russia.* 2019;8-9:44–54. (In Russian). <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-8-9-44-54>
15. *Seroshtan M.V. et al.* Doctoral Studies in the Context of Global Trends: Problems and Key Factors of Development. *Higher Education in Russia.* 2022;5(31):46–66. (In Russian). <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2022-31-5-46-66>

16. *Sklyarova T.V., Malyshev V.S.* The specifics of training highly qualified personnel in postgraduate studies using information and communication technologies in Russia and abroad. RUDN Journal of Psychology and Pedagogics. 2021;1(18):153–173. (In Russian). <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-1-153-173>
17. *Territorial body of the Federal State Statistics Service for the Republic of Bashkortostan.* Republic of Bashkortostan: Statistical collection. Ufa; 2023. 65 p. (In Russian).
18. *Territorial body of the Federal State Statistics Service for the Republic of Bashkortostan.* Science and information technologies in the Republic of Bashkortostan: Statistical collection. Ufa; 2022. 128 p.
19. *Territorial body of the Federal State Statistics Service for the Republic of Bashkortostan.* Education and culture in the Republic of Bashkortostan: Statistical collection. Ufa; 2022. 127 p.

Значение письменного текста в деятельности человека

Верещагина Анна Анатольевна

Канд. психол. наук, доц. каф. гуманитарных и естественнонаучных дисциплин
ORCID: 0000-0003-2248-0853, e-mail: annushka-ver@mail.ru

Западный филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ, г. Калининград, Россия

Аннотация

Мыслительная деятельность реализуется в разных формах и обеспечивает процесс познания личностью объективной реальности и ее личностную детерминацию. Одна из самых распространенных форм реализации мыслительной деятельности, которая одновременно позволяет презентовать многогранность и уникальность личности человека, – это письменный текст. Письменный текст можно рассматривать как конечный продукт мыслительной деятельности человека, который отражает его личностный и интеллектуальный уровень развития, является показателем социализации и служит своеобразным проводником в многообразный мир личностной реализации и своеобразным письменным аватаром автора. Текст обладает особыми свойствами, позволяющими «связать» несколько сложных, многогранных, динамичных сфер: окружающую действительность, жизненный и профессиональный опыт человека, его мировоззрение, образы прошлого, настоящего, будущего и др. Рассмотрены связь языка, речевой деятельности и письменного текста, а также их возможность и отражать уникальность личности и ее деятельности. Дана характеристика основных коммуникативных инструментов письменного текста, которые позволяют ему свободно преодолевать время и пространство, обеспечивая связь поколений, проясняя и доводя до сознания реципиентов авторские личностные, концептуальные, эстетические и мировоззренческие установки, его позицию, взгляды и оценку описываемых событий.

Ключевые слова

Текст, речевая деятельность, язык, личность, мыслительная деятельность, личностная детерминация, потребности, восприятие текста, внутренняя речь, внешняя речь, социализация, авторство текста, адресность письменного текста, неситуативность письменного текста, зрительное восприятие письменного текста

Для цитирования: Верещагина А.А. Значение письменного текста в деятельности человека // Вестник университета. 2024. № 2. С. 191–197.



Significance of a written text in human activities

Anna A. Vereshchagina

Cand. Sci. (Psy.), Assoc. Prof. at the Department of Humanities and Natural Sciences
ORCID: 0000-0003-2248-0853, e-mail: annushka-ver@mail.ru

Western Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Kaliningrad, Russia

Abstract

Thinking activity is realized in different forms and provides the process of cognition of objective reality and its personal determination. One of the most widespread forms of thinking activity realization, which at the same time allows to present the versatility and uniqueness of a human's personality, is a written text. A written text can be considered as the final product of a person's thinking activity, which reflects his personal and intellectual level of development, is a socialization indicator and serves as a kind of guide to the diverse world of personal realization and a kind of the author's written avatar. The text has special properties that allow to "connect" several complex, multifaceted, dynamic spheres such as the surrounding reality, life and professional experience of a person, their worldview, images of the past, present, future, etc. The connection of language, speech activity and written text, as well as their possibilities to reflect the uniqueness of a person and their activity have been considered. The main communicative tools of a written text have been characterized that allow it to freely overcome time and space, providing the connection between generations and clarifying, bringing to the recipients' consciousness the author's personal, conceptual, aesthetic and worldview attitudes, his position, views and the described events assessment.

Keywords

Text, speech activity, language, personality, mental activity, personal determination, needs, text perception, internal speech, external speech, socialization, text authorship, written text targeting, written text non-situativeness, written text visual perception

For citation: Vereshchagina A.A. (2024) Significance of a written text in human activities. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 191–197.



ВВЕДЕНИЕ

Современный этап развития общества характеризуется возникновением принципиально новых видов взаимоотношений организаций, государственных, общественных и политических структур, социальных институтов с обществом в целом и каждой личностью в отдельности. Эти взаимоотношения опосредованы письменными текстами, объем которых резко увеличивается. Усиливается также значимость письменных текстов, в частности, правовых и нормативных документов для эффективного функционирования социальных и деловых отношений [1]. Этот процесс сопровождается ростом влияния документов, инструкций, положений, договоров и др. на жизнь каждого человека.

В результате неоднозначного понимания текста возникают сложные, иногда даже уникальные социальные ситуации, которые формируют поведенческие нормы, например, труднорегулируемые социальные конфликты между этносами и социальными группами или неэффективное использование ресурсов, приводящее к производственным издержкам. Все это делает актуальной проблему исследования значения письменных текстов в системе деятельности человека. Анализ, синтез, сравнение и обобщение как научные методы исследования позволяют раскрыть специфику некоторых аспектов этой темы.

Актуальность темы подтверждается многомерностью, разнообразием научных исследований влияния письменных текстов на деятельность человека. В частности, в исследовании Н.В. Михалкина и А.Н. Аврошкина анализируется роль учебных текстов в формировании профессионального мировоззрения и культуры мышления студентов [1]. Авторы считают, что не только профессиональные навыки и компетенции, но и «способность и «духовный стержень», прогрессивная идеология и смыслы, которые студент должен уметь «извлечь» из учебного текста, позволяют формировать нового «человека-специалиста».

Не только учебные, но и научные тексты формируют мировоззрение современных специалистов. В исследовании В.П. Ивановой проведен эмпирический анализ способности понимать содержание, «распаковывать» смысл таких текстов позволяет человеку осознанно усваивать знания и включать новые знания в систему уже имеющихся [2]. Этот навык необходимо формировать в студенческом возрасте для того, чтобы выпускники могли эффективно справляться с многообразием и сложностью современных технологий на производстве и повседневной жизни.

Электронный текст как современную разновидность письменного текста исследуют А.Е. Войскунский и М.Ю. Солодов [3]. Информационные технологии играют важную роль в повседневной жизни общества, изменяя деятельность человека (появление дистанционного формата). Авторы всесторонне исследуют влияние «формальных» свойств электронного текста (размер и цвет шрифта, яркость экрана и др.) на процесс чтения, указывают на особенности электронного текста, которые меняют психологические процессы, детерминирующие чтение: снижение скорости чтения, повышение познавательной нагрузки, снижение точности чтения. Результаты исследования показывают, что, несмотря на важность «формальных» характеристик, их значение не критично и они теряют свое непосредственное влияние на процесс чтения, опосредуясь индивидуальными психологическими свойствами (высоким уровнем развития когнитивных процессов). Уровень развития когнитивных функций позволяет понимать смысл и содержание электронного текста, нивелируя его специфические «формальные» характеристики.

Письменный текст является своеобразным «конечным продуктом» мыслительной деятельности человека, его материальной реализацией [4]. Как говорил Л.С. Выготский: «Мысль не выражается, но совершается в слове, устном или письменном» [5, с. 352]. Этот тезис не нов, но он не утратил своей актуальности. Невозможно думать «ни на каком языке» – мысль непременно словесно оформляется, порождая текст, оформленный звуками или буквами конкретного языка (у глухонемых – жестами) [5].

Восприятие человеком различных ощущений, его эмоции и размышления фиксируются в его мыслительной системе в виде символов, принятых языковым сообществом в качестве средства коммуникации, общения. Язык как общая и единая для всех носителей система реализуется в индивидуальной речи. Мыслительная деятельность представляется целостной и сложной системой, определяющей развитие личности. Она обеспечивает процесс познания объективной реальности и ее личностную детерминацию.

Мыслительную деятельность можно определить как сложную систему мыслительных действий, целью которых является решение проблемной ситуации [6]. Мыслительные действия состоят из мыслительных операций. Некоторые мыслительные действия направлены на решение промежуточных

задач, которые являются элементом общей проблемы. Такое толкование мыслительной деятельности чаще всего встречается в психологической литературе [4; 5].

ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Процесс общения людей с использованием языка называется речевой деятельностью. Прямой или опосредованный обмен мыслями человека с другими людьми происходит благодаря использованию языка, понятного собеседникам. Можно сказать, что речь – это практическое использование языка конкретным человеком. Мотивированность и целенаправленность являются непреходящими характеристиками речевой деятельности. Она состоит из нескольких последовательных фаз: ориентировки, планирования, реализации речевого плана, контроля [5]. Речевая деятельность людей включена в более широкую деятельность, например, познавательную, производственную, общественно-политическую. В то же время она может быть и самостоятельной, например, профессиональную деятельность лектора определяет речевая деятельность говорения, профессиональную деятельность писателя – письмо. В этих случаях речевая деятельность осуществляет как собственно коммуникативную, так и профессиональную деятельность людей.

Виды речевой деятельности, целью которых является прием или выдача речевого сообщения, определяются как рецептивные и продуктивные. Слушание и чтение (рецептивные виды речевой деятельности) обеспечивают прием и переработку речевого сообщения. Говорение и письмо как продуктивные виды речевой деятельности позволяют человеку самому становиться автором информационных текстов.

Внешняя устная, внешняя письменная и внутренняя речь являются тремя формами выражения формулирования мысли. Внутренняя форма речевой деятельности скрыта от непосредственного наблюдения и материального выражения. В качестве внутренней формы деятельности выступают психические функции, которыми она реализуется: восприятие и внимание, мышление и память, потребности и эмоции. Единство этих психических функций и создает тот сложный психологический механизм, посредством которого осуществляется деятельность вообще и речевая деятельность в частности.

Речевая деятельность имеет четыре способа ее проявления – аудирование, говорение, письмо, чтение. Все они, прибегая к терминологии логики, «необходимы и достаточны» для обеспечения эффективности коммуникации, все они целенаправлены на понимание. Эти виды речевой деятельности являются основными видами взаимодействия людей в процессе речевого общения.

Разновидностью монологической речи является письменная речь. По сравнению с устной монологической речью она более развернута. Характерной чертой письменной речи является отсутствие непосредственной обратной связи с собеседником. Она лишена дополнительных средств воздействия на воспринимающего. Главным воздействующим инструментом являются слова, порядок слов и знаки препинания, которые организуют предложение.

Качество письменной речи индивида отражает степень его социализации и интеллектуального развития. По словам Л.С. Выготского, «...письменная речь стоит в ином отношении к внутренней речи, чем устная. Если внешняя речь стоит в развитии до внутренней, то письменная стоит после внутренней, предполагая уже ее наличие» [5, с. 221]. Письменный текст является средством самовыражения – как человек мыслит, так он и говорит, и пишет. Языковая личность способна воспринимать, понимать и создавать устные или письменные речевые тексты, отличающиеся глубиной и точностью отражения действительности, степенью структурно-семантической сложности, установленной целевой направленностью [7]. Поскольку речь пойдет о понимании письменного текста, вопрос и внутренней мыслительной деятельности мы не затрагиваем в рамках настоящего исследования.

СПЕЦИФИКА ПИСЬМЕННОГО ТЕКСТА

Письменный текст как один из видов речевой деятельности имеет свою специфику. Отметим лишь некоторые параметры письменной речи, представляющиеся нам в большей или меньшей степени классифицирующими: авторство, монологичность, адресность, неситуативность, отсутствие непосредственного контакта с собеседником, грамматико-стилистический анализ и синтез речи, возможность изменять и совершенствовать текст, зрительное восприятие, структурная развернутость, полнота изложения, конкретность, формальная сжатость, строгое следование грамматическим нормам, синтаксическая сложность, смысловая насыщенность, осознанный выбор языковых средств, внутренняя логическая и речевая связность.

Любой письменный текст несет на себе печать автора, начиная с первых памятников, например, с дешифровки надписей на языках хетто-лувийской группы (XVIII–XII вв. до н.э.) и завершая письменными текстами новейшего времени. Авторство древнейших источников за давностью лет и столетий установить не представляется возможным (однако это вовсе не свидетельствует об отсутствии автора, поскольку текст – это всегда продукт мыслящего человека).

Различается научное, публицистическое и художественное авторство. Лингвисты, литературоведы и люди, тонко чувствующие язык, порой по одному предложению могут безошибочно установить авторство. Хотя психологический тип личности и тип мышления не совпадают, личностные детерминанты автора отражаются в его письменном тексте, например, холеричный тип личности А.С. Пушкина проявляется в его речи – стихи поэта преисполнены глагольной лексикой, что придает стихотворным строкам особый динамизм, подвижность, оптимизм:

Вот север, тучи нагоняя,
Дохнул, завыл – и вот сама
Идет волшебница зима.

Из 10 знаменательных слов (повторяющуюся лексику мы считаем за одно слово) четыре являются глагольными формами, то есть 40 %.

В поэзии М.Ю. Лермонтова преобладают меланхолические размышления:

Тучки небесные, вечные странники!
Степью лазурною, цепью жемчужною
Мчитесь вы, будто как я же, изгнанники
С милого севера в сторону южную...

«Глагольность», придающая динамизм тексту, составляет чуть более 0,5 %, то есть одна словоформа из 19 знаменательных слов.

Монолог – это текст, исходящий от одного автора. Реципиент воспринимает текст визуально, имея возможность еще раз вернуться к непонятным местам текста, обдумать его, обратиться при необходимости к словарю или другим справочным источникам. Автор создает письменный текст самостоятельно; при написании текста он как бы «отключается» от всего окружающего мира. Он имеет возможность не только многократно перестроить композицию всего текста, но и уточнить или произвести правку каждого структурного элемента текста. Перед автором текста стоит конкретная коммуникативная задача – воздействовать на читателя-реципиента. Если текст художественный, воздействовать необходимо на чувства читателя, если деловой – сообщить, проинструктировать, убедить.

А.Р. Лурия определил монологичность следующим образом: «Письменная монологическая речь – это речь без собеседника, ее мотив и замысел полностью определяются субъектом» [8, с. 191]. Этот тезис верен, однако нам представляется, что «собеседник» все-таки мыслится, подразумевается автором, поскольку человек, создавая письменный текст, непременно адресует его определенному кругу читателей или отдельному лицу. Более того, автор учитывает интеллектуальные возможности потенциально адресата, стараясь использовать доступные для его понимания языковые средства.

Адресность – это направленность текста на определенную аудиторию. В зависимости от характера читательской аудитории автор определяет его задачи и цели, намечает структуру и творит в рамках конкретного стиля и жанра. Письменная текстовая информация, как правило, выполняет следующие функции: передачу специальной информации (коммуникативную), отражение мира, хранение знаний (эпистемическую), получение нового знания (когнитивную). Коммуникативное действие организуется за счет адресности текста; адресность обеспечивается содержанием позиционно организованного текста. В соответствии с характером читательской аудитории и задач, стоящих перед автором текста, он может быть сугубо фактологическим, полемическим, эмоциональным и др.

Неситуативность письменного текста мы рассматриваем как возможность его существования и применения вне зависимости от конкретной ситуации. Речевая ситуация устного общения может измениться в любой момент, детерминируя мгновенное изменение реакции участников речевой ситуации, то есть устная речь является ситуативно обусловленной. Письменный текст неситуативен (или внеситуативен) по самой своей сути, его содержание и структура не зависят от внешних факторов – он константен, постоянен, независим от ситуации.

Отсутствие непосредственного контакта с собеседником (читателем) не снижает интеллектуального или культурологического воздействия на восприятие реципиента, потому что в письменный текст уже включена та информационная база, которую создатель считал важной. Письменный текст существует вне времени и пространства и свободно преодолевает их. Например, ораторскому искусству убеждения до сих пор обучают по «Риторике» Аристотеля (IV в. до н.э.); законы формальной логики, относящиеся к области мышления, также пришли в современную науку из прошлого – Парменид Элейский в V–IV вв. до н.э. сформулировал закон достаточного основания и закон тождества. Живого контакта с этими учеными нет, но ни один политик или исследователь не пренебрегает их письменными трудами, наставлениями и законами, то есть имеет место опосредованный интеллектуальный контакт.

Стилистика текста должна соответствовать особенностям, которые диктуются тем или иным жанром. Грамматический строй речи объединяет всю морфологическую систему языка и синтаксическую структуру предложений и текстов. С грамматической точки зрения письменный текст должен быть безупречен, то есть абсолютно и точно соответствовать нормам и правилам системы языка.

В исследованиях психологов и психолингвистов установлено, что грамматический анализ (разбор) и синтез (порождение) предложений в центральной нервной системе разделены между двумя полушариями: «Левое полушарие анализирует (разбирает) и синтезирует (порождает) предложения, используя всю грамматическую информацию и лишь ту часть информации о значении слов, которая прямо примыкает к грамматике... Конкретная смысловая информация о внешнем мире, содержащаяся в толковых словарях естественных языков, хранится и обрабатывается в правом полушарии» [2, с. 184]. Анализ и синтез – это две взаимообусловленные и взаимосвязанные стороны мыслительного процесса. «Так же, как и анализ осуществляется через синтез, синтез осуществляется через анализ, охватывающий части, элементы, свойства в их взаимосвязи» [9, с. 360]. При восприятии письменного текста реципиент вычленяет существенные, на его взгляд, смыслы (анализ содержания текста), затем из частных, которые отмечаются как существенные, в его сознании создается общее представление (процесс абстрагирования), и через объединение важных и существенных для читателя свойств формируется его собственное понимание текста [10].

Автор письменного текста может многократно возвращаться к нему, переписывать и улучшать, стремясь к точности, яркости, доказательности, последовательности изложения. Процесс изменения текста требует не только развитого интеллекта, но и специфических навыков работы с ним: сохранения логики изложения, точного подбора лексики, свойственного тому или иному жанру, релевантности отбора синтаксических конструкций, полноты изложения, конкретности, строгого следования языковым нормам и др.

Зрительное восприятие письменного текста является существенным аспектом познавательного процесса чтения. Сначала реципиент воспринимает знаковую форму текста. Начальным этапом восприятия письменного текста становится зрительное восприятие. Затем текст воспринимается формально (композиция, доступность, понятность, четкость) и только после этого – на уровне постижения замысла автора. Процесс понимания смысла текстовых единиц и текста как целостной структуры происходит одновременно со зрительным восприятием. Понимание текста у подготовленного читателя происходит по ходу его восприятия, поэтому письменный текст должен быть «удобочитаемым» [11; 12, с. 20].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Создание любого письменного текста, его структура, содержание и способ выражения определяют мотивом, порождаемым жизненной ситуацией. Письменный текст проясняет и доносит до сознания реципиентов авторские личностные, концептуальные, эстетические и мировоззренческие установки, его позицию, взгляды и оценку описываемых событий [1; 8].

Для автора текст является инструментом выражения своей уникальности, глубины, мировоззрения – всего того, что можно определить словом «Я». Для того чтобы текст был понятен читателям, автор должен как бы запрограммировать в нем мироощущение читателя, особенности его мировосприятия [7; 13]. Это относится не только к художественным текстам, где эмотивный компонент играет особую роль и ярко выражен, но и к текстам, где не должно быть места интолкаманиям: техническим и деловым. Однозначное понимание ситуации, которая находит отражение в текстовой письменной форме, является гарантом предотвращения возможных конфликтов и нежелательных затруднений в процессе коммуникации [14].

Повышение профессиональной квалификации, совершенствование культурного, правового, научно-технического уровней, продуктивность деятельности современных специалистов придают особое значение

процессу работы с поступающей в виде письменных текстов информацией. Письменный текст является важнейшим фактором возрастной, профессиональной, коммуникативной социализации. Личность использует информацию письменных текстов, которая постепенно интериоризируется и становится субъективным знанием, что позволяет понимать взаимосвязи между событиями и ситуациями, определяя социально-психологические проявления.

Список литературы

1. Михалкин Н.В., Аверюшкин А.Н. Значение и смысл текста учебников как фактор формирования профессионального мировоззрения и методологической культуры мышления у студентов. Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2019;4:168–177. <https://doi.org/10.18384/2310-7227-2019-4-168-177>
2. Иванов В.В. Грамматика и смысл. Чет и нечет. М.: АСТ; 2018. 184 с.
3. Войскуцкий А.Е., Солодов М.Ю. Влияние свойств электронного текста на эффективность и результативность чтения: литературный обзор. Психология человека в образовании. 2020;2(2):134–142. <https://doi.org/10.33910/2686-9527-2020-2-2-134-142>
4. Березин Ф.М. и др. (ред.) Проблемы теории текста: реферативный сборник. М.: АСТ; 2018. 189 с.
5. Выготский Л.С. Мышление и речь. М.: АСТ; 2022. 576 с.
6. Блинова Е.Н., Шербакова О.В. Когнитивные механизмы понимания вербальных и иконических текстов. Психологический журнал. 2021;1(42):66–70. <https://doi.org/10.31857/S020595920013333-2>
7. Рубинштейн С.А. О природе мышления и его составе. В кн.: Основы общей психологии. М.: АСТ; 2019. 400 с.
8. Лурия А.Р. Язык и сознание: монография. СПб: Питер; 2019. 336 с.
9. Иванова В.П. Уровневый характер понимания научного текста. Психологическая наука и образование. 2022;17(3):53–61. <https://doi.org/10.24888/2073-8439-2019-45-1-15-20>
10. Верещачгина А.А. Анализ современных моделей понимания. Психология образования в поликультурном пространстве. 2019;1(45): 5–20.
11. Брудный А.А. Понимание и текст. Загадки человеческого понимания. М.: Изд-во МГУ; 2019. 234 с.
12. Брудный А.А. Психологическая герменевтика. М.: Лабиринт; 2018. 336 с.
13. Жинкин Н.И. Речь как проводник информации. М.: Наука; 2018. 159 с.
14. Wartofski M.W. Models, representation and the scientific understanding. Boston: Reidel; 2019. 398 p.

References

1. Mikhal'kin N.V., Averyushkin A.N. The meaning and sense of the study text as factors of building students' professional outlook and methodological culture of thinking. Bulletin of the Moscow region State University. Series: Philosophy. 2019;4:168–177. (In Russian). <https://doi.org/10.18384/2310-7227-2019-4-168-177>
2. Ivanov V.V. Grammar and meaning. Even and odd. Moscow: AST; 2018. 184 p. (In Russian).
3. Voiskunsky A.E., Solodov M.Yu. How features of digital text affect reading efficiency and comprehension. Psychology in Education. 2020;2(2):134–142. (In Russian). <https://doi.org/10.33910/2686-9527-2020-2-2-134-142>
4. Beresin F.M. et al. (eds.) Problems of text theory. Moscow: AST; 2018. 189 p. (In Russian).
5. Vygotsky L.S. Thinking and speech. Moscow: AST; 2022. 576 p. (In Russian).
6. Blinova E.N., Shcherbakova O.V. Cognitive mechanisms of understanding of verbal texts and infographics. 2021;1(42):66–70. (In Russian). <https://doi.org/10.31857/S020595920013333-2>
7. Rubinstein S.L. On the nature of thinking and its composition. In: Fundamentals of general psychology. Moscow: AST; 2019. 400 p. (In Russian).
8. Luria A.R. Language and consciousness. Saint Petersburg: Piter; 2019. 336 p. (In Russian).
9. Ivanova V.P. Level-based nature of understanding scientific text. Psychological Science and Education. 2022;17(3):53–61. (In Russian). <https://doi.org/10.24888/2073-8439-2019-45-1-15-20>
10. Vereshchagina A.A. Analysis of modern models of understanding. Psychology of Education in a Multicultural Space. 2019;1(45):5–20. (In Russian).
11. Brudny A.A. Understanding and text. Mysteries of human understanding. Moscow: Moscow State University Publ. House; 2019. 234 p. (In Russian).
12. Brudny A.A. Psychological hermeneutics. Moscow: Labyrinth; 2018. 336 p. (In Russian).
13. Zhinkin N.I. Speech as a conductor of information. Moscow: Nauka; 2018. 159 p. (In Russian).
14. Wartofski M.W. Models, representation and the scientific understanding. Boston: Reidel; 2019. 398 p.

Рынок труда: современная ситуация и ближайшие перспективы

Захаров Дмитрий Кириллович

Д-р экон. наук, доц. каф. управления персоналом
ORCID: 0000-0003-3930-9518, e-mail: zakharov_dk@mail.ru

Каштанова Екатерина Викторовна

Канд. экон. наук, доц. каф. управления персоналом
ORCID: 0000-0002-5949-9198, e-mail: kashtanovae@mail.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

В статье анализируется сложившаяся ситуация на российском рынке труда, которая влияет на всех его участников: организации-работодателей, работников различных профессий, специальностей и уровня квалификации. Все участники рынка труда либо оправдывают свои ожидания, либо сталкиваются с необходимостью их пересмотра в зависимости от влияния различных факторов. Выявлены особенности условий труда, на которые потенциальные работники обращают внимание во вновь изменившихся условиях. К ним относятся размер оплаты труда, возможность рациональной организации рабочего времени и нахождения баланса между временем работы и временем отдыха, наличие в организации среды концепции «разнообразие, равенство и инклюзивность» (от англ. Diversity, Equity, Inclusion, DEI). Рассматриваются тенденции создания и ликвидации рабочих мест на рынке труда. Показаны наиболее рациональные способы регулирования количества рабочих мест в соответствии с потребностями организации: замещение рабочих мест – создание новых высокотехнологичных при ликвидации устаревших существующих. Приводятся наиболее востребованные с точки зрения работодателей навыки работников на высокотехнологичных позициях. Рассмотрены основные тенденции использования молодых специалистов на рынке востребованных профессий.

Ключевые слова

Ситуация на рынке труда, востребованность профессий, важные условия труда, формирование концепции DEI, поколение Z, создание и ликвидация рабочих мест, навыки на высокотехнологичных позициях, использование молодых специалистов

Для цитирования: Захаров Д.К., Каштанова Е.В. Рынок труда: современная ситуация и ближайшие перспективы // Вестник университета. 2024. № 2. С. 198–205.

Labor market: current situation and near-term prospects

Dmitry K. Zakharov

Dr. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Human Resource Management Department
ORCID: 0000-0003-3930-9518, e-mail: zakharov_dk@mail.ru

Ekaterina V. Kashtanova

Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof. at the Human Resource Management Department
ORCID: 0000-0002-5949-9198, e-mail: kashtanovae@mail.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The article analyzes the current situation in the Russian labor market, which affects all its participants such as employing organizations and employees of various professions, specialties, and skill levels. All participants of the labor market either justify their expectations or face the need to revise them depending on the influence of various factors. The features of labor conditions that potential employees pay attention to in newly changed conditions have been identified. These include the remuneration size, the possibility of working time rational organization and finding a balance between work time and rest time, the presence of the Diversity, Equity, Inclusion (DEI) concept in the organization environment. The tendencies of jobs creation and elimination in the labor market have been considered. The most rational ways of regulating the jobs number in accordance with the needs of the organization have been shown: job replacement – new high-tech jobs creation while eliminating obsolete existing ones. The skills of workers in high-tech positions that are most in demand from the employers' point of view have been given. The main trends in the use of young specialists in the in-demand professions market have been considered.

Keywords

Situation on the labor market, demand for professions, important working conditions, DEI concept formation, generation Z, jobs creation and elimination, skills in high-tech positions, use of young specialists

For citation: Zakharov D.K., Kashtanova E.V. (2024) Labor market: current situation and near-term prospects. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 198–205.



ВВЕДЕНИЕ

Сложившаяся ситуация на российском рынке труда влияет на всех его участников: на организации-работодателей, работников различных профессий и уровня квалификации, которые либо оправдывают свои ожидания на рынке труда, либо сталкиваются с необходимостью их пересмотра. Востребованность различных профессий на рынке труда зависит от микро- и макроэкономических факторов.

На отечественном рынке труда существует ряд возможностей с точки зрения создания новых и ликвидации существующих рабочих мест в организациях и выявления различных факторов, влияющих на эти тенденции. Работодатели и исследователи рынка труда отмечают, что дальнейшее использование инновационных технологий, преобразующих бизнес, повлечет за собой изменение профессиональных навыков, причем как во вновь образующихся должностных позициях, так и во всех профессиях и должностях с различным набором навыков и умений, представленных в организации.

Конкуренцию действующим работникам составляют молодые специалисты. По окончании высших учебных заведений выпускники, не имеющие профессионального опыта, испытывают определенные трудности с трудоустройством и поэтому, обладая современными теоретическими знаниями, трудоустраиваются, соглашаясь на более низкий уровень оплаты труда, чем сотрудники с опытом работы.

УСЛОВИЯ ТРУДА, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВОСТРЕБОВАННОСТЬ РАБОЧЕЙ СИЛЫ

К микроэкономическим факторам, от которых зависит востребованность различных профессий на рынке труда, относят все то, что является внутренней средой организации. К основным макроэкономическим факторам до сих пор относится тенденция дальнейшей цифровизации мировой и национальной экономики, в результате которой автоматизируются новые процессы в организации. Это в свою очередь порождает новые микроэкономические факторы, влияющие на востребованность рабочей силы¹.

Важные макроэкономические факторы – наличие экономических санкций и избыточное предложение рабочей силы на рынке труда. При этом, как и ранее, наблюдаются дефицит определенных профессиональных категорий персонала и четкая взаимосвязь между тем, какие работники востребованы в организации, и теми условиями труда, которые предлагает эта организация. Руководству нельзя относиться к подбору персонала так же, как и два или три года назад, в связи с тем, что до пандемии COVID-19 автоматизация процессов и технологий происходила не такими быстрыми темпами. Если компания заинтересована в высокотехнологичном, опытным, образованном персонале, она теперь должна предоставить конкретные условия труда, которые зависят от профессиональной сферы, должностного уровня работника, отраслевой принадлежности компании. При их отсутствии работник, не задумываясь, сменит место работы [1].

Есть ряд общих тенденций, характерных для нынешнего рынка труда. Высококвалифицированные работники во вновь изменившихся реалиях делают акцент на следующих условиях².

1. Размер заработной платы так же, как и ранее, является первоначальным критерием выбора организации-работодателя.

2. Кандидаты обращают внимание на условия труда и критерии социальной безопасности, оценивая рационально организованное и удобное рабочее место, гибкость рабочего графика и возможность организации удаленного рабочего места и работы в режиме онлайн.

3. Должна быть возможность рациональной организации рабочего времени и нахождения баланса между временем работы и временем отдыха. Поскольку вероятность увеличить размер заработной платы после трудоустройства мала и ее уровень преимущественно остается таким же, как и был установлен работнику при приеме на работу, персонал все больше обращает внимание на факторы профессионального выгорания при частой сверхурочной и напряженной работе. Именно это оказывает решающее значение при принятии решения об увольнении даже с очень престижных и высокооплачиваемых позиций.

4. Необходимо формировать в организации среды концепцию «разнообразия, равенства и инклюзивности» (от англ. Diversity, Equity, Inclusion, DEI), которая обозначает новую профессиональную методику, направленную на формирование внутриорганизационной среды компании, где приветствуются и развиваются имеющиеся различия и уникальные индивидуальные особенности персонала. Приветствуются найм в организацию разных людей и предоставление одинаковых возможностей по внесению

¹ Навыки будущего: как изменится рынок труда по версии Всемирного экономического форума. <https://netology.ru/blog/05-2023-future-of-jobs-report> (дата обращения: 20.11.2023).

² Рынок труда в России 2022: аналитика, прогнозы, тренды. <https://hh.ru/article/26641?from=anonymous&hhtmlFrom=main> (дата обращения: 20.11.2023).

персонального вклада в достижение общих корпоративных целей. Возможности работника не ставятся в зависимость от его бэкграунда: образования, опыта работы, предыдущих достижений.

Понятие «разнообразие», входящее в вышеуказанную концепцию, отражает такие аспекты, как половозрастные, физические, ментальные особенности работников, место жительства, уровень образования, опыт работы. Понятие «инклюзивность» отвечает за формирование в организации условий труда и организационной культуры, которые будут способствовать тому, что любой работник имеет реальную возможность работать максимально эффективно для организации и максимально комфортно для себя. Это приведет к полноценному раскрытию его способностей и навыков.

Концепция DEI доказывает, что наличие в организации профессионального разнообразия позволяет подойти нестандартно и наиболее эффективно к достижению глобальных целей и задач, рассмотреть большинство бизнес-процессов под различными углами, расширить ассортимент товаров и услуг, сформировать банк новых, нестандартных идей. Ряд практиков выделяют прямое положительное воздействие концепции DEI на финансовые показатели деятельности организаций и отмечают, что глобальная цель данной политики – достичь наивысших результатов для организации за счет синергетического эффекта деятельности разных работников в команде. Они подчеркивают не только необходимость присутствия разных сотрудников в организации, но и важность учета их наилучшего сочетания, что может быть осуществимо только грамотным и опытным менеджером по управлению персоналом.

Подчеркнем, что наиболее эффективно политика разнообразия, равенства и инклюзивности работает, если в организации присутствует так называемое поколение «зумеров» (поколение Z). Это молодые работники, родившиеся в период с 1995 по 2009 гг. Они в числе первых выросли, сформировались и получили образование под влиянием гаджетов и социальных сетей, вобрав в себя наилучшие их возможности. Важнейшая особенность таких работников, которая одновременно является их преимуществом относительно других (более старших) возрастных категорий персонала, – их высокая технологичность. Следовательно, разработка и дальнейшее внедрение новых технологий будет оставаться главным и важнейшим фактором трансформации и развития организаций в 2023–2026 гг.

Среди других факторов можно назвать цифровизацию, повсеместное применение новых актуальных экологических, управленческих стандартов, которые также повсеместно зависят от технологической грамотности и возможностей персонала [2]. Организационное обучение и повышение квалификации также являются важнейшими условиями труда для работников. Многие из них считают, что качество обучения в их организациях оставляет желать лучшего, поскольку оно не дает им возможности поддерживать свою конкурентоспособность на рынке труда и не позволяет работникам подниматься по карьерной лестнице внутри организации.

Востребованность различных профессий на рынке труда, как отмечено ранее, зависит также от различных макроэкономических факторов. К ним относят глобальные процессы изменения бизнеса, рост или падение уровня доходов населения. Общемировые макроэкономические тенденции показывают, что в государствах, где присутствует высокий уровень дохода, отмечается также и высокий уровень спроса на человеческие ресурсы в организациях. В государствах с более низким размером дохода спрос на персонал до сих пор ниже показателей периода, предшествующего пандемии COVID-19. Отмечаются определенные проблемы у кандидатов с базовым (средним общим и профессиональным) образованием и у женского населения в силу длительных периодов отпусков по уходу за детьми. Продолжается также тенденция снижения размера оплаты труда вследствие роста показателей инфляции³.

ТЕНДЕНЦИИ СОЗДАНИЯ И ЛИКВИДАЦИИ РАБОЧИХ МЕСТ НА РЫНКЕ ТРУДА

К макроэкономическим факторам, способствующим формированию новых рабочих мест в организациях, относятся: изменение климата и более эффективное использование природных ресурсов, технологические, политические, экологические, экономические факторы, демографическая ситуация, необходимость внедрения программ кибербезопасности⁴.

К микроэкономическим факторам, способствующим созданию новых рабочих мест, относятся стратегия развития организации, ее кадровая и финансовая политика, размер инвестиций, которые организации

³ Рынок труда в середине 2023 года: никто не виноват, но что делать? Анализ данных, тренды и прогнозы от hh.ru. <https://hh.ru/article/31716?from=anonymus&htmlFrom=main> (дата обращения: 20.11.2023).

⁴ Рынок труда в 2023 году: основные тенденции. <https://mbfinance.ru/rabota-i-karera/poisk-raboty/rynok-truda-v-rossii/> (дата обращения: 20.11.2023).

готовы вложить в разработку новых технологических процессов и операций, соответствующих новым актуальным экологическим производствам, стандартам «экологического, социального и корпоративного управления» (от англ. Environmental, Social and Corporate governance, ESG) и другим изменениям. Наиболее рациональным способом регулирования количества рабочих мест в соответствии с потребностями организации является замещение рабочих мест – создание новых высокотехнологичных при ликвидации устаревших существующих.

Как и ранее, большое влияние на создание, ликвидацию и изменение структуры рабочих мест на рынке труда оказывает цифровизация экономики в целом и торговли в частности. Особенностью периода постпандемии является создание множества новых цифровых платформ, интернет-магазинов, сайтов, приложений. Данная тенденция будет активно развиваться в течение ближайших трех-четырёх лет. Около 75 % торговых организаций планируют разработать и реализовать проекты электронной реализации товаров и услуг.

Еще одна сфера, внедряющая цифровые технологии – это образование. 81 % образовательных организаций заинтересованы в разработке и использовании дистанционных и онлайн-технологий в период с 2023 г. по 2026 г.

Более низкие показатели цифровизации показывают отрасли энергетики. Тем не менее они активно вводят роботизацию и новые технологии сбережения и накопления различных видов энергии.

Автоматизация деятельности организаций происходит медленнее, чем рассчитывало руководство многих организаций. В настоящее время автоматизировано около 34 % управленческих функций. Осуществление автоматизации с такой скоростью и в таком режиме не соответствует тому, что планировало руководство организаций по окончании периода пандемии COVID-19 в 2021 г.

Исследования показывали, что около 47 % управленческих функций будут в цифровом формате уже к началу 2025 г. Однако скорректированные прогнозы указывают на более сдержанные темпы автоматизации – 42% управленческих функций к концу 2026 г. Что касается конкретных функций, подлежащих автоматизации, отмечается, что около 70 % от общего числа функций – это задачи по представлению, обработке и визуализации данных для руководства и лишь 30 % функций – это автоматизация, связанная с логическими исследованиями, расчетами и процессом принятия управленческих решений.

Под влиянием процесса автоматизации продолжится тенденция изменения структуры рабочих мест. Она коснется примерно 25 % рабочих мест с учетом ликвидации прежних и создания новых, предполагающих внедрение новых информационных технологий. Масштабы автоматизации и разработка конкретных инновационных технологий будут оказывать влияние на состав задач по автоматизации управленческих функций, применение их в тех или иных отраслях.

Если настоящие темпы структурных изменений в экономике будут сохранены, к 2026 г. ожидается появление 60 млн новых рабочих мест при ликвидации либо автоматизации 80 млн старых. Общее сокращение в 20 млн рабочих мест в мировой экономике можно назвать приблизительным, однако оно дает возможность спрогнозировать изменение структуры 27 % общего числа рабочих мест⁵.

Что касается структуры новых, создаваемых рабочих мест, можно отметить следующие изменения. Макроэкономические тенденции и автоматизация управленческих функций определяют ряд областей, связанных с наиболее перспективными профессиями в период 2023–2026 гг., в частности персонал, занимающийся разработкой и внедрением искусственного интеллекта. Разработчики программного обеспечения и новых приложений, архитекторы баз данных возглавляют перечень востребованных специальностей. В этой сфере рост количества новых рабочих мест будет максимальным. Следующими по популярности стоят финансовые и бизнес-аналитики, специалисты по информационной и кибербезопасности, диджитал-стратеги, менеджеры по планированию и стратегическому развитию.

Высоким также ожидается спрос на инженеров по разработке и внедрению различных видов альтернативной энергии, солнечных электростанций, на аналитиков, создателей баз данных и различных информационных сетей. Следующие по уровню популярности и востребованности – это специалисты в области электронной торговли, маркетологи. Список завершают преподаватели профессионального онлайн-образования и преподаватели вузов.

Что касается ликвидации прежних рабочих мест, достаточно масштабным будет сокращение административных должностей в сфере услуг, в традиционной торговле, некоторых производствах, в отрасли информационной безопасности. Это относится к должностям, в которых не применяются инновационные технологии [3].

⁵ Динамика вакансий. Статистика по России. <https://stats.hh.ru/#dynamicVacancies%5Bactive%5D=true&dynamic-vacancies%5Bdynamic-vacancies%5D=year> (дата обращения: 20.11.2023).

Сокращению подлежат административные позиции банковских работников, почтальонов, кассовых работников, осуществляющих ввод различного рода данных, секретари-референты, административные помощники, работники архивов, учетчики документов и материалов, бухгалтеры. Стоит учитывать не только управленческие должности, но и рабочие профессии, такие как продавцы розничных магазинов, работники охранных служб, рабочие подразделений сборки продукции на производственных предприятиях. Для того чтобы работники не попали под сокращение, они должны обладать навыками, необходимыми для занятия новых, более высокотехнологичных позиций [4].

НАВЫКИ, НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННЫЕ НА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ПОЗИЦИЯХ

Среди навыков, актуальных для большинства работодателей, внедряющих инновационные технологии, востребованы следующие:

- креативное мышление;
- аналитическое бизнес-мышление с возможностью осуществления финансовых расчетов;
- психологическая гибкость и возможность быстрой адаптации к постоянно изменяющимся условиям;
- способность к постоянному обучению, любознательность;
- самомотивированность на достижение целей, высокий уровень самосознания;
- внимание к различного рода значительным и незначительным деталям;
- технологическая информированность;
- владение методикой активного слушания;
- ориентация на работу с клиентами;
- направленность на качественный сервис;
- грамотное письмо;
- выносливость, возможность длительной, сосредоточенной, кропотливой работы;
- способность к быстрой и внимательной обработке информации;
- навыки в области кибербезопасности;
- дизайнерские способности и навыки;
- навыки программирования.

Работодатели и исследователи рынка труда отмечают, что дальнейшее использование инновационных технологий, преобразующих и совершенствующих бизнес, повлечет за собой изменение профессиональных навыков не только вновь образующихся должностных позиций, но и всех профессий и должностей с различным набором навыков и умений, представленных в организации. Таким образом, вся деятельность компании постепенно будет привязана к инновационным технологиям и полностью автоматизирована.

Среди наиболее значимых социально-эмоциональных навыков выделяют обучаемость работников в течение всей трудовой жизни, психологическую мобильность и адаптацию к постоянно изменяющимся условиям.

Работодатели, которые заинтересованы в сохранении персонала в силу специфики и особенностей бизнеса, разрабатывают различные стратегии и способы повышения квалификации работников и стараются минимизировать их недостаточную квалификацию за счет вложения средств во внутриорганизационное обучение. Большинство организаций рассчитывают вернуть вложенные средства уже в течение первого года за счет увеличения функциональной подвижности, роста показателей удовлетворенности и мотивированности работников, производительности труда и повышения показателей эффективности деятельности организации в целом.

ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ НА РЫНКЕ ВОСТРЕБОВАННЫХ ПРОФЕССИЙ

Однако, несмотря на лояльность руководства организаций, конкуренцию действующим работникам составляют молодые специалисты. По окончании высших учебных заведений выпускники, не имеющие профессионального опыта, испытывают определенные трудности с трудоустройством и поэтому, обладая современными теоретическими знаниями, трудоустраиваются, соглашаясь на более низкий уровень оплаты труда, чем сотрудники с опытом работы.

Таких молодых специалистов насчитывается примерно 70 % от числа выпускающихся молодых специалистов в Российской Федерации (далее – РФ). Молодые специалисты с более низкими притязаниями

по заработной плате устраиваются прежде всего в отрасли, которые не могут предложить высокий уровень оплаты труда, но испытывают качественную и количественную нехватку персонала. К ним относятся:

- предприятия машиностроения;
- организации производства продуктов питания;
- организации сервиса и сферы услуг: студии красоты, спортивные и фитнес-клубы;
- организации строительной отрасли;
- добыча сырья и материалов;
- предприятия по производству мебели;
- пошив одежды, изделий из ткани;
- курьерские службы, службы доставки, отделы и службы продаж.

Анализ статистических данных показывает, что существует ряд недооцененных должностей и профессий, но их перечень размыт. В частности, профессия повара в настоящее время оплачивается достаточно низко, особенно в регионах РФ.

Молодежь часто трудоустраивается на предприятия сельского хозяйства и в организации, связанные с переработкой сельскохозяйственной продукции. Спрос на высокотехнологичные профессии и специальности в агропромышленном комплексе (далее – АПК) высок, однако заработные платы в этой сфере находятся на среднем уровне. Кроме того, молодежь, не обремененная семьей, обладает большей территориальной мобильностью, чем зачастую пользуются организации АПК [5].

Высокая профессиональная ориентация представителей молодежи позволяет предприятиям не только заполучить высококвалифицированную и высокотехнологичную рабочую силу за невысокую заработную плату, но и оставить уровень зарплат для остальных работников на текущем уровне. Соответственно, с учетом того, что период с 2023 г. по 2026 г. прогнозируется как политически и экономически сложный, вышеуказанные тенденции позволяют сделать вывод, что если рост заработных плат и будет производиться, то максимум этого роста – это 10 % от настоящего уровня.

До сих пор происходит отток высококвалифицированных кадров за рубеж, а из тех, кто уехал ранее, вернулись не все. Для того чтобы сохранить рабочие места уже трудоустроенного персонала, а также усилить его конкурентные характеристики, можно рекомендовать руководству организации усилить инвестиции в свой персонал, а именно в обучение на рабочем месте с использованием дистанционных технологий. Частично можно использовать внутренние тренинги, однако их лучше сделать выездными, то есть в виде корпоративных мероприятий. Одной из целей таких мероприятий должно стать объединение существующего персонала компании и новых молодых работников.

К другим эффективным мерам можно также отнести:

- проявление максимальной гибкости в вопросах подбора и увольнения персонала;
- использование в организации различных налоговых льгот и механизмов экономии денежных средств и своевременного повышения заработной платы сотрудникам с целью удержания наиболее высококвалифицированных из них;
- использование иммиграционного законодательства и льгот для дополнительного привлечения в организацию иностранных работников.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современную ситуацию на рынке труда, а также ее возможное сохранение в ближайшие несколько лет определяют ряд тенденций, которые выявлены и описаны в настоящем исследовании. К таким тенденциям можно отнести формирование определенных макро- и микроэкономических факторов, от которых зависит востребованность различных профессий на рынке труда. Кроме того, организации на рынке труда должны учитывать формирование условий труда, которые влияют на востребованность рабочей силы, например, критерии социальной безопасности.

Важной тенденцией является формирование в организации среды, подчиняющейся концепции DEI, что обозначает новую профессиональную концепцию, направленную на формирование внутриорганизационной среды компании. Следует подчеркнуть, что наиболее эффективно политика разнообразия, равенства и инклюзивности работает там, где в организации присутствует так называемое поколение «зумеров», то есть молодых работников, родившихся в период с 1995 г. по 2009 г.

Для эффективного позиционирования на рынке труда организациям-работодателям следует внимательно рассмотреть тенденции создания и ликвидации рабочих мест на рынке труда, которые сложились в основном в постпандемийный период. Преимущества на рынке труда завоевывают, как правило, те организации, которые создают высокотехнологичные рабочие места. Специалисты, которые хотят быть востребованными на высокотехнологичные позиции, должны обладать соответствующими навыками, такими как креативное мышление, аналитическое бизнес-мышление с возможностью осуществления финансовых расчетов, психологическая гибкость и возможность быстрой адаптации к постоянно изменяющимся условиям и др.

Список литературы

1. *Митрофанова Е.А., Дуракова И.Б.* Трансформация социально-трудовой сферы под воздействием мегатрендов. Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2023;4:5–12. <https://doi.org/10.12737/2305-7807-2023-12-4-5-12>
2. *Derrien F. et al.* Labor Force Demographics and Corporate Innovation. *The Review of Financial Studies*. 2023;7(36):2797–2838. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3076971>
3. *Susskind D.* *A World Without Work: Technology, Automation and How We Should Respond*. London: Allen Lane; 2020. 336 p. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12186>
4. *Su C.-W., Yuan X., Umar M., Lobont O.-R.* Does technological innovation bring destruction or creation to the labor market? *Technology in Society*. 2022;68(2):101905. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101905>
5. *Кожемыяко С.В., Алпатова Э.С.* Современные проблемы и перспективы развития рынка труда. *Московский экономический журнал*. 2023;3:512–527. https://doi.org/10.55186/2413046X_2023_8_3_139

References

1. *Mitrofanova E.A., Durakova I.B.* Transformation of the social and labor sphere under the influence of megatrends. *Management of the Personnel and Intellectual Resources in Russia*. 2023;4:5–12. (In Russian). <https://doi.org/10.12737/2305-7807-2023-12-4-5-12>
2. *Derrien F. et al.* Labor Force Demographics and Corporate Innovation. *The Review of Financial Studies*. 2023;7(36):2797–2838. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3076971>
3. *Susskind D.* *A World Without Work: Technology, Automation and How We Should Respond*. London: Allen Lane; 2020. 336 p. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12186>
4. *Su C.-W., Yuan X., Umar M., Lobont O.-R.* Does technological innovation bring destruction or creation to the labor market? *Technology in Society*. 2022;68(2):101905. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101905>
5. *Kozhemyako S.V., Alpatova E.S.* Modern problems and prospects of labor market development. *Moscow Economic Journal*. 2023;3:512–527. (In Russian). https://doi.org/10.55186/2413046X_2023_8_3_139

Формирование «обучающего общества» как базовое условие совершенного управленческого образования в Китае

Захаров Михаил Юрьевич

Д-р филос. наук, зав. каф. философии
ORCID: 0000-0002-8796-6283, e-mail: m.u.zaharov@gmail.com

Шишкова Анастасия Викторовна

Канд. филос. наук, доц. каф. философии
ORCID: 0000-0002-0904-6705, e-mail: av_shishkova@guu.ru

Государственный университет управления, г. Москва, Россия

Аннотация

Статья посвящена анализу процесса исторического формирования китайской образовательной системы как инструмента развития человеческого капитала. Используя метод исторической ретроспекции и герменевтический метод, авторы с опорой на труды древнекитайских мыслителей исследуют развитие и становление управленческого образования как стержневого элемента образовательной системы Китая. Обращаясь к китайской прогностике, за основу как желаемый образ будущего авторы берут образ общества Великого единения, социальной справедливости и равных возможностей всех граждан («Датун»), который на протяжении многовековой китайской истории показывает универсальную ценность образования и высокий статус государственного служащего в подобном обществе. Описаны исторические предпосылки формирования современной образовательной системы и указано на одну из ключевых проблем современного Китая – разрыв между огромной востребованностью высшего образования в обществе и сложностями в трудоустройстве выпускников. Сделаны выводы об основных чертах современной системы государственного управления, позициях китайского образования на международном рынке образовательных услуг и возможном вкладе китайских исследователей государственного управления в решение государственных проблем как внутри страны, так и во всем мире. Обрисованы стратегические сценарии дальнейшего развития китайского общества в контексте проекта «Датун».

Ключевые слова

Китай, Датун, государственная служба, государственное управление, управленческое образование

Для цитирования: Захаров М.Ю., Шишкова А.В. Формирование «обучающего общества» как базовое условие совершенного управленческого образования в Китае // Вестник университета. 2024. № 2. С. 206–214.



Developing “learning society” as a basic condition for perfect management education in China

Mikhail Yu. Zakharov

Dr. Sci. (Philos.), Head of the Philosophy Department
ORCID: 0000-0002-8796-6283, e-mail: m.u.zaharov@gmail.com

Anastasia V. Shishkova

Cand. Sci. (Philos.), Assoc. Prof. at the Philosophy Department
ORCID: 0000-0002-0904-6705, e-mail: av_shishkova@guu.ru

State University of Management, Moscow, Russia

Abstract

The article analyzes the Chinese educational system historical formation as an instrument of human capital development. Using the historical retrospection method and hermeneutic method, the authors, based on the works of ancient Chinese thinkers, study the development and formation of management education as a core element of the Chinese educational system. Turning to Chinese prognosticism, the authors take the image of the Great Unity society, that is, social justice and equal opportunities for all citizens (“Datong”) as a basis for the future desired image, which throughout centuries of Chinese history show the universal value of education and the high status of a civil servant in such a society. The historical background of modern educational system formation has been described and one of the key problems of modern China – the gap between the huge demand for higher education in society and the difficulties in the employment of graduates – pointed out. Conclusions have been drawn about the main features of the public administration modern system, the Chinese education place in the international market of educational services and the possible contribution of Chinese public administration researchers to the solution of public problems both within the country and around the world. Strategic scenarios for the further development of Chinese society in the context of the Datong project have been outlined.

Keywords

China, Datong, public service, public administration, management education

For citation: Zakharov M.Yu., Shishkova A.V. (2024) Developing “learning society” as a basic condition for perfect management education in China. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 206–214.



ВВЕДЕНИЕ

На протяжении всей своей истории китайцы хотели приобрести достаток и спокойствие и жить в процветающей, хорошо управляемой единой Поднебесной. Мыслители старого Китая приложили немало усилий для осмысления желаемого будущего. Это идеальное общество, описанное в классическом конфуцианском трактате «Ли цзи», виделось как общество Великого единения, социальной справедливости и равных возможностей всех граждан [1–3]. В последующем идеал был объективно востребован на всех переломных этапах развития Китая, его активно изучали, публично обсуждали и использовали в выступлениях руководители революционных движений, а порожденные им идеи о будущем становились основой действия революционно настроенных масс. Одной из фундаментальных сторон будущего идеального общества выступало образование, которое имеет многовековую историю и по праву может называться системообразующим элементом управляемого китайского общества [4].

Начиная с 1990-х гг. с активным развитием экономики знаний образование стало играть важную роль в обеспечении экономического роста. Поскольку высшее образование является самой высокой ступенью, между ним и социально-экономическим развитием существует тесная взаимосвязь. Высшее образование стало двигателем социального, экономического и человеческого развития, а вклад человеческого капитала в экономику – фактором, способствующим реальному устойчивому развитию. На сегодняшний день человеческий капитал является важнейшей социальной характеристикой населения. Многие исследователи утверждают, что люди с высшим образованием и хорошим здоровьем могут легко конвертировать свой человеческий капитал в деньги и статус, получая высокооплачиваемую работу в государственном секторе [5].

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом настоящего исследования выступает процесс исторического формирования китайской образовательной системы как инструмента развития человеческого капитала. Предметом исследования является развитие управленческого образования как стержневого элемента образовательной системы Китая. Цель исследования – описать специфику восприятия ценности образования в китайском обществе в контексте общества Великого единения («Датун») как желаемого образа будущего в китайской прогностике.

В ходе исследования были использованы такие классические теоретические философские методы, как метод обобщения, аналогии, абстрагирования, анализа и синтеза. Для выявления качественных изменений рассматриваемых теорий и концепций во времени, а также для описания процесса исторического формирования китайской образовательной системы использовался метод исторической ретроспекции. Применен герменевтический метод, предполагающий изучение и интерпретацию идей и концепций данного предметного поля в социально-политическом и культурном контекстах.

УПРАВЛЕНЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ КАК СТЕРЖЕНЬ ИСТОРИЧЕСКИ СЛОЖИВШЕЙСЯ КИТАЙСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

Первые упоминания об обучении встречаются уже III–II тысячелетия до н.э. Как правило, авторы описывали разнообразные образовательные школы, привязанные к определенному географическому месту, изучаемые в них предметы (письмо, счет, музыка, стрельба из лука, езда на колеснице), взаимоотношения учителей и учеников. Таким образом, формировались различные школы, которые современные исследователи считают величайшей находкой старого Китая, сыгравшей знаковую роль в мировой системе образования.

Приведем один показательный пример. Имперская система экзаменов привлекала большое внимание Запада. Она оказала заметное влияние на доклад Норткота-Тревельяна о реформе государственной службы в Британской Индии и Великобритании. Английская Ост-Индская компания использовала конкурсный метод отбора служащих в XIX в. После этого, в 1855 г. британское правительство приняло аналогичную систему тестирования для отбора государственных служащих. Доклад Норткота-Тревельяна в свою очередь оказал влияние на американский закон Пендлтона (Закон о реформе государственной службы 1883 г.), который также устанавливал собственную систему конкурсных экзаменов для федеральных государственных служащих [6].

В эпоху династии Шан во II тысячелетии до н.э. на смену разрозненным школам пришло первое государственное учебное заведение, а в I тысячелетии до н.э. появились целые университеты, объединившие начальную школу с семилетним сроком обучения и высшую школу с девятилетним сроком обучения.

Как правило, это были столичные учебные заведения, руководство которыми осуществляло правительство. Наряду с этим возникли периферийные (провинциальные) учебные заведения под началом уже местных органов власти. Если ранее упор в обучении делался на первичных образовательных навыках, то здесь под контроль проверяющих наряду с остаточными знаниями попали такие навыки и умения обучающихся, как чтение, понимание учителя, способность мыслить, рассуждать и делать умозаключения.

В VI–III вв. до н.э. существенно изменился объем знаний, транслируемых от учителя к ученику, расширился круг изучаемых дисциплин, появились предметы естественнонаучного содержания (динамика, геометрия, оптика). За каждым из этих организационных шагов стояли конкретные люди, инициировавшие то или иное предложение. Так, идея расширения круга преподаваемых дисциплин принадлежала знаменитому древнекитайскому мыслителю и политическому деятелю Мо ди (Мо-цзы), ярому противнику конфуцианских идей, просветителю идей «всеобщей любви», в основе которых лежит «небесная воля». Он настраивал обучающихся на взаимопомощь, стремление к полезному для общества труду, пропагандировал управленческую деятельность при условии, если государственные служащие мудрые, образованные и достойные люди [7].

Развивающийся Китай требовал все больше и больше управленческих кадров, и в 124 г. до н.э. император принял решение об учреждении государственного университета по подготовке профессиональных администраторов. Это было знаковое событие в истории китайского управленческого образования, которое на многие годы вперед заложило общие правила этого специфического вида образования и значительно расширило социальную базу претендентов на посты в государственном управленческом аппарате, поскольку главным критерием отбора стало не происхождение, социальный статус или финансовое состояние, но знания, которые абитуриент должен показать на вступительных экзаменах.

Равные стартовые условия для поступающих – серьезный шаг на пути демократизации общественной жизни. Все эти обстоятельства привели к лавинообразной популярности данного университета и, как следствие, увеличению числа обучающихся. Уже к концу I в. до н.э. в нем училось около 3 тыс. студентов, а в эпоху правления династии Поздняя Хань – в 10 раз больше. Две тысячи лет система управления империи была в руках людей знания [8].

Однако даже открытие управленческого университета не смогло обеспечить возрастающую потребность в управленческих кадрах. Требовалось все больше управленцев, причем не только для органов государственной власти, но и для крупных негосударственных хозяйств. Государственные учебные заведения не справлялись с поставленной задачей, и правительство было вынуждено обратиться к негосударственным школам различного профиля и разрешить им готовить управленцев низового уровня и даже вводить степень знатока Пятиканония «У цзин» [7]. Данное разрешение повлекло за собой ужесточение требований к учителям, их практическому, профессиональному, производственному опыту, знанию специфики отдельных видов действия. Иногда данное ужесточение приводило к полному запрету заниматься педагогической деятельностью учителям, не имеющим опыта государственной службы.

Государственные и частные обучающие учреждения сформировали целостный образовательный механизм, который в истории Китая получил название «Сто школ и сто цветов». Потребовались определенные усилия со стороны ведомства церемоний для управления данным механизмом как в организационном, так и методическом плане. Последний запретил учителю самостоятельно выбирать объем, содержание и методы обучения, а также планировать результат взаимодействия с учеником. Были выпущены единые методические требования к процессу обучения независимо от формы учебного заведения, что повлекло за собой определенную специализацию самих учителей, которая была направлена на выделение конкретизированного конфуцианского канона для специализирующегося. Это позволило углубить знания самих обучающихся, определенным образом систематизировать и структурировать конфуцианское учение и, как следствие, способствовало развитию библиотечного дела, аккумулирующего большие объемы национальных когнитивных ресурсов.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА В КИТАЕ В XX В.

Как свидетельствуют историки, к началу XV в. китайская образовательная система представляла собой целостное образование, стержнем которого выступало управленческое образование. В дальнейшем происходили изменения (например, привязка системы образования к территориальному делению, дополнительные экзамены для перехода от одной ступени образования к другой), но общая конфигурация образования оставалась неизменной вплоть до конца XX в.

Однако почти 1,7 тыс. учебных заведений со своими преподавателями, студентами, материальной базой, централизованной системой управления образованием, едиными образовательными программами и целым комплексом нормативных документов не смогли решить проблему грамотности в стране. Так, в 1949 г. по разным источникам грамотных было всего 20–40 %, к началу 1990-х гг. только 4 % населения имело высшее образование, 12 % получили аттестат старшей школы и 11 % не имели образования вовсе. Не приходится говорить и о низком рейтинге китайских учебных заведений на международной арене – китайский диплом не представлял ценности для работодателей.

Такое удручающее состояние образования требовало серьезных шагов по его модернизации, эффект от которой не мог быть отложенным. Учитывая это, Правительство Китая в 1986 г. изменило структуру национального обучения и ввело обязательное девятилетнее образование: 6 лет начальной школы (дети от 6 до 12 лет) и далее три года неполной средней школы. Принятый закон устанавливал общие требования, сроки для достижения всеобщего образования с учетом условий каждой местности и конкретный результат по окончании обучения – высокие идеологические и моральные качества, самостоятельное логическое мышление, умение быстро вычислять, грамотно читать и писать, а главное – правильное восприятие социалистических идей, передающихся из поколения в поколение.

Государство гарантировало предоставление такого образования, но перекладывало на плечи родителей поиски места в лучшем учебном заведении, где были преподаватели высокого уровня и хорошая учебно-материальная база. Для будущих учащихся выбор учебного заведения был определяющим, так как образовательная организация с низким рейтингом открывала выпускнику дверь лишь в средние специальные профессиональные технические училища, специальные школы, технические колледжи, которые ориентированы на подготовку среднего технического персонала и квалифицированных рабочих, а также менеджеров среднего звена с полным комплектом управленческих знаний и навыков. Такое направление в образовании не является популярным, поскольку государство взяло на себя лишь обязанность обучить и выдать диплом, но не трудоустроить выпускника. Последнее является большой проблемой для любой китайской семьи.

Напротив, хорошее учебное заведение предоставляет ученику возможность успешно сдать выпускной экзамен для учащихся средних школ старших ступеней, который одновременно будет являться вступительным экзаменом в высшее учебное заведение. Единый национальный вступительный экзамен был введен в 1952 г., но уже в 1966 г. с началом развертывания культурной революции был отменен, а затем снова введен. Порядок его организации утверждается административными органами образования Государственного совета, а непосредственное проведение возлагается на экзаменационные образовательные органы, утверждаемые государством.

Исходя из результатов экзамена и в зависимости от количества набранных баллов (оценки выставляются по 100-балльной системе), человек может претендовать на поступление в любое учебное заведение, которые поделены на категории. В Китае дни проведения экзаменов называются «черными днями июня» за ту непосильную работу, которую приходится выполнять учащимся. Единственное утешение для них – самостоятельный выбор предметов для сдачи при сохранении в качестве обязательных математики, китайского и иностранного языков. После успешной сдачи экзамена претендент может получать общее высшее образование (взрослые тоже имеют такую возможность, но учатся без отрыва от производства) в течение четырех (пяти) лет и по окончании бакалавриата получить степень «Бакалавр».

В 1990-х гг. в Китае был провозглашен новый политический курс, согласно которому науке и образованию отводилось особое место в достижении процветающего будущего страны. Для решения грандиозных задач строительства китайского многонационального государства с высокоэффективной экономикой потребовался образованный человек, а также потенциал принципиально нового общества, в котором будут удовлетворены насущные разумные индивидуальные потребности и гармонично объединены все разнородные силы общества. Все эти задачи были закреплены на официальном уровне в «Программе реформы и развития образования в Китае» (1993 г.), «Законе об образовании» (1995 г.), «Законе КНР о высшем образовании» (1998 г.), «Правилах установления номенклатуры специальностей на основных отделениях вузов» (1999 г.) и других государственных документах [9]. Была сформирована четырехступенчатая система обучения, включающая дошкольное, начальное, среднее и высшее образование. Также была перераспределена ответственность: Государственному совету Китая дали право учреждать учебные заведения и другие образовательные организации, определять формы и периоды обучения, задачи и принципы обучения/воспитания, утверждать количественный и качественный набор обучающихся, а также в целом все базовые компоненты образовательной системы.

Особая образовательная нагрузка возложена на высшее образование, где обучающийся поэтапно проходит бакалавриат, магистратуру и аспирантуру [10]. Изменение образа китайского высшего образования привело к буму желающих учиться, кого не страшили ни высокая оплата, ни высокий конкурс (в отдельные университеты на элитные специальности – до 300 человек на место), ни ограниченность квот у каждого университета. Государство вывело за финансовые скобки, то есть сделало бесплатным 6 педагогических вузов, которые находятся в непосредственном подчинении Министерства образования Китая, и все военно-учебные заведения. Это связано с тем, что страна самостоятельно распределяет выпускников на самые трудные по всем показателям участки.

Таким образом, в настоящее время система образования в Китае, крупнейшая государственная система в мире, разделена на привычные три области: начальное, среднее и университетское/профессиональное образование. Все аспекты ее реализации вращаются вокруг экзаменов для поступления в среднюю школу (zhongkao) и в университет (gaokao). Последний является самым конкурентным экзаменом в мире: около 10 млн студентов ежегодно соревнуются за место в одном из ведущих университетов Китая¹.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

С момента начала проведения политики реформ и открытости Китай добился заметных успехов во возвращении талантов. Политика расширения набора в высшие учебные заведения, принятая в конце XX в., привела к волне слияний, переименований и модернизации колледжей и университетов. Это в определенной степени позволило добиться экономии на масштабе и объеме высшего образования.

Масштабное расширение высшего образования за последние два десятилетия объясняется совокупными усилиями правительства, общества и общественности. Правительство разработало долгосрочные планы развития страны, в которых подчеркивается важность образования. Общество продемонстрировало потребность в повышении конкурентоспособности как на внутреннем, так и на внешнем рынках, что требует формирования квалифицированной и образованной рабочей силы. Общественность, признавая ценность индивидуального человеческого капитала, возлагала большие надежды на личностный рост и оценку собственных возможностей.

В условиях быстро развивающейся экономики три вышеперечисленных фактора привели к стремительной популяризации высшего образования в Китае [11]. В 2019 г. Китай достиг важной вехи в сфере высшего образования: общий коэффициент охвата образованием превысил 50 %, а уже в 2023 г. число выпускников колледжей достигло нового рекордного уровня в 11,58 млн чел., что на 0,8 млн больше, чем в 2022 г. [11].

Однако престиж высшего образования не является абсолютным оберегом и не гарантирует сытой жизни после окончания учебного заведения. Современный китайский рынок труда оставляет многих самостоятельно трудоустроившихся выпускников безработными, и, как свидетельствует статистика, с каждым годом данная проблема только обостряется. Несмотря на рост числа выпускников, уровень начального трудоустройства имеет тенденцию к снижению, упав с первоначального показателя в 90 % в начале XXI в. до 70–80 % сейчас. В июне 2023 г. уровень безработицы среди молодежи в Китае достиг исторического максимума – 21,3 % [11]. Исследователи говорят о формировании в современном Китае нового общественного класса – йицу («колония муравьев»). Под «муравьями» они подразумевают молодых людей, которые успешно закончили высшие учебные заведения, но в силу отсутствия на рынке вакансий вынуждены соглашаться на низкооплачиваемый неквалифицированный труд, проживать на окраинах городов в переполненных маленьких комнатах. Теряя свою квалификацию, они с каждым годом вынуждены удаляться от статуса выпускника современной высшей школы.

Эта проблема не является исключительно китайской и требует серьезных шагов со стороны любого государства. Следует отметить, что в общественном сознании нет негативного отношения к высшему образованию, что позволяет Китаю успешно реализовывать государственный план повышения инновационного потенциала высших учебных заведений [12].

На ранних этапах расширение системы высшего образования в Китае в основном определялось механическим подходом к росту «запас определяет прирост», при этом основное внимание уделялось повышению уровня образования, а не структурным проблемам. По мере того, как китайская экономика переходит от высокоскоростного роста к высококачественному развитию, возникает структурное

¹ European Commission. Joint Research Centre. Educational technologies in China: Pre and post pandemic lessons. Publications Office. Режим доступа: <https://data.europa.eu/doi/10.2760/604641> (дата обращения: 19.12.2023).

отклонение между талантами, возвращенными с помощью высшего образования, и рыночным спросом. Для достижения устойчивой занятости важно постепенно решать противоречие в трудоустройстве выпускников вузов как с точки зрения спроса, так и с точки зрения предложения [11].

ВЫВОДЫ

В начале XXI в. в Китае появляется все больше интересных проектов, направленных на совершенствование образовательной системы. Одним из них является национальный «Проект 211» (в названии проекта зашифрован XXI (21) в. и одна (1) сотня вузов). Он предполагает комплексный отбор 100 наиболее развитых учебных заведений, которые смогут внести существенный вклад в процесс модернизации страны. Среди них особое место занимают вузы, готовящие специалистов по управленческим специальностям, где трудятся самые квалифицированные преподаватели, заложена высокая учебно-материальная база и где государство оказывает посильную постоянную помощь.

Человеческий капитал населения в Китае значительно вырос благодаря быстрому развитию экономики. Государство сталкивается с расширением численности городского населения в масштабах исключительного роста, который не наблюдался в истории человечества. Численность населения Китая, проживающего в городах, увеличилась с 18 % в 1978 г. до 56 % в 2015 г.

К концу 2021 г. население Китая старше 6 лет составляло 1,411 млн чел., из которых 99,96 % достигли уровня начального образования, а уровень зачисления в высшие учебные заведения Китая должен был достичь 57,8 % по сравнению с 30 % в 2012 г. В 2020 г. число выпускников составило 8,74 млн чел. Число людей с университетским образованием выросло с 3,611 тыс. в 2000 г. до 5,098 тыс. в 2005 г. со среднегодовым приростом в 7,14 %. Число людей, получивших полное среднее образование, увеличилось с 11,146 тыс. в 2000 г. до 11,4 тыс. в 2005 г. со среднегодовым приростом в 0,45 % [5].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Реализация «Проекта 211» позволила существенно укрепить позиции китайского образования на международном рынке образовательных услуг, что нашло свое отражение и в мировой рейтинговой системе. Так, более 50 вузов Китая сегодня вошли в число 500 лучших университетов мира, а два пекинских университета включены в первые несколько десятков мирового рейтинга. Трансформировалось национальное и международное общественное мнение о качестве китайского образования, и работодатели иначе стали воспринимать специалистов с дипломами университетов Китая.

Хорошим показателем успехов китайского образования является формирование отдельной национальной образовательной группы под названием «Лига С9». В эту группу вошли наиболее авторитетные высшие учебные заведения Китая с полным государственным финансированием: Пекинский университет, Шанхайский университет транспорта, Фуданьский университет, Харбинский политехнический университет, Наньцзинский университет, Университет Цинхуа, Научно-технический университет Китая, Чжэцзянский Университет и Сианьский транспортный университет. Это позволило сконцентрировать образовательные ресурсы университетов в единую группу и по многим показателям обогнать авторитетную образовательную американскую группу «Лига плюща» и британский альянс «Рассел».

В области государственного управления была создана система академического образования от бакалавриата до докторантуры, а также разработана программа магистра государственного управления (от англ. Master of Public Administration, MPA), ориентированная на государственных служащих. Однако, несмотря на развитие, государственное управление в Китае по-прежнему сталкивается с многочисленными проблемами в области исследований и образования. По общему мнению ученых, китайской науке в области государственного управления необходимо повысить степень профессионализации и специализации, увеличить количество эмпирических исследований и усилить разработку собственных теорий.

По мере углубления китайских реформ и всесторонней трансформации общества исследования в области государственного управления будут все более востребованы для удовлетворения сложных и разнообразных социальных потребностей и расширения понимания таких дисциплин, как социальная политика, экологическая политика, управление некоммерческими организациями, а также управление стихийными бедствиями и чрезвычайными ситуациями. С увеличением числа школ и экспертов в области государственного управления ожидается, что с годами качество исследований будет повышаться. Эффективные решения уникальных проблем, с которыми сталкивается Китай в ходе развития

собственных теорий государственного управления, требуют значительных и постоянных усилий со стороны китайских ученых в области государственного управления. В современном все более взаимозависимом глобальном обществе межнациональный диалог и обмен могут помочь в развитии государственного управления в Китае и предоставить больше возможностей для того, чтобы китайские концепции и идеи внесли важный вклад в решение государственных проблем как внутри страны, так и во всем мире [13].

Современная китайская прогностика традиционно пытается приподнять завесу времени и заглянуть в будущее, конструируя для этого различные сценарии стратегического развития Китая. Последние определяют последовательность изменений, приводящих к искомому результату, и образ желаемого будущего с набором конкретных социально-экономических показателей [14]. Гармонично используются традиционные национальные устремления китайского народа, идеи о Великом возрождении нации и желаемая цель – сильное процветающее государство, возрожденная нация, счастливые люди и общество в целом.

В 2012 г. Генеральный секретарь Центрального комитета Коммунистической партии Китая Си Цзиньпин сформулировал важнейшие условия реализации китайской мечты: неотступное движение по Великому пути социализма с китайской спецификой, которая обусловлена историей и социокультурной традицией Китая; постоянное возвышение духа китайской нации, создавшей великую цивилизацию и сегодня продолжающую динамичное развитие, а также патриотизма как сердцевины национального духа; возвышение духа эпохи, основу которого составляют реформы и новаторство; объединение сил нации, порожденное великой сплоченностью многонационального населения.

В 2017 г. XIX съезд Коммунистической партии Китая утвердил двухэтапный план развития страны на период 2020–2050 гг. На первом этапе (15 лет) планируется в целом закончить социалистическую модернизацию и окончательно построить общество среднего достатка, на втором – в ознаменование 100-летия образования Китая закончить реализацию амбициозной национальной задачи по созданию богатого, цивилизованного, образованного современного социалистического государства². Ожидается, что в образовательном плане 2050 г. станет годом превращения китайского общества в «обучающее общество», а Китая – в мирового лидера образовательных услуг, и тогда многовековая китайская мечта об образованном человеке, живущем в процветающем обществе, найдет свое практическое воплощение.

Список литературы

1. Ян Х.-Ш. Древнекитайская философия. Т. 2. М.: Мысль; 1973. 384 с.
2. Захаров М.Ю., Шишкова А.В. Управление цифровой трансформацией образования как часть китайского национального проекта общества Всеобщего Единения. Вестник университета. 2023;1(1):199–206. <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2023-1-199-206>
3. Захаров М.Ю., Шишкова А.В. Управление знаниями как составляющая китайского традиционного общественного идеала «Датун». Миссия конфессий. 2023;3(12):76–84.
4. Малявин В.В. Китай управляемый: старый добрый менеджмент. М.: «Европа»; 2007. 304 с.
5. Ali T., Khan S. Health, Education, and Economic Well-Being in China: How Do Human Capital and Social Interaction Influence Economic Returns. Behavioral Sciences. 2023;13(209). <https://doi.org/10.3390/bs13030209>
6. Kim P.S. The development of modern public administration in East Asia. International Review of Administrative Sciences. 2017;83(2):225–240. <https://doi.org/10.1177/0020852316685162>
7. Титаренко М.А. и др. Духовная культура Китая. М.: Восточная литература; 2006. 727 с.
8. Елисеев В., Елисеев А. Цивилизация классического Китая. Екатеринбург: У-Фактория; 2007. 640 с.
9. Боревская Н.Е., Гудошиков А.М. Образовательное законодательство и управление образованием в Китае. В кн.: Козырин А.Н. (ред.) Образовательные системы и образовательное законодательство государств Востока. М.: Готика; 2005. С. 48–93.
10. Боревская Н.Е. 30 лет реформ в КНР: опыт, проблемы, уроки. В кн.: Китай, китайская цивилизация и мир. История, современность, перспективы: материалы XVII Международной научной конференции, Москва, 22–24 октября 2008 г. М.: Ин-т Дальнего Востока РАН; 2008. 20 с.
11. Xiang B., Wang H., Wang H. Is There a Surplus of College Graduates in China? Exploring Strategies for Sustainable Employment of College Graduates. Sustainability. 2023;15(21):15540. <https://doi.org/10.3390/su152115540>
12. Боревская Н.Е., Борисенкова В.П., Сяомань Ч. (ред.) Россия-Китай: образовательные реформы на рубеже XX–XXI вв. Сравнительный анализ. М.; 2007. 591 с.

² russian.news.cn. Полный текст доклада, с которым выступил Си Цзиньпин на 19-м съезде КПК. Режим доступа: https://russian.news.cn/2017-11/03/c_136726299.htm (дата обращения: 19.12.2023).

13. *Li X., Han Y., Kim P.S.* The development of China's public administration education. *Teaching Public Administration*. 2018;36(2):163–177. <https://doi.org/10.1177/0144739418764537>
14. *Островский А.В.* Экономика КНР в 2030 году: проблемы и перспективы (как относиться к прогнозу экономического развития КНР, сделанному центром изучения положения в стране университета Цинхуа). М.: Издательство ИДВ РАН; 2013. 168 с.

References

1. *Yang H.-Sh.* Ancient Chinese philosophy. Vol. 2. Moscow: Mysl; 1973. 384 p. (In Russian).
2. *Zakharov M.Yu., Shishkova A.V.* Managing the digital transformation of education as part of the Chinese national project of a “Great Unity” society. *Vestnik universiteta*. 2023;1(1):199–206. (In Russian). <https://doi.org/10.26425/1816-4277-2023-1-199-206>
3. *Zakharov M.Yu., Shishkova A.V.* Knowledge management as part of the Chinese traditional social ideal of Datong. *Mission confessions*. 2023;3(12):76–84. (In Russian).
4. *Malyavin V.V.* Manageable China: Old good management. Moscow: Evropa; 2007. 304 p. (In Russian).
5. *Ali T., Khan S.* Health, Education, and Economic Well-Being in China: How Do Human Capital and Social Interaction Influence Economic Returns. *Behavioral Sciences*. 2023;13(209). <https://doi.org/10.3390/bs13030209>
6. *Kim P.S.* The development of modern public administration in East Asia. *International Review of Administrative Sciences*. 2017;83(2):225–240. <https://doi.org/10.1177/0020852316685162>
7. *Titarenko M.L. et al.* Spiritual culture of China. Moscow: Vostochnaya literatura; 2006. 727 p. (In Russian).
8. *Eliseeff V., Eliseeff D.* Civilization of Classical China. Ekaterinburg: U-Factoriya; 2007. 640 p. (In Russian).
9. *Borevskaya N.E., Gudoshnikov L.M.* Educational legislation and education management in China. In: *Kozyrin A.N. (ed.) Educational Systems and Educational Legislation of Eastern States*. Moscow: Gotika; 2005. Pp. 48–93. (In Russian).
10. *Borevskaya N.E.* 30 Years of Reforms in the PRC: Experience, Problems, Lessons. In: *China, Chinese civilization and the world. History, Modernity, Prospects: Proceedings of the XVII International Scientific Conference, Moscow, October 22–24, 2008*. Moscow: Institute of Far East of the Russian Academy of Science; 2008. 20 p. (In Russian).
11. *Xiang B., Wang H., Wang H.* Is There a Surplus of College Graduates in China? Exploring Strategies for Sustainable Employment of College Graduates. *Sustainability*. 2023;15(21):15540. <https://doi.org/10.3390/su152115540>
12. *Borevskaya N.E., Borisenkova V.P., Xiaoman C. (eds.)* Russia-China: Educational Reforms at the Turn of the XX–XXI Centuries. Comparative analysis. Moscow; 2007. 591 p. (In Russian).
13. *Li X., Han Y., Kim P.S.* The development of China's public administration education. *Teaching Public Administration*. 2018;36(2):163–177. <https://doi.org/10.1177/0144739418764537>
14. *Ostronskiy A.V.* The PRC Economy in 2030: Problems and Prospects (How to Relate to the Forecast of Economic Development of the People's Republic of China, made by the Center for the Study of the Situation in the Country of Tsinghua University). Moscow: Institute of Far East of the Russian Academy of Science; 2013. 168 p. (In Russian).

Отношение к татуированию в современном российском обществе: региональный аспект

Левченко Валерий Витальевич

Д-р психол. наук, зав. каф. социологии и политологии
ORCID: 0000-0002-7627-9162, e-mail: levv66@mail.ru

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь, Россия

Аннотация

В статье рассмотрены теоретические и прикладные основы анализа феномена татуирования как одной из самых распространенных телесных практик в современном обществе. Выделены закономерности отношения к данному явлению, характерные для современного общества. Отмечены определенные ограничения этих исследований, их фрагментарность. Предложен интегральный вариант анализа данного явления, включающий четыре компонента отношения к тату (когнитивный, эмоциональный, поведенческий и мотивационный) и учет особенностей социальных установок трех основных субъектов, занимающих разные позиции в отношении тату (тату-мастера, их клиенты и контрольная группа, не имеющая тату). Приведены результаты эмпирического исследования, которые позволили выявить региональную специфику структуры отношения к феномену жителей Перми (по таким параметрам, как когнитивный компонент отношения к тату (информированность о татуировании), эмоциональный (оценка тату как социального явления; эмоциональное отношение родственников, близкого окружения, респондента к тату), поведенческий (наличие татуировок у респондента; татуированные части тела; желание набить/свести татуировку в будущем), мотивационный (причины нанесения татуировки; мотивы выбора определенного рисунка), а также особенности влияния основных факторов на формирование этого отношения к изучаемому феномену.

Ключевые слова

Телесные практики, татуирование, отношение к тату, когнитивный компонент отношения к тату, эмоциональный компонент отношения к тату, поведенческий компонент отношения к тату, мотивационный компонент отношения к тату

Для цитирования: Левченко В.В. Отношение к татуированию в современном российском обществе: региональный аспект // Вестник университета. 2024. № 2. С. 215–221.



Attitude to tattooing in modern Russian society: Regional aspect

Valery V. Levchenko

Dr. Sci. (Psy), Head of the Sociology and Political Science Department
ORCID: 0000-0002-7627-9162, e-mail: levv66@mail.ru

Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russia

Abstract

The article considers theoretical and applied basis for analyzing tattooing phenomenon as one of the most widespread bodily practices in modern society. The patterns of attitude to this phenomenon and characteristic of modern society have been highlighted. Certain limitations of these studies and their fragmentation have been noted. The integral variant of this phenomenon analysis, including four components of the attitude to tattoo (cognitive, emotional, behavioral, and motivational) and considering peculiarities of social attitudes of the three main subjects occupying different positions in relation to tattoo (tattoo masters, their clients and a control group without tattoos) has been offered. The empirical study results have been presented, which made it possible to reveal regional specificity of the structure of attitude to the phenomenon of Perm residents (according to such parameters as cognitive component of attitude to tattoo (awareness of tattooing), emotional (assessment of tattoo as a social phenomenon; emotional attitude of relatives, close environment, and respondent to tattoo), behavioral (presence of tattoos; tattooed body parts; desire to get/remove a tattoo in the future), motivational (reasons for getting a tattoo; motives for choosing tattoo design in the future), and motivational ones (reasons for getting a tattoo; motives for getting a tattoo in the future).

Keywords

Bodily practices, tattooing, attitude to tattoo, cognitive component of attitude to tattoo, emotional component of attitude to tattoo, behavioral component of attitude to tattoo, motivational component of attitude to tattoo

For citation: Levchenko V.V. (2024) Attitude to tattooing in modern Russian society: Regional aspect. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 215–221.



ВВЕДЕНИЕ

Сегодня становление человека, его идентификация, модификация собственного тела все чаще становятся объектом пристального внимания со стороны современной науки. Тело – средство коммуникации, благодаря которому люди имеют возможность передавать индивидуальную информацию окружающим, стимулировать их поведение и управлять им. Анализ тела имеет междисциплинарный характер и в большинстве случаев исследуется с позиций социологии, философии, психологии [1]. В XXI в., когда общество в значительной степени «заиклено» на внешности и ее совершенствовании, когда важнее становится не внутренний мир, а «оболочка», особую популярность стала приобретать проблема конструирования человеческого тела.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Свой вклад в изучение данной проблемы осуществила и социология:

- 1) социология тела (Б. Тернер, А. Франк, К. Шиллинг, М. Фезерстоун и др.) [2];
- 2) анализ социальных практик и социального конструирования тела классиками социологии (М. Вебер, Т. Парсонс, П. Бергер, Т. Лукман, Э. Гидденс, П. Бурдьё, И. Гофман и др.), а также отечественными учеными (В.В. Волков, О.В. Хархордин, Т.И. Литвинова, Т.В. Торопова и др.) [3–7];
- 3) концептуализация женской и мужской телесности (Е.А. Гольман, А.В. Ваньке и др.) [8];
- 4) проблемы дискриминации по телесным признакам (П.Р. Романова и Е.Р. Ярская-Смирнова, Е.А. Орех, Д. Литвинова, П. Остроухова, И.В. Сохань и др.) [2].

Одним из наиболее популярных видов телесных практик является тату-практика. Тату определяется как один из способов самовыражения личности, представляющий декорирование тела через механическую модификацию, наиболее характерную для молодежных групп, также выражающий определенные ценностные ориентации социальной группы, в которую входит данная личность [3].

Тем не менее, если такие телесные модификации, как, например, бодибилдинг или эстетическая хирургия, уже более или менее встроились в социокультурное пространство общества, реакция сообщества на татуировку не такая однозначная. Люди чаще признают их носителями маргиналами, при этом сам факт татуировки ассоциируется нередко с той или иной формой девиации [9]. В связи с этим в литературе все еще преобладает взгляд на татуирование в русле или протестной телесности, или криминального тату [10; 11].

В немногочисленных исследованиях выделяются чаще всего два типа татуирования: в «закрытых» социальных группах и в «большом» обществе [12]. Отмечается также определенная динамика функций тату, особенно в современном обществе [9]. Рассматривается татуирование и как специфическая форма молодежной субкультуры [13].

Сегодня татуирование становится частью повседневности, обыденности, достаточно распространенным явлением. Однако в современном российском обществе оно слабо изучено, исследования представлены в основном фрагментарным анализом данного феномена, нет единой картины понимания, которое бы включало знание о тату, его оценку как явления, поведение общества относительно него и мотивацию всех основных субъектов, имеющих отношение к данному феномену, в том числе с учетом территориальной специфики. В связи с этим было подготовлено и проведено прикладное исследование отношения к татуированию жителей Перми.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследовании, посвященном анализу отношения к феномену татуирования и осуществленном нами на базе кафедры социологии и политологии Пермского национального исследовательского политехнического университета, приняли участие жители Перми (возрастом от 18 до 60 лет), имеющие различную связь с тату (тату-мастера, их клиенты), и жители, не имеющие никакого отношения к татуировкам.

Структура отношения к татуированию определялась следующими эмпирическими показателями:

- 1) когнитивный компонент отношения к тату (информированность о феномене татуирования);
- 2) эмоциональный компонент отношения к тату (оценка тату как социального феномена; эмоциональное отношение родственников; эмоциональное отношение близкого окружения; эмоциональное отношение респондента);
- 3) поведенческий компонент отношения к тату (наличие татуировок у респондента; татуированные части тела; желание набить/свести татуировку в будущем);

4) мотивационный компонент отношения к тату (причины нанесения татуировки; мотивы выбора определенного рисунка).

Согласно результатам исследования, чуть больше половины респондентов (56,3 %) имеют татуировки, а у 43,8 % они отсутствуют. Почти у всех опрошенных есть друзья или знакомые, имеющие татуировки (95,8 %), которые часто относятся к татуировкам абсолютно положительно (45,8 %), реже – нейтрально (22,9 %), у кого-то почти отсутствует отрицательное отношение к ним (1,0 %). Родственники респондентов почти в равной степени имеют (51,0 %) и не имеют тату (47,9 %), относятся к ним часто нейтрально (45,8 %) и скорее отрицательно (30,2 %).

Информированность респондентов о тату не очень высокая: около трети респондентов имеют частичное представление о стилях, техниках татуирования и хотели бы узнать больше (36,5 %), имеют полное представление о тату и ничего не знают вообще почти равные доли респондентов (24,0 % и 22,9 % соответственно).

Почти половина опрошенных точно хотела бы набить татуировку в будущем (53,1 %). В основном наиболее приемлемых частей тела для нанесения тату, по мнению респондентов, нет: татуировки можно размещать так, как угодно самому человеку (78,1 %).

Преобладающими мотивами нанесения тату респонденты считают желание обрести индивидуальность и создать свой имидж (80,2 %), эстетику (68,8 %). Реже всего отмечают желание обрести новый круг общения (14,6 %) и желание испытать чувство боли (14,6 %). Следовательно, татуирование связывают с выражением собственного «Я», которое проявляется в неповторимости, создании лучшей версии себя. Тату не является олицетворением боли и способом коммуникации.

Наиболее частым мотивом выбора рисунка для татуировки стали эстетика, то есть красивая картинка (91,7 %), и смысл рисунка (85,4 %). Можно предположить, что семантика является неотъемлемой частью тату и люди наносят рисунки на свое тело обдуманно. Реже всего мотивом выбора рисунка отмечают стремление соответствовать кумиру и определенной социальной группе (22,9 % и 26,0 % соответственно), что также говорит об индивидуальности каждого человека.

Выяснилось, что носители татуировок чаще всего не хотят сводить/перекрывать какую-либо из тату на своем теле (61,1 %), а если хотят, наиболее частой причиной становится то, что тату надоедает и перестает нравиться (57,1 %).

В целом люди считают, что тату становится частью повседневности и обыденности, каждый второй человек имеет татуировку (56,3 %), почти треть считает, что татуировка – это необычно (28,1 %), и единицы приравнивают тату к маргинальности и деградации (2,1 %).

Были выделены типы респондентов по их отношению к тату. Основаниями для типологии послужили следующие показатели: информированность о татуировании, наличие тату у респондента и оценка тату как социального феномена. Выяснилось, что среди респондентов преобладает нейтральный тип (70,6 % от вошедших в типологию), представители которого имеют частичное представление о структуре тату и хотели бы узнать больше, а также считают, что татуировка стала частью повседневности и обыденности. В позитивный тип вошло 26,5 % опрошенных, которые полностью информированы о данном явлении, сами имеют тату и считают, что татуировка – это необычно и не каждый рискнет на изменения на всю жизнь. В негативный тип вошло лишь 2,9 % респондентов, которые почти ничего не знают о тату, не имеют тату и оценивают его как признак маргинальности и деградации общества.

Также в исследовании были выявлены основные факторы, формирующие отношение к татуированию.

Так, когнитивный компонент отношения к тату зависит от целого ряда факторов. В частности, на информированность респондентов влияют пол, возраст, связь с тату и сфера деятельности респондентов. Мужчины больше осведомлены о феномене, нежели женщины; молодежь больше информирована о тату, чем респонденты старше 35 лет; тату-мастера и тату-клиенты чаще имеют полное представление о тату, чем люди, не связанные с ним; также больше всего о тату информированы представители туризма и спорта, культуры и искусства, тату-сферы. Средне информированы представители образования и науки, средств массовой информации и рекламы, фриланса и самозанятости. Студенты почти в равной степени знают и не знают о структуре тату, а представители здравоохранения и медицины совсем не осведомлены.

Эмоциональный компонент отношения к тату (оценка тату как социального феномена; эмоциональное отношение родственников; эмоциональное отношение близкого окружения; эмоциональное отношение респондента) зависит от следующих факторов. На оценку тату как социального феномена влияет

связь респондента с тату, сфера деятельности, наличие тату среди близкого окружения. Тату как нечто необычное оценивают чаще тату-мастера, сторонники культуры и искусства и респонденты, среди близкого окружения которых есть татуировки; как часть повседневности – люди, не имеющие никакой связи с татуированием, представители социальной работы, средств массовой информации и рекламы, здравоохранения и медицины. Как признак маргинальности и деградации оценивают тату также представители здравоохранения и медицины, но в меньшей степени, и те опрошенные, у которых среди близкого окружения татуировок нет.

Отношение родственников респондентов к тату значительно зависит от пола респондента и наличия татуировок среди близкого окружения респондента. Родственники девушек чаще относятся к тату отрицательно, в то время как родственники молодых людей – нейтрально; к тату относятся в основном нейтрально, если среди близкого окружения респондента есть тату-носители, и отрицательно, если их нет.

Отношение близкого окружения респондента к татуированию объясняется половозрастными особенностями респондента и его связью с тату. Так, близкое окружение женщин чаще относится к тату положительно, чем окружение мужчин; близкое окружение молодежи чаще относится к тату положительно, а окружение респондентов в возрасте 36–60 лет в основном нейтрально; окружение тату-мастеров и их клиентов относится к явлению в основном положительно, а окружение тех, кто не имеет связи с тату вообще, чаще относятся к нему нейтрально.

Отношение самих респондентов зависит от возраста, связи респондента с тату и наличия запрета в сфере деятельности. Молодежь и люди, связанные с тату, относятся к нему в основном положительно, а респонденты в возрасте 36–60 лет и те, кто не связан с тату, – чаще нейтрально. Несмотря на наличие запрета и негласных ограничений в сфере деятельности, люди часто относятся к явлению положительно и нейтрально. Наличие запрета на тату в основной сфере деятельности респондентов не влияет на отношение респондента к нему: у опрошенных из всех сфер деятельности преобладают положительные тенденции в оценке данного феномена.

Поведенческий компонент отношения к тату (наличие татуировок у респондента; татуированные части тела; желание набить татуировку в будущем; желание свести татуировку). Наличие тату у респондента зависит во многом от половозрастных особенностей, сферы деятельности и наличия тату среди близкого окружения. Татуировки чаще встречаются среди мужчин и молодежи, у работников социальной сферы, сферы тату, а также культуры и искусства, чем среди женщин, людей старше 36 лет, работников сферы здравоохранения и медицины. Если среди близкого окружения респондента тату не наблюдается, то и у респондента отсутствуют татуировки, а если тату среди близкого окружения есть, то наличие тату у респондента уже неоднозначно.

В основном респонденты различных сфер деятельности считают, что татуировки можно размещать на любых частях тела, однако представители здравоохранения и медицины придерживаются мнения о том, что тату вообще должно отсутствовать на теле человека. Респонденты, среди близкого окружения которых татуировки отсутствуют, также считают, что тату должно отсутствовать на теле человека, а те респонденты, среди близкого окружения которых есть тату, наоборот, считают, что его можно размещать на любых частях тела.

Желание набить татуировку зависит от возраста, связи респондента с тату и наличия запрета в сфере деятельности. Молодежь чаще хочет набить татуировку, чем респонденты старше 36 лет, при этом последние в основном не хотели бы сделать себе тату.

Тату-мастера и их клиенты хотели бы сделать татуировку в будущем, а те, кто не имеет связи с тату, не хотят делать вовсе либо просто задумываются. Те, кто работает в сферах, где есть негласное ограничение, не хотели бы делать татуировку, а работающие в сферах, где есть осуждение со стороны коллег или татуировки разрешены, в основном хотели бы набить татуировку.

Желание свести татуировку зависит от возраста респондента. Частой причиной сведения тату среди молодежи является то, что татуировка перестает нравиться или надоедает. Те же причины наблюдаются вне зависимости от связи респондента с тату, наличия запрета в основной сфере деятельности респондента, наличия тату среди его родственников и близкого окружения.

Мотивационный компонент отношения к тату (причины нанесения татуировки; мотивы выбора определенного рисунка) заключается в том, что причины нанесения рисунка зависят от возраста и наличия его среди близкого окружения. Молодежь среди причин нанесения тату отмечает желание обрести индивидуальность и эстетику, а респонденты в возрасте 36–60 лет – желание обрести индивидуальность,

следовать моде и попробовать что-то новое. Те же причины отмечаются вне зависимости от пола респондента и его связи с феноменом. Респонденты, среди близкого окружения которых есть люди с татуировками, отмечают следующие основные причины нанесения тату: желание обрести индивидуальность и эстетика, а те респонденты, среди окружения которых нет людей с тату, считают причинами желание следовать современной моде и быть эпатажным, то есть самоутвердиться.

Мотивы выбора рисунка для татуировки зависят от связи респондента с тату, сферы деятельности и наличия тату среди близкого окружения респондента. Так, все группы опрошенных основным мотивом указывают красивую картину, но тату-мастера еще отмечают значимые события, их клиенты и не имеющие связи с тату – смысл рисунка. Представители социальной сферы среди основных мотивов выбора рисунка для тату отмечают стиль татуировки, а работники в сфере фриланса и самозанятости – значимые жизненные события. Треть респондентов, среди близкого окружения которых татуировки отсутствуют, считают, что тату-клиентов ничего не мотивирует в выборе рисунка, они руководствуются советами своих мастеров.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Благодаря осуществленному исследованию было получено более интегративное и целостное представление о феномене тату. Основой такого системного и всестороннего анализа отношения к татуированию послужило как использование широкого комплекса эмпирических показателей данного феномена (когнитивного, эмоционального, поведенческого, мотивационного компонентов), так и участие в исследовании трех основных субъектов, занимающих разные позиции в отношении тату (тату-мастера, их клиенты и контрольная группа, не имеющая в данный момент тату).

Такой подход позволил выявить структуру отношения к татуированию (показать определенную неоднородность разных компонентов социальных установок у респондентов), установить особенности влияния различных факторов на отношение к тату респондентов на региональном уровне и в значительной степени идентифицировать отношение различных социальных групп жителей Перми к данному феномену, что в свою очередь позволяет составить более приемлемую картину о роли и значении данного явления в современном обществе и в жизни различных социальных групп.

Список литературы

1. *Кораблева О.В.* К вопросу об отношении общественности к татуировке. Карельский научный журнал. 2020;3(32):85–89. <https://doi.org/10.26140/knz4-2020-0903-0020>
2. *Пивоваров А.М.* Социология тела в поисках своей идентичности: анализ исследовательских программ. Социологический журнал. 2019;4:9–27. <https://doi.org/10.19181/socjour.2019.25.4.6814>
3. *Антонова Н.А., Меренков А.В.* Тело как проект: практики конструирования. Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2019;2:8–20. <https://doi.org/10.15593/2224-9354/2019.2.1>
4. *Власова О.А.* Социология человека Ирвинга Гофмана: личность как сопротивление социальному в теориях стигматизации и тотальных институций. Социологический журнал. 2011;4:5–20.
5. *Гредневская Е.В.* Проблема телесной свободы и дерминированности в концепции габитуса П. Бурдьё. Вестник ЮУрГУ. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2009;9(142):120–124.
6. *Шемякина Е.В.* Философский анализ понятия «Дисциплина тела». Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2014;169:34–38.
7. *Бацанова С.В.* Стратегии конструирования телесности в современной культуре. Белгород; 2018. 90 с.
8. *Гольман Е.А.* Женская телесность. Дисс. ... канд. социол. наук: 22.00.01. М.: Высшая школа экономики; 2015. 239 с.
9. *Воробьева Е.С.* Татуирование как объект социологического исследования. Теоретико-методологические аспекты. М.; 2018. 29 с.
10. *Бацанова С.В.* Протестная телесность. Вестник БГТУ имени В.Г. Шухова. 2015;4.
11. *Руденко И.Н.* Татуировки в преступном мире и современной моде. Вестник магистратуры. 2018;1-2.
12. *Воробьева Е.С.* Формирование мотивации к татуированию как механизм конструирования идентичности. Теория и практика общественного развития. 2016;6:41–47.
13. *Гафиагулина Н.Х., Иванова Е.В.* Субкультурные особенности тату-практик как способ диагностики социального здоровья молодежи. Инженерный вестник Дона. 2015;4-1.

References

1. *Korableva O.V.* On the issue of public attitudes to tattoos. Karelian Scientific Journal. 2020;3(32):85–89. (In Russian) <https://doi.org/10.26140/knz4-2020-0903-0020>.
2. *Pivovarov A.M.* Sociology of the body in search of its identity: Analysis of research programs. Sociological Journal. 2019;4:9–27. (In Russian). <https://doi.org/10.19181/socjour.2019.25.4.6814>.
3. *Antonova N.L., Merenkov A.V.* Human body as a project: Modeling practices. Vestnik of PSTU. Socio-economic sciences. 2019;2:8–20. (In Russian). <https://doi.org/10.15593/2224-9354/2019.2.1>.
4. *Vlasova O.A.* Erving Goffman's sociology of person: Personality as resistance of society in the theories of stigma and total institutions. Sociological Journal. 2011;4:5–20. (In Russian).
5. *Grednovskaya E.V.* The problem of bodily liberty and determinancy concept habitusa P. Bourdieu. Bulletin of the South Ural State University. Series: Social and Humanitarian Sciences. 2009;9(142):120–124. (In Russian).
6. *Shemyakina E.V.* A philosophical analysis of the term “Body Discipline”. Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences. 2014;169:34–38. (In Russian).
7. *Batsanova S.V.* Strategies for constructing physicality in modern culture. Belgorod; 2018. 90 p. (In Russian).
8. *Golman E.A.* Female physicality. Diss. ... Cand. Sci. (Sociol.): 22.00.01. Moscow: Higher School of Economics; 2015. 239 p. (In Russian).
9. *Vorobyeva E.S.* Tattooing as an object of sociological research. Theoretical and methodological aspects. Moscow; 2018. 29 p. (In Russian).
10. *Batsanova S.V.* Protest physicality. Bulletin of BSTU named after V.G. Shukhov. 2015;4. (In Russian).
11. *Rudenko I.N.* Tattoos in the criminal world and modern fashion. Vestnik Magistratury. 2018;1-2. (In Russian).
12. *Vorobyeva E.S.* Development of motivation to tattooing as a mechanism of identity construction. Theory and practice of social development. 2016;6:41–47. (In Russian).
13. *Gafiatulina N.H., Ivanova E.V.* Subcultural features of tattoo practices as a way of diagnosing the social health of youth. Engineering Journal of Don. 2015;4-1. (In Russian).

Российское предпринимательство в становлении благотворительной деятельности: вчера, сегодня, завтра

Шаталова Наталья Александровна

Зам. ген. дир. Фонда поддержки социальных инициатив публичного акционерного общества «Газпром»
ORCID: 0009-0006-4852-784X, e-mail: nshatalova@mail.ru

Публичное акционерное общество «Газпром», г. Москва, Россия

Аннотация

Статья посвящена вопросам благотворительной деятельности российских предпринимателей в ретроспективе. Автором затрагивается исторический вклад предпринимателей и как хозяйствующих субъектов, и как социальной пассионарной силы в развитии российской культуры, образования, социальной защиты. Современные российские предприниматели имеют иные предпосылки для благотворительной деятельности, основанные на влиянии корпоративной культуры и корпоративных ценностей. Социальная структура и содержание экономических отношений в России находились в динамике изменений, однако такое явление, как благотворительность, не потеряло своей значимости. Благотворительность выступает как форма социальной ответственности предпринимателей перед обществом. На благотворительность в дореволюционный период и на современном этапе оказывали влияние различные факторы и исторические обстоятельства. Исследование данной предметной области предполагает использование историографического метода, изучения биографий выдающихся меценатов. Именно это позволяет более точно понять причинно-следственные связи, обуславливающие появление и развитие практик благотворительной деятельности. Результаты исследования показывают отсутствие преемственности меценатов дореволюционной России и современных предпринимателей, что можно объяснить различием социокультурного контекста. Анализ опыта благотворительности имеет значение для понимания роли предпринимателей в функционировании благотворительной деятельности.

Ключевые слова

Благотворительность, предпринимательство, социальные проблемы, профессионально-этические установки, купечество, патернализм, меценатство

Для цитирования: Шаталова Н.А. Российское предпринимательство в становлении благотворительной деятельности: вчера, сегодня, завтра // Вестник университета. 2024. № 2. С. 222–227.

Russian entrepreneurship in the formation of charitable activities: Yesterday, today, tomorrow

Nataliya A. Shatalova

Deputy Director General of the Social Initiatives Support Fund of Gazprom PJSC
ORCID: 0009-0006-4852-784X, e-mail: nshatalova@mail.ru

Gazprom PJSC, Moscow, Russia

Abstract

The article studies issues of Russian entrepreneurs' philanthropic activities in retrospect. The author touches upon the historical contribution of entrepreneurs both as economic entities and as a social passionate force in Russian culture, education, and social protection development. Modern Russian entrepreneurs have different prerequisites for charitable activities based on the influence of corporate culture and corporate values. The social structure and the content of economic relations in Russia have been in the dynamics of change, but such a phenomenon as charity has not lost its significance. Charity acts as a form of entrepreneurs' social responsibility to society. Charity in the pre-revolutionary period and at the present stage was influenced by various factors and historical circumstances. The study of this subject area involves the use of historiographical method and the study of biographies of prominent philanthropists. This allows us to understand more accurately the cause-and-effect relationships that condition the emergence and development of philanthropic practices. The results of the study show the lack of continuity between patrons of art in pre-revolutionary Russia and modern entrepreneurs, which is due to the difference in socio-cultural context. Analyzing the experience of charity is important for understanding the role of entrepreneurs in charitable activities functioning.

Keywords

Charity, entrepreneurship, social problems, professional and ethical attitudes, merchants, paternalism, philanthropy

For citation: Shatalova N.A. (2024) Russian entrepreneurship in the formation of charitable activities: Yesterday, today, tomorrow. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 222–227.



ВВЕДЕНИЕ

Современный социальный портрет предпринимательства включает в себя активную жизненную позицию, формирующую бренд предприятия и привлекательность для целевой аудитории. В качестве примера можно привести Б. Гейтса, одного из самых крупных предпринимателей мира, известного своей деятельностью в сфере высоких технологий, сопредседателя Фонда Билла и Мелинды Гейтс, на который он потратил большую часть своего состояния. Благотворительная деятельность в предпринимательской среде является одним из атрибутов рыночной экономики.

Теоретико-методологической проблемой является то, что благотворительность рассматривается исключительно в контексте социальной эффективности, при этом финансово-экономические и управленческие аспекты остаются без должного внимания. Это касается как оценки результативности благотворительной деятельности, так и непосредственно организации благотворительных проектов.

М.В. Чернышева в ходе своего исследования пришла к выводу о том, что для современного российского предпринимательства существует несколько основных мотивирующих факторов участия в благотворительной деятельности:

- 1) обмен привилегиями на лояльность;
- 2) формализация отношений власти и предпринимательства;
- 3) баланс взаимоотношений между предпринимательством и обществом [1].

Прямые экономические выгоды от благотворительности в ходе исследования не прослеживаются, главным образом воздействуя на имидж предприятия и личный бренд предпринимателя.

МАТЕРИАЛЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В истории Российской Федерации (далее – РФ, Россия) благотворительность предпринимателей была обусловлена иными причинами – религиозной традицией, частными интересами, стремлением к новаторству и др. Благотворительная деятельность эволюционировала вместе с другими формами социальной поддержки.

Субъектами благотворительной деятельности выступали как представители власти (княжеское призрение), так и общество (общинное призрение). Являясь частью общества, предприниматели также участвовали в решении острых социальных проблем.

Государства у древних славян появились во многом под воздействием предпринимательских стремлений славянских народов, селившихся по течению рек и контролировавших торговые пути. Эта форма экономической активности сформировала экономический базис для государственности [2].

Даже в классических формах русской культуры отмечается роль купечества. Ярким примером является былинный новгородский эпос, посвященный купцу Садко, переработанный в произведениях отечественных классиков.

Место и роль купечества в социальной структуре общества менялись в истории страны. Если пример стран Западной Европы свидетельствует о том, что предприниматели выступали в качестве локомотива буржуазных революций и, как следствие, масштабных социальных преобразований, то для российского опыта характерна, скорее, кооперация предпринимательского сообщества с государством. За счет этого в России был сформирован уникальный опыт предпринимательской благотворительности, отразивший в себе роль предпринимательства в социальных трансформациях общества.

Влияние благотворительной деятельности на управление предпринимательскими структурами является недостаточно исследованным предметом. Однако в исторической ретроспективе формы и результативность, социальная значимость вклада предпринимательского сообщества в благотворительную деятельность отчетливо прослеживаются.

Период 1980–1990-х гг., когда Россия встала на путь рыночных преобразований, характеризовался ростом социальных проблем, что обуславливало необходимость вернуться к традициям благотворительности. Советский период сформировал патерналистскую традицию, когда вся полнота полномочий по поддержке социальной сферы ложилась на государство.

Характеризуя купеческую этику российских торговцев XVIII–XIX вв., В.В. Костерин выделял несколько разделов:

- 1) торговая честь – требования к честному ведению дел, отказ от обмана конкурентов, партнеров и клиентов, выстраивание деловых отношений на основе доверия;

- 2) служебная честь – чувство ответственности перед государством, участие в общественной жизни;
- 3) церковная честь – причастность к церковной жизни, благотворительности, соблюдение церковных ценностей скромности, неприятие расточительства [3].

В полной мере эти профессионально-этические установки раскрылись в благотворительной деятельности, меценатстве российского торгово-промышленного сословия.

Религиозный фактор, на который обращали внимание многие специалисты по данной проблематике, не являлся первостепенным (например, мало учитывается присутствие иудеев среди предпринимателей во всем мире, что было социальным фактором, позволяющим преодолеть дискриминационные установки), но и недооценивать его тоже не стоит.

Торговцы-старообрядцы активно скупали предметы старины. А.И. Федорец в своем исследовании московского купечества отмечал целую плеяду крупных купеческих семей, которые отметились своей социально полезной деятельностью. Он особо обращал внимание на семью Щукиных. П.И. Щукин (1853–1912 гг.) был крупнейшим в России коллекционером, создателем частного музея «Российских древностей» [4].

Нельзя пройти и мимо фигуры С.Т. Морозова. Он учел те ошибки, которые допустил его отец, и во избежание новых забастовок на принадлежащей его семье ткацкой фабрике внес существенные изменения в производственные отношения и условия труда. Помимо этого, он благоволил искусству. В конце 1897 г. С.Т. Морозов стал пайщиком Московского художественного театра, а потом создал Товарищество по управлению театром. Оставаясь фабрикантом, и управляя производством ткани, он занимался и духовным производством как содиректор театрального предприятия и строитель нового театрального здания в Камергерском переулке, в Москве [5]. Его взгляды на жизнь и прогрессивная деятельность не вызывали одобрения у его семьи, что, по слухам, привело к суициду.

Не менее значительна роль в культуре России другого представителя купеческого сословия – успешного предпринимателя П.Т. Третьякова, благодаря которому был реализован яркий пример меценатства – Третьяковская галерея в Москве. Отец с детства приучал его к труду и готовил к тому, что ему придется в будущем заниматься делами семьи. С ранних лет П.Т. Третьяков бывал в конторе, разбирался в товарах и вел деловое общение. Другой важной чертой, которую он унаследовал от отца, – любовь к Родине. С детства увлекаясь искусством, прочитав множество книг и будучи образованным человеком, П.М. Третьяков загорелся идеей создания общедоступной галереи искусств. В 1892 г. он передал в дар Москве свою коллекцию из 1,287 тыс. картин, 518 рисунков и 9 скульптур. 16 мая 1893 г. галерея открыла свои двери для всех желающих [6].

Многие российские предприниматели становились покровителями творческой интеллигенции. Оказание помощи и поддержки нуждающимся людям является национальной чертой русского человека и христианина, в частности. Особенно это касалось тех, кто имел такую возможность, то есть российских предпринимателей [7].

Большое количество специалистов, которые исследуют феномен российского предпринимательства, делают акцент на патриотической составляющей духовно-нравственного облика российского предпринимательства. На современном этапе, для которого характерно снижение роли религиозного фактора, благотворительная деятельность является частью социального портрета предпринимателя и одним из направлений формирования лояльности потребителей товаров и услуг, образа торговой марки как социально ответственной.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Следует отметить, что российское предпринимательство как сообщество торговцев и промышленников по своему социальному происхождению было неоднородно. Их поведение и особенность деятельности должны были смягчать существовавшие ранее социальное расслоение и противоречия в обществе. По уровню образования, материального благосостояния, культурного уровня эта категория граждан находилась в предпочтительном положении перед другими социальными группами. Тем не менее традиции российского предпринимательства сочетали неотделение от народа и истории страны, интеграцию в ее жизнь, признание существующих социальных проблем.

История предпринимательства в России имеет достаточно специфичную историю и традицию, что обусловлено возрождением предпринимательской деятельности в новейшей истории. Купечество – яркий пример предпринимательства, имеющий давнюю историю с самых ранних этапов появления государственных образований на ее территории. Как известно, торговля сказалась на строительстве городов в месте прохождения транспортных артерий, то есть на берегу рек, по которым было возможно перевозить товары.

Исторически сложилось, что роль государства в экономике в России определяющая. Это обусловлено рядом причин: достаточно долгий период плановой экономики, склонность населения к государственному патернализму, авторитарность государственной власти при пассивном гражданском обществе и т.д., то есть, как утверждали многие институционалисты, социальными аспектами экономических проблем. Поскольку все сферы жизни общества (социальная, экономическая, политико-правовая, духовно-культурная) тесно переплетены и взаимосвязаны между собой, очевидно, что политический фон влияет на структуру экономических институтов.

Обращает на себя внимание состояние благотворительности российских предпринимателей сегодня. Благотворительный фонд А. Усманова «Искусство, наука, спорт» реализует грантовый конкурс «АРТ-ОКНО», который предполагает поддержку учреждениям культуры и творческим коллективам в размере до 2 млн руб. Благотворительный фонд В. Потанина регулярно проводит грантовый конкурс «Креативный музей», в рамках которого предоставляются гранты в размере до 3,5 тыс. руб. В региональном аспекте оценивают недостаточность местных бюджетов в поддержке социальной сферы. Поддержка предпринимательства является эффективным подспорьем для компенсации недостаточного бюджетного финансирования и бюрократичного управления.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Говоря о благотворительной деятельности сегодня, отмечается, что ее главными субъектами являются крупные предпринимательские структуры, а не малый и средний бизнес, хотя комплексной оценки в российских исследованиях не встречается. В этом можно усмотреть определенную преемственность, так как наиболее заметные благотворительные проекты прошлого связаны с именами крупных промышленников и предпринимателей.

В развитии благотворительности можно выделить несколько основных направлений:

- 1) поддержка социально уязвимых категорий населения;
- 2) развитие культуры и искусства;
- 3) охрана окружающей среды;
- 4) поддержка талантливой молодежи.

Это лишь основные направления социальной деятельности предпринимателей. В регионах предпринимательские структуры активно принимают участие в местном самоуправлении, укреплении социальной сферы.

Предпринимательство в России достаточно специфично, что обусловлено глубоким проникновением государства в экономическую сферу и традициями патернализма. Ряд исследователей отмечают, что отечественная экономика не является в полной мере рыночной и это влияет на деятельность предпринимательских структур, в том числе на их социальную деятельность. Тем не менее уже сегодня в России формируется и специфический вид предпринимательской деятельности – социальное предпринимательство. Кроме того, государство, создавая условия для благотворительности, такие как налоговые послабления, указывает на то, что благотворительная деятельность – важный инструмент для решения растущих социальных проблем в обществе.

На современном этапе идет диалог между государством и предпринимательским сообществом о том, какое участие предпринимательство примет в сдерживании социальных последствий кризиса, вызванного проведением специальной военной операции на Украине и антироссийскими санкциями. Следует отметить, что традиции благотворительности российских предпринимателей имеют давние корни, однако значение социального служения предпринимателей остается недооцененным.

Список литературы

1. Чернышева М.В. Благотворительность малого и среднего бизнеса в малом городе: эмпирический анализ. Экономическая социология. 2016;4(17):129–163.
2. Виноградов А.С., Колмаров С.А., Фролова Н.А. Преференции купечества как необходимое условие становления и развития экономических отношений в допетровской Руси. Правовое государство: теория и практика. 2015;2(40):50–58.
3. Костерин В.В. Формирование и развитие купеческой этики в России: историко-правовое исследование. Социально-политические науки. 2017;6:105–112.
4. Федорец А.В. Меценатство в среде московского купечества в последней четверти XIX – начале XX в. по воспоминаниям П.И. Щукина. Историческое обозрение. 2009;10:63–78.
5. Макаревич Э.Ф. Был ли Савва Морозов прообразом «чеховского» капиталиста? Знание. Понимание. Умение. 2014;4:234–250.

6. Пынина Т.Ю., Савастенко Р.А. Роль П.М. Третьякова в истории русского искусства. Вестник славянских культур. 2016;2(40):233–244.
7. Николаева Е.Б. С.И. Мамонтов – промышленник и меценат. Традиционное прикладное искусство и образование. 2020;2(33):194–198.

References

1. Chernysheva M.V. Charity of Small- & Medium-Sized Businesses in a Russian Small Town: An Empirical Analysis. Journal of Economic Sociology. 2016;4(17):129–163. (In Russian).
2. Vinogradov A.S., Komarov S.A., Frolova N.A. Merchants preferences as a necessary condition of formation and development of economic relations in pre-Petrine Russia. The Rule of Law State: Theory and Practice. 2015;2(40):50–58. (In Russian).
3. Kosterin V.V. Merchant ethics' formation and development in Russia: historical and legal research. Sociopolitical Sciences. 2017;6:105–112. (In Russian).
4. Fedorets A.V. Philanthropy among Moscow merchants in the last quarter of the XIX – early XX century according to the memoirs of P.I. Shchukin. Istoricheskoe obozrenie. 2009;10:63–78. (In Russian).
5. Makarevich E.F. Was Savva Morozov a prototypical Chekhovian capitalist? Znanie. Ponimanie. Umenie. 2014;4:234–250. (In Russian).
6. Pynina T.Yu., Savastenko R.A. The role of Pavel Tretyakov in the history of Russian art. Bulletin of Slavic Cultures. 2016;2(40):233–244. (In Russian).
7. Nikolaeva E.B. S.I. Mamontov – industrialist and philanthropist. Traditional applied art and education. 2020;2(33):194–198. (In Russian).

Проблема определения ценностных ориентаций в современной психологии

Бакушкин Иван Анатольевич

Аспирант

ORCID: 0000-0003-1485-5512, e-mail: ioann_85@mail.ru

Ильичева Ирина Михайловна

Д-р психол. наук, проф. каф. психологии

ORCID: 0000-0003-4929-3302, e-mail: irina.psyhologduh@yandex.ru

Государственный социально-гуманитарный университет, г. Москва, Россия

Аннотация

В статье анализируются подходы к исследованию ценностных ориентаций в отечественной и зарубежной психологии. Предпринята попытка уточнить определение ценностных ориентаций исходя из принципа отражения, деятельности, активности, детерминизма. Рассмотрены особенности подхода к исследованию ценностных ориентаций в отечественной психологии, которые представлены тремя направлениями – философским, конкретно-научным и психологическим. Изучены особенности изучения ценностных ориентаций в зарубежной психологии, где основное внимание уделено проблемам типологии личности на основании ее ценностных ориентаций и их роли в мотивации деятельности. Каждый человек руководствуется тем, что рассматривается им как важное, существенное, и стремится к осуществлению в своей жизни того, что приобретает для него субъективное значение. В рамках общей психологии и психологии личности мы всегда имеем в виду индивидуально значимые ценности, на которые ориентируется человек – ценностные ориентации. Дано уточненное определение ценностных ориентаций как психического измерения отражаемой объективной реальности в виде субъективной значимости тех или иных ее составляющих, которое актуализируется в направленности деятельности субъекта и структурируется в соответствии с уровнем его духовно-нравственной составляющей.

Ключевые слова

Ценности, ценностные ориентации, ценностные ориентации личности, определение ценностных ориентаций, иерархия ценностей, структура ценностей, система ценностей, подходы к изучению ценностных ориентаций

Для цитирования: Бакушкин И.А., Ильичева И.М. Проблема определения ценностных ориентаций в современной психологии // Вестник университета. 2024. № 2. С. 228–234.

The problem of determining value orientations in modern psychology

Ivan A. Bakushkin

Postgraduate Student

ORCID: 0000-0003-1485-5512, e-mail: ioann_85@mail.ru

Irina M. Ilicheva

Dr. Sci. (Psy.), Prof. at the Psychology Department

ORCID: 0000-0003-4929-3302, e-mail: irina.psychologduh@yandex.ru

State Social and Humanitarian University, Moscow, Russia

Abstract

The article analyzes approaches to value orientations study in Russian and foreign psychology. The definition of value orientations based on the reflection, activity, activity, determinism principles has been clarified. The features of the approach to the value orientations study in Russian psychology are represented by three directions – philosophical, concrete-scientific and psychological. The features of the value orientations study in foreign psychology have been presented, where the main attention is paid to the problems of personality typology on the basis of its value orientations and their role in the activity motivation. Each person is guided by what is considered by him as important, essential, and strives to achieve what acquires for him subjective value. Within the framework of general psychology and personality psychology, we always mean individually significant values, on which a person is oriented, – value orientations. A refined definition of value orientations as a mental dimension of the reflected objective reality in the form of subjective significance of its components, which is analyzed in the directionality of the subject's activity and structured in accordance with the level of its spiritual and moral component, has been given.

Keywords

Values, value orientations, personality value orientations, value orientations definition, values hierarchy, values structure, value system, value orientations study approaches

For citation: Bakushkin I.A., Ilicheva I.M. (2024) The problem of determining value orientations in modern psychology. *Vestnik universiteta*, no. 2, pp. 228–234.



ВВЕДЕНИЕ

Определение является важным условием понимания сущности того или иного феномена в психологии, которая с момента своего возникновения включала большое количество различных направлений, подходов, дающих достаточно специфичные и порой несколько отличающиеся друг от друга представления о том или ином психологическом явлении. Особенно это актуально для таких сложных понятий, как духовность, воля, мотивация, ценности и т.д. Список понятий, имеющих неоднозначное толкование, может быть продолжен.

Это не только порождает определенные методологические проблемы, но и затрудняет практическую работу по воспитанию и формированию личности. Следовательно, проблема четкого определения имеет существенное прикладное значение, позволяя на практике использовать все богатство достижений теоретической психологии в той или иной области для решения актуальных проблем образования и воспитания современного человека на разных этапах онтогенеза.

Особенно актуальным это представляется, когда речь идет о ценностных ориентациях растущей личности в современную сложную и противоречивую эпоху, которые, по мнению многих исследователей, не всегда духовно окрашены и нравственно детерминированы. Кроме того, несформированность ценностных ориентаций приводит к господству внешних стимулов во внутренней структуре личности, непосредственному воздействию объекта стремления на потребность [1]. В трудных жизненных ситуациях человек использует повседневные ценностные ориентации как требующие меньших усилий и не вызывающие когнитивного диссонанса.

Это порождает серьезные проблемы в различных сферах человеческой жизни, поскольку каждый руководствуется тем, что рассматривается им как важное и существенное, и стремится к осуществлению в своей жизни того, что приобретает для него субъективное значение. Ценности рассматриваются в качестве иерархически организованной и взаимосвязанной структуры, в которой каждая ценность осуществляется в зависимости от силы ее побудительного воздействия, волевого желания человека и внешних факторов [2].

Устойчивость ценностной системы человека зависит от того, насколько выражена и осознаваема иерархическая структура взаимосвязанных ценностей. Сверяя окружающую реальность с такой структурой, человек сохраняет направленность своих мыслей, чувств и поступков. Бытие ценностей в структуре личности индивидов является логическим условием существования предметно воплощенных ценностей посредством деятельности людей, ориентированной на них. Для работы с личными ценностными ориентациями как выбором, отражением и осуществлением ценностей необходимо выработать техническое определение, которое будет раскрывать способ их функционирования в психике субъекта и описывать пути присвоения и осуществления ценностей.

Формирование определения как цельного по значению элемента психологической системы обобщенного знания, уровня его зрелости и закрепление всего значимого в соответствующей сфере делают возможным обсуждения темы определения ценностных ориентаций [3]. Таким образом, закрепление накопленных теоретических знаний в определении, которое поможет будущим поколениям исследователей данной проблемы быстрее применять на практике эти знания, актуализирует их обобщение в форме выработки определения. В качестве важнейших методологических ориентиров при уточнении определения ценностных ориентаций выступает принцип деятельности и активности человека, развития и детерминизма, который раскрывает не только пути усвоения ценностей, но и способ их функционирования.

Цель настоящего исследования заключается в анализе подходов к исследованию ценности и ценностных ориентаций, уточнении ее определения, помогающего понять механизмы усвоения и функционирования ценностных ориентаций в психике человека.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ ЦЕННОСТЕЙ И ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ

Понятие «ценность» определяется в ряде словарей как признак цены. С.И. Ожегов и Н.Ю. Шведова обозначают ценность через понятия «цена», «стоимость», «важность», «значение» [4]. «Ценить» – это определять достоинство, нравственные заслуги человека или его поступков [5]. Понятие «цена» для типирования ценностных понятий зависит от нужд человека и является вещью не абсолютной, не ограниченной, как потребность, только данным моментом и внутренним состоянием – ценности объективируются

в психике извне [6; 7]. Общечеловеческий характер ряда оценок как ценностно-ориентационной деятельности не означает их абсолютной объективности, они не перестают быть оценками и не становятся объективными отражениями свойств вещей, а только определяют значимость для оценивающего субъекта свойств различных объектов окружающего мира.

Важно увидеть, что человек (субъект) обладает психикой и порождает ее как активную ориентацию на психические новообразования – ценности (объекты). Психика таким образом выступает инструментом, который сохраняет функциональность благодаря наличию ценностных измерений, делая устойчивым пространство жизни человека благодаря ценностным координатам.

Ценности как предмет психологического исследования являются тем, что определяет субъективную значимость в результате отражения конкретным человеком объектов, явлений, их свойств, а также абстрактных идей. Субъект познает мир избирательно, и в психологической науке сложилось четкое понимание того, что ценности являются самостоятельной категорией и не сводятся к эмоциональной значимости, норме, установке и т.д. [8].

Ценностные ориентации рассматриваются как центр субъективного мира человека. Они представляют собой диалектическое единство общего, особенного и индивидуального, а также единство мыслей, чувств и практического действия субъекта. Ценностные ориентации индивида находятся в тесной диалектической связи с системой общественных ценностей, накопленной в человеческой культуре и проявляемой в нравственности и ее высшей форме – духовности [9]. Формируясь в индивидуальном опыте субъекта, личностные ценности отражают инвариантные аспекты социального и общечеловеческого опыта, присваиваемого индивидом.

Ценностные ориентации структурированы по принципу иерархии ценностей, выраженной в том, каким именно ценностям и ориентирам данный человек отдает предпочтение. Именно они и будут определять направленность и избирательность поведения субъекта. На основе принципа иерархии формируются, функционируют и развиваются структура, а на более высоких уровнях развития – система ценностей любой личности. Проблему иерархии ценностей разрабатывали многие исследователи, в частности Н.А. Бердяев, А. Маслоу, М. Рокитч, Э. Фромм, М. Шелер и др.

Разработка проблем ценностей и ценностных ориентаций проводилась на фундаментальном и прикладном уровнях в трудах ученых, выделявших различные аспекты этих сложных и многогранных универсальных категорий. До настоящего времени в науке нет единой теории ценностей, что приводит к необходимости рассмотрения подходов для определения их теоретических основ.

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ПСИХОЛОГИИ

Д.А. Леонтьев рассматривал ценностные ориентации как подход, с помощью которого можно изучать индивидуальные и групповые представления о ценностях, выявлять структуру ценностей и устанавливать общие ориентиры жизнедеятельности людей [10]. Ценностные ориентации как регуляторы активности человека, которые определяют направленность внимания, интеллекта и воли, изучал А.Г. Здравомыслов [11]. В.Б. Ольшанский рассматривал ценности как субъективный критерий поиска и присвоения значимого для человека «в потоке информации» [12]. Опираясь на отечественную концепцию культурно-исторического развития высших форм психики Л.С. Выготского, в качестве механизмов формирования ценностных ориентаций мы рассматриваем такие процессы, как интериоризация, оценка, выбор и экстериоризация, субъектом ценностей [13].

Методология транспективного анализа была реализована Е.В. Клочко в контексте постнеклассических представлений о научной рациональности в выявлении и развитии представлений о категории «ценность» как субъективной координаты мира человека [14]. Человек становится способным на активный выбор благодаря психике, которая обеспечивает человеку избирательное взаимодействие, где она является инструментом выбора [15]. Психика – это то, с помощью чего человек обладает способностью к избирательному взаимодействию с окружающим миром, превращая его в многомерный мир личности. Становление этого мира является предпосылкой осмысленного бытия человека в непрерывно создаваемом им самим жизненном пространстве (самоорганизация). Психика связана с определением человеком жизненных ориентиров, субъективной оценкой объективной реальности, появлением личностно значимых ценностей как иерархии ценностных ориентаций личности, обеспечивающей реальность, предметность и действительность бытия.

В отечественной традиции раскрывается психологическая природа ценностных ориентаций через понятия «личностные ценности», «ценностные ориентации личности» и «смысложизненные ориентации личности» как уделяющие особое внимание смысловому, содержательному или мотивационному компонентам ценностных ориентаций. Ценностные образования, рассматриваемые как важнейший функциональный компонент структуры личности, становятся явлением, изучаемым общей психологией.

Таким образом, в развитии представлений отечественной психологической мысли можно проследить три подхода к изучению ценностных ориентаций:

- 1) философский, выражающийся в мировоззренческих (философско-психологических) формулировках и представлениях о ценностях, объясняющих их природу и влияние на человека;
- 2) конкретно-научный, включающий классификации и перечни ценностей на основании их содержательных характеристик, предпринимающий попытки понимания ценностных ориентаций как понимания личного в общем и общего в личном, взаимовлияния и взаимопроникновения личных ценностных ориентаций и общественных ценностей, систематизирующий и уточняющий безгранично сложное разнообразие ценностей и ценностных ориентаций, что приводит к расширению или сужению их классификаций;
- 3) общепсихологический, применяемый при осознании необходимости более высокого уровня универсального обобщения с формированием более широкого представления о ценностных ориентациях.

ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ В ЗАРУБЕЖНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Изучение ценностных ориентаций в зарубежной психологии происходит в контексте мотивации и биологизации, сведения их к предпочтениям, рефлексам [16]. Создаются классификации исходя из ответов (желаний) респондентов, ответы на которые распределяются на основании обобщений, характеристик и классификаций авторов опроса. Общечеловеческим ценностям отводится роль культурных идеалов, которые подвержены изменениям.

Э. Шпрангер выделял 6 типов личности, исходя из направленности ее интересов [17]. А. Маслоу классифицирует ценности на основании уровня личностного существования. В. Момов определял ценности по их месту в жизнедеятельности личности. В. Франкл рассматривал ценности как «универсалии смысла», присущие всему человечеству на протяжении его исторического развития [18]. Сила воздействия ценностей на человека различается, поскольку они связаны друг с другом таким образом что, предпочитая одни ценности другим, общество формирует иерархии и системы ценностей, что, по мнению Г. Хофстеде, определяет направление деятельности человека [19].

Ценностная система рассматривалась К. Байчинской как то, что постоянно развивается [20; 21]. Ценности увеличивают и уменьшают свою значимость, происходят упрощение или когнитивное усложнение структуры ценностной системы, увеличение интенсивности важнейших ценностей, появляются новые ценности. Связь ценностей и выделение различных уровней иерархии лежит в основе экспериментов М. Рокича [22].

М. Рокич представлял ценности как устойчивые убеждения о предпочтительных способах поведения или конечных целях. В отличие от установок ценности более абстрактны, но являются более важными в жизни отдельных людей. Они имеют определенное содержание (характеристики), интенсивность (в какой степени предпочитается перед другими ценностями); выявляют социальную желаемость или нормативность отношения (как действовать); тесно связаны с самооценкой и чувством идентичности (центральное место личности) [2]. М. Рокич определял два типа ценностей: терминальные и инструментальные. Терминальные ценности представляют предпочитаемые конечные цели существования, а инструментальные относятся к идеальным стандартам поведения. Терминальные ценности разделяются на социальные и личностные, а инструментальные – на моральные и ценности компетентности [2].

Стабильность иерархии ценностей является результатом переживания удовлетворенности собой и, следовательно, состоянием когнитивной согласованности и баланса [2]. Структура ценностей является рейтингом, изменения в котором свидетельствуют о стремлении к балансу и системе ценностных ориентаций личности. По словам Ш. Шварца, посредством социализации и когнитивного развития люди учатся представлять свои потребности как сознательные ценности, придавать им различную степень важности и использовать социальные понятия в процессе общения [23].

ВЫВОДЫ

В отечественной психологии уделяется равнозначное внимание смысловому, содержательному и мотивационному компонентам ценностных ориентаций. Ценностные образования, с нашей точки зрения, изучаются с помощью трех подходов: философского, конкретно-научного и общепсихологического, в каждом из которых они рассматриваются как важнейший функциональный компонент структуры личности. В последнем подходе ценности становятся предметом анализа общей психологии.

В западной психологической мысли рассматриваются содержательный и мотивационный компоненты ценностных ориентаций. Исследования направлены на изучение трансформации личных ценностных ориентаций (М. Рокич) и понимания движущей силы ценностей – мотивации ценностных ориентаций личности. Ценностные образования, рассматриваемые как важнейший функциональный компонент структуры личности, становятся тем самым предметом рассмотрения для понимания и прогнозирования поведения человека.

Теоретические концепции ценностей и ценностных ориентаций в отечественной и зарубежной психологии раскрывают психологическую природу ценностей и сущность ценностных ориентаций, рассматривая их как важнейший функциональный компонент структуры личности, непрерывно вырабатывающуюся более или менее постоянную иерархическую систему приоритетов субъекта, центр субъективного мира человека. Ценностные ориентации представляют соединение индивидуального и общего, из которого формируется специфическое, а также цельность мыслей, чувств и практического действия субъекта. Ценности определяют самоактуализацию личности, выбор жизненного пути, лежат в основе нравственного выбора и всех форм жизнедеятельности субъекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы предлагаем следующее определение ценностных ориентаций личности. Ценностные ориентации – это психическое измерение отражаемой объективной реальности в виде субъективной значимости тех или иных ее составляющих, которое актуализируется в направленности деятельности субъекта и структурируется в соответствии с уровнем его духовно-нравственной составляющей (то есть определяет уровень его духовно-нравственного развития).

Предлагаемое нами уточненное определение помогает понять:

- 1) источники ценностных ориентаций человека, в качестве которых выступают внешняя среда, в частности ее социально-экономические и духовные компоненты, нормы, традиции и культура;
- 2) их отражение в психике человека и его сознании, реализуемое в направленности его деятельности и выборе, которая в свою очередь детерминирована уровнем его духовно-нравственного развития.

Указанное определение дает нам возможность ориентироваться на уровень духовного развития человека, помогает понять и прогнозировать истоки и мотивацию его деятельности, оптимально строить программу по формированию ценностных ориентаций.

Список литературы

1. *Ильичев А.Ф.* Философский энциклопедический словарь. М.: Сов. Энциклопедия; 1983. 840 с.
2. *Rockach M.* The nature of human values. New York: The Free Press; 1973. 438 с.
3. *Зоян А.Р.* Термины психологии: структурно-семантический анализ. Ереван: ЕГУ; 2022. 176 с.
4. *Ожегов С.И.* Толковый словарь русского языка. М.: ИТИ Технологии; 2006. 941 с.
5. *Даль В.И.* Толковый словарь живого великорусского языка: в 4-х т. 8^е изд. М.: Русский яз.; 1981–1982. 595 с.
6. *Выжлецов Г.П.* Аксиология: становление и основные этапы развития. Социально-политический журнал. 1995;6:61–73.
7. *Леонтьев Д.А.* Очерк психологии личности. 2^е изд. М.: Смысл; 1997. 64 с.
8. *Василюк Ф.Е.* Психотехника выбора. В кн.: Психология с человеческим лицом: гуманистическая перспектива в постсоветской психологии. М.: Смысл; 1997. С. 284–314.
9. *Мазуров А.Б., Ильичева И.М., Коптюбенко С.А., Лыкин С.С.* Духовно-нравственное воспитание. Коломна: МГОСГИ; 2011. 239 с.
10. *Леонтьев Д.А.* Тест смысложизненных ориентаций. М.: Смысл; 2006. 18 с.
11. *Здравомыслов А.Г.* Потребности. Интересы. Ценности. М.: Политиздат; 1986. 221 с.
12. *Ольшанский В.Б.* Личность и социальные ценности. Т. 1. М.: Мысль; 1966. С. 470–530.
13. *Вьготский Л.С.* Педагогическая психология. М.: Педагогика; 1986. 386 с.

14. Богомаз С.А., Галажинский Э.В., Ваулина Т.А. Ценностные основания психологической науки и психология ценностей. М.: Институт психологии РАН; 2008. 314 с.
15. Выготский А.С. Собрание сочинений. Т. 1: Вопросы теории и истории психологии. М.: Педагогика; 1982. 488 с.
16. Hofstede G.J., Minkov M., Vinken H. Values Survey Module 2008 Manual. 2008.
17. Vernon P.E., Allport G.W. Study of Values. APA PsycTests; 1931. <https://doi.org/10.1037/t27307-000>
18. Франкл В. Человек в поисках смысла. М.: Прогресс; 1990. 368 с.
19. Hofstede G. Culture's consequences: International differences in work-related values. Beverly Hills, CA: Sage; 1984. 327 с.
20. Байчинска К. Теоретико-методични проблеми при изучаването на структурата на ценностната система. Т. 8. Социологически преглед; 1989.
21. Байчинска К. Ценности. Ценностен стрес... Ценностна криза! София: Акад. Изд-во «Марин Дринов»; 1994. 254 с.
22. Ball-Rokeach S.J., Rokeach M., Grube J.W. The Great American Values Test: Influencing behavior and belief through television. Psychology Today. 1984;18(11):34–36,38–41.
23. Schwartz S.H. Value orientations: Measurement, antecedents and consequences across nations. Measuring attitudes cross-nationally. 2007;169:204. <https://doi.org/10.4135/9781849209458.n9>

References

1. Ивичев Л.Ф. Philosophical Encyclopedic Dictionary. Moscow: Sovetskaya Encyclopedia; 1983. 840 p. (In Russian).
2. Rokeach M. The nature of human values. New York: The Free Press; 1973. 438 p.
3. Zolyan L.R. Terms of psychology: structural-semantic analysis. Yerevan: YSU; 2022. 176 p. (In Russian).
4. Озбегон С.И. Explanatory dictionary of the Russian language. Moscow: ITI Tekhnologii; 2006. 941 p. (In Russian).
5. Dahl V.I. Explanatory Dictionary of the Living Great Russian Language: in 4 vol. 8th ed. Moscow: Russky Yaz.; 1981–1982. 595 p. (In Russian).
6. Вязьмитсов Г.П. Axiology: formation and main stages of development. Socio-political journal. 1995;6:61–73. (In Russian).
7. Леонтьев Д.А. Sketch of personality psychology. 2nd ed. Moscow: Smysl; 1997. 64 p. (In Russian).
8. Васильчук Ф.Е. Psychotechnics of Choice. In: Psychology with a Human Face: Humanistic Perspective in Post-Soviet Psychology. Moscow: Smysl; 1997. Pp. 284–314. (In Russian).
9. Мазуров А.В., Ивичева И.М., Коптибенко С.А., Лыкин С.С. Spiritual and moral education. Kolomna: MGOSGI; 2011. 239 p. (In Russian).
10. Леонтьев Д.А. Test of sense-life orientations. Moscow: Smysl; 2006. 18 p. (In Russian).
11. Здравомыслов А.Г. Needs. Interests. Values. Moscow: Politizdat; 1986. 221 p. (In Russian).
12. Олсбанский В.В. Personality and Social Values. Vol. 1. Moscow: Smysl; 1966. Pp. 470–530. (In Russian).
13. Выготский Л.С. Pedagogical psychology. Moscow: Pedagogy; 1986. 386 p. (In Russian).
14. Богомаз С.А., Галажинский Э.В., Ваулина Т.А. Valuable bases of psychological science and psychology of values. Moscow: Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences; 2008. 314 p. (In Russian).
15. Выготский Л.С. Collected Works. Vol. 1: Questions of theory and history of psychology. Moscow: Pedagogy; 1982. 488 p. (In Russian).
16. Hofstede G., Minkov M., Vinken H. Values Survey Module 2008 Manual. 2008.
17. Vernon P.E., Allport G.W. Study of Values. APA PsycTests; 1931. <https://doi.org/10.1037/t27307-000>. <https://doi.org/10.1037/t27307-000>
18. Frankl V. Man in Search of Meaning. Moscow: Progress; 1990. 368 p. (In Russian).
19. Hofstede G. Culture's consequences: International differences in work-related values. Beverly Hills, CA: Sage; 1984. 327 p.
20. Байчинска К. Theoretical and methodological problems in studying the structure of the value system. Vol. 8. Sotsiologicheski pregled; 1989.
21. Байчинска К. Values. Tsennostenosten stress... Tsennostenostna kriza! Sofia: Marin Drinov Publ. House; 1994. 254 p.
22. Ball-Rokeach S.J., Rokeach M., Grube J.W. The Great American Values Test: Influencing behavior and belief through television. Psychology Today. 1984;18(11):34–36,38–41.
23. Schwartz S.H. Value orientations: Measurement, antecedents and consequences across nations. Measuring attitudes cross-nationally. 2007;169:204. <https://doi.org/10.4135/9781849209458.n9>