РЕДАКТОРСКАЯ СТАТЬЯ
EDITORIAL

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 7—9.

УДК 330.34
ББК 65.011.33

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11001

ПАНДЕМИЯ КАК ТЕСТ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ И СПОСОБНОСТЬ К РАЗВИТИЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

В. И. Бархатов, Д. А. Плетнев
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Когда более четырех лет назад мы задумали проведение конференции памяти выдающегося уральского академика, одного из ведущих российских ученых в области регионального развития Александра Ивановича Татаркина, это было в первую очередь данью памяти земляку, много сделавшему для развития экономической науки на Южном Урале, и признанием современности тем и целых научных направлений, разработанных им. Вместе с тем сегодняшний день показывает, что проблема развития социально-экономических систем разного уровня (в первую очередь понимаемого как саморазвитие, вне зависимости или даже вопреки обстоятельствам) становится краеугольным камнем для всех общественных наук. Те вызовы, которые проявились в течение 2020 г.: пандемия, новые волны социальных протестов во всем мире, нарушение международных норм и санкционные «ралли», устраиваемые США и их политическими сателлитами, — все это продемонстрировало нереалистичность веры в естественный ход поступательного экономического развития под знаком экономического либерализма и глобализма. Экономический мейнстрим, в основе которого лежала эта вера и который ее же укреплял на протяжении десятилетий, потерял значительную часть своего авторитета. В терминологии Т. Куна, мы находимся на пороге новой научной революции. Накопившийся набор «аномальных» для неоклассической парадигмы фактов уже не просто мешает старой «нормальной» теории, окопавшейся в школах, университетах, ведущих журналах, но прямо заслоняет собой эту теорию для любого реалистично мыслящего ученого. Воздвигаемый уже более ста лет «защитный пояс» тоже проржавел и крошится под напором как новых экономических теорий, так и междисциплинарных подходов. Однако особенностью новой революции является тот факт, что она совершается «снизу», идет от простых ученых и исследователей, ищущих новые подходы для решения насущных экономических проблем. Выслушать, предоставить площадку для дискуссий, дать возможность опубликовать и получить обратную связь по публикациям — вот неполный перечень задач, стоящих перед нами в процессе организации и проведения 4-й Международной научной конференции «Конкурентоспособность и развитие социально-экономических систем» памяти академика А. И. Татаркина. Возможно, именно среди участников конференции найдутся те ученые, чьи теории и подходы станут новым мейнстримом.

На конференции 2020 г., которая является уже четвертой по счету, будут обсуждены актуальные вопросы фундаментальной науки, связанные с объяснением и управлением процессами развития и повышения конкурентоспособности социально-экономических систем различного уровня. Особое внимание будет уделено обсуждению проблем совершенствования экономической теории и экономического образования в ответ на современные вызовы, факторам устойчивого развития регионов, технологическим драйверам социально-экономических трансформаций, внедрению новых технологий в систему производства, городские сообщества и государственное и муниципальное управление. Также будет сделан акцент на междисциплинарных связях фундаментальных экономических исследований с такими науками, как социология, психология, политология, история. Это способствует более глубокому пониманию происходящих в экономике процессов. Отдельно следует отметить, что на конференции будет обсуждаться научное наследие академика РАН А. И. Татаркина (1946—2016), планируются выступления его коллег и учеников, развивающих его идеи и концепции, а также проведение

круглого стола, посвященного обсуждению его научного наследия. Формат конференции предполагает проведение пленарного заседания с выступлением ведущих российских и иностранных ученых, признанных лидеров в своих научных направлениях (в том числе иностранного члена РАН А. А. Акаева, члена-корреспондента РАН, научного руководителя Института экономики РАН Р. С. Гринберга, члена-корреспондента РАН Е. В. Попова, вице-президента ВЭО А. В. Бузгалина, вице-президента Вьетнамской академии общественных наук профессора Фам Ван Дука). Также планируется работа девяти секций, посвященных углубленному изучению различных аспектов развития и роста конкурентоспособности социально-экономических систем различного уровня: государства, региона, муниципалитета, предприятия. Особое внимание будет уделено вопросам цифровизации образования и занятости, а также социальным аспектам экономического развития. Соорганизаторами конференции выступили: Челябинский государственный университет, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук (которым А. И. Татаркин руководил долгое время), Вольное экономическое общество России, а также один из ведущих университетов Ирана — Университет Алламе Табатабаи и Образовательная академия общественных наук Вьетнамской академии общественных наук. Заявки и аннотации докладов для участия в конференции подали более 300 участников из 41 региона России, а также из Вьетнама, Ирана, Китая, Румынии, Чехии, Монголии, Китая, Италии, Кот-д'Ивуара, Чада, Новой Зеландии, Японии, Болгарии, Беларуси, Казахстана.

Проблема развития и повышения конкурентоспособности социально-экономических систем различного уровня — от мировой экономики до предприятия и муниципалитета является одной из наиболее актуальных для современной экономической науки. Для российской науки особую значимость приобретают вопросы конкурентоспособности как национальной, так и региональных социально-экономических систем, обеспечения их устойчивого развития в условиях новых вызовов, меняющих правила игры и факторы успешности в современном мире. В настоящее время среди ученых продолжаются активные дискуссии по поводу того, как реагировать на такие вызовы, включая цифровизацию и внедрение новых технологий в производство, урбанизацию и децентрализацию финансовых систем, возрастающую роль медиа в социально-экономических процессах и позитивное использование предшествующего опыта. Более того, остаются нерешенными фундаментальные проблемы развития экономической теории и экономического образования, выбора их методологической и концептуальной основы для формирования адекватного восприятия сложной современной социально-экономической реальности. Ряд докладов будут посвящены проблемам, ставшим особенно актуальным в условиях пандемии 2020 г., и обсуждению драйверов преодоления того кризиса, в котором теперь находится экономика. Дискуссии и публикации, подготовленные к конференции и по ее итогам, будут способствовать формированию новых и развитию существующих направлений в экономической науке: неортодоксальная экономическая теория, теория трансформации социально-экономических систем, экономика региона, теория пространственного развития, институциональная экономика, теория предприятия, поведенческая экономика, теория нового индустриального развития и ноономики, аграрная экономика, экономика города, теория устойчивого развития. Большинство из этих вопросов и проблем были в свое время подняты в трудах академика РАН, доктора экономических наук, профессора А. И. Татаркина. Также необходимо отметить, что, благодаря участию в конференции иностранных гостей будет налажен обмен мнениями по заявленным проблемам с самобытными национальными научными школами Вьетнама и Ирана, учеными разных стран мира. Это также позволяет сделать вывод о важности конференции для развития существующих направлений фундаментальной науки, их обогащения достижениями иностранных ученых.

На основе конкурсного отбора заявок на проведение научных мероприятий наша конференция (одна из немногих экономических) получила поддержку Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 20-010-22048). Эта поддержка позволяет сделать конференцию более масштабной и добиться более широкого освещения ее результатов в научной литературе, в том числе и на английском языке. Традиционно одной из таких площадок для апробации идей и дискуссии на важные для экономики темы становится научный журнал «Вестник Челябинского государственного университета». В настоящий выпуск журнала вошло 14 статей, подготовленных участниками конференции на основе материалов их докладов — это половина журнала. Мы надеемся, что высказанные авторами идеи найдут живой отклик у читателей, и готовы предоставить его страницы для конструктивной дискуссии.

Сведения об авторах

Бархатов Виктор Иванович — доктор экономических наук, профессор, директор Института экономики отраслей, бизнеса и администрирования Челябинского государственного университета. Челябинск, Россия. ecoba@csu.ru

Плетнев Дмитрий Александрович — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики отраслей и рынков Челябинского государственного университета. Челябинск, Россия. pletnev@csu.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 7—9.

PANDEMIC AS A TEST OF COMPETITIVENESS AND ABILITY TO DEVELOP SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS

V. I. Barkhatov
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. ecoba@csu.ru

D. A. Pletnev
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. pletnev@csu.ru

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ
THEORY AND METHODOLOGY

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 10—20.

УДК 331
ББК 65.011.15

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11002

КОМПЕТЕНЦИИ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Ю. О. Климова

Вологодский научный центр РАН, Вологда, Россия

Статья подготовлена в рамках государственного задания № 0168-2019-0007
«Обеспечение конкурентоспособности регионов в условиях научно-технологических изменений
и цифровизации экономики».

В условиях формирования и развития цифровой экономики возрастает сложность профессиональных задач, в связи с чем необходимо уже заранее понимать, какими компетенциями должен обладать специалист, чтобы быть востребованным в «новом» мире. Цель исследования состоит в изучении основных компетенций ИТ-специалистов в условиях перехода к цифровой экономике. В статье рассмотрены теоретико-методологические подходы к определению понятия «компетенция» и «компетентность», проанализированы отечественные и зарубежные рамки компетенций, которыми должны обладать ИТ-специалисты в условиях формирования и развития цифровой экономики. На основании ФГОС проведен анализ соответствия между необходимыми (требуемыми) и фактическими компетенциями.

Ключевые слова: *цифровая экономика, ИТ-отрасль, информационные технологии, профессиональные компетенции, подготовка кадров.*

Переход к цифровой экономике, базирующейся на интеллектуализации и информатизации технологических процессов, идет быстрыми темпами, затрагивая отрасли экономики различных стран. Одним из важнейших ресурсов развития ИТ-отрасли выступает наличие квалифицированных кадров.

Ранее нами был проведен анализ кадровой обеспеченности ИТ-отрасли на федеральном и региональном уровнях, который показал, что по наличию ИТ-специалистов Россия в 1,5—3 раза отстает от развитых стран [11]. Об этом свидетельствует значение показателя доли ИТ-специалистов среди экономически активного населения РФ, который составляет 2,4%. При этом аналогичный показатель в среднем по Европе равняется 3,9%, в Финляндии — 7, Великобритании — 5, Норвегии — 4,5%[1].

Отмечается также, что в РФ общая годовая потребность цифровой экономики в ИТ-кадрах к 2024 г., по прогнозу аналитиков, достигнет значения 290—300 тыс. чел. в год[2]. В 2010—2017 гг. численность ИТ-специалистов в стране значительно не изменилась, ее рост составил всего 0,09%. Эта тенденция является негативной, поскольку спрос на ИТ-специалистов только растет. Вологодская область также испытывает серьезный недостаток кадров в ИТ-отрасли. При сохраняющейся востребованности ИТ-специалистов в экономике их численность за период с 2010 по 2018 г. остается практически без изменений (рост на 0,29 п. п.). В 2018 г. этот показатель составил 1,09%, в то время как среднероссийское значение равняется 1,5%. Кроме этого, исследование выявило, что как на региональном, так и на федеральном уровне спрос со стороны работодателей в сфере ИТ в 2 раза превышает предложение рабочей силы[2]. Таким образом, статистические данные, а также анализ экспертных мнений, представленных в исследовании[2], показали, что Россия и Вологодская область испытывают серьезный недостаток ИТ-кадров.

В условиях быстрого развития ИТ-отрасли проблема кадровой обеспеченности будет только усугубляться и может привести к тому, что нехват-

[1] ИТ-кадры для цифровой экономики в России. Оценка численности ИТ-специалистов в России и прогноз потребности в них до 2024 г. // Ассоциация предприятий компьютерных и информационных технологий (https://apkit.ru/files/it-personnel%20research_2024_APKIT.pdf).

[2] Там же.

ка ИТ-кадров будет только возрастать. При этом дефицит может проявляться не только с количественной точки зрения, но и с точки зрения несоответствия их квалификации и навыков требованиям рабочих мест. Последнее обусловлено усложнением производственного процесса вследствие влияния технологических факторов в условиях перехода к цифровой экономике. Происходящие изменения накладывают отпечаток на производственный процесс, поскольку создание принципиально новых продуктов требует от работников наличия новых качеств и компетенций. В связи с этим вопрос о том, какими компетенциями должны обладать специалисты «будущего», является актуальным.

Цель исследования состоит в изучении основных компетенций ИТ-специалистов в условиях перехода к цифровой экономике. Цель определила необходимость решения следующих задач: 1) изучить теоретико-методологические подходы к определению понятий «компетенция» и «компетентность»; 2) проанализировать отечественные и зарубежные рамки компетенций, которыми должны обладать ИТ-специалисты в условиях перехода к цифровой экономике; 3) проанализировать соответствие между необходимыми (требуемыми) и фактическими компетенциями; 4) выделить проблемы, сформулировать выводы и определить перспективы исследования.

Как уже было отмечено, на сегодняшний день российская ИТ-отрасль испытывает серьезный недостаток кадров. К данному тезису следует добавить, что правительство и бизнес отмечают существование проблемы дефицита как ИТ-специалистов, так и отдельных навыков. Так, директор Фонда развития интернет-инициатив К. Варламов предположил, что Россия в ходе развития цифровой экономики может столкнуться с нехваткой квалифицированных людей [См.: 16; 26].

Как отмечают Е. Лошкарева, П. Лукша, И. Ниненко и др., существующая модель подготовки кадров в образовательных учреждениях выполняла ряд важных задач в XX в.: подготовила миллиарды специалистов к выполнению рутинных задач. Однако на сегодняшний день такая система подготовки специалистов не является эффективной, поскольку не соответствует требованиям экономики XXI в. В современном мире наблюдается тенденция, при которой, с одной стороны, ИТ-специалисты должны быть универсальными, не привязанными к какой-либо одной сфере деятельности. С другой стороны, такой специалист должен уметь адаптироваться в любых условиях. Рабочая среда будет постоянно меняться. Образование столкнулось с ситуацией, когда в ряде сфер навыки устаревают быстрее, чем заканчивается нормативный срок обучения. Поэтому система образования должна быть ориентирована на подготовку кадров с целью формирования у них новых, актуальных и востребованных компетенций, которые должны быть интегрированы в национальные учебные программы [1; 13].

Специфика деятельности специалистов ИТ-отрасли заключается в том, что они могу формировать программные продукты, которые на следующих этапах станут основной для разработки сквозных технологий цифровой экономики. В связи с этим специалисты должны не только уметь работать с информацией и информационными технологиями (ИТ), но и уметь быстро адаптироваться под новые вызовы цифровой экономики. Однако, прежде чем перейти к рассмотрению вопроса о том, какими компетенциями должны обладать ИТ-специалисты, представляется целесообразным рассмотреть теоретико-методологические аспекты к определению понятий «компетенция» и «компетентность». Необходимость анализа данных терминов обусловлена тем, что существует два варианта толкования их соотношения: они либо отождествляются, либо разделяются. В связи с этим представляется целесообразным рассмотреть сущность обоих терминов для четкого понимания и использования в дальнейшем исследовании.

Ряд авторов (А. В. Хуторский, Э. Ф. Зеер, С. Велде, Н. Л. Гончарова, В. Г. Зарубин и др.) считают, что данные понятия не следует рассматривать как синонимичные (табл. 1). Сторонники этого подхода определяют понятие «компетенция» как общность умений, знаний и навыков. Компетентность авторы трактуют как многоаспектное явление, включающее в себя когнитивную, мотивационную, этическую, социальную, поведенческую составляющие, а также результаты обучения (знания и умения), посредством которых происходит осуществление различных видов деятельности [15]. То есть компетентность — это проявление компетенций.

Ряд других исследователей [2; 5; 10; 24], наоборот, понятия «компетенция» и «компетентность» не разделяют. В работе М. С. Добряковой, И. Д. Фрумина отмечается, что разграничение этих понятий не имеет значения, так как они охватывают знания и навыки и деятельностные установки [20]. В своих работах исследователи определяют указанные термины как обладание определенными знаниями, а также рассматривают их использование в конкретных условиях.

Таблица 1

«Компетенция» и «компетентность»: определение понятий

Автор	Определение	
	Компетенция	**Компетентность**
А. В. Хуторский	Совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов и необходимых для качественной продуктивной деятельности по отношению к ним [3; 21]	Владение, обладание человеком соответствующей компетенцией, с личностным отношением к ней и предмету деятельности [21]
Э. Ф. Зеер	Целостная и систематизированная совокупность обобщенных знаний [9]	Способность продуктивно выполнять профессиональную деятельности, то есть умение человека реализовывать на практике свои компетенции [9]
Н. Л. Гончарова	Базовое свойство, качество, которое формирует компетентного специалиста [6]	Обладание компетенцией, характеристика специалиста в его профессиональной деятельности [6]
В. Г. Зарубин	Некий круг обязанностей, которые должен выполнять человек, и именно в них он сможет проявить свою компетентность [12]	Личностно интегрированный результат, имеющий деятельностные, поведенческие признаки: практическую, опытную, мотивационно-ценностную и когнитивно-обеспеченную готовность действовать в сфере своей компетенции [12]
Ю. А. Глазков, Л. О. Денищева, К. А. Краснянская	Совокупность знаний, учебных умений и навыков, а также способы деятельности в жизни для решения практических и теоретических задач [8]	Совокупность компетенций, наличие знаний и опыта, необходимых для эффективной деятельности в заданной предметной области [8]
В. П. Симонов	Совокупность определенных знаний, умений, навыков, личностных качеств и опыта определенной сфере деятельности [17]	Широкое интегративное понятие, характеризующее обобщенную способность личности к решению жизненных и профессиональных задач благодаря имеющимся у нее знаниям, умениям и опыту [17]
Л. В. Черепанова	Совокупность специальных и общепредметных знаний, умений, навыков, способов деятельности и ценностных ориентаций, сформированных у школьников в результате изучения ими предметной образовательной области [19; 23]	Результат обучения, заключающийся в появлении у школьника особого свойства (качества), позволяющего ему осуществлять разные виды деятельности на основе полученных знаний, умений, навыков и способов познавательной деятельности, то есть опыта деятельности [19; 23]

С нашей точки зрения, целесообразно придерживаться первого подхода и разделять значения данных понятий. Анализ различных исследований позволил сделать вывод, что понятие «компетенция» следует трактовать как общность навыков и умений ведения какой-либо деятельности, а также различных знаний, формируемых с целью участия в различных процессах. Компетентность — это отражение достижения определенного уровня результатов деятельности. Ее составляющими являются практика, опыт и прочее — все, что позволяет человеку выполнять свою деятельность эффективно на основе сформированных компетенций.

Как отмечено выше, в условиях быстрых изменений возрастает сложность профессиональных задач, поэтому необходимо уже заранее понимать, какими компетенциями должен обладать специалист, чтобы быть востребованным. В этой связи представляется целесообразным рассмотреть, какими компетенциями «будущего» должен обладать специалист с точки зрения исследователей. На сегодняшний день существуют различные рамки компетенций XXI в., которые выделяются как зарубежными («Партнерство по обучению в XXI в.», Международное объединение по развитию технологий в образовании (International Society for Technology in Education), Институт будущего (The Institute for the Future, Palo Alto, USA), научный центр EC DigComp и др.), так и отечественными (Региональный общественный центр интернет-технологий, Министерство образования и науки России, Московская школа управления «Сколково» (Атлас новых профессий, 2014), специалисты НИУ ВШЭ и др.) исследователями.

«Партнерство по обучению в XXI в.» (P21) выделяет такие компетенции, как критическое мышление, коммуникация, сотрудничество, креативность, информационная, медийная грамотность и ИКТ-грамотность, гибкость и адаптивность, инициативность, социальные и межкультурные навыки[1].

Научный центр EC DigComp также выделяет ряд компетенций, которыми должны обладать специалисты будущего[2] (табл. 2).

Таблица 2

Список компетенций будущего по DigComp

Сфера цифровой компетенции	Описание
Информационная грамотность и работа с данными	Формулирование информационных потребностей. Поиск и получение доступа к данным, информации и контенту в цифровой среде, ориентация в них. Создание и обновление личных стратегий поиска
Коммуникация и сотрудничество	Взаимодействие посредством различных цифровых технологий и понимание подходящих средств цифровой коммуникации для определенного контекста
Создание цифрового контента	Создание и редактирование цифрового контента в разных форматах, самовыражение при помощи цифровых средств
Безопасность	Защита устройств и цифрового контента, понимание рисков и угроз, существующих в цифровой среде. Знание мер по обеспечению безопасности, должное внимание вопросам надежности и конфиденциальности
Решение проблем	Выявление технических проблем при работе с устройствами и использовании цифровой среды и их решение (от устранения неисправностей до более сложных задач)

Источник: [22]

В 2011 г. Институт будущего (The Institute for the Future, Palo Alto, USA), специализирующийся на прогнозировании, опубликовал доклад «Профессиональные навыки будущего 2020» (Future Work Skills 2020), в котором была представлена карта профессиональных навыков будущего [7]. К ним относятся критическое мышление, новаторское адаптивное мышление (способность реагировать на уникальные обстоятельства, мыслить вне рамок), вычислительное мышление (способность обрабатывать возрастающие потоки информации), проектный образ мышления, управление когнитивной загрузкой (способность фильтровать информацию и выделять главное), межкультурная компетентность, трансдисциплинарность, виртуальное сотрудничество[3].

О компетенциях, которые понадобятся человеку в будущем, говорят также эксперты Global Education Futures. По их мнению, к таким компетенциям относятся концентрация внимания и управление вниманием, эмоциональная грамотность, цифровая грамотность, творчество, креативность, экологическое мышление, кросскультурность, способность к самообучению [17].

Отечественные эксперты также уделяют значительное внимание вопросу компетенций ИТ-специалистов. Так, Региональный общественный центр интернет-технологий (РОЦИТ) каждый год проводит оценку индекса цифровой грамотности населения РФ. Экспертами РОЦИТ были рассмотрены компетенции, которыми должны обладать специалисты будущего. К ним относятся: поиск информации, использование цифровых устройств, использование функционала социальных сетей, критическое восприятие информации, производство мультимедийного контента, синхронизация устройств [4].

Кроме этого, перечень компетенций разработали и предложили специалисты Агентства стратегических инициатив (далее — АСИ), среди которых системное мышление, межотраслевая коммуникация, управление проектами, программирование ИТ-решений, управление сложными автоматизированными комплексами, работа с искусственным интеллектом, клиентоориентированность, мультиязычность и мультикультурность, работа с людьми, работа в режиме высокой неопределенности и быстрой смены условий задач, навыки художественного творчества, бережливое производство[4].

Специалисты НИУ ВШЭ отмечают, что к ключевым компетенциям, которыми должен обладать

[1] Цифровая грамотность (http://цифроваяграмотность.рф/).

[2] Научный центр EC DigComp 2.1: Digital Competence Framework (https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/digcomp-21-digital-competence-framework-citizens-eight-proficiency-levels-and-examples-use).

[3] Future Work Skills 2020 Report [SR1382A] // Institute for the Future (http://www.iftf.org/uploads/media/SR-1382A_UPRI_future_work_skills_sm.pdf).

[4] Атлас новых профессий (http://atlas100.ru/future/crossprofessional_skills/rabota-v-usloviyakh-neopredelennosti/).

ИТ-специалист, относятся: глубокое понимание своей области, а также знания и опыт в смежных сферах («Т-образный специалист»); понимание возможностей и рисков, связанных с применением новых технологий; владение методами проектного управления; «цифровая ловкость»; владение инструментарием работы с большими данными и инструментами визуализации; понимание основ кибербезопасности; навыки работы с базами данных; системное мышление; эмоциональный интеллект; командная работа; способность к непрерывному обучению; адаптивность и работа в условиях неопределенности [25].

Как указано в Приказе Минэкономразвития РФ от 24 января 2020 г. «Об утверждении методик расчета показателей федерального проекта "Кадры для цифровой экономики" национальной программы "Цифровая экономика РФ"» (далее — Приказ), выделяется ряд компетенций ИТ-специалиста (табл. 3) [18].

Таблица 3

Перечень ключевых компетенций цифровой экономики согласно Приказу

Компетенция	Описание
Коммуникация и кооперация в цифровой среде	Способность человека в цифровой среде использовать различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей
Саморазвитие в условиях неопределенности	Способность человека ставить себе образовательные цели под возникающие жизненные задачи, подбирать способы решения и средства развития других необходимых компетенций
Креативное мышление	Способность человека генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, абстрагироваться от стандартных моделей: перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов
Управление информацией и данными	Способность человека искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач
Критическое мышление в цифровой среде	Способность человека проводить оценку информации, ее достоверности, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных

Источник: [14]

Таким образом, как показал анализ различных рамок компетенций, общим для зарубежных и отечественных экспертов является нацеленность на подготовку специалиста, обладающего набором компетенций, которые отвечали бы технологическим вызовам будущего. Кроме этого, по мнению различных исследователей, к основным компетенциям, которыми должны обладать ИТ-специалисты в условиях перехода к цифровой экономике, относится обладание критическим мышлением, креативностью, когнитивной гибкостью и адаптивностью. Именно эти компетенции будущего являются ключевыми, поскольку позволяют кадрам приспосабливаться к быстро меняющимся условиям, что характерно для процессов цифровизации и информатизации, и делают специалиста востребованным на рынке труда. Основным различием между зарубежными и национальными рамками компетенций будущего заключается в том, что отечественные исследователи в большей степени делают акцент на компетенциях, связанных с умением работать с информацией, большими данными, программированием, обладанием цифровой грамотностью и др.

Для того чтобы проанализировать, насколько представленный отечественными и зарубежными исследователями перечень компетенций соответствует фактически развиваемым, представляется целесообразным рассмотреть список компетенций, обозначенный в Федеральных государственных образовательных стандартах (далее — ФГОС)[1]. В них указана совокупность требований, обязательных при реализации основных образовательных программ всех уровней образования. Во ФГОС используется модель, включающая три основные группы компетенций — общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции. Компетентностный подход терминологически обозначен, но проявляется, скорее, «фрагментарно и несистемно». Его реализация в отрыве от требований работодателей не принесет никакой пользы, поскольку при оценивании результатов образования учитываются профессиональные навыки и потребности рынка труда. Поэтому одной из главных задач при осуществлении современного процесса управления подготовкой кадров для экономики РФ является систематизация и выявление основных компетенций, актуальных в настоящее время для каждой отдельной экономической сферы, с целью

[1] Федеральные государственные образовательные стандарты (https://fgos.ru/).

обеспечения возможности дополнения и корректировки существующих программ обучения [14].

В настоящий момент органами власти вводится третья редакция образовательных стандартов (ФГОС ВО 3++), где проведена классификация и систематизация развиваемых компетенций выпускников учебных заведений. Однако на сегодняшний день новых ФГОС принято мало, к тому же затрагивают они преимущественно новые направления подготовки, разработанные в период конца 2017 — 2018 г.

Задача нашего исследования состоит в изучении проблем воспроизводства ИТ-специалистов, соответственно, наше внимание сосредоточено именно на ФГОС по направлениям подготовки, связанных с ИТ, на примере одного из регионов (Вологодская область). Подготовкой кадров ИТ-направлений в Вологодской области заняты преимущественно высшие учебные заведения: Вологодский государственный университет (ВоГУ), а также Череповецкий государственный университет (ЧГУ) (табл. 4).

Таблица 4

Перечень направлений подготовки ИТ-специалистов в высших учебных заведениях Вологодской области

№	Направление подготовки	Вузы, осуществляющие подготовку
1	Бизнес-информатика	ВоГУ
2	Информатика и вычислительная техника	ВоГУ
3	Информационные системы и технологии	ВоГУ, ЧГУ
4	Прикладная математика и информатика	ВоГУ, ЧГУ
5	Программная инженерия	ВоГУ, ЧГУ
6	Информационная безопасность	ЧГУ
7	Радиофизика	ЧГУ
8	Инфокоммуникационные технологии и системы связи	ЧГУ

Кроме этого, подготовкой ИТ-кадров в Вологодской области занимаются учреждения среднего профессионального образования, которые осуществляют подготовку по таким профессиональным направлениям, как «Информационные системы», «Компьютерные сети», «Программирование в компьютерных системах», «Информационные системы и программирование» и др. (табл. 5).

Таблица 5

Перечень направлений подготовки ИТ-специалистов в средних профессиональных учебных заведениях Вологодской области

№	Направление подготовки	Средние профессиональные учебные заведения, осуществляющие подготовку
1	Информационные системы (по отраслям)	Вологодский строительный колледж, Вологодский машиностроительный техникум
2	Компьютерные сети	Вологодский колледж связи и информационных технологий, Великоустюгский многопрофильный колледж, Грязовецкий политехнический техникум
3	Программирование в компьютерных системах	Вологодский колледж связи и информационных технологий, Череповецкий металлургический колледж им. И. П. Бардина, Сокольский лесопромышленный политехнический техникум
4	Информационные системы и программирование	Вологодский колледж связи и информационных технологий
5	Компьютерные системы и комплексы	Вологодский техникум железнодорожного транспорта, Тотемский политехнический колледж
6	Мастер по обработке цифровой информации	Великоустюгский гуманитарно-педагогический колледж

В данном исследовании наше внимание направлено на анализ действующих ФГОС по указанным выше направлениям подготовки ИТ-специалистов. Нами рассматривались только профессиональные компетенции (ПК), развиваемые в процессе обучения, поскольку именно они определяют специфику воспроизводства ИТ-специалистов в отличие от других видов деятельности. Анализ ФГОС показал, что они систематизированы в пять основных групп компетенций, которыми должны обладать выпускники, прошедшие подготовку по ИТ-направлениям:

— компетенции аналитической деятельности;

— компетенции организационно-управленческой деятельности;

— компетенции проектной деятельности;

— компетенции научно-исследовательской деятельности (экспериментальной);

— компетенции производственно-технологической (сервисно-эксплуатационной) деятельности.

В первую группу вошли такие основные компетенции, как способность принимать рациональные решения для осуществления профессиональной деятельности, проводить исследование рынка, анализировать и выбирать методы обеспечения информационной безопасности, использовать нормативные правовые документы в профессиональной деятельности, применять методы анализа прикладной области на концептуальном, логическом, математическом и алгоритмическом уровнях, применять достижения информатики и вычислительной техники. Данный блок компетенций отражает способности выпускников ИТ-специальности, позволяющие проводить анализ состояния объекта управления и формулировать соответствующие выводы и варианты воздействия на него для достижения целей организации.

Во второй группе компетенций представлены способности организации и управления процессами профессиональной деятельности, включающие возможности выпускника создавать и поддерживать функционирование существующих социально-экономических систем внутри организации. В частности, к ним относятся: способность использовать методы и базовые алгоритмы обработки информации, учитывать особенности языков программирования общего и специального назначения, обеспечить защиту прав на интеллектуальную собственность, использовать современные стандарты и методики, профессионально решать задачи профессиональной деятельности с учетом современных достижений науки и техники, реализовывать процессы управления качеством профессиональной деятельности, анализировать организационно-экономические проблемы и общественные процессы в организации профессиональной деятельности, организовать работу профессионального коллектива, понимать и использовать на практике теоретические основы организации и планирования профессиональной деятельности.

Компетенции, характеризующие навыки осуществления выпускниками проектирования и моделирования систем и процессов, связанных с профессиональной деятельностью, а также возможность их участия в работе, выходящей за рамки их должностных и функциональных обязанностей, объединены в третью группу. К основным ее элементам относятся: оценивать состояние и качество функционирования объекта проектирования, понимать и выделять главную идею и сущность документации, проводить проектирование и моделирование процессов и систем, проводить расчет экономической эффективности проекта, применять программные средства системного, прикладного и специального назначения.

Четвертая группа содержит компетенции, раскрывающие возможности выпускника осуществлять комплексную профессиональную деятельность, воплощая полученные знания на практике с целью дальнейшего развития. В основной перечень компетенций вошли:

— способность грамотно использовать язык предметной области;

— способность формулировать цели и задачи научных исследований;

— способность использовать базовые теоретические знания для решения профессиональных задач;

— способность на основе анализа определить и корректно сформулировать результат исследования;

— способность подготовить и представить научно-технические отчеты и результаты выполненных исследований;

— способность самостоятельно увидеть следствия сформулированного результата;

— способность в составе научно-исследовательского коллектива решать задачи профессиональной деятельности;

— способность предлагать пути решения, выбирать методику и средства проведения научных исследований;

— способность собирать, обрабатывать и интерпретировать данные современных научных исследований;

— способность использования методов и инструментальных средств исследования объектов профессиональной деятельности;

Последняя группа ПК характеризует способности осуществления работы в организации и использования выпускниками учебных заведений ИТ-специальности современных производственных и технологических комплексов в рамках осуществляемой профессиональной деятельности. В ее состав вошли: способность использовать знание кодекса профессиональной этики, учитывать особенности эволюционной деятельности, применять на практике международные и профессиональные стандарты ИТ, современные парадигмы и методологии, инструментальные и вычислительные средства, применять современные системы управления качеством выпускаемой продукции (услуг), разрабатывать технические задания в рамках профессиональной деятельности, организовывать и осу-

ществлять систему мероприятий по охране труда и технике безопасности организации.

Таким образом, анализ реализуемых ФГОС по направлениям подготовки ИТ-специалистов позволил сделать следующий вывод. Рассмотренные ранее отечественные и зарубежные рамки компетенций свидетельствуют о том, что ИТ-специалисты должны обладать не только креативным мышлением, гибкостью и адаптивностью, но и умением работать с новыми информационными и цифровыми технологиями. При этом в действительности наблюдается обратная ситуация. По факту, те компетенции, отраженные в ФГОС по ИТ-направлениях подготовки, совершенно не соответствуют тем, о необходимости развития которых, заявляют эксперты. Отчасти только 1-я и 5-я группы ПК так или иначе связаны с достижениями науки и техники. В большей же степени ПК, указанные в ФГОС, являются общими, не учитывающими специфику ИТ и цифровой экономики. Исходя из этого можно заключить, что если вышеназванные ПК, согласно ФГОС, являются специфическими для выпускника ИТ-специальности, то отсюда возникает вопрос, чем же тогда такой специалист будет отличаться от другого, занятого в иной профессии. Сложившаяся ситуация свидетельствует о наличии проблемы в воспроизводстве ИТ-специалистов, которая требует принятия незамедлительных мер. Однако, прежде чем переходить к разработке рекомендаций, требуется провести более детальный анализ образовательных программ учебных заведений высшего образования на примере одного из регионов (Вологодская область) посредством анализа учебных планов и программ по направлениям подготовки, связанным с ИТ.

Подводя итог, следует еще раз отметить, что ИТ-отрасль, как основа цифровой экономики, имеет очень высокие темпы развития, в связи с чем система образования должна быть направлена на формирование у будущих ИТ-специалистов актуальных и востребованных компетенций. В научной литературе существуют разные точки зрения на трактовку понятий «компетенция» и «компетентность». Одни авторы их разделяют, другие, наоборот, рассматривают как тождественные. С нашей точки зрения, целесообразно придерживаться того подхода, который заключается в разделении рассматриваемых понятий.

Согласно существующим национальным и международным рамкам компетенций XXI в., специалист «будущего» должен быть креативным, мобильным, гибким, способным адаптироваться в быстро меняющихся условиях и т. д. Отличает отечественных экспертов от зарубежных то, что первые, в качестве необходимых компетенций будущего, подчеркивают также важность наличия навыков работы с информацией и ИТ. При этом, как показал анализ ФГОС по направлениям подготовки ИТ-специалистов, наблюдается существенный разрыв между необходимыми (требуемыми) и фактическими компетенциями. ПК должны выражать особенности определенной деятельности, которая отличает ее от любой другой. Однако в действительности в ФГОС по ИТ-направлениям указан перечень ПК, который на самом деле не отражает специфику подготовки ИТ-специалиста в условиях перехода к цифровой экономике.

Вышеозначенная проблема требует комплексного решения со стороны органов власти, образовательных учреждений и бизнеса. Для этого необходимо, чтобы представители органов власти провели исследование потребности цифровой экономики, а также ИТ-отрасли в ИТ-кадрах, что позволит спрогнозировать и расставить приоритеты в отношении необходимых категорий подготовки специалистов. Следует отметить, что еще в 2014 г. специалистами АСИ был представлен перечень профессий, которые появятся после 2020 г. Начав готовить такие кадры шесть лет назад, сегодня экономика уже получила бы тех специалистов, которые востребованы цифровой экономикой.

Посредством взаимодействия всех вышеупомянутых структур (органов власти, образовательных организаций, ИТ-компаний) на основании различных рамок компетенций будущего представляется целесообразным осуществление их систематизации и выявление наиболее актуальных компетенций. Несмотря на то что часть новых ФГОС разработаны на основе профессиональных стандартов, как показал анализ ПК, их учет не оказал значительного влияния на перечень компетенций. В связи с этим требуется прямое участие ИТ-компаний, работодателей в разработке тех ПК, которые им в действительности нужны.

На основании вышесказанного видится рациональным внести корректировки в перечень ПК, обозначенных во ФГОС по направлениям подготовки ИТ-специалистов. Кроме этого, важно, чтобы ПК учитывали и необходимость развития практических навыков учащихся. На наш взгляд, один из самых важных моментов заключается в том, чтобы данные шаги осуществлялись очень быстро и не растягивались на несколько лет. Готовить ИТ-специалистов нужно здесь и сейчас, иначе такие кадры будут

всегда позади новых технологических вызовов. Такой алгоритм позволил бы готовить для ИТ-отрасли кадры, востребованные на рынке труда и отвечающие технологическим вызовам цифровой экономики.

На следующих этапах исследования планируется определение направлений и разработка инструментов, способствующих совершенствованию системы подготовки ИТ-специалистов. Материалы исследования могут быть использованы специалистами научной сферы, а также другими специалистами, которые интересуются вопросами развития цифровой экономики.

Список литературы

1. Van Laar E., van Deursen A. J., van Dijk J. A., de Haan J. The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review // Computers in human behavior. 2017. № 72. P. 577—588.

2. Бермус А. Г. Проблемы и перспективы реализации компетентностного подхода в образовании // Эйдос: интернет-журн. 2005. URL: http://www.eidos.ru/journal/2005/0910-12.htm (дата обращения 09.06.2020).

3. Богачева Л. С. Компетентность и компетенция как понятийно-терминологическая проблема // Актуальные вопросы современной педагогики: материалы II Междунар. науч. конф. (Уфа, июль 2012 г.). Уфа, 2012. URL: https://moluch.ru/conf/ped/archive/60/2556/ (дата обращения 28.09.2020).

4. Бойко Т. В. Формирование цифровой грамотности обучающихся начальных классов в системе урочной и внеурочной деятельности (элемент проекта «Создание электронного словаря») // Молодой ученый. 2019. № 44 (282). С. 324—327.

5. Болотов В. А., Сериков В. В. Компетентностная модель: от идеи к образовательной программе // Педагогика. 2003. № 10. С. 8—14.

6. Бояркина В. В. Формирование общекультурных компетенций у будущих менеджеров в воспитательной работе вуза: дис. ... канд. пед. наук. Чебоксары, 2014.

7. Бунтова Е. В. Методология создания учебного курса программы магистратуры в условиях цифровой экономики // Вестник Самарского государственного технического университета. Сер.: Психолого-педагогические науки. 2019. № 1 (41). С. 20—36.

8. Денищева Л. О., Глазков Ю. А., Краснянская К. А. Проверка компетентности выпускников средней школы при оценке образовательных достижений по математике // Математика в школе. 2008. № 6. С. 19—30.

9. Зеер Э. Ф. Компетентностный подход к образованию // Образование и наука. 2005. № 3 (33). С. 27—40.

10. Зимняя И. А. Ключевые компетенции — новая парадигма результата образования // Эксперимент и инновации в школе. 2009. № 2. С. 7—14.

11. Климова Ю. О. Анализ кадровой обеспеченности отрасли информационных технологий на федеральном и региональном уровнях // Вестник Омского университета. Сер.: Экономика. 2020. № 1. С. 126—139.

12. Луговая А. В., Дмитриев Е. В. Профессиональная готовность и профессиональная компетентность выпускников вузов ФСИН России // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 3. URL: https://science-education.ru/ru/article/view?id=18830 (дата обращения 28.09.2020).

13. Лошкрева Е., Лукша П., Ниненко И., Смагин И., Судаков Д. Навыки будущего. Что нужно знать и уметь в новом сложном мире. URL: http://arzumanyan.com.ru/files/2017/wsdoklad_12_okt_rus.pdf (дата обращения 19.06.2020).

14. Мироненко Е. С. Компетенции XXI века VS образование XXI века // Вопросы территориального развития. 2019. № 2 (47). С. 1—15.

15. Надвоцкая В. В. Научное обоснование формирования профессиональной культуры будущих специалистов // Известия Алтайского государственного университета. 2011. № 2-1 (70). С. 38—43.

16. Носкова Е. Выхожу талант искать. Цифровые компетенции нужны не только в ИТ-сфере // Российская газета. 2018. № 120. URL: https://rg.ru/2018/06/04/cifrovye-kompetencii-nuzhny-ne-tolko-v-it-sfere.html (дата обращения 09.06.2020).

17. Образование в XXI веке. Повышение квалификации и подготовка кадров в образовании: сб. науч. тр. / под ред. В. П. Симонова. М.: Междунар. пед. академия, 2009. 128 с.

18. Приказ Минэкономразвития России «Об утверждении методик расчета показателей федерального проекта «Кадры для цифровой экономики» национальной программы “Цифровая экономика Российской Федерации” от 24 янв. 2020 г. № 41. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_344498/bf56d851191e2ef3ee5c8fc5f144570e9409cc17/ (дата обращения 18.06.2020).

19. Смородинова М. В. Многообразие подходов к определению понятий «компетентность» и «компетенция» // Актуальные вопросы современной педагогики: материалы IV Междунар. науч. конф. (Уфа, ноябрь 2013 г.). Уфа, 2013. С. 16—18.

20. Универсальные компетентности и новая грамотность: от лозунгов У59 к реальности / под ред. М. С. Добряковой, И. Д. Фрумина; при участии К. А. Баранникова, Н. Зиила, Дж. Мосс, И. М. Реморенко, Я. Хаутамяки. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. 472 с.

21. Хуторский А. В. Определение общепредметного содержания и ключевых компетенций как характеристика нового подхода к конструированию образовательных стандартов // Вестник Института образования человека. 2011. № 1. С. 1—31.

22. Чамина О. Г. Развитие цифровых компетенций и навыков у бакалавров лингвистики (на примере массовых открытых онлайн-курсов) // The scientific heritage. 2020. № 44-4 (44). С. 43—45.

23. Черепанова Л. В. Методическая готовность учителя к оценке квалификаций в условиях компетентностной парадигмы современного образования // Ученые записки ЗабГГПУ. 2011. № 6. С. 50—58.

24. Чошанов М. А. Гибкая технология проблемно-модульного обучения. М., 1996. 160 с.

25. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг [и др.]; науч. ред. Л. М. Гохберг. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. 82 с.

26. Шафранов-Куцев Г. Ф., Ефимова Г. З. Учащаяся и работающая молодежь: трансформационный переход от конкурентоориентированности к конкурентоспособности // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. № 5. С. 231—246.

Сведения об авторе

Климова Юлия Олеговна — младший научный сотрудник Вологодского научного центра РАН. Вологда, Россия. j.uschakowa2017@yandex.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 10—20.

COMPETENCES OF IT SPECIALISTS IN THE CONDITIONS OF TRANSITION TO THE DIGITAL ECONOMY

Y. O. Klimova

Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences, Russia, Vologda. j.uschakowa2017@yandex.ru

In the context of the transition to the digital economy, the complexity of professional tasks is increasing, and therefore, it is necessary to understand in advance what competencies a specialist must have in order to be in demand in the «new» world. The purpose is to study the main competencies of IT specialists in the transition to the digital economy. The article presents theoretical and methodological approaches to the definition of the concept of «competence» and «competence», analyzes the domestic and foreign frameworks of competencies that IT professionals should have in the transition to the digital economy. Based on the Federal State Educational Standard, an analysis of the correspondence between the necessary (required) and actual competencies was carried out.

Keywords: *digital economy, IT industry, information technology, professional competence, training.*

References

1. Van Laar, E., van Deursen, A. J., van Dijk, J. A., & de Haan, J. (2017) *Computers in human behavior*, no. 72, pp. 577—588.

2. Bermus A. G. (2005) *Internet-zhurnal «Ejdos». Available at:* http://www.eidos.ru/journal/2005/0910-12.htm, accessed 09.06.2020 [in Russ.].

3. Bogacheva L. S. (2012) *Aktual'nye voprosy sovremennoj pedagogiki: materialy II Mezhdunar. nauch. Konf. Available at:* https://moluch.ru/conf/ped/archive/60/2556/, accessed 28.09.2020 [in Russ.].

4. Boyko T. V. (2019) *Molodoj uchenyj*, no. 44 (282), pp. 324—327 [in Russ.].

5. Bolotov V. A., Serikov V. V. (2003) *Pedagogika,* no. 10, pp. 8—14 [in Russ.].

6. Boyarkina V. V. (2014) Formirovanie obshchekul'turnyh kompetencij u budushchih menedzherov v vospitatel'noj rabote vuza: diss. kand.pedagogicheskih nauk [Formation of general cultural competencies among future managers in the educational work of the university: PhD thesis]. Cheboksary [in Russ.].

7. Buntova E. V. (2019) *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Psihologo-pedagogicheskie nauki*, no. 1 (41), pp. 20—36 [in Russ.].

8. Denischeva L. O., Glazkov Yu. A., Krasnyanskaya K. A. (2008) *Matematika v shkole*, no. 6, pp. 19—30 [in Russ.].

9. Zeer E. F. (2005) *Obrazovanie i nauka,* no. 3 (33), pp. 27—40 [in Russ.].

10. Zimnyaya I. A. (2009) *Eksperiment i innovacii v shkole*, no. 2, pp. 7—14 [in Russ.].

11. Klimova Yu. O. (2020) *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*, no. 1, pp. 126—139 [in Russ.].

12. Lugovaya A. V., Dmitriev E. V. (2015) *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya*, no. 3. Available at: https://science-education.ru/ru/article/view?id=18830, accessed 28.09.2020 [in Russ.].

13. Loshkreva E., Luksha P., Ninenko I., Smagin I., Sudakov D. (2017) Navyki budushchego. Chto nuzhno znat' i umet' v novom slozhnom mire [Skills of the future. What you need to know and be able to do in a new complex world]. Available at: http://arzumanyan.com.ru/files/2017/wsdoklad_12_okt_rus.pdf, accessed 19.06.2020 [in Russ.].

14. Mironenko E. S. (2019) *Voprosy territorial'nogo razvitiya*, no. (47), pp. 1—15 [in Russ.].

15. Nadvotskaya V. V. (2011) *Izvestiya Altajskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 2-1 (70), pp. 38—43 [in Russ.].

16. Noskova E. (2018) *Rossijskaya gazeta*, no. 120. Available at: https://rg.ru/2018/06/04/cifrovye-kompetencii-nuzhny-ne-tolko-v-it-sfere.html, accessed 09.06.2020 [in Russ.].

17. Simonov V. P. (2009) Obrazovanie v XXI veke. Povyshenie kvalifikacii i podgotovka kadrov v obrazovanii [Education in the XXI century. Professional development and training in education]. Moscow, International Pedagogical Academy. 128 p. [in Russ.].

18. Prikaz Minekonomrazvitiya Rossii «Ob utverzhdenii metodik rascheta pokazatelej federal'nogo proekta «Kadry dlya cifrovoj ekonomiki» nacional'noj programmy «Cifrovaya ekonomika Rossijskoj Federacii» ot 24 yanvarya 2020 g., No. 41 [Order of the Ministry of Economic Development of Russia «On Approval of Methods for Calculating Indicators of the Federal Project» Human Resources for the Digital Economy «of the National Program» Digital Economy of the Russian Federation» of January 24, 2020, No. 41]. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_344498/bf56d851191e2ef3ee5c8fc5f144570e9409cc17/, accessed 18.06.2020 [in Russ.].

19. Smorodinova M. V. (2013) *Aktual'nye voprosy sovremennoj pedagogiki: materialy IV Mezhdunar. nauch. konf.* Ufa, pp. 16—18 [in Russ.].

20. Dobryakova M. S., Frumin I. D. (2020) Universal'nye kompetentnosti i novaya gramotnost': ot lozungov U59 k real'nosti [Universal competences and new literacy: from U59 slogans to reality]. Moscow, House of the Higher School of Economics. 472 p. [in Russ.].

21. Khutorskiy A. V. (2011) *Vestnik Instituta obrazovaniya cheloveka*, no. 1, pp. 1—31 [in Russ.].

22. Chamina O. G. (2020) *The scientific heritage*, no. 44-4 (44), pp. 43—45 [in Russ.].

23. Cherepanova L. V. (2011) *Uchenye zapiski zabGGPUv*, no. 6, pp. 50—58 [in Russ.].

24. Choshanov M. A. (1996) Gibkaya tekhnologiya problemno-modul'nogo obucheniya [Flexible technology of problem-modular learning]. Moscow. 160 p. [in Russ.].

25. Abdrakhmanova G. I., Vishnevsky K. O., Gokhberg L. M. (2019) Chto takoe cifrovaya ekonomika? Trendy, kompetencii, izmerenie [What is the digital economy? Trends, competencies, measurement]. Moscow, High School of Economics. 82 p. [in Russ.].

26. Shafranov-Kutsev G. F., Efimova G. Z. (2018) *Ekonomicheskie i social'nye peremeny: fakty, tendencii, prognoz*, no. 5, pp. 231—246 [in Russ.].

МИРОВАЯ, НАЦИОНАЛЬНАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА
WORLD, NATIONAL AND REGIONAL ECONOMY

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 21—27.

УДК 330.16
ББК 65.496

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11003

ЦИФРОВАЯ ЗРЕЛОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ УСЛУГ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

Н. М. Логачева
Челябинский филиал Института экономики УрО РАН, Челябинск, Россия

Статья подготовлена в соответствии с Планом НИР ФГБУН Института экономики УрО РАН на 2020 г.

Технологическая трансформация предъявляет требования к готовности потребителей использовать услуги социальной сферы в новом формате. В статье представлены подходы к определению понятий «цифровая грамотность», «цифровая компетентность», исследованы особенности цифровой трансформации в сфере образования и здравоохранения с учетом интересов потребителей и влияния на доступность услуг, качество жизни населения. Автор вводит понятие «цифровая зрелость потребителя услуг социальной сферы», позволяющее комплексно оценить не только готовность, но и возможности потребителя получить услуги в цифровой форме. Указывается, что необходимый уровень цифровой зрелости потребителя для комфортного потребления социальных услуг зависит от состояния социальной сферы, услугами которой хочет воспользоваться потребитель, уровня автоматизации и цифровизации процессов в той или иной отрасли социальной сферы, продолжительности цифровых коммуникаций в процессе получения услуг.

Ключевые слова: *цифровая трансформация, цифровая зрелость потребителя, цифровая компетентность, образование, здравоохранение.*

Технологическая трансформация вносит существенные поправки в развитие отраслей и отдельных предприятий, проникает в социальную сферу. Цифровизация, являющаяся неотъемлемой частью трансформационных процессов, оказывает влияние и предъявляет новые требования не только к технико-технологическим, производственно-экономическим, но и к социально-экономическим отношениям и субъектам, в них вовлеченным.

Социальная сфера отличается от сферы производства не только производственным процессом, но и прямым контактом с потребителем (населением), что накладывает дополнительные особенности цифровой трансформации в социальной сфере.

В цивилизованном обществе социально-экономическое развитие направленно на повышение качества жизни населения, улучшение условий развития человеческого потенциала жителей страны или региона [1. С. 14—17, 47—50]. Учитывая это, важно осознавать многогранность воздействия технологической трансформации на потребителя.

Цель данной статьи — выявить проблемы и особенности получения потребителями услуг социальной сферы (в частности, образования и здравоохранения) в условиях цифровой трансформации; показать взаимозависимость цифрового развития организаций здравоохранения, образования и готовности потребителей получать услуги в новых условиях.

Одним из проявлений технологической трансформации, протекающей в настоящий период, является цифровая трансформация (цифровизация). Термин «цифровая трансформация» трактуется авторами научных публикациях по-разному:

— в узком смысле этот процесс рассматривается как «переход от аналоговой формы к цифровой» [2];

— в широком смысле — это трансформация организаций, «приводящая к росту производительности труда в конкретный период за счет перехода на те или иные новые цифровые прорывные технологии, и для каждого периода характерна своя цифровая трансформация» [3. С. 15—17].

Цифровая трансформация предъявляет требования к готовности субъектов (людей), вовлеченных в нее, включаться и быть активными участниками. Рекомендации Европейского парламента в 2006 г. отнесли компьютерную (цифровую) грамотность к числу восьми ключевых компетенций XXI в. [4], а сам термин «цифровая грамотность» ввел в своей книге Пол Гилстер (Paul Gilster) еще в 1997 г. По его мнению, это «способность критически понимать и использовать информацию, получаемую посредством компьютера в различных форматах из широкого диапазона источников» [5].

В России начиная с 2015 г. региональной общественной организацией «Центр Интернет-технологий» (РОЦИТ) проводится Всероссийское исследование «Индекс цифровой грамотности граждан РФ». Этот проект нацелен на измерение уровня знаний и умений населения, необходимых для безопасного и эффективного использования цифровых технологий и ресурсов Интернета, а сам индекс цифровой грамотности представляет собой интегральный индекс, в основе которого лежат три субиндекса: цифровое потребление, цифровые компетенции и цифровая безопасность [6]. Вызывает интерес динамика этих показателей (табл. 1).

Таблица 1

Динамика индекса и субиндексов цифровой грамотности граждан РФ в 2015—2018 гг.*

Показатель	2015	2016	2017	2018
Индекс цифровой грамотности граждан	4,79	5,42	5,99	4,52
Субиндексы				
Цифровых компетенций	*4,48*	*5,27*	**6,48**	**5,44**
Цифрового потребления	**5,17**	**5,49**	*5,35*	4,49
Цифровой безопасности	4,86	5,57	5,43	*3,29*

* Составлено автором по данным [7].

В каждом году жирным шрифтом выделено максимальное значение субиндекса, курсивом — минимальное.

Индекс цифровой грамотности с 2015 по 2017 г. рос, а в 2018 г. снизился по сравнению с предыдущим годом на 25%, опустившись ниже уровня 2015 г. Такое резкое падение интегрального индекса объясняется в первую очередь увеличением диспропорций между величиной субиндексов.

Субиндексы в 2015 г. характеризовалась так: наибольший уровень демонстрировал индекс цифрового потребления, оценивающий применение цифровых компетенций и использование (потребление) различных цифровых ресурсов потребителями — 5,17, а субиндекс цифровых компетенций был минимальный (4,48). К 2018 г. ситуация изменилась: среди субиндексов максимальное значение показал субиндекс цифровых компетенций (5,44), в то время как субиндекс цифровой безопасности был минимальным (3,29). Это говорит о том, что развитие компетенций обостряет для потребителей цифровых услуг проблему цифровой (информационной) безопасности, следовательно, рост цифровой компетентности потребителей не приведет к автоматическому росту цифровой грамотности.

Тем не менее обладание определенным объемом компетенций имеет большое значение для использования услуг в цифровой форме, поэтому концепция цифровой компетентности является активно развивающейся и претерпевающей изменения в связи с развитием инфокоммуникационных технологий [8. С. 132]. Ученые, давая определение понятию «цифровая компетентность» делают акцент на том, что необходимы:

— способности и навыки эффективно использовать цифровые технологии в повседневной жизни;

— уверенное и критическое использование информации через Интернет;

— технические навыки, связанные чаще всего с компьютерной грамотностью.

Одно из популярных определений цифровой компетентности принадлежит Г. У. Солдатовой с соавт.: «это не только сумма общепользовательских и профессиональных знаний и умений, которые представлены в различных моделях ИКТ-компетентности, информационной компетентности, но и установка на эффективную деятельность и личное отношение к этой деятельности, основанное на чувстве ответственности» [9. С. 15].

Цифровая трансформация, проходящая в разных сферах нашей жизни, неодинаково воздействует и «вовлекает» людей в этот процесс. Подобное «вовлечение» в социальной сфере имеет особенности, связанные с тем, что человек, получающий услугу (конечный потребитель), в случае цифровой трансформации данной сферы по-прежнему сохранит непосредственный контакт с организацией. Эти вопросы привлекают внимание исследователей. Так, например, в статье Т. Н. Беляцкой, О. М. Маклаковой «Готовность населения к экономическому поведению в условиях электронной экономики: проблемы электронного здравоохране-

ния» рассмотрены сдерживающие и побуждающие этот процесс факторы [10. С. 27].

Исследуя социальную сферу в рамках данной статьи, мы сделали акцент на сферы образования, здравоохранения, непосредственно влияющие как на качество жизни населения, так и на развитие человеческого капитала.

Прямой контакт с потребителем, имеющий место при получении услуги в этих сферах, формирует особенности, которые необходимо дополнительно учитывать, осуществляя технологическую трансформацию. В частности, необходимо:

— повышение внимания к «портрету потребителя» (так как цифровая трансформация в дальнейшем должна вести к индивидуализации (адресности) в потреблении услуг;

— учет готовности потребителя к потреблению услуг в условиях цифровой трансформации (без этого человек не сможет воспользоваться услугой независимо от ее качества и наличия);

— повышение значимости «точек контакта с потребителем» [11] (так как при электронном взаимодействии личный контакт сокращается, важно не допустить снижения доступности услуг социальной сферы).

Еще одним фактором, который важно учитывать, так как он позволяет увидеть различие в цифровом развитии изучаемых социальных сфер, является возраст потребителей услуг образования и здравоохранения.

Потребители исследуемых сфер отличаются по возрастному составу, что будет оказывать влияние на доступность для них данных услуг. Так, несмотря на рост значимости модели образования «через всю жизнь» [12], очевидно, что потребителей образовательных услуг в предпенсионном и пенсионном возрасте мало. В то время как в здравоохранении эта группа потребителей значима как по численности, так и по важности получения услуг. Возраст будет существенно влиять на готовность и способность людей получить требующуюся им услугу. Это доказывают данные оценки способности решения задач в технологически насыщенной среде людьми разных возрастов, полученные в рамках Программы международной оценки компетенций взрослых (PIAAC) [13].

Для выделения особенностей получения услуг в сфере образования и здравоохранения нами предложен алгоритм процесса потребления социальной услуги в виде последовательности этапов:

1) фиксирование возможности доступа к услуге (запись на прием, поступление в учебное заведение и пр.);
2) «собственно» получение услуги;
3) оплата услуги (при необходимости);
4) документальное оформление оказанной услуги (получение документов, подтверждающих получение услуги).

Сравнение этапов для сфер образования и здравоохранения представлено в табл. 2.

Наша позиция состоит в том, что продолжительность «цифровой вовлеченности» потребителя услуг образования и здравоохранения требует разного уровня готовности граждан к цифровизации

Таблица 2

Этапы получения услуг в сфере образования и здравоохранения и их особенности*

Сфера	Фиксирование возможности доступа к услуге	Получение услуги	Оплата услуги	Документооборот по оказанной услуге
Образование (услуги детских садов, школ, вузов)	Длительный процесс, требующий подготовки, имеющий некоторые нормативные ограничения	Длительный процесс (чаще годы)	Бесплатные, платные услуги	Важен: — при платных услугах, так как есть возможность получить социальный налоговый вычет; — документы об образовании необходимы для дальнейших этапов жизни человека
Здравоохранение (услуги амбулаторно-поликлинических организаций, больниц)	Короткий (или непродолжительный) процесс, имеющий некоторые нормативные ограничения	Короткий (минуты, часы) или непродолжительный (дни, месяцы) процесс	Бесплатные, платные услуги	Важен: — при платных услугах, так как есть возможность получить социальный налоговый вычет; — документы о здоровье необходимы для наблюдения в динамике

* Составлено автором.

этих сфер, а их цифровая компетентность может и должна отличаться, но при этом трансформация экономики будет сопровождаться постоянным изменением готовности потребителей.

Мы считаем, что такая готовность зависит не только от компетентности потребителя, но и должна учитывать более широкие требования. В связи с этим предлагаем применять для оценки и характеристики готовности потребителя термин «цифровая зрелость». Данное понятие используется применительно к организациям [14; 15].

С нашей точки зрения, «цифровая зрелость потребителя социальных услуг» — это комплексная характеристика, включающая в себя цифровую оснащенность, компетентность и гибкость (см. рисунок ниже).

Для потребителя цифровая зрелость может быть определена как интегрированный показатель [1], включающий:

— цифровую оснащенность потребителей (в случае если технические средства доступны через общие оборудованные центры, а не в личном доступе, то важно учитывать возможность людей пенсионного возраста добраться до них, чтобы воспользоваться);

— цифровую компетентность (при оценке этого параметра сначала нужно определить «что необходимо уметь потребителю» для получения той или иной услуги в сфере образования и здравоохранения);

— цифровую гибкость (этот параметр должен определять срок обновления знаний потребителя, чтобы его готовность получать услуги в цифровой трансформации сохранялась).

[1] В данной статье мы не приводим конкретные параметры, применяемые для оценки уровня цифровой зрелости, так как это выходит за рамки цели статьи.

Считаем, что цифровая трансформация в сфере образования и здравоохранения не должна осуществляться как самоцель. Эти сферы через предоставляемые ими услуги имеют прямое влияние на качество жизни населения, а следовательно, особое внимание в процессе их преобразований должно уделяться потребителю (повышению доступности услуг, росту качества взаимодействия потребителя и организации, расширению возможностей потребителей по получению более широкого спектра услуг и пр.).

Цифровая трансформация в социальной сфере должна быть направлена на повышение качества жизни населения (повышение доступности услуг социальной сферы без снижения их качества).

В процессе цифровизации социальной сферы необходимо учитывать наличие непосредственного взаимодействия организации, предоставляющей услугу, с потребителем, а, следовательно, уровень готовности потребителей воспользоваться услугами в новых технологических условиях должен быть важнейшим индикатором цифровой трансформации.

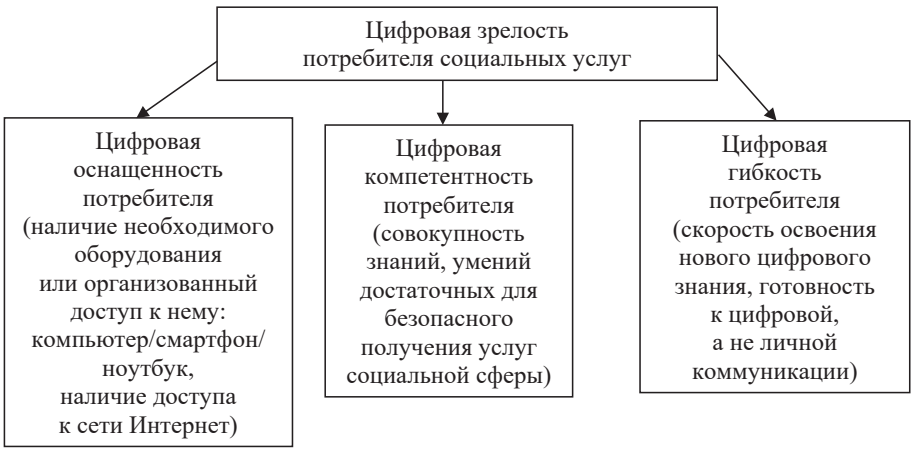
Готовность потреблять услуги сферы образования и здравоохранения зависит от уровня цифровой зрелости потребителя.

Необходимый уровень цифровой зрелости потребителя для комфортного потребления социальных услуг, в свою очередь, зависит:

1) от социальной сферы, услугами которой хочет воспользоваться потребитель;

2) уровня автоматизации и цифровизации процессов в той или иной социальной сфере;

3) глубины и продолжительности цифровых коммуникаций в процессе получения услуг социальной сферы.



Компоненты для оценки уровня цифровой зрелости потребителя социальных услуг

Результаты проведенного исследования позволили показать особенности технологической трансформации в сфере образования и здравоохранения, которые не были отмечены другими исследователями. Это позволило предложить новое понятие «цифровая зрелость потребителя услуг социальной сферы», которое, с одной стороны, является многокомпонентным, указывающим совокупность «требований» к потребителю, с другой — позволяет увидеть, что именно может препятствовать потребителю воспользоваться социальными услугами.

Предложенный подход, расширяющий представление об особенностях и возможных ограничениях в потреблении услуг социальной сферы, целесообразно использовать в процессе управления цифровым развитием в сфере образования и здравоохранения. Это позволит учесть цифровую зрелость потребителя как субъекта, вовлеченного в процессы цифровой трансформации, а также увидеть качественные и количественные изменения в потреблении социальных услуг и оценить их воздействие на качество жизни населения.

Список литературы

1. Дробышева В. В. Развитие системы менеджмента качества жизни: теория, методология, практика: монография / под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. Б. И. Герасимова. Тамбов: Изд-во Тамбов. гос. техн. ун-та, 2009. 88 с.

2. Прохоров А. Цифровая экономика, цифровая трансформация. Как определить, измерить, повысить? // Broadcasting. Телевидение и радиовещание. 2017. № 3. URL: http://lib.broadcasting.ru/articles2/Oborandteh/tsifrovaya-ekonomika—tsifrovaya-transformatsiya-kak-opredelit—izmerit—povysit, (дата обращения 01.03.2020).

3. Прохоров А., Коник Л. Цифровая трансформация. Анализ, тренды, мировой опыт. М.: АльянсПринт, 2019. 368 с.

4. Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning // Official Journal of the European Union, L394/10-18. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006H0962 (дата обращения 20.02.2020).

5. Gilster P. Digital Literacy. N.Y.: Wiley Computer Publishing, 1997. 152 c.

6. Индекс цифровой грамотности 2017. URL: https://rocit.ru/uploads/769c4df4bc6f0bd6ab0fbe57a056e769b8be6bcf.pdf?t=1517847097. (дата обращения 20.02.2020).

7. Цифровая грамотность россиян: цифры и тренды. Презентация РОЦИТ. URL: https://rocit.ru/uploads/c162a9af1a7f4b3486252d82925a9d0513ba3d35.pdf?t=1550129216 (дата обращения 25.02.2020).

8. Петрова А. К., Лашманова Н. В., Косухина М. А. Подходы к оценке и развитию цифровой компетентности персонала инновационных промышленных предприятий // Планирование и обеспечение подготовки кадров для промышленно-экономического комплекса региона. 2019. Т. 1. С. 132—135.

9. Солдатова Г. У., Нестик Т. А., Рассказова Е. И., Зотова Е. Ю. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования. М.: Фонд развития Интернет, 2013. 144 с.

10. Беляцкая Т. Н., Маклакова О. М. Готовность населения к экономическому поведению в условиях электронной экономики: проблемы электронного здравоохранения // Цифровая трансформация. 2019. № 2 (7). С. 13—28.

11. Westerman G., Bonnet D., McAfee A. The Nine Elements of Digital Transformation. 2014. URL: https://sloanreview.mit.edu/article/the-nine-elements-of-digital-transformation/?social_token=d65abc6db70ba459408562abb8de32bc&utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=sm-direct (дата обращения 19.02.2020).

12. Непрерывное образование: методология, технологии, управление: коллектив. моногр. / под ред. Н. А. Лобанова, Л. Г. Титовой, В. В. Юдина. Ярославль: Ярослав. гос. пед. ун-т им. К. Д. Ушинского, 2018. 298 с.

13. Программа международной оценки компетенций взрослых (PIAAC) // ВШЭ. URL: https://www.hse.ru/piaac/ (дата обращения 19.02.2020).

14. Гилева Т. А. Цифровая зрелость предприятия: методы оценки и управления // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. 2019. Экономика. № 1 (27). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-zrelost-predpriyatiya-metody-otsenki-i-upravleniya (дата обращения 19.02.2020).

15. Кузин Д. В. Проблемы цифровой зрелости в современном бизнесе // Мир новой экономики. 2019. № 13 (3). С. 89—99. URL: https://doi.org/10.26794/2220-6469-2019-13-3-89-99 (дата обращения 01.03.2020).

Сведения об авторе

Логачева Наталья Модестовна — доктор экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник Челябинского филиала Института экономики УрО РАН, Челябинск, Россия. Nmlogacheva.nm@uiec.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 21—27.

DIGITAL MATURITY OF SOCIAL SERVICES CONSUMER

N. M. Logacheva
Chelyabinsk Branch of the Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Chelyabinsk, Russia. Nmlogacheva.nm@uiec.ru

Technological transformation makes demands on consumer readiness to use social services in a new format. The article presents such definitions as «digital literacy» and «digital competence». The author presents the features of digital transformation in education and healthcare, taking into account the interests of consumers and the impact on access to services and the quality of life. The author proposes the use of the concept of «digital maturity of social services consumer» for evaluation, which includes digital equipment, competence and flexibility, so it leads a comprehensive assessment of consumer willingness and capabilities. The author points out that the necessary level of consumer digital maturity for comfortable consumption of social services depends on the social sphere used, the current degree of automation and digitalization of processes in a particular social sphere, and the duration of digital communications in the process of receiving services. The approach proposed by the author should be taken into account in the process of managing digital development in education and healthcare.

Keywords: *digital transformation, digital maturity of the consumer, digital competence, education, healthcare.*

References

1. Drobysheva V. V. (2009) Razvitiye sistemy menedzhmenta kachestva zhizni: teoriya, metodologiya, praktika [Development of life's quality management system: theory, methodology, practice]. B. I. Gerasimova (ed). Tambov, Tambov State Technical University Publ. 88 p. [in Russ.].

2. Prokhorov A. (2017) *Broadcasting. Televideniye i radioveshchaniye,* no. 3. Available at: http://lib.broadcasting.ru/articles2/Oborandteh/tsifrovaya-ekonomika—tsifrovaya-transformatsiya-kak-opredelit—izmerit—povysit, accessed 01.03.2020 [in Russ.].

3. Prokhorov A., Konik L. (2019) Tsifrovaya transformatsiya. Analiz, trendy, mirovoy opyt [Digital transformation. analysis, trends, world experience]. Moscow. 368 p. [in Russ.].

4. Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning. *Official Journal of the European Union*, L394/10-18. Available at: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006H0962, accessed 20.02.2020.

5. Gilster P. (1997) Digital Literacy. N.Y., Wiley Computer Publishing, 152 p.

6. Indeks tsifrovoy gramotnosti 2017 [Digital Literacy Index 2017]. Available at: https://rocit.ru/uploads/769c4df4bc6f0bd6ab0fbe57a056e769b8be6bcf.pdf?t=1517847097, accessed 20.02.2020 [in Russ.].

7. Tsifrovaya gramotnost' rossiyan: tsifry i trendy [Digital literacy of russians: numbers and trends]. *Prezentatsiya ROTSIT* [Presentation of ROCIT]. Available at: https://rocit.ru/uploads/c162a9af1a7f4b3486252d82925a9d0513ba3d35.pdf?t=1550129216, accessed 25.02.2020 [in Russ.].

8. Petrova A. K., Lashmanova N. V., Kosukhina M. A. (2019) *Planirovaniye i obespecheniye podgotovki kadrov dlya promyshlenno-ekonomicheskogo kompleksa regiona* [Planning and providing training for industrial and economic complex of the region], no. 1, pp. 132—135 [in Russ.].

9. Soldatova G. U., Nestik T. A., Rasskazova Ye. I., Zotova Ye. Yu. (2013) *Tsifrovaya kompetentnost' podrostkov i roditeley. Rezul'taty vserossiyskogo issledovaniya* [Digital competence of adolescents and parents. The results of an all-Russian research]. Moscow, Fond Razvitiya Internet Publ. 144 p. [in Russ.].

10. Belyatskaya T. N., Maklakova O. M. (2019) Tsifrovaya transformatsiya [*Digital Transformation*], no. 2 (7), pp. 13—28 [in Russ.].

11. Westerman G., Bonnet D., McAfee A. (2014) The Nine Elements of Digital Transformation. Available at: https://sloanreview.mit.edu/article/the-nine-elements-of-digital-transformation/?social_token=d65abc6db-70ba459408562abb8de32bc&utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=sm-direct, accessed 19.02.2020.

12. Lobanova N. A., Titovoy L. G., Yudina V. V. (2018) Nepreryvnoye obrazovaniye: metodologiya, tekhnologii, upravleniye [Lifelong education: methodology, technology, management]. Yaroslavl, Yaroslavl State Pedagogical University Publ. 298 p. [in Russ.].

13. Programma mezhdunarodnoy otsenki kompetentsiy vzroslykh (PIAAC). [The Programme for the International Assessment for Adult Competencies]. Available at: https://www.hse.ru/piaac/, accessed 19.02.2020).

14. Gileva T. A. (2019) *Vestnik UGNTU. Nauka, obrazovaniye, ekonomika. Seriya: Ekonomika*, no. 1 (27). Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-zrelost-predpriyatiya-metody-otsenki-i-upravleniya, accessed 19.02.2020 [in Russ.].

15. Kuzin D. V. (2019) *Mir novoy ekonomiki*, no. 13(3), pp. 89—99. Available at: https://doi.org/10.26794/2220-6469-2019-13-3-89-99, accessed 01.03.2020 [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 28—38.

УДК 338.49; 332.1
ББК 65.496; 65.042

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11004

ТИПОЛОГИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ ПО УРОВНЮ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Н. Н. Балашова, Д. А. Коробейников, С. А. Попова

Волгоградский государственный аграрный университет, Волгоград, Россия

Комфортность жизненного пространства сельских социумов прямо зависит от наличия современной социальной инфраструктуры, а дифференциация сельских поселений по уровню ее развития актуализирует задачи оценки и типологизации сельских территорий по данному критерию. В статье предложена методика интегральной оценки состояния социальной инфраструктуры сельских территорий в региональном разрезе и осуществлена ее апробация, позволившая составить рейтинг регионов России на основании агрегации тринадцати частных индикаторов, характеризующих доступность для сельских жителей услуг в области образования, здравоохранения, спорта, культурно-бытового и торгового обслуживания, связи. Для построения итоговой группировки результаты исследования сопоставлены с показателями плотности сельского населения, что позволило сделать вывод о слабой корреляции данных параметров в российских условиях.

Ключевые слова: *устойчивое развитие сельских территорий, социальная инфраструктура сельских поселений, плотность сельского населения.*

Понятие социальной инфраструктуры сельских территорий можно ограничить сферой услуг, включающей «совокупность отраслей, предприятий, организаций непосредственным образом связанных и определяющих образ и уровень жизни людей, их благосостояние, потребление» [10], либо рассматривать ее шире, как экономическую категорию, в основе которой лежит «целостная система жизнеобеспечения сельского социума» [18], локализованного конкретной территорией, например «территориально-отраслевой комплекс, обеспечивающий социально-пространственные условия воспроизводства рабочей силы, социализации и социальной защиты населения, сохранение и развитие демографического, трудового и духовного потенциала» [1].

В основе разработанной методики интегральной оценки социальной инфраструктуры и типологизации сельских территорий лежит обзор существующих подходов и конкретных методик анализа социально-экономического развития территориальных единиц [2; 4; 9; 16]. Основное отличие предлагаемого подхода от существующих заключается в совмещении результатов оценки состояния социальной инфраструктуры и плотности сельского населения при формировании типологии сельских территорий. Это позволяет оценить корреляцию данных параметров и стратегические альтернативы социального развития сельских пространств разных типов [6].

В соответствии с разработанной методикой определена плотность сельского населения (в среднем по стране — 2,47 чел./км^2 при общей плотности населения 8,57 чел./км^2) и проведена группировка регионов по данному критерию [14]. Для оценки состояния социальной инфраструктуры сельских территорий проанализированы основные статистические параметры, комплексно отражающие состояние сферы образования, здравоохранения, физической культуры и спорта, культурно-досугового, бытового и торгового обслуживания, связи (табл. 1).

Здравоохранение — одна из приоритетных сфер социального развития, но сельские территории России перманентно испытывают дефицит качественных медицинских услуг, что во многом обусловлено недофинансированием системы здравоохранения в последние десятилетия и тенденциями к «оптимизации» (а точнее, к сокращению) сельских медицинских учреждений, деградации их материальной базы [11]. Наиболее сложная ситуация

Таблица 1

Основные показатели, характеризующие состояние социальной инфраструктуры в регионах РФ, 2018 г.

Показатели	РФ	Федеральные округа							
		Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Численность сельского населения, чел. (01.01.19)	37327187	6982164	2162267	6137820	4919576	8213740	2280029	5151955	1479636
Количество сельских населенных пунктов, ед.	154167	59762	29618	7414	3322	34042	5816	10101	4074
Численность детей в возрасте от 1 до 6 лет, чел.	3009142	440714	150720	445494	504319	606496	198271	391964	207289
Численность воспитанников дошкольных учреждений, чел.	1498850	213871	87249	232690	179974	341823	131247	197430	114566
Количество школ на 100 населенных пунктов, ед.	17,8	8,7	4,6	36,7	73,9	22,2	30,2	42,0	54,3
Число учеников, приходящееся на 1 учителя, чел.	9,3	8,1	9,1	12,0	9,7	8,5	10,5	9,3	8,7
Удельный вес общеобразовательных учреждений, требующих капитального ремонта, ед.	17,5	9,0	19,6	16,4	51,8	11,2	10,9	12,1	36,0
Численность учителей, чел.	405746	65441	18164	51358	63999	93362	25010	56856	31556
Численность учителей с высшим педагогическим образованием, чел.	320769	54043	14460	42321	47166	77549	18935	42457	23838
Численность обучающихся в общеобразовательных учреждениях, чел.	3781684	528303	165172	614118	617648	791394	262522	526743	275784
Численность обучающихся, нуждающихся в подвозе в организацию и (или) обратно, чел.	697606	124506	41786	123559	71339	153126	56989	89613	36688
Охват детей дошкольным образованием, %	49,8	48,5	57,9	52,2	35,7	56,4	66,2	50,4	55,3
Доля учителей с высшим педагогическим образованием, %	79,1	82,6	79,6	82,4	73,7	83,1	75,7	74,7	75,5
Удельный вес обучающихся, нуждающихся в подвозе в организацию и (или) обратно, чел.	18,4	23,6	25,3	20,1	11,6	19,3	21,7	17,0	13,3
Число фельдшерско-акушерских пунктов на 10 000 чел., ед.	9,0	10,0	10,4	5,1	1,9	12,8	11,4	9,9	13,6
Обеспеченность средним медицинским персоналом на 10 000 чел. населения	52,3	46,1	42,5	47,0	51,3	57,6	58,6	56,4	61,7
Обеспеченность врачами на 10 000 чел. населения	14,5	12,6	11,2	15,2	16,2	14,9	12,9	14,3	17,3
Число учреждений культурно-досугового типа на 10 000 чел., ед.	10,1	11,0	9,5	6,2	4,0	13,5	11,5	11,6	16,8
Число спортивных сооружений на 10 000 чел., ед.	25,7	26,9	20,5	21,6	11,6	35,0	26,5	0,0	34,7

Окончание табл. 1

Показатели	РФ	Федеральные округа							
		Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Число объектов розничной торговли на 10 000 чел., ед.	50,1	35,4	52,7	54,5	39,5	56,1	45,6	56,2	84,6
Сельские населенные пункты, обслуживаемые почтовой связью, %	76,8	73,6	77,4	85,2	73,2	80,8	60,9	87,1	71,3
Телефонизированные сельские населенные пункты, %	68,6	62,3	71,5	76,8	43,0	77,3	54,1	79,0	67,1
Доля домохозяйств, имевших широкополосный доступ к сети Интернет, %	60,7	59,5	59,0	67,2	55,9	60,8	64,1	58,7	55,7

Источник: рассчитано на основании данных Росстата, Минкультуры России, Минпросвещения России, Минздрава России.

сложилась в первичном звене, число фельдшерско-акушерских пунктов в расчете на 10 000 чел. сельского населения колеблется от 1,5 ед. в Тульской области до 28,9 в Магаданской. В разрезе федеральных округов наиболее благополучными в данном отношении являются Дальневосточный (13,6 ед.) и Приволжский (12,8). Наименьшая обеспеченность ФАПами наблюдается в Северо-Кавказском федеральном округе (1,9). При этом почти вдвое сократились число женских консультаций и детских поликлиник, а также медицинских учреждений, имеющих женские консультации, акушерско-гинекологические и детские отделения [13]. Материально-техническое состояние фельдшерско-акушерских пунктов зачастую не соответствует нормам, например из 752 ФАПов Волгоградской области 38 (5 %) нуждаются в капитальном ремонте, 682 (90,7 %) расположены в приспособленных помещениях, не имеют водопровода 50 %, канализации — 80 %.

Еще более остро стоят проблемы кадрового обеспечения сельского здравоохранения [15]. Обеспеченность врачебным и средним медицинским персоналом на душу населения в сельской местности на 40 % ниже среднероссийских значений. В пятерку субъектов с наилучшими показателями обеспеченности врачами в расчете на 10 тыс. чел. населения вошли Ямало-Ненецкий АО (31,8), Камчатский край (30,6), Томская область (28,7), Чукотский АО (25,4), Ульяновская область (27,7), худшие показатели — в Псковской области (1,2).

По степени обеспеченности средним медицинским персоналом лидируют Дальневосточный и Уральский федеральные округа. Наихудшее положение наблюдается по Центральному и Северо-Кавказскому федеральным округам, а среди регионов — в Псковской (15,4 ед. на 10 000 чел.), Калининградской (21,3) и Ленинградской (22,3) областях.

Наряду со здравоохранением важнейшей сферой социальной инфраструктуры, непосредственно определяющей качество жизненного пространства села, является школьное и дошкольное образование. Около 70 % российских школ расположены в сельской местности, но при этом более половины из них являются малочисленными, со средним количеством учеников в классе менее десяти. Причины утраты статуса полнокомплектных и превращения многих сельских школ в малокомплектные лежат в плоскости демографии и связаны в первую очередь со снижением рождаемости и урбанистической миграцией населения. В результате, по официальной статистике, только за последние 18 лет в России закрыто 25,5 тыс. школ, в том числе 20,1 тыс. сельских.

Причем школа является своего рода «якорным» объектом социальной инфраструктуры села, ее ликвидация зачастую приводит к полному исчезновению сельского поселения [3].

На сегодняшний день в России 6 тыс. сельских поселений лишены собственных школ, причем в 940 расстояние до ближайшей школы превышает 25 км, что актуализирует проблему школьного трансферта детей. Лучше всего ситуация складывается в Северо-Кавказском федеральном округе, где в расчете на 100 сельских населенных пунктов приходится 73,9 школы (при среднероссийском значении 17,8 ед.), что свидетельствует о благоприятной демографической ситуации в этих регионах. Хуже всего в Северо-Западном федеральном округе (4,6 ед.), а в таких регионах, как Вологодская, Архангельская, Тверская, Ярославская, Ивановская области, количество школ в расчете на 100 населенных пунктов колеблется от 2 до 7. Наибольший вес нуждающихся в подвозе детей наблюдался в 2018 г. в Калининградской (57,4 %), Псковской (37,4) областях, Чувашской Республике (26,2), Тюменской области (26,4), Республике Мордовия (22,4).

В среднем по стране на 1 сельского учителя приходится 9,3 ученика. Если в 2001 г. в сельских школах работали 685 000 педагогов, то в настоящее время их численность сократилась до 405 746 чел. Наиболее дефицитными предметными специальностями в сельских школах остаются учителя английского языка, физики, информатики, математики и русского языка. Наилучшая укомплектованность педагогическим персоналом с высшим образованием наблюдается в Липецкой области, Республиках Крым, Марий Эл, Чувашия, Башкортостан.

Не менее серьезно на демографическую ситуацию (в частности, показатели рождаемости) и комфортность социальной среды сельских поселений влияет доступность дошкольного образования. В 2018 г. только 49,7 % сельских детей были охвачены дошкольным образованием (в городских поселениях — 73,6 %). Наибольший охват детей дошкольным образованием — в Сибирском (74,7 %) и Уральском (66,2) федеральном округах. Хуже всего решается эта проблема в Северо-Кавказском федеральном округе (35,7), характеризующемся наибольшей людностью и омоложенной структурой сельского населения.

Не менее важной проблемой является значительное сокращение числа культурно-досуговых учреждений [5]. С 1980 до 2018 г. их число сократилось почти на 40 %, более 85,1 % зданий действующих учреждений находятся в аварийном состоянии или нуждаются в капитальном ремонте. В расчете на 10 000 чел. сельского населения больше всего учреждений культурно-досугового типа — в Республике Татарстан (20,6 ед.), Магаданской области (27,1), Чукотском АО (25,6).

Слабым звеном социальной инфраструктуры сельской местности остается сфера розничной торговли и особенно бытового обслуживания населения. Наибольшее количество объектов бытового обслуживания и объектов розничной торговли в расчете на 10 000 чел. сельского населения наблюдается в Южном и Дальневосточном федеральном округах.

В условиях взрывной цифровизации всех сфер общественной и экономической жизни на одно из первых мест среди элементов социальной инфраструктуры сельских территорий выходит наличие современных каналов связи, доступность которых является неотъемлемым и одним из важнейших механизмов обеспечения устойчивого развития сельского пространства [17]. Среди федеральных округов наиболее высокий удельный вес сельских населенных пунктов, обслуживаемых почтовой связью, — в Южном (85,2 %) и Северо-Западном (77,4). Наиболее низкий показатель зафиксирован в Уральском округе (45,6). Практически аналогичная ситуация сложилась в сельской местности и с телефонизацией [12]. Самыми неблагополучными оказались Северо-Кавказский (43 %) и Уральский (54,1) федеральные округа. Среди регионов с наименьшим уровнем телефонизации — республики Ингушетия и Чечня (11,9 и 15,3 %), а так же Московская (14,3) и Калининградская (5,2) области. Значительно отстает село и по уровню развития современных цифровых услуг, связанных с обеспечением высокоскоростного доступа к сети Интернет [7].

Из общего количества рассмотренных показателей в качестве индикаторов состояния социальной инфраструктуры сельских поселений отобраны 13, на основании агрегации которых методом линейного масштабирования рассчитаны интегральные индексы развития социальной инфраструктуры по каждому региону России (табл. 2).

Таблица 2

Индексы развития социальной инфраструктуры в разрезе субъектов РФ

Регион	Частные показатели, характеризующие состояние социальной инфраструктуры													Интегральный индекс развития социальной инфраструктуры
	Удельный вес обучающихся, нуждающихся в подвозе в организацию и (или) обратно	Охват детей дошкольным образованием	Доля учителей с высшим педагогическим образованием	Число фельдшерско-акушерских пунктов на 10000 чел.	Обеспеченность средним медицинским персоналом на 10000 чел. населения	Обеспеченность врачами на 10000 чел. населения	Число учреждений культурно-досугового типа на 10000 чел. населения	Число спортивных сооружений на 10000 чел. населения	Число объектов бытового обслуживания на 10000 чел. населения	Число объектов розничной торговли на 10000 чел. населения	Удельный вес сельских населенных пунктов, обслуживаемых почтовой связью	Удельный вес телефонизированных сельских населенных пунктов	Доля домохозяйств, имевших ШПД к сети Интернет	
	xS1	xS2	xS3	xS4	xS5	xS6	xS7	xS8	xS9	xS10	xS11	xS12	xS13	I С.И.
Белгородская обл.	0,453	0,523	0,804	0,270	0,194	0,272	0,406	0,492	0,210	0,268	0,513	0,482	0,698	0,465
Брянская обл.	0,646	0,256	0,601	0,537	0,157	0,139	0,470	0,642	0,159	0,445	0,899	0,763	0,608	0,527
Владимирская обл.	0,463	0,558	0,700	0,349	0,200	0,163	0,406	0,583	0,249	0,483	0,920	0,735	0,585	0,533
Воронежская обл.	0,599	0,354	0,769	0,285	0,262	0,335	0,281	0,748	0,273	0,430	0,881	0,844	0,585	0,554
Ивановская обл.	0,488	0,482	0,761	0,399	0,208	0,257	0,498	0,466	0,171	0,369	0,861	0,555	0,620	0,511
Калужская обл.	0,497	0,389	0,676	0,516	0,174	0,196	0,463	0,531	0,246	0,504	0,874	0,739	0,703	0,542
Костромская обл.	0,646	0,648	0,408	0,302	0,507	0,390	0,680	0,488	0,258	0,627	0,655	0,539	0,714	0,572
Курская обл.	0,497	0,035	0,635	0,580	0,424	0,505	0,601	0,596	0,153	0,438	0,944	0,804	0,791	0,584
Липецкая обл.	0,544	0,411	1,000	0,306	0,450	0,456	0,356	0,900	0,658	0,486	0,904	0,874	0,701	0,671
Московская обл.	0,693	0,782	0,783	0,082	0,260	0,423	0,110	0,061	0,081	0,072	0,157	0,147	0,799	0,371
Орловская обл.	0,556	0,066	0,606	0,598	0,164	0,187	0,349	0,406	0,150	0,409	0,922	0,797	0,483	0,474
Рязанская обл.	0,523	0,235	0,520	0,548	0,193	0,154	0,548	0,666	0,123	0,497	0,837	0,679	0,495	0,502
Смоленская обл.	0,641	0,291	0,587	0,619	0,209	0,323	0,534	0,649	0,207	0,500	0,825	0,748	0,592	0,560
Тамбовская обл.	0,753	0,637	0,828	0,352	0,307	0,369	0,363	1,000	0,312	0,440	0,892	0,855	0,794	0,659
Тверская обл.	0,355	0,261	0,000	0,616	0,205	0,218	0,623	0,625	0,153	0,462	0,770	0,659	0,413	0,447
Тульская обл.	0,662	0,325	0,568	0,025	0,224	0,266	0,278	0,245	0,099	0,260	0,622	0,669	0,822	0,422
Ярославская обл.	0,509	0,591	0,724	0,463	0,243	0,360	0,530	0,620	0,495	0,658	0,899	0,677	0,524	0,608
Р. Карелия	0,646	0,504	0,651	0,359	0,283	0,227	0,395	0,330	0,225	0,629	0,612	0,635	0,627	0,510
Р. Коми	0,648	0,711	0,635	0,537	0,714	0,668	0,569	0,586	0,508	0,914	0,745	0,758	0,680	0,723
Архангельская обл.	0,611	0,640	0,592	0,630	0,487	0,426	0,406	0,521	0,327	0,921	0,772	0,718	0,549	0,633
Вологодская обл.	0,624	0,673	0,528	0,544	0,378	0,332	0,416	0,499	0,390	0,716	0,851	0,763	0,690	0,617
Калининградская обл.	0,000	0,305	0,440	0,299	0,054	0,184	0,256	0,037	0,012	0,017	0,058	0,054	0,720	0,203
Ленинградская обл.	0,638	0,676	0,697	0,068	0,053	0,233	0,060	0,308	0,354	0,379	0,807	0,784	0,754	0,484
Псковская обл.	0,348	0,177	0,509	0,651	0,000	0,000	0,423	0,284	0,078	0,418	0,820	0,746	0,593	0,421
Ненецкий АО	0,990	0,583	0,300	0,093	1,000	1,000	1,000	0,555	1,000	1,000	0,899	0,980	0,434	0,820
Р. Адыгея	0,707	0,414	0,820	0,153	0,349	0,477	0,142	0,386	0,345	0,467	0,819	0,701	0,814	0,550

Продолжение табл. 2

Регион	Частные показатели, характеризующие состояние социальной инфраструктуры													Интегральный индекс развития социальной инфраструктуры
	Удельный вес обучающихся, нуждающихся в подвозе в организацию и (или) обратно	Охват детей дошкольным образованием	Доля учителей с высшим педагогическим образованием	Число фельдшерско-акушерских пунктов на 10000 чел.	Обеспеченность средним медицинским персоналом на 10000 чел. населения	Обеспеченность врачами на 10000 чел. населения	Число учреждений культурно-досугового типа на 10000 чел. населения	Число спортивных сооружений на 10000 чел. населения	Число объектов бытового обслуживания на 10000 чел. населения	Число объектов розничной торговли на 10000 чел. населения	Удельный вес сельских населенных пунктов, обслуживаемых почтовой связью	Удельный вес телефонизированных сельских населенных пунктов	Доля домохозяйств, имевших ШПД к сети Интернет	
	xS1	xS2	xS3	xS4	xS5	xS6	xS7	xS8	xS9	xS10	xS11	xS12	xS13	I С.И.
Р. Калмыкия	0,974	0,453	0,609	0,007	0,420	0,650	0,285	0,358	0,429	0,505	0,671	0,507	0,652	0,543
Р. Крым	0,608	0,346	0,855	0,157	0,302	0,471	0,160	0,273	0,171	0,355	0,870	0,643	0,838	0,504
Краснодарский кр.	0,648	0,624	0,729	0,064	0,264	0,474	0,107	0,301	0,544	0,584	0,798	0,784	0,644	0,547
Астраханская обл.	0,786	0,479	0,592	0,125	0,262	0,447	0,174	0,293	0,396	0,612	0,744	0,764	0,818	0,541
Волгоградская обл.	0,707	0,229	0,560	0,388	0,275	0,254	0,384	0,527	0,243	0,415	0,877	0,827	0,728	0,535
Ростовская обл.	0,571	0,498	0,563	0,246	0,312	0,332	0,274	0,659	0,688	0,670	0,980	0,891	0,895	0,632
Р. Дагестан	0,780	0,000	0,461	0,053	0,470	0,577	0,167	0,234	0,282	0,404	0,801	0,381	0,628	0,437
Р. Ингушетия	0,605	0,098	0,391	0,000	0,242	0,577	0,000	0,113	0,087	0,215	0,287	0,123	0,921	0,305
Кабардино-Балкарская Р.	0,632	0,480	0,501	0,007	0,217	0,329	0,071	0,265	0,165	0,378	0,939	0,945	0,583	0,459
Карачаево-Черкесская Р.	0,580	0,431	0,879	0,082	0,446	0,568	0,117	0,174	0,216	0,365	0,942	0,867	0,645	0,526
Р.Северная Осетия — Алания	0,859	0,311	0,617	0,021	0,212	0,541	0,114	0,265	0,252	0,519	0,747	0,758	0,962	0,515
Чеченская Р.	0,930	0,300	0,115	0,025	0,186	0,326	0,046	0,202	0,222	0,383	0,966	0,158	0,538	0,366
Ставропольский кр.	0,796	0,507	0,708	0,046	0,282	0,350	0,110	0,202	0,387	0,416	0,528	0,479	0,570	0,448
Р. Башкортостан	0,615	0,679	0,861	0,452	0,478	0,483	0,427	0,753	0,604	0,602	0,972	0,926	0,812	0,722
Р. Марий Эл	0,537	0,605	0,962	0,295	0,163	0,139	0,377	0,703	0,078	0,494	0,921	0,911	0,633	0,568
Р. Мордовия	0,751	0,363	0,802	0,566	0,325	0,402	0,537	0,603	0,291	0,568	0,907	0,880	0,520	0,626
Р. Татарстан	0,610	0,483	0,890	0,662	0,298	0,251	0,701	0,879	0,249	0,505	0,990	0,993	0,778	0,691
Удмуртская Р.	0,695	0,776	0,684	0,370	0,568	0,644	0,374	0,583	0,634	0,760	0,946	0,909	0,678	0,718
Чувашская Р.	0,544	0,664	0,992	0,381	0,436	0,529	0,502	0,855	0,291	0,571	0,997	0,997	0,567	0,694
Пермский кр.	0,585	0,621	0,236	0,338	0,356	0,471	0,349	0,490	0,408	0,676	0,856	0,760	0,447	0,549
Кировская обл.	0,749	0,439	0,391	0,609	0,238	0,221	0,580	0,623	0,147	0,590	0,614	0,580	0,618	0,533
Нижегородская обл.	0,631	0,487	0,769	0,413	0,252	0,233	0,431	0,410	0,189	0,432	0,614	0,632	0,574	0,506
Оренбургская обл.	0,810	0,487	0,670	0,399	0,495	0,583	0,391	0,647	0,480	0,588	0,757	0,715	0,622	0,637
Пензенская обл.	0,740	0,378	0,606	0,231	0,175	0,202	0,331	0,763	0,601	0,528	0,897	0,762	0,631	0,570
Самарская обл.	0,660	0,558	0,483	0,238	0,366	0,517	0,310	0,484	0,429	0,537	0,879	0,842	0,888	0,599
Саратовская обл.	0,782	0,371	0,531	0,463	0,183	0,145	0,456	0,538	0,120	0,505	0,787	0,795	0,690	0,531
Ульяновская обл.	0,678	0,294	0,405	0,452	0,897	0,801	0,527	0,536	0,135	0,401	0,753	0,737	0,761	0,615

Окончание табл. 2

Регион	Частные показатели, характеризующие состояние социальной инфраструктуры													Интегральный индекс развития социальной инфраструктуры
	Удельный вес обучающихся, нуждающихся в подвозе в организацию и (или) обратно	Охват детей дошкольным образованием	Доля учителей с высшим педагогическим образованием	Число фельдшерско-акушерских пунктов на 10000 чел.	Обеспеченность средним медицинским персоналом на 10000 чел. населения	Обеспеченность врачами на 10000 чел. населения	Число учреждений культурно-досугового типа на 10000 чел. населения	Число спортивных сооружений на 10000 чел. населения	Число объектов бытового обслуживания на 10000 чел. населения	Число объектов розничной торговли на 10000 чел. населения	Удельный вес сельских населенных пунктов, обслуживаемых почтовой связью	Удельный вес телефонизированных сельских населенных пунктов	Доля домохозяйств, имевших ШПД к сети Интернет	
	xS1	xS2	xS3	xS4	xS5	xS6	xS7	xS8	xS9	xS10	xS11	xS12	xS13	I С.И.
Курганская обл.	0,580	0,504	0,295	0,708	0,330	0,242	0,651	0,920	0,297	0,654	0,946	0,907	0,622	0,638
Свердловская обл.	0,659	0,706	0,386	0,281	0,260	0,181	0,335	0,069	0,057	0,071	0,106	0,107	0,658	0,323
Тюменская обл.	0,540	0,855	0,552	0,434	0,512	0,474	0,356	0,642	0,414	0,679	0,748	0,641	0,805	0,638
Челябинская обл.	0,627	0,695	0,550	0,352	0,338	0,378	0,391	0,545	0,369	0,548	0,791	0,648	0,753	0,582
Ханты-Мансийский АО	0,807	0,695	0,839	0,164	0,681	0,568	0,117	0,651	0,402	0,540	0,657	0,719	0,981	0,652
Ямало-Ненецкий АО	0,662	0,641	0,788	0,036	0,897	0,924	0,164	0,612	0,727	0,588	0,635	0,600	1,000	0,690
Р. Алтай	0,758	0,610	0,595	0,274	0,671	0,637	0,395	0,367	0,604	0,922	0,889	0,812	0,895	0,702
Р. Тыва	0,725	0,434	0,681	0,192	0,629	0,541	0,313	0,336	0,096	0,321	0,782	0,752	0,923	0,560
Р. Хакасия	0,768	0,562	0,794	0,231	0,517	0,538	0,384	0,590	0,517	0,785	1,000	1,000	0,270	0,663
Алтайский кр.	0,828	0,457	0,515	0,267	0,427	0,520	0,331	0,623	0,721	0,780	0,948	0,947	0,690	0,671
Красноярский кр.	0,631	0,482	0,338	0,431	0,484	0,441	0,591	0,527	0,333	0,689	0,892	0,779	0,572	0,599
Иркутская обл.	0,540	0,392	0,196	0,427	0,325	0,305	0,438	0,404	0,270	0,656	0,853	0,565	0,602	0,498
Кемеровская обл.	0,573	0,491	0,531	0,406	0,111	0,148	0,402	0,850	0,243	0,428	0,763	0,707	0,628	0,523
Новосибирская обл.	0,730	0,354	0,475	0,530	0,268	0,211	0,580	0,484	0,342	0,621	0,915	0,904	0,701	0,593
Омская обл.	0,716	0,441	0,536	0,516	0,195	0,172	0,573	0,829	0,234	0,534	0,964	0,934	0,769	0,618
Томская обл.	0,716	0,621	0,499	0,263	0,510	0,831	0,278	0,443	0,583	0,721	0,813	0,779	0,569	0,636
Р. Бурятия	0,786	0,485	0,582	0,260	0,526	0,568	0,367	0,354	0,354	0,573	0,791	0,674	0,606	0,577
Р. Саха (Якутия)	0,875	0,872	0,654	0,174	0,694	0,740	0,420	0,527	0,387	0,598	0,636	0,713	0,480	0,648
Забайкальский кр.	0,746	0,343	0,174	0,431	0,343	0,329	0,505	0,358	0,219	0,630	0,885	0,832	0,462	0,521
Камчатский кр.	0,713	0,961	0,453	0,096	0,493	0,888	0,320	0,568	0,619	0,609	0,836	0,930	0,834	0,693
Приморский кр.	0,706	0,494	0,410	0,263	0,342	0,465	0,224	0,325	0,502	0,530	0,738	0,702	0,728	0,536
Хабаровский кр.	0,774	0,524	0,646	0,235	0,261	0,314	0,288	0,434	0,258	0,562	0,806	0,770	0,802	0,556
Амурская обл.	0,709	0,289	0,421	0,409	0,338	0,450	0,388	0,772	0,432	0,684	0,857	0,745	0,615	0,592
Магаданская обл.	0,808	0,378	0,560	1,000	0,274	0,169	0,932	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,839	0,413
Сахалинская обл.	0,702	0,622	0,579	0,349	0,302	0,290	0,345	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,574	0,314
Еврейская авт. обл.	0,652	0,540	0,381	0,420	0,182	0,190	0,509	0,647	0,324	0,591	0,579	0,688	0,637	0,528
Чукотский АО	1,000	1,000	0,324	0,438	0,771	0,731	0,879	0,295	0,333	0,353	0,566	0,570	0,000	0,605

Наложение группировки регионов по результатам интегральной оценки развития социальной инфраструктуры на группировку регионов по плотности сельского населения позволило выделить 12 типологических групп сельских территорий (табл. 3).

Сформированная группировка указывает на слабую прямую корреляционную зависимость развития социальной инфраструктуры от плотности сельского населения конкретной территории (множественный R = 0,394 989 56). Первая типологическая группа с высокой плотностью сельского населения и максимальными значениями интегрального индекса развития социальной инфраструктуры ($I_{С.И.} > 0,60$) не включает ни одного региона. Наиболее развитую социальную инфраструктуру сельских поселений имеют регионы европейской части страны со средней и низкой плотностью сельского населения, а также северные и дальневосточные территории с низкой и крайне низкой плотностью населения (хотя в отношении последних оценка носит преимущественно формальный характер, поскольку высокие оценки получены благодаря приведению имеющихся социальных объектов к фактической численности населения, рассредоточенного на огромных территориях). Минимальные значения интегрального индекса развития социальной инфраструктуры ($I_{С.И.} < 0,450$) получены как в наиболее населенных северокавказских республиках (Ингушетия, Чеченская, Дагестан) и Московской области (в данном случае

Таблица 3

Группировка субъектов РФ по уровню развития социальной инфраструктуры сельских территорий и плотности сельского населения

Плотность сельского населения	Интегральный индекс развития социальной инфраструктуры (I С.И.)		
	Свыше 0,600	0,451—0,600	0,200—0,450
Высокая, более 30,1 чел./км^2	–	Кабардино-Балкарская Республика, Республика Северная Осетия — Алания, Республика Адыгея, Республика Крым, Краснодарский край	Республика Ингушетия, Чеченская Республика, Республика Дагестан, Московская область
Средняя, 10,1—30,0 чел./км^2	Липецкая область, Тамбовская область, Ростовская область, Республика Башкортостан, Республика Мордовия, Республика Татарстан, Удмуртская Республика, Чувашская Республика	Белгородская область, Брянская область, Владимирская область, Воронежская область, Курская область, Орловская область, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Марий Эл, Самарская область	Тульская область, Калининградская область, Ставропольский край
Низкая, 3,1—10,0 чел./км^2	Ярославская область, Оренбургская область, Ульяновская область, Курганская область, Тюменская область, Алтайский край, Омская область	Ивановская область, Калужская область, Костромская область, Рязанская область, Смоленская область, Ленинградская область, Новгородская область, Пензенская область, Астраханская область, Волгоградская область, Пермский край, Нижегородская область, Саратовская область, Челябинская область, Кемеровская область, Новосибирская область, Приморский край	Тверская область, Псковская область, Свердловская область
Крайне низкая, 0,01—3,0 чел./км^2	Республика Коми, Архангельская область, Вологодская область, Ненецкий авт. округ, Ханты-Мансийский авт. округ, Ямало-Ненецкий авт. округ, Республика Алтай, Республика Хакасия, Томская область, Республика Саха (Якутия), Камчатский край, Чукотский авт. округ	Республика Карелия, Республика Калмыкия, Кировская область, Республика Тыва, Красноярский край, Иркутская область, Республика Бурятия, Забайкальский край, Хабаровский край, Амурская область, Еврейская авт. область	Мурманская область, Магаданская область, Сахалинская область

за счет урбанистического типа расселения, когда социальная инфраструктура объективно тяготеет к многочисленным городским поселениям), так и в наименее населенных и депрессивных регионах Русского Севера (Псковская, Мурманская области) и Дальнего Востока (Магаданская, Сахалинская области).

Разработанная методика типологизации сельских территорий на основе статистической оценки влияния региональных отличий по плотности населения на уровень развития социальной инфраструктуры, формирует необходимый инструментарий, позволяющий выявлять и систематизировать сравнительные преимущества и приоритеты устойчивого развития сельских территорий на перспективу [19], что выступает основой унификации государственных подходов [8] к стратегическому планированию и управлению социально-экономическим развитием сельских территорий РФ и регионов.

Список литературы

1. Бондаренко Л. В., Шаяхметов И. Т. Методологические основы формирования социальной инфраструктуры села. М.: Изд-во НИиПИ АПК Минсельхоза России, 2000. 66 с.

2. Забелина Н. В. Социальная инфраструктура сельских территорий: возможности интегральной оценки // Аграрный вестник Верхневолжья. 2019. № 1 (26). С. 91—96.

3. Кусмагамбетова Е. С. Социальные нормативы как целевые ориентиры развития социальной инфраструктуры на сельских территориях // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. 2017. № 2 (53). С. 197—203.

4. Мырзалиев Б. С., Азретбергенова Г. Ж., Айтманбетова А. А. Совершенствование методики анализа и оценки уровня развития социальной инфраструктуры сельских территорий // Экономика: стратегия и практика. 2016. № 4 (40). С. 29—37.

5. Нукешева А. Ж., Косымбаева Ш. И., Абдиева С. Р. Социальная инфраструктура сельских территорий: состояние и проблемы // Проблемы агрорынка. 2019. № 1. С. 179—185.

6. Овчинников А. С., Балашова Н. Н., Иванова Н. В. Стратегия комплексного развития сельских территорий и эффективного функционирования АПК Волгоградской области в условиях ВТО // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2014. № 1. С. 16—20.

7. Попова Л. В., Коробейникова О. М., Коробейников Д. А., Назарбаев О. Обеспеченность сельских территорий Волгоградской области платежной инфраструктурой // Актуальные направления научных исследований в АПК: от теории к практике: материалы Нац. науч.-практ. конф. Волгоград: Изд-во ВолГАУ, 2017. С. 265—270.

8. Попова Л. В., Коробейников Д. А., Коробейникова О. М., Телитченко Д. Н. Государственное регулирование в организационно-экономическом механизме сельского хозяйства // Известия Нижневолжского агроуниверситетского комплекса: Наука и высшее профессиональное образование. 2016. № 4 (44). С. 292—299.

9. Проваленова Н. В. Методика оценки уровня развития социальной инфраструктуры сельских территорий на основе расчета коэффициента жилищно-коммунальной обустроенности // Вестник НГИЭИ. 2019. № 12 (103). С. 75—83.

10. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. — 6-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2008. 512 с.

11. Bondarenko L. V. Development of rural territories of Russia: estimates, opinions, expectations // Социологические исследования. 2016. № 3.

12. Frolova E. V. Social infrastructure of contemporary Russian municipal bodies: issues and prospects for modernization // Социологические исследования. 2014. № 12.

13. Kalininskaia A. A., Son I. M., Shliafer S. I. The problems and perspectives of development of rural health care // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицина. 2019. Вып. 27, № 2. С. 152—157.

14. Korobeynikov D. A., Ivanova N. V., Ovchinnikov M. A., Kolpakova E. A., Tokarev K. E. Modeling and typologization of rural areas by the level of agricultural production development and the population density farms // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. 2020. Vol. 862. 042008.

15. Tarasenko E. A., Khoreva O. B. Economic incentives for medical personnel deficit elimination in rural areas // Вопросы государственного и муниципального управления — Public administration issues. 2016. № 4. С. 117—142.

16. Tikhii V. I., Afanasieva E. E., Koreva O. V. Evaluation of the development of rural areas of the region and their classification by the level of sustainability for the purposes of regional policy // Smart Innovation, Systems and Technologies. 2020. Issue 172. P. 629—642.

17. Yurkova M. S., Firsov A. I., Trofimova V. I., Ermakova G. A. Modern Methods of Ensuring Sustainable Development of Rural Territories at the Regional Level // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2020. Vol. 459.

18. Zemtsov S. P., Smelov Y. A. Factors of Regional Development in Russia: Geography, Human Capital and Regional Policies // Журнал новой экономической ассоциации — Journal of the new economic association. 2018. № 4. С. 84—108.

19. Zou, H., Luan, F., Xi, H., Yang, B. Comprehensive Management for Better Rural Infrastructure and Service Delivery: Lessons from the Implementation of China's Six Point Rural Action Plan in Guizhou Province // Advances in 21st Century Human Settlements. 2020. P. 279—300.

Сведения об авторах

Балашова Наталья Николаевна — доктор экономических наук, профессор, декан экономического факультета Волгоградского государственного аграрного университета, Волгоград, Россия. balashova_nat@mail.ru

Коробейников Дмитрий Александрович — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической безопасности Волгоградского государственного аграрного университета, Волгоград, Россия. korobeinikov77@yandex.ru

Попова Светлана Александровна — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической безопасности Волгоградского государственного аграрного университета, Волгоград, Россия. popova_s_a@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 28—38.

TYPOLOGY OF RURAL TERRITORIES BY LEVEL OF SOCIAL INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT

N. N. Balashova
Volgograd State Agrarian University, Volgograd, Russia. balashova_nat@mail.ru

D. A. Korobeynikov
Volgograd State Agrarian University, Volgograd, Russia. korobeinikov77@yandex.ru

S. A. Popova
Volgograd State Agrarian University, Volgograd, Russia. popova_s_a@mail.ru

The comfort of the living space of rural communities directly depends on the availability of modern social infrastructure, and the differentiation of rural settlements by the level of its development actualizes the tasks of evaluating and typologizing rural territories according to this criterion. The article proposes a method of integrated assessment of the state of social infrastructure of rural territories in the regional context and its testing, which allowed us to make a rating of Russian regions based on the aggregation of thirteen private indicators that characterize the availability of services for rural residents in the field of education, health, sports, cultural and commercial services, communications. To construct the final grouping, the results of the study were compared with indicators of rural population density, which allowed us to conclude that these parameters are poorly correlated in Russian conditions.

Keywords: *sustainable development of rural territories, social infrastructure of rural settlements, rural population density.*

References

1. Bondarenko L. V., Shayakhmetov I. T. (2000) Metodologicheskiye osnovy formirovaniya sotsial'noy infrastruktury sela [Methodological bases of formation of social infrastructure of the village]. Moscow, Izd-vo NIiPI APK Minsel'khoza Rossii. 66 p. [in Russ.].

2. Zabelina N. V. (2019) *Agrarnyy vestnik Verkhnevolzh'ya*, no. 1, pp. 91—96 [in Russ.].

3. Kusmagambetova Ye.S. (2017) *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta*, no. 2, pp. 197—203 [in Russ.].

4. Myrzaliyev B. S., Azretbergenova G.ZH., Aytmanbetova A. A. (2016) *Ekonomika: strategiya i praktika*, no. 4, pp. 29—37 [in Russ.].

5. Nukesheva A.ZH., Kosymbayeva SH.I., Abdiyeva S. R. (2019) *Problemy agrorynka*, no. 1, pp. 179—185 [in Russ.].

6. Ovchinnikov A. S., Balashova N. N., Ivanova N. V. (2014) *Ekonomika sel'skokhozyaystvennykh i perera-batyvayushchikh predpriyatiy*, no. 1, pp. 16—20 [in Russ.].

7. Popova L. V., Korobeynikova O. M., Korobeynikov D. A., Nazarbayev O. (2017) Aktual'nyye napravleniya nauchnykh issledovaniy v APK: ot teorii k praktike [Actual directions of scientific research in the agro-industrial complex: from theory to practice]. Volgograd, FGBOU VO VolGAU, pp. 265—270 [in Russ.].

8. Popova L. V., Korobeynikov D. A., Korobeynikova O. M., Telitchenko D. N. (2016) *Izvestiya Nizhnevolzh-skogo agrouniversitetskogo kompleksa: Nauka i vyssheye professional'noye obrazovaniye*, no. 4, pp. 292—299. [in Russ.].

9. Provalenova N. V. (2019) *Vestnik NGIEI*, no. 12, pp. 75—83. [in Russ.].

10. Rayzberg B. A., Lozovskiy L. Sh., Starodubtseva Ye. B. (2008) Sovremennyy ekonomicheskiy slovar' [Modern economic dictionary]. Moscow, INFRA-M. 512 p.

11. Bondarenko L. V. (2016) *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, iss. 3 [in Russ.].

12. Frolova E. V. (2014) *Sotsiologicheskie issledovaniya*, iss. 12, pp. 51. [in Russ.].

13. Kalininskaia A. A., Son I. M., Shliafer S. I. (2019) *Problemy sotsial'noi gigieny, zdravookhraneniia i istorii meditsiny*, vol. 27, iss. 2, pp. 152—157 [in Russ.].

14. Korobeynikov D. A., Ivanova N. V., Ovchinnikov M. A., Kolpakova E. A., Tokarev K. E. (2020) *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, vol. 862, 042008 [in Russ.].

15. Tarasenko E. A., Khoreva O. B. (2016) *Voprosy gosudarstvennogo i munitsipalnogo upravleniya-Public administration issues*, iss. 4, pp. 117—142 [in Russ.].

16. Tikhii V. I., Afanasieva E. E., Koreva O. V. (2020) *Smart Innovation, Systems and Technologies*, iss. 172, pp. 629—642.

17. Yurkova M. S., Firsov A. I., Trofimova V. I., Ermakova G. A. (2020) *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, vol. 459, iss. 6, 062015.

18. Zemtsov S. P., Smelov Y. A. (2018) *Zhurnal novaya ekonomicheskaya assotsiatsiya-Journal of the new economic association*, iss. 4, pp. 84—108 [in Russ.].

19. Zou H., Luan F., Xi H., Yang B. (2020) *Advances in 21st Century Human Settlements*, pp. 279—300.

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 39—49.

УДК 332.146.2; 339.137.22 **DOI 10.47475/1994-2796-2020-11005**
ББК 65.04

КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА: ПОНЯТИЕ И КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА

Е. А. Неживенко, С. А. Головихин, Г. В. Неживенко
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Статья раскрывает теоретические положения и методические подходы к оценке конкурентного потенциала региона, которые необходимы для обоснования мер, направленных на социально-экономическое развитие региона. Представлено уточненное понятие конкурентного потенциала региона. Описываются факторы и показатели такого потенциала. Показана методика определения интегрального показателя конкурентного потенциала региона. Дано графическое представление динамики изменения оценочных характеристик конкурентного потенциала регионов Уральского федерального округа за период с 2013 по 2018 г. Отмечается значимость учета приоритетных факторов и показателей конкурентного потенциала региона для разработки стратегии обеспечения региональной конкурентоспособности, выявления резервов формирования региональных конкурентных преимуществ, планирования приоритетных направлений и источников роста уровня социально-экономического развития региона.

Ключевые слова: *регион, конкуренция, конкурентоспособность, конкурентный потенциал, интегральный показатель конкурентного потенциала, социально-экономическое развитие региона, фактор, региональное управление.*

Современная экономическая наука признает, что межрегиональная конкуренция является одним из основных движителей развития экономики регионов. Межрегиональная конкуренция при эффективном управлении ею может стать ключевым фактором социально-экономического развития региона, выступающего целью деятельности региональных органов власти и управления. Конкурентоспособность региона, в свою очередь, является следствием реализации регионом своего конкурентного потенциала. Однако региональные органы власти и управления еще не вооружены инструментами управления конкурентным потенциалом региона и эффективностью его использования и не учитывают возможностей их применения для обеспечения регионального социально-экономического развития. Потому актуальность разработки инструментов, позволяющих эффективно управлять конкурентным потенциалом региона, становится чрезвычайно высокой.

Следует отметить, что изучение проблемы межрегиональной конкуренции и отличительных особенностей конкурентных отношений на уровне экономики страны, региона и отраслей имеет длительную историю. Так, различные аспекты конкурентоспособности и, в частности, факторы конкурентоспособности региона отражены в трудах современных авторов, таких как Р. Р. Ахунов и А. В. Янгриров [1], С. А. Головихин и Е. А. Неживенко [2; 7], Н. Я. Калюжнова [5], Л. Н. Чайникова [10] и др. Проблемы конкурентоспособности стран и факторы развития их экономик излагаются в работах Дж. Кендрика [6], Р. Нельсона [13], М. Портера [11], Л. Саммерса [14] и др. Разработке методов количественного отражения и математического моделирования процессов, характеризующих конкуренцию регионов, посвящены исследования Б. М. Гринчеля [3; 4], В. В. Окрепилова [8], Ю. В. Савельева [9] и др.

Однако проблема количественного измерения степени конкурентной привлекательности регионов остается недостаточно проработанной. Это не позволяет сформировать единый метод для измерения и анализа конкурентного потенциала региона, а также выделить систему его факторов, которые в определенных условиях способны оказать наибольшее влияние на конкурентный потенциал региона. Целью описываемого в статье исследования явилась разработка теоретических положений и методических подходов к формированию конкурентного потенциала региона, что необходимо для обоснования мер, направленных на социально-экономическое развитие региона.

Развитию теоретических положений о межрегиональной конкуренции, на наш взгляд, способствует уточнение понятия конкурентного потенциала региона на основе учета особых отличительных признаков конкурентного потенциала региона, суть которых в следующем:

— первичность конкурентного потенциала в логической цепочке формирования конкурентоспособности региона и его роли как детерминанта для конкурентных преимуществ и конкурентоспособности региона;

— специфика региона как подсистемы социально-экономической системы страны;

— природа потенциала как степени мощности, скрытых возможностей в каком-либо отношении, совокупности средств, необходимых для чего-либо.

Опираясь на имеющиеся в науке трактовки понятия конкурентного потенциала региона и описанные выше новые, особые отличительные признаки, под конкурентным потенциалом региона авторы предлагают понимать совокупность возможностей обеспечивать высокую конкурентную позицию среди других регионов за счет концентрации экономической мощи, сформированности средств адаптации и быстроты приспособления к изменениям конкурентной среды, развитости способности к достижению высоких социально-экономических результатов, которыми обладает регион как подсистема социально-экономической системы страны и которые могут способствовать опережению регионов-конкурентов в формировании и использовании реальных и потенциальных конкурентных преимуществ в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Такая трактовка, на наш взгляд, точнее отражает суть рассматриваемого понятия, а следовательно, обеспечивает прирост научного знания о конкурентном потенциале региона, обеспечивая развитие теоретических основ и практических приемов и методов управления конкурентоспособностью региона на основе:

— во-первых, уточнения определения понятия конкурентного потенциала за счет его формулирования во взаимосвязи с родовым понятием «потенциал», отражающим общие значимые черты сущности конкурентного потенциала как детерминанта конкурентных преимуществ и конкурентоспособности;

— во-вторых, учета специфики региона как субъекта и объекта экономических отношений;

— в-третьих, предупреждения появления методологических ошибок за счет устранения неверной логической цепочки и определения конкурентных преимуществ как части конкурентного потенциала;

— в-четвертых, увязки данного определения с сущностными характеристиками свойств конкурентоспособности в рамках концепции базовых свойств конкурентоспособности, такими как «сила», «ловкость», «быстрота», и «высота»;

— в-пятых, включения в определение не только долгосрочных конкурентных преимуществ, но и краткосрочных, а также реальных и потенциальных конкурентных преимуществ.

Основной предпосылкой формирования конкурентного потенциала региона является межрегиональная конкуренция, в процессе которой у всех субъектов возникает необходимость наращивать конкурентный потенциал для обеспечения развития конкурентных преимуществ региона, напрямую влияющих на конкурентоспособность региона и его конкурентную позицию.

Следует также отметить, что конкурентный потенциал региона формируется на основе интеграции различных взаимосвязанных и взаимозависимых элементов. Состав этих элементов отличается большим разнообразием, поскольку конкурентный потенциал формируется и прирастает в производстве, инновационной, трудовой, образовательной, финансовой, природной среде. Специфика элементов конкурентного потенциала региона может определяться субъектом их формирования. В том числе целесообразно выделение ряда таких элементов, которые создаются и обретают определенные свойства благодаря действующим в регионе предприятиям — производителям продукции, работ, услуг, благодаря деятельности региональных органов власти и управления, а также вследствие воздействия различных внешних субъектов.

Элементы конкурентного потенциала необходимо рассматривать также с позиций их соответствия возможностям решения задачи формирования конкурентных преимуществ региона и обеспечения его конкурентоспособности. В связи с этим в ходе оценки и диагностики конкурентного потенциала региона следует выделять такие его элементы, которые соответствуют и/или не соответствуют успешному решению задачи обеспечения региональной конкурентоспособности. При этом важно выделить подгруппы тех несоответствующих решению задачи обеспечения конкурентоспособности региона элементов конкурентного потенциала, количественные и качественные характеристики которых ниже требуемых, а также тех элементов, которые обладают избыточными характеристикам, сверх требуемых. Это позволит рационализировать поиск первоочередных резервов роста и накопления потенциала по тем элементам, которые не отвечают требованиям в силу их недостаточного развития. Кроме того, появляются дополнительные возможности для выявления направлений снижения излишних

затрат на формирование тех элементов потенциала, которые обладают избыточными характеристиками либо выработки управленческих решений по трансформации количественных характеристик таких элементов потенциала в качественные характеристики для формирования новых конкурентных преимуществ региона.

Полезно также анализировать конкурентный потенциал региона с точки зрения реальной востребованности его элементов для обеспечения конкурентоспособности региона. Выявление востребованных и невостребованных элементов конкурентного потенциала даст дополнительные возможности для определения путей формирования конкурентных преимуществ региона за счет имеющегося, но не задействованного конкурентного потенциала.

Элементы конкурентного потенциала региона отличаются степенью подверженности собственным изменениям, что также немаловажно учитывать при управлении их формированием и планированием использования для обеспечения роста региональной конкурентоспособности. Так, некоторые элементы конкурентного потенциала региона отличаются относительной статичностью, а другие способны изменяться относительно более динамично.

Разработка стратегии и тактики формирования и использования конкурентного потенциала региона должна опираться также на группировку его элементов по признаку быстроты отдачи тех вложений, которые способствуют росту такого потенциала. В соответствии с этим можно предложить выделение элементов конкурентного потенциала региона, которые дают немедленную отдачу, и элементов, отдача от вложений в которые происходит спустя определенный период.

Динамический подход к управлению ростом конкурентоспособности региона требует определения степени влияния элементов конкурентного потенциала на этот рост. В связи с этим полезно относить элементы конкурентного потенциала к категории тех, что способны поддерживать уже достигнутый уровень региональной конкурентоспособности, и тех, что способны вызывать рост уровня конкурентоспособности.

Ключевыми ресурсами формирования конкурентного потенциала региона выступают экономические, инновационные, человеческие и инфраструктурные ресурсы. Состояние этих ресурсов определяется рядом соответствующих факторов. Так, экономические ресурсы определяются прежде всего уровнем валового регионального продукта, количеством, деловой активностью, результативностью и конкурентоспособностью предприятий, ведущих хозяйственную деятельность в регионе. Инновационные ресурсы формируются под влиянием таких ведущих факторов, как наличие высококвалифицированных кадров, инвестиции в инновации в регионе, производство и применение инноваций в регионе. Человеческие ресурсы в контексте их рассмотрения с позиций формирования конкурентного потенциала региона складываются под влиянием демографических факторов, состояния образования и здравоохранения в регионе. Качество логистической системы и инфраструктуры региона выступает наиболее значимым фактором инфраструктурного ресурса конкурентного потенциала региона.

Для понимания природы региональной конкуренции необходимо определить предмет соперничества, актуальный для региона. Очевидно, что регион может представлять интерес для реальных и потенциальных пользователей его возможностей в силу наличия и особенностей занимаемой им территории, географического расположения, имеющейся или возможной для размещения и развития инфраструктуры, наличия и уровня социального и экономического развития. Интерес к региону как к источнику удовлетворения потребностей может возникнуть у разных групп юридических и физических лиц. Этот интерес формируется в результате возникающих у них нужд производства, туризма, транспорта, логистики и прочего, нужд в каких-либо ресурсах, которыми располагает регион. При этом величина и степень реализации конкурентного потенциала влияют на формирование конкурентных преимуществ региона и способствует достижению успеха в конкурентной борьбе с другими регионами:

— за рынки сбыта продукции и услуг, производимых на территории региона (внутрирегиональные и внерегиональные);

— инвестиции;

— сохранение и приток населения (главным образом в работоспособном возрасте, а также высококвалифицированных кадров);

— размещение на территории региона бизнеса;

— научно-технические ресурсы, в том числе привлечение субъектов, осуществляющих перспективные научные разработки, размещение наукоемких производств;

— развитие транзитных коммуникаций, логистических центров;

— приток туристов;

— организацию крупных мероприятий на территории региона (культурных, спортивных, общественных, политических и пр.);

— приток студентов в высшие и средние профессиональные образовательные учреждения региона;

— расположение административных учреждений государственного и международного значения;

— получение займов и грантов для регионального развития;

— трансферты, субсидии, дотации, финансирование государственных программ [12].

Целью и результатом успешной конкурентной борьбы выступает создание условий для социально-экономического развития и роста региона.

Необходимым в исследовании природы конкурентного потенциала региона и формирования подходов к его количественной оценке является выявление и анализ факторов, определяющих такой потенциал.

В мировой практике сложился ряд моделей оценки конкурентоспособности стран и регионов, которые учитывают различные факторы и используют разные типы измерителей. Данные модели обладают рядом достоинств, которые необходимо учитывать и применять при построении методики оценки конкурентного потенциала региона. Вместе с тем имеющиеся модели имеют некоторые недостатки (см. таблицу на с. 43).

На основе изучения практики факторного анализа конкурентоспособности сделан вывод: при исследовании конкурентного потенциала региона целесообразно локализовать оценку и сконцентрировать внимание на наиболее значимых и количественно измеримых факторах, оказывающих влияние на формирование конкурентного потенциала.

Из всей совокупности факторов, определяющих формирование конкурентного потенциала региона, необходимо выделить прежде всего те, которые:

— во-первых, могут являться объектами регионального управления;

— во-вторых, оценку влияния которых можно проводить в соответствии с критерием объективной количественной измеримости;

— в-третьих, имеют наиболее существенное влияние на формирование конкурентного потенциала региона;

— в-четвертых, оказывают влияние на социально-экономическое развитие региона, что важно при дальнейшем формировании механизма управления социально-экономическим развитием региона на основе формирования его конкурентного потенциала.

К числу таких факторов относятся: состояние и динамика развития экономического, инновационного, человеческого потенциала региона, а также качество жизни и инфраструктуры региона. Диагностику конкурентного потенциала региона и выявление его влияния на социально-экономическое развитие регионов предлагается осуществлять в контексте обозначенных четырех факторов. С этой целью необходимо сформировать совокупность показателей, характеризующих каждый из отобранных факторов конкурентного потенциала региона и его влияние на социально-экономическое развитие региона, а также разработать методику расчета интегрального показателя конкурентного потенциала региона.

В процессе отбора показателей использовалась система их соответствия четырем ключевым критериям:

— наличие ежегодных статистических данных, публикуемых авторитетными издателями (в том числе Федеральной службой государственной статистики), на основе которых можно получить или рассчитать тот или иной показатель, вывести не приростную или рейтинговую, а его абсолютную величину;

— способность показателя отображать свойства региона, являющиеся ключевыми для нескольких групп субъектов, заинтересованных в ресурсах региона;

— наличие взаимосвязи показателя с социально-экономическим развитием региона;

— отсутствие автокорреляции (прямой взаимозависимости) между двумя показателями из списка (при нахождении двух значимых показателей, имеющих автокорреляцию, но отвечающих остальным трем критериям, выбирается наиболее общий показатель).

В ходе исследования были отобраны ключевые показатели, характеризующие все четыре фактора конкурентного потенциала региона. Процедура отбора предусматривала использование средств эконометрического анализа из пакета программ Gretl, MS Excel. Каждый отобранный показатель имеет статистическую значимость выше $p = 0{,}9$, то есть статистически значим как компонент, определяющий фактор конкурентного потенциала региона. Для каждого фактора конкурентного потенциала региона определены соответствующие группы показателей.

В первую группу, характеризующую экономическое развитие региона, включены показатели, отражающие:

— наличие и структуру рабочих мест в регионе;

Таблица 1

Существующие подходы к оценке конкурентоспособности стран и регионов, использование которых целесообразно при построении методики оценки конкурентного потенциала региона

Факторы конкурентоспособности, учитываемые в модели	Типы измерителей	Достоинства	Недостатки
Модель оценки конкурентоспособности стран и регионов Международного института развития менеджмента[1]			
Учитывается 4 фактора: — экономическое развитие страны; — эффективность государственного управления; — эффективность предпринимательства; — инфраструктура	Более 300 показателей оценок, 2/3 из которых — количественные и 1/3 — субъективные оценки экспертов	Ориентация на оценку эффективности государственного управления и предпринимательства	Большое число субъективных оценок
Модель оценки конкурентоспособности стран и регионов Инвестиционно-консалтинговой компании AV[2]			
Учитывается 8 направлений (факторов): — институциональный капитал; — реальный капитал; — финансовый капитал; — человеческий капитал; — рынок; — природный капитал; — информационно-коммуникационный капитал; — инновационно-технологический капитал	100 показателей и результаты анкетных опросов	Предлагается ряд оригинальных подходов к оценке институционального и коммуникационного потенциала	Учет большого числа факторов уменьшает влияние стратегически значимых
Модель Института стратегии и конкурентоспособности Гарвардской школы бизнеса[3]			
Учитывается 3 фактора: — институциональной структуры; — рыночной структуры; — экономической политики	Статистические показатели и результаты опросов руководителей	Отличительная черта: оценка факторов, определяющих структуру рынка и оценка влияния экономической политики	Не учитываются социальные факторы развития территории
Модель оценки конкурентоспособности «Бауман Инновейшн» и Института региональной политики[4]			
Выделение двух факторов, имеющих комплексный характер: — конкурентоспособность фирм; — качество бизнес-климата	50 частных факторов	Фактически оценивается конкурентоспособность региональных фирм	Затрудненность анализа из-за избыточного количества частных факторов

[1] Рейтинги конкурентоспособности стран мира // Institute of Management Development. С. 196-197 (http:// gtmarket.ru/news/state/2009/05/21/2092; дата обращения 14.03.2019).

[2] Там же. С. 31.

[3] Harvard Business School Survey on U.S. Competitiveness: Methodology. (https://www.hbs.edu/competitiveness/Documents/USComp-SurveyMethodology2016.pdf; дата обращения 20.05.2020).

[4] Модель конкурентоспособности «Бауман Инновейшн» и Института региональной политики (http:// budjet.ru/article/50182.php; дата обращения 19.06.2019).

— соответствие структуры экономики региона принципам рыночного построения;

— уровень и динамику развития региональной экономики;

— результативность региональной экономики.

Ко второй группе, свидетельствующей об инновационном развитии региона, отнесены показатели, характеризующие:

— количество и уровень квалификации персонала, вовлеченного в региональную инновационную деятельность;

— обеспеченность инновационного процесса в регионе финансовыми средствами;

— количество и структуру инноваций в регионе;

— использование инновационных технологий;

— результативность инновационной деятельности.

В третьей группе, отражающей качество жизни в регионе, собраны показатели, на основании расчета которых можно судить:

— о жилищных условиях в регионе;

— безопасности жизнедеятельности граждан, проживающих на территории региона;

— уровне доходов населения региона;

— обеспеченности населения медицинским обслуживанием;

— экологической ситуации в регионе;

— уровне развития культуры в регионе и степени ее доступности гражданам, проживающим на территории региона.

В состав четвертой группы, характеризующей конкурентный потенциал с позиций развития человеческого потенциала, включены показатели:

— уровня образования и профессиональной подготовки в регионе;

— воспроизводства населения региона;

— здоровья населения региона;

— физическую культуру.

Интегральный показатель конкурентного потенциала региона позволяет дать его количественную характеристику и на этой основе проводить сравнительный анализ регионов по их конкурентному потенциалу, отслеживать корректную динамику силы конкурентного потенциала региона. Методика его расчета предполагает перевод натуральных показателей в безразмерную форму для возможности сложения и/или сопоставления разноразмерных величин. Для этой цели предложено использовать метод разбиения каждого показателя на 5-процентили, то есть на шкалу, нарезанную на 20 равных частей. Таким образом, каждому показателю присваивается безразмерная оценка в баллах (от 1 до 20) в соответствии с тем, в какой именно 5-процентиль попадет значение показателя определенного региона. При этом 1 балл — наименьшее оценочное значение показателя, 20 баллов — наибольшее, а 10 баллов соответствует медианному значению показателя по Российской Федерации. Использование такого метода нивелирует статистические выбросы и обеспечивает адекватность и объективность оценки. Расчет интервального диапазона проводится по формуле (1):

$$Ш_i = \frac{ФПИ^1_{i\,max} - ФПИ^1_{i\,min}}{20}, \quad (1)$$

где $Ш_i$ — шаг 5-процентиля для *i*-го фактора, показателя конкурентного потенциала региона; $ФПИ^1_{i\,max}$ — максимальное значение *i*-го фактора, показателя конкурентного потенциала региона по выборке; $ФПИ^1_{i\,min}$ — минимальное значение *i*-го фактора, показателя конкурентного потенциала региона по выборке.

Суммарная оценка отдельного фактора конкурентного потенциала рассчитывается по формуле (2):

$$КП_j = \frac{\Sigma Ш_{ij} M_{ij}}{n_j}, \quad (2)$$

где $КП_j$ — оценка *j*-го фактора конкурентного потенциала региона, баллов; M_{ij} — оценка *i*-го показателя *j*-го фактора конкурентного потенциала региона, баллов; n_j — количество показателей в группе *j*-го фактора.

Интегральный показатель конкурентного потенциала региона определяется по формуле (3):

$$ИП = \sum_1^{m_j} КП_j, \quad (3)$$

где ИП — интегральный показатель конкурентного потенциала региона.

Факторы, включенные в расчет интегрального показателя конкурентного потенциала региона, имеют равную значимость.

В соответствии с приведенной методикой в ходе исследования авторами были осуществлены расчеты 56 показателей по четырем факторам конкурентного потенциала. Осуществление масштабных расчетов потребовало применения программных инструментов экспорта статистических данных и использования пакетов программ Gretl, MS Excel для вычисления интегрального показателя конкурентного потенциала и его составляющих. Объем данной статьи не позволяет привести полные результаты этих расчетов. Фрагмент результатов расчета показателей конкурентного потенциала по факторам и интегрального показателя конкурентного потенциала регионов России применительно к регионам Уральского федерального округа представлен на рис. 1—5.

Представленные показатели демонстрируют как общее состояние конкурентного потенциала регионов, так и их динамику.

Так, оценка конкурентного потенциала регионов Уральского федерального округа (УрФО) по фактору «Экономическое развитие» свидетельствует о том, что лидирующее положение занимает Тюменская область. В отличие от других областей УрФО Тюменская область демонстрирует тенденцию к увеличению такого потенциала. Челябинская область, уступающая Тюменской и Свердловской областям в оценке конкурентного потенциала по фактору «Экономическое развитие», показывает тренд к уменьшению конкурентного потенциала по этому фактору с 2016 по 2018 г.

Обладателем самого высокого и увеличивающегося наиболее высокими темпами

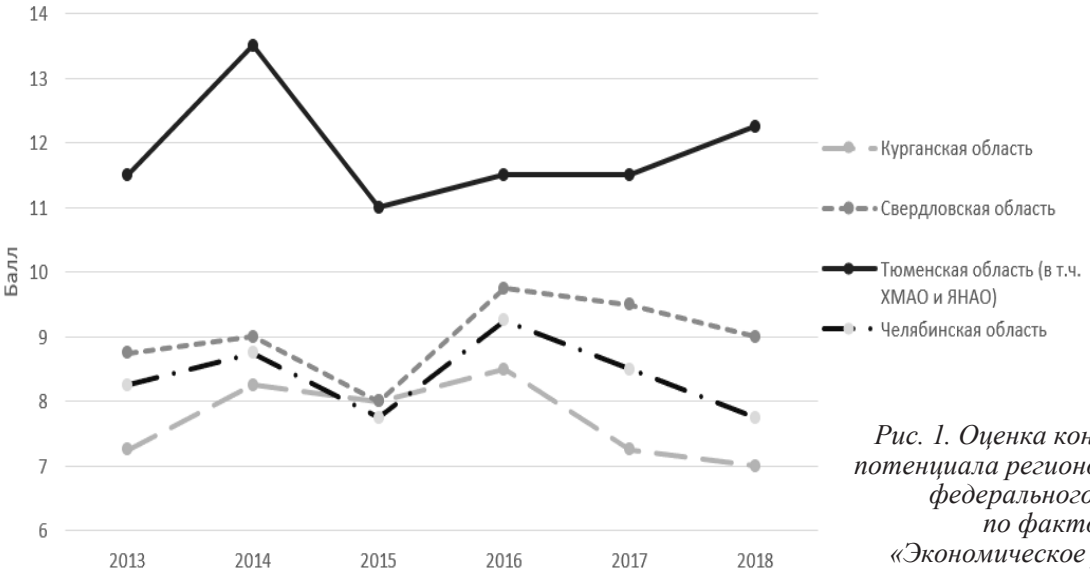


Рис. 1. Оценка конкурентного потенциала регионов Уральского федерального округа по фактору «Экономическое развитие»

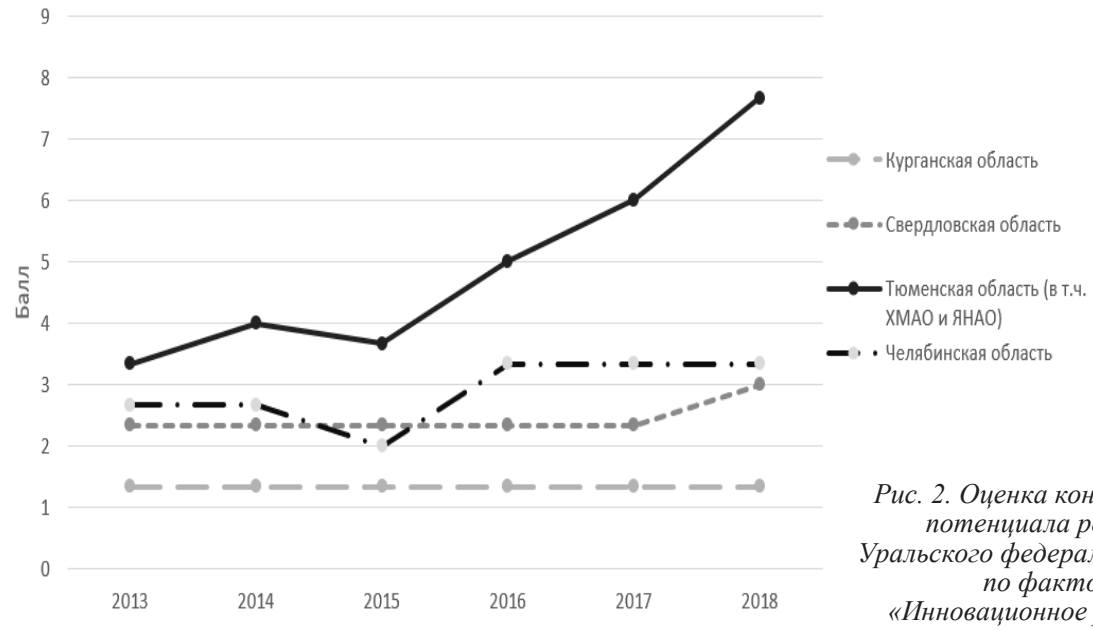


Рис. 2. Оценка конкурентного потенциала регионов Уральского федерального округа по фактору «Инновационное развитие»

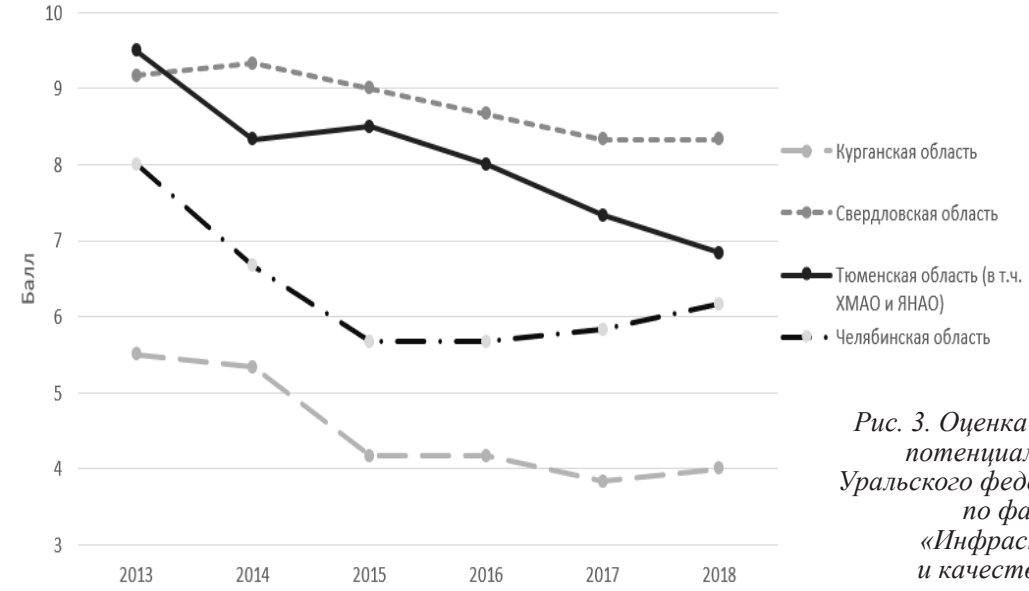


Рис. 3. Оценка конкурентного потенциала регионов Уральского федерального округа по фактору «Инфраструктура и качество жизни»

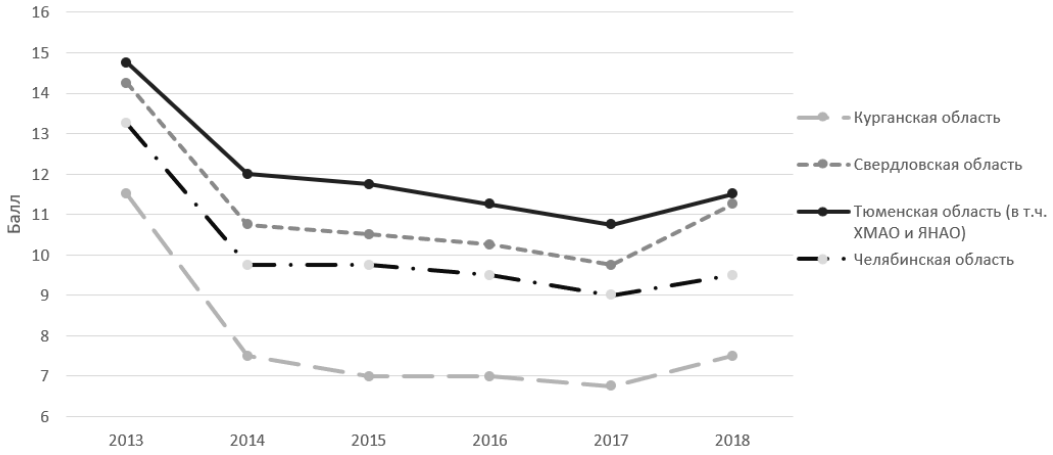


Рис. 4. Оценка конкурентного потенциала регионов Уральского федерального округа по фактору «Развитие человеческого потенциала»

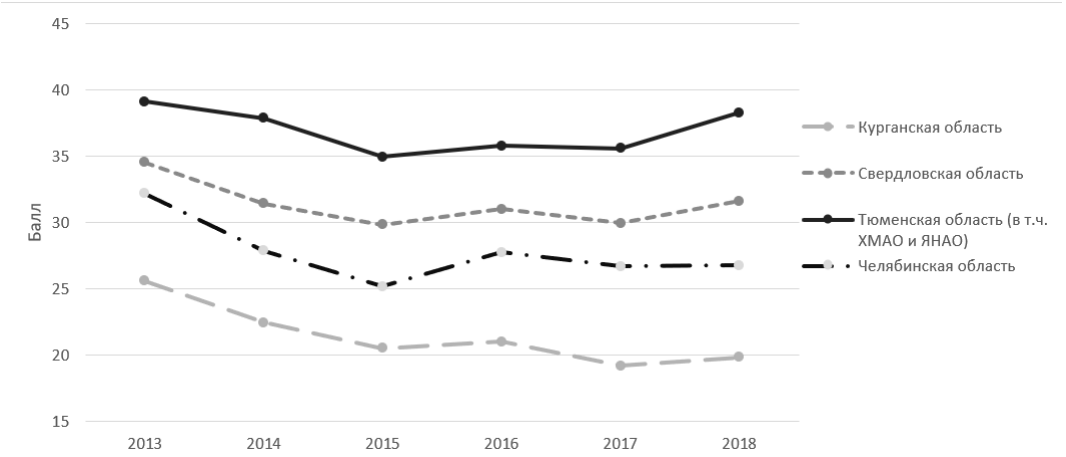


Рис. 5. Оценка интегрального показателя конкурентного потенциала регионов Уральского федерального округа

конкурентного потенциала по фактору «Инновационное развитие» среди регионов УрФО также является Тюменская область (рост с 2013 по 2018 г. в 2,4 раза). Конкурентный потенциал Челябинской области по данному фактору в настоящее время занимает вторую позицию среди регионов УрФО, существенно уступая при этом Тюменской области.

Регионы УрФО показывают уменьшение конкурентного потенциала по фактору «Инфраструктура и качество жизни» в анализируем периоде. Для Челябинской области с 2013 по 2015 г. характерно в том числе сокращение этого вида конкурентного потенциала (оценочное значение показателя падает с 8 до 5,7 балла). Вместе с тем Челябинская область является единственным регионом в составе округа, в котором наблюдается наращивание конкурентного потенциала по данному фактору в период с 2015 по 2018 г.

Все регионы УрФО имеют идентичную динамику изменения конкурентного потенциала, оцениваемого по фактору «Развитие человеческого потенциала». Это сокращение конкурентного потенциала с 2013 по 2017 г. и наметившееся его увеличение в 2018 г. По уровню конкурентного потенциала Челябинская область занимает третье место в УрФО, уступая Тюменской и Свердловской областям, которые к концу 2018 г. сформировали практически равный по величине конкурентный потенциал.

Оценка и анализ интегрального показателя конкурентного потенциала регионов УрФО (см. рис. 5) свидетельствует о том, что Челябинская область по этому показателю занимает третью позицию, имея меньший потенциал, чем Тюменская и Свердловская области, но больший по сравнению с Курганской областью.

В рейтинге регионов России по интегральному показателю конкурентного потенциала Челябинская область занимает 13-е место. Ближайшими конкурентами региона по этому показателю являются Нижегородская (12-е место) и Самарская (14-е место) области. В число регионов-лидеров по созданному конкурентному потенциалу относятся Тюменская (4-е место в рейтинге) и Свердловская (6-е) области. Курганская область находится на 64-м месте среди российских регионов по интегральному показателю конкурентного потенциала.

Оценка конкурентного потенциала регионов может позволить на практике выявлять те факторы, формирующие конкурентный потенциал региона, которые сдерживают его рост. Это, в свою очередь, позволит сфокусировать региональную экономическую политику на формировании и поддержке развития точек роста конкурентного потенциала по этим факторам. Последовательная реализация такой региональной политики может обеспечить качественное развитие конкурентного потенциала региона, что, в свою очередь, обеспечит региону устойчивое социально-экономическое развитие.

Оценка конкурентного потенциала региона может не только указывать на сильные и слабые стороны, но и выявлять удачные практики регионов, сформировавших и эффективно реализовавших конкурентный потенциал по тому или иному фактору. Такая информация может быть полезна регионам, стремящимся к развитию своего конкурентного потенциала с использованием успешного опыта разработки и реализации региональной экономической политики в целом и конкурентной политики в частности. Межрегиональное партнерство, базирующееся на диффузии полезного опыта формирования конкурентного потенциала, может стать для регионов, отстающих в социально-экономическом развитии, немаловажным инструментом наращивания конкурентного потенциала. В настоящее время лишь немногие регионы имеют благоприятные предпосылки и сильный конкурентный потенциал для устойчивого социально-экономического развития и обеспечения конкурентоспособности. В связи с этим к важным направлениям исследований, нацеленным на совершенствование регионального управления, необходимо отнести создание новых инструментов кооперации регионов в освоении успешных практик создания конкурентного потенциала.

Совершенствование управления конкурентным потенциалом региона следует рассматривать как необходимое условие обеспечения конкурентоспособности страны в целом за счет роста индивидуальной конкурентоспособности каждого из регионов.

Список литературы

1. Ахунов Р. Р., Янгиров А. В. Оценка конкурентоспособности экономики: от национального уровня к региональным особенностям // Финансы Башкортостана. 2015. № 2 (064). С. 26—31.

2. Головихин С. А., Неживенко Е. А. Конкурентоспособность российских регионов: монография. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2017. 227 с.

3. Гринчель Б. М. Конкурентный потенциал и конкурентная привлекательность регионов // Регион: Экономика и социология. 2013. № 3. С. 96—110.

4. Гринчель Б. М., Назарова Е. А. Экспериментальная проверка метода измерения конкурентного потенциала регионов России // Модернизация и экономическая безопасность России. Т. 2 / под ред. акад. Н. Я. Петракова. М.; СПб, 2011. С. 354—383.

5. Калюжнова Н. Я. Конкурентоспособность российских регионов в условиях глобализации. М.: ТЕИС (МГУ), 2004. 526 с.

6. Кендрик Дж. Тенденции производительности в США / пер. с англ. С. А. Батасова; под ред. Я. Б. Кваша. М.: Статистика, 1967. 315 с.

7. Неживенко Е. А., Головихин С. А., Неживенко Г. В. Конкурентоспособность региона в глобальной экономике // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 9 (431). С. 57—64.

8. Окрепилов В. В. Конкурентоспособность страны как показатель состояния и перспектив развития российской хозяйственной системы // Экономика и управление. 2013. № 11 (97). с. 17—25.

9. Савельев Ю. В. Управление конкурентоспособностью региона: от теории к практике. Петрозаводск: Карельс. науч. центр РАН, 2010. 516 с.

10. Чайникова Л. Н. Методологические и практические аспекты оценки конкурентоспособности региона: монография. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2008. 148 с.

11. Портер М. Конкуренция / М. Портер: Вильямс, 2005. 608 с.

12. Nezhivenko E., Golovikhin S., Dubynina T., Dolinskaia A. Regional Index of Competitiveness of Russian Regions // Innovation Management and Education Excellence through Vision. 2020. 2018. P. 4921—4932.

13. Nelson R. The Sources of Economic Growth // Harvard University Press, 1996. 336 p.

14. Summers L., Blanchard O., Dornbusch R., Krugman P., Layard R. Reform in Eastern Europe // MIT Press, 1991. 320 p.

Сведения об авторах

Неживенко Елена Алексеевна — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономической теории и регионального развития Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. mrcpk@list.ru

Головихин Сергей Александрович — доктор экономических наук, доцент, декан факультета управления Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. decanatupr@csu.ru

Неживенко Григорий Викторович — аспирант факультета управления Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. nezhivenkogr@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 39—49.

COMPETITIVE POTENTIAL OF THE REGION: CONCEPT AND QUANTITATIVE ASSESSMENT

E. A. Nezhivenko
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. mrcpk@list.ru

S. A. Golovikhin
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. decanatupr@csu.ru

G. V. Nezhivenko
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. nezhivenkogr@mail.ru

The article reveals the theoretical provisions and methodological approaches to assessing the competitive potential of the region which are necessary to substantiate measures aimed at the socio-economic development of the region. The refined concept of the region's competitive potential is presented. The factors and indicators of such potential are described. The method of determining the integral indicator of the region's competitive potential is shown. A graphic representation of the dynamics of changes in the estimated characteristics of the competitive potential of the regions of the Ural Federal District for the period from 2013 to 2018 is given. The importance of taking into account priority factors and indicators of the region's competitive potential for developing a strategy for ensuring regional competitiveness, identifying reserves for the formation of regional competitive advantages, planning priority areas and sources of growth in the level of socio-economic development of the region is noted.

Keywords: *region, competition, competitiveness, competitive potential, integral indicator of competitive potential, socioeconomic development of the region, factor, regional management.*

References

1. Akhunov R. R. (2015) *Finansy Bashkortostana*, no. 2 (064), pp. 26—31 [in Russ.].

2. Golovikhin S. A. (2017) Konkurentosposobnost rossiyskikh regionov [Competitiveness of Russian regions]. Chelyabinsk, Publishing House Chel. state University. 227 p. [in Russ.].

3. Grinchel B. M. (2013) *Region: Ekonomika i sotsiologiya*, no. 3, pp. 96—110 [in Russ.].

4. Grinchel B. M., Nazarova E. A. (2011) *Modernizatsiya i ekonomicheskaya bezopasnost Rossii*: *sb. nauch. st.* Moscow-SPb. Pp. 354—383 [in Russ.].

5. Kalyuzhnova N. Ya. (2004) Konkurentosposobnost rossiyskikh regionov v usloviyakh globalizatsii [Competitiveness of Russian regions in the context of globalization]. Moscow, TEIS (MGU) Publ. 526 p. [in Russ.].

6. Kendrik Dzh. (1967) Tendentsii proizvoditelnosti v SShA [US productivity trends]. Moscow, Statistika Publ. 315 p. [in Russ.].

7. Nezhivenko E. A., Golovikhin S. A., Nezhivenko G. V. (2019) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 9 (431), pp. 57—64 [in Russ.].

8. Okrepilov V. V. (2013) *Ekonomika i upravleniye*, no. 11 (97), pp. 17—25 [in Russ.].

9. Savelyev Yu. V. (2010) Upravleniye konkurentosposobnostyu regiona: ot teorii k praktike [Regional competitiveness management: from theory to practice]. Petrozavodsk, Karelskiy nauchnyy tsentr RAN. 516 p. [in Russ.].

10. Chaynikova L. N. (2008) Metodologicheskiye i prakticheskiye aspekty otsenki konkurentosposobnosti regiona [Methodological and practical aspects of assessing the competitiveness of the region]. Tambov, Publishing House Tamb. state tech. University. 148 p. [in Russ.].

11. Porter M. (2005) Konkurentsiya [Competition]. Moscow, Williams Publ. 608 p. [in Russ.].

12. Nezhivenko E., Golovikhin S., Dubynina T., Dolinskaia A. (2018) *Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020*: *proceedings of the 31st IBIMA conference*. Pp. 4921—4932.

13. Nelson R. (1996) The Sources of Economic Growth. Harvard University Press. 336 p.

14. Summers L., Blanchard O., Dornbusch R., Krugman P., Layard R. (1991) Reform in Eastern Europe. MIT Press. 320 p.

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 50—61.

УДК 332.1
ББК 65.042

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11006

НАПРАВЛЕНИЯ И МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ РЕГИОНОВ

О. В. Артемова

Челябинский филиал Института экономики УрО РАН, Челябинск, Россия

Статья подготовлена в соответствии с Планом НИР ФГБУН «Институт экономики УрО РАН» на 2020 г.

Экономическое развитие страны и регионов связано с распространением современных технологий. Условием внедрения новейших технологий является индустриальная среда, а драйверами технологического прорыва — индустриально развитые регионы. Использование имеющегося у индустриальных регионов экономического потенциала, пространственных факторов развития, действенных механизмов реализации стратегических планов должно обеспечивать благоприятные условия проживания населения. Индустриальные регионы не следует рассматривать только как производственные зоны, в этих регионах трудятся и проживают люди, поэтому актуальным является вопрос благополучия человека в индустриальной среде. В этой связи автором рассматривается использование пространственных факторов развития индустриальных регионов и конвертация этих результатов в улучшение жизни населения. В статье проанализированы институциональные аспекты пространственного развития (совершенствование законодательства в отношении агломераций), модели финансирования инфраструктурных проектов (инфраструктурная ипотека), транспортные схемы, программные и проектные методы управления инвестиционными проектами.

Ключевые слова: *новая индустриализация, индустриальный регион, пространственное развитие, перспективные экономические специализации, направления и механизмы реализации пространственного развития, человек в индустриальной среде.*

Исследуя национальную экономику РФ с позиций производственной специализации регионов, важно выделять типы регионов в зависимости от доминирования в них тех или иных отраслей или диверсификации региональной экономики. В данном исследовании интерес представляют индустриальные регионы, которые рассматриваются как опорные узлы современной экономики.

В научном обороте закрепилось понятие «новая индустриализация», оно характеризует современную основу развития экономики, связанную с технологическим преобразованием всех сторон экономической деятельности. Новая индустриализация как процесс включает переход к более высоким технологическим укладам в экономике, распространением концепции «Индустрия 4.0», а в более широком контексте и концепции «Общество 5.0», определяя передовые технологии в качестве драйверов экономического развития стран и регионов.

О высокой значимости новой индустриализации для национального развития говорится как в российской [1; 3; 13], так и в зарубежной научной литературе [18]. В отечественных исследованиях широко освещены вопросы, связанные с новой индустриализацией, сменой технологических укладов, технологической трансформацией. Так, ученые Уральской научной школы определяют индустриализацию как синхронный процесс создания новых высокотехнологичных секторов экономики, эффективного инновационного обновления ее традиционных секторов при согласованных качественных и последовательных изменениях между технико-экономической и социально-институциональной сферами, осуществляемых посредством интерактивных технологических, социальных, экологических, политических и управленческих изменений [9; 11].

С. Д. Бодрунов, обосновывая концепцию нового индустриального общества второго поколения, определяет материальное, высокотехнологичное производство в качестве константы современной экономики [2].

По мнению О. А. Романовой, сущностной основой новой индустриализации является процесс распространения прорывных технологий, охватывающих формирование новых отраслей и промышленных секторов, а также их распространение в традиционных отраслях. Для нее (индустриализации) характерна способность к перманентному технологическому и институциональному обновлению и перевод всех секторов экономики на новую, высокотехнологичную основу [8].

Следует согласиться с тем, что ключевая роль в процессе научно-технологического развития при-

надлежит индустриальным регионам, которые представляют собой основу развития любой национальной экономики: именно в них происходит трансформация технологий, смена укладов, модернизация производства и потребления [6].

Индустриальные регионы России, как правило, имеют в своей отраслевой структуре высокую долю обрабатывающих производств. Именно этот сегмент экономики, создающий большую добавленную стоимость, имеющий значительный мультипликационный эффект, должен обладать достаточной конкурентоспособностью, быть драйвером экономического развития индустриальных регионов и страны в целом.

Важное значение для индустриально развитых регионов имеют пространственные факторы, изучение которых плодотворно осуществляется отечественными учеными [4; 12; 14; 16].

В стратегических документах РФ и регионов отмечается важность пространственного развития экономической специализации российских регионов, это касается и индустриальных регионов, у которых есть большие возможности для высокотехнологического развития[1].

Пространственное развитие индустриальных регионов протекает по-разному. Оно зависит от внутренних ресурсов и потенциала каждого региона; а также от внешнего контура: горизонтальных связей и совместного использования ресурсов с другими регионами; вертикального взаимодействия с федеральными структурами; сотрудничества в глобальном пространстве. Учитывая это, каждый регион реализует свой экономический потенциал и вовлекает факторы пространственного развития территории для создания наиболее благоприятной среды жизнедеятельности для своих граждан.

В то же время, по мнению ученых, далеко не все индустриальные регионы могут и должны стать локомотивами экономического роста, однако именно они имеют наибольший потенциал для превращения в центры научно-технологического развития в современных условиях необходимости создания и использования технологий, реализации решений, наиболее эффективно отвечающих на большие вызовы [6].

Практика показывает, что при сходных стартовых позициях регионов результаты функционирования региональной экономики существенно различаются, и, напротив, при разных стартовых позициях одни регионы успешно достигают желаемого результата, другие получают его не в полной мере. В этом контексте актуализируются вопросы, связанные со стратегированием развития регионов, а также с разработкой и использованием действенных механизмов пространственного развития территорий.

Интерес автора к данной проблематике определил цель исследования, которая сформулирована следующим образом: рассмотреть направления и механизмы реализации пространственных приоритетов индустриальных регионов и оценить их с позиций достижения результатов — создания благоприятных условий для жизнедеятельности населения.

Такая постановка проблемы актуализирует научные исследования в контексте реализации Стратегии пространственного развития РФ [17], в рамках которой предусматривается использование пространственного фактора для усиления конкурентных позиций региона в российской и мировой экономике, обеспечение сбалансированного развития экономики и социальной сферы, создание пространственной среды, благоприятной для жизнедеятельности[1].

В качестве признаков индустриализации региона, использовалась доля производства обрабатывающих секторов в создаваемом продукте. Такой подход считается традиционным и отмечается многими авторами, например О. С. Сухаревым, Е. Н. Ворончихиной. Кроме того, они справедливо учитывают и такой аспект индустриализации, как повышение технологичности обрабатывающих секторов. Причем, по их мнению, доля обработки в общем продукте может снизиться, но технологичность при этом — возрасти [10]. Интересен подход М. А. Миллера, который с позиций уровня технологичности как основной характеристики новой индустриализации анализирует потенциал субъектов РФ, перспективные экономические специализации которых сконцентрированы в сфере промышленности на обрабатывающем производстве [7].

Важным для развития индустриальных регионов представляется использование пространственных факторов, потенциал которых далеко не исчерпан. Для исследования пространственных факторов развития индустриальных регионов был проведен анализ на примере Челябинской области.

По указанному признаку для сравнения с Челябинской областью были выбраны наиболее схожие

[1] Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 г.: утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 13.02.2019 № 207-р (http://static.government.ru/media/files/UVAlqUtT08o60RktoOXl22JjAe7irNxc.pdf; дата обращения 17.08.2020).

по доле обрабатывающей промышленности индустриальные регионы УрФО и СФО: Свердловская область, Красноярский край, Омская область. Это позволило выявить особенности и специфику экономической и социальной среды Челябинской области, определить возможности ее пространственного развития для обеспечения достойного уровня жизни граждан.

В работе использован статистический анализ основных показателей развития индустриальных регионов; проводился сравнительный анализ Челябинской области и индустриальных регионов УрФО и СФО по их экономическому потенциалу и пространственным факторам развития для выявления возможностей роста региональной экономики и улучшения условий проживания и благосостояния населения.

Информационной базой исследования послужили данные Федеральной службы государственной статистики, стратегические документы РФ и регионов, аналитические данные, доклады и экспертные оценки специалистов, информация монографических и периодических изданий.

Для более детального изучения Челябинской области и ее сравнения с анализируемыми индустриальными регионами дана характеристика этих регионов, которая включает несколько групп показателей:

— экономические, такие как объем, структура ВРП по видам экономической деятельности, ВРП на душу населения, объем инвестиций в основной капитал;

— демографические, а именно численность и структура населения регионов (городское, сельское), миграционный прирост населения региона;

— пространственное развитие (данные приведены в основном по Челябинской области): агломерационных образований, кластерных форм, транспортной инфраструктуры, а также особых городских локализаций (моногородов), территориальных структур (ТОСЭРов), особых сфер экономики Челябинской области (предприятий ОПК), и их размещения по территории региона.

Для выявления особенностей, преимуществ и ограничений развития Челябинской области показатели сравнивались с индикаторами индустриальных регионов УрФО и СФО.

Анализ экономических, демографических показателей, а также факторов пространственного развития позволил определить направления и механизмы реализации приоритетов пространственного развития индустриального региона. Для этого более детально рассмотрена ситуация в Челябинской области, а именно:

— уровень и формы взаимодействия в регионе: внутрирегиональные (межмуниципальные), межрегиональные и глобальные связи, позволяющие встраиваться в межрегиональные и глобальные производственные цепочки;

— развитие пространственных форм организации экономики и социума (ключевые экономические центры Челябинской области, городские агломерации и конурбации);

— диверсификация экономики посредством развития перспективных специализаций территорий, совершенствование пространственных форм ее организации;

— связанность и доступность территорий Челябинской области на основе развития транспортной инфраструктуры путем развития дорожно-транспортной инфраструктуры.

Пространственные факторы развития индустриальных регионов рассматривались с позиций результатов — достижения благоприятных условий для благополучия человека в индустриальной среде.

В стратегии развития Челябинской области[1] регион определен как индустриально-аграрный. В ВРП региона промышленность занимает более 40 %, а в структуре промышленного производства наибольший удельный вес имеют обрабатывающие производства, именно поэтому в данном исследовании Челябинская область рассматривалась как индустриальный регион. Обрабатывающие производства области представлены в основном отраслями черной и цветной металлургии, а также сектором машиностроения.

Отличительной чертой Челябинской области является то, что в ней функционируют более 60 организаций ОПК (машиностроение), большинство из которых выполняют государственный оборонный заказ и активно занимаются разработкой и производством продукции гражданского назначения. Особенностью региона является наличие 16 моногородов, доля которых составляет около 30—35 % ВРП (оценка Министерства экономического развития Челябинской области), экономика которых слабо диверсифицирована.

[1] Стратегия социально-экономического развития Челябинской области на период до 2035 года. Утверждена постановлением Законодательного Собрания Челябинской области от 31.01.2019 г. № 1748 (http://mininform74.ru/Upload/files/%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%98%D0%AF%20%D0%98%D0%A2%D0%9E%D0%93.pdf; дата обращения: 17.08.2020).

Для успешного территориального развития для некоторых локализаций предусмотрены преференции (налоговые, земельные льготы), а отдельные территории получают статус территорий опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР). Идея создания ТОСЭР связана с привлечением инвестиций в высокотехнологичные производства на территорию. Кроме того, такая форма организации региональной экономики востребована как механизм поддержки моногородов, что актуально для данного уральского региона. В Челябинской области такой статус имеют города Бакал, Верхний Уфалей, относящиеся к территориям депрессивного развития. До настоящего времени в этих городах присутствуют проблемы с формированием благоприятного инвестиционного климата и поиском резидентов. Более благоприятная ситуация — в закрытых «атомных» городах Озерске и Снежинске, которые также имеют статус ТОСЭРов, где уже найдены резиденты, реализующие инвестиционные проекты. Так, например, Озерск ориентирован на ПО «Маяк» и поселок Новогорный (открытое территориальное образование), где строится индустриальный парк.

В 2019 г. Миассу присвоен статус ТОСЭР, где предполагается использовать возможности двух предприятий, входящих в структуру Роскосмоса (АО «Государственный ракетный центр им. академика В. П. Макеева» и АО «Миасский машиностроительный завод»). Идет поиск резидентов, предполагается реализовать более десятка инвестиционных проектов. Приток инвестиций в ТОСЭРы позволит не только модернизировать производства и развивать высокотехнологичный сектор экономики, но и (с учетом мультипликационного эффекта) придать импульс развитию экономики и социума этих территорий.

Однако активность ТОСЭРов с позиций привлечения инвесторов реализуется не в полной мере, а инвестиционный климат и привлекательность Челябинской области недостаточны для привлечения резидентов на свою территорию. Так, Челябинская область по итогам 2017 года по объему инвестиций в основной капитал занимала 25-е место среди субъектов Российской Федерации [1]. Об этом же свидетельствует место области в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в регионах РФ: по итогам 2019 г. она занимала 21-е место среди субъектов Российской Федерации, в 2020 г. — 25-е (падение на четыре позиции)[2].

Для сравнения Челябинской области с индустриальными регионами были выбраны три субъекта РФ, сходные по географическим и природно-климатическим признакам. При этом основным признаком для данного исследования являлась доля обрабатывающей промышленности в ВРП региона, которая составляла более 30 %. Выборка регионов и их основные экономические показатели представлены в табл. 1.

По введенному признаку (доля обрабатывающей промышленности в ВРП более 30 %) Челябинскую область (с показателем 35 %) опережает только Омская область (37,3 %). При этом по показателям ВРП, ВРП на душу населения, а также по инвестициям в основной капитал впереди — Свердловская область и Красноярский край, затем следует Челябинская область (3-е место) и Омская область (4-е). Важно отметить инновационную составляющую регионального развития. Так, по затратам на технологические инновации

[1] Стратегия социально-экономического развития Челябинской области на период до 2035 года…

[2] Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ // Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов. 2020 (https://asi.ru/government_officials/rating/; дата обращения 17.08.2020).

Таблица 1

Основные экономические показатели индустриально развитых регионов

Регионы РФ	ВРП, млн. руб., 2017 г.	Доля обрабатывающей промышленности в ВРП, %	ВРП на душу населения, руб., 2017 г.	Инвестиции в основной капитал, млн руб., 2018 г.	Затраты на технологические инновации (млн руб. на 1000 чел.), 2017 г.
Челябинская область	1 348 564,7	35,0	385 559,9	259 366	6,19
Свердловская область	2 142 514,3	30,5	495 115,9	318 008	10,35
Красноярский край	1 882 315,9	31,1	654 513,9	420 866	12,18
Омская область	651 044,7	37,3	331 087,6	118 627	20,13

Источник: Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. 2019 https://www.gks.ru/folder/210/document/13205 (дата обращения: 11.05.2020).

Челябинская область имеет наименьшее значение и отстает от Омской области более чем в 3 раза, от Красноярского края — в 2 раза, от соседней Свердловской области — в 1,7 раза.

Таким образом, следует констатировать, что индустриальная Челябинская область имеет недостаточно сильные позиции по эффективности региональной экономики, ее инновационному уровню и возможностям роста. Это подтверждается и предыдущими исследованиями автора относительно ситуации и тенденций развития региона [1].

В Стратегии развития Челябинской области до 2035 г. определены отрасли текущей эффективной экономической специализации, к которым отнесены металлургическое производство; производство готовых металлических изделий, производство машин и оборудования. Эти виды деятельности в основном соответствуют IV технологическому укладу и требуют серьезной модернизации на инновационной основе.

В качестве отраслей эффективной экономической специализации, имеющих потенциал роста, рассматриваются добыча полезных ископаемых; металлургическое производство, производство транспортных средств и оборудования; производство электрического оборудования, компьютеров, электронных и оптических изделий; деятельность в области информации и связи; научная и техническая деятельность[1]. В этой группе присутствуют виды деятельности как текущего (IV), так и более высоких технологических укладов. Вопрос в том, насколько высока доля V—VI технологических укладов в производственном секторе региональной экономики, каков вклад высокотехнологичных производств в ВРП. На сегодняшний день преобладает IV технологический уклад; V уклад связан с развитием в регионе информационных технологий, а VI — в производственном секторе только зарождается (речь идет о шести предприятиях региона, три из которых занимаются наноматериалами). В этом контексте актуальным остается вопрос о синхронизации процессов модернизации действующего промышленного сектора и создания новых высокотехнологичных производств V и VI технологических укладов в региональной экономике.

Процессы, происходящие в экономике, ее промышленной сфере, напрямую связаны с демографической ситуацией в регионах (табл. 2).

По численности населения выделим Свердловскую область, где проживает более 4 млн чел., динамика численности населения неустойчивая, а с 2016 г. имеет место незначительное снижение численности, при этом в регионе высокий уровень урбанизации (84,7 %), коэффициент миграционного оттока из региона составляет 3 чел. на 10 тыс. населения. Численность населения Челябинской области несколько ниже — около 3,5 млн чел., демографическая динамика неустойчивая, с 2016 г. наблюдается незначительное снижение численности населения, показатели урбанизации близки к показателям соседней области, а вот коэффициент миграционного оттока из региона составляет 26 чел. на 10 тыс. населения, что значительно выше, чем в Свердловской области.

Красноярский край и Омская область (регионы СФО) уступают по численности населения анализируемым регионам УрФО, при этом динамика численности населения в Красноярском крае за последнее десятилетие повышательная. Оба субъекта имеют близкие по значению показатели урбанизации, но разные показатели оттока населения из регионов (коэффициент миграционного оттока из Красноярского края минимальный из четырех рассматриваемых регионов (1 чел. на 10 тыс. населения), из Омской области — максимальный (62 чел. на 10 тыс. населения).

[1] Стратегия социально-экономического развития Челябинской области на период до 2035 года…

Таблица 2

Основные демографические показатели индустриально развитых регионов, 2018 г.

Регионы РФ	Численность населения на 01.01.2019, тыс. чел.	Удельный вес городского населения, %	Удельный вес сельского населения, %	Коэффициент миграционного прироста на 10 тыс. чел. населения
Челябинская область	3475,7	82,7	17,3	–26
Свердловская область	4315,7	84,9	15,1	–3
Красноярский край	2874,0	77,6	22,4	–1
Омская область	1944,2	72,8	27,2	–62

Источник: Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. 2019 (https://www.gks.ru/folder/210/document/13205; дата обращения 11.05.2020).

Учитывая экономические и демографические особенности регионов, применительно к ним были рассмотрены показатели пространственного развития (табл. 3).

Данные таблицы показывают значительные различия регионов по показателям пространственного развития. Отличительной особенностью Челябинской области является наибольшая плотность населения среди рассматриваемых регионов, значительное количество муниципальных образований (по сравнению со Свердловской областью), наибольшая плотность автомобильных и железных дорог, многократно превышающих показатели в Красноярском крае и Омской области.

Такая ситуация в Челябинской области определяет приоритетность вопросов сбалансированности и устойчивости муниципальных образований, связанности внутрирегиональных территорий, поддержания в надлежащем состоянии и развития транспортной инфраструктуры.

Учитывая названные особенности Челябинской области, считаем целесообразными следующие направления пространственного развития территории: создание агломерационных образований, кластерных форм организации производства, оптимальное размещение и развитие транспортной инфраструктуры, организация современного городского пространства.

Очевидно, что агломерационные образования в регионах являются перспективной формой взаимодействия муниципальных образований. По мере непропорционального развития центра и периферии субъектов РФ, усиления стагнации в отдельных территориях региона, потери внутрирегиональной связанности, оттока из них экономически активного населения актуализируются вопросы кооперационных связей, сбалансированного развития муниципальных образований, качественной среды жизнедеятельности населения.

Развитие агломераций в Челябинской области представлено в табл. 4.

В Стратегии Челябинской области до 2035 г. развитие муниципальных образований рассматривается в контексте их встраивания в экономические цепочки крупных городов и агломераций. Учитывая высокую дифференциацию муниципальных образований, разноудаленность их друг от друга и от центра региона, именно процесс агломерации территорий будет способствовать повышению устойчивости территории.

Стратегическим приоритетом для Челябинской области должно стать создание сети конкурентоспособных в долгосрочной перспективе экономических центров (городов и городских агломераций). При этом необходимо преодолеть имеющуюся неблагоприятную демографическую ситуацию, достичь стабильной или растущей численности населения.

Таким образом, расселенческий каркас Челябинской области будет определяться двумя уровнями: первый — моноцентрические агломерации: Челябинская агломерация и Магнитогорская межрегиональная агломерация; второй — полицентрическая агломерация «Горный Урал» и конурбации: Северная и Транспортно-логистическая.

Такая конфигурация позволит, с одной стороны, сохранить деловую освоенность всей территории Челябинской области на долгосрочную перспективу, с другой — развивать специализацию и повышать конкурентоспособность экономических центров региона. Кроме того, увеличение численности населения агломерации генерирует агломерационные эффекты: для трудоспособного населения открывается доступ к более широкому рынку труда, для всех граждан повышается доступность к благам, в первую очередь — социальным.

В то же время следует отметить, что развитие агломераций с позиций совместного освоения

Таблица 3

Показатели пространственного развития индустриальных регионов по состоянию на 01.01.2019

Регионы РФ	Площадь, тыс. км^2	Плотность населения, чел. на км^2	Кол-во муниципальных образований	Плотность автодорог, км путей на 1000 км^2 территории	Плотность железнодорожных путей, км путей на 10000 км^2 территории
Челябинская область	88,5	39,27	319	238	203
Свердловская область	194,3	22,21	94	126	181
Красноярский край	2366,8	1,21	571	12	9
Омская область	141,1	13,78	424	99	52

Источник: Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. 2019 (https://www.gks.ru/folder/210/document/13205; дата обращения 11.05.2020).

Таблица 4

Пространственные формы организации экономики в Челябинской области

Пространственные формы организации экономики	Тип агломерации	Участники агломерации	Индустриальные формы освоения пространства
Челябинская агломерация	Моноцентричная с центром в Челябинске и субцентром в Копейске	Городские округа: Челябинский, Копейский; муниципальные районы: Еманжелинский, Еткульский, Коркинский, Красноармейский, Сосновский, Аргаяшский, Кунашакский	Индустриальный парк «Малая Сосновка», индустриальные территории в Красноармейском и Еманжелинском МО
Магнитогорская межрегиональная агломерация	Моноцентричная с центром в Магнитогорске	Магнитогорский городской округ; муниципальные районы: Агаповский, Верхнеуральский, Кизильский, Нагайбакский и потенциально шесть муниципальных образований Республики Башкортостан	Индустриальный парк ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»
Агломерация «Горный Урал»	Полицентричная, ядра агломерации: Миасс, Златоуст	Городские округа: Златоустовский, Карабашский, Миасский, Чебаркульский, Трехгорный, Усть-Катавский; муниципальные районы: Кусинский, Саткинский, Чебаркульский, Катав-Ивановский, Ашинский	Индустриальный парк «Рудничный»
Северная конурбация	Полицентричная без явно доминирующего центра; ядра: Озерск, Кыштым, Касли, Снежинск	Городские округа: Озерский, Снежинский, Верхнеуфалейский, Кыштымский, Каслинский; Нязепетровский муниципальный район	Индустриальный парк «Новогорный»
Транспортно-логистическая конурбация	Полицентричная без явно доминирующего центра; административные центры: Троицк, Карталы	Городские округа: Локомотивный, Троицкий, Южно-Уральский; муниципальные районы: Брединский, Варненский, Карталинский, Пластовский, Троицкий, Увельский, Чесменский	Логистический центр

Источник: составлено автором по информации Стратегии социально-экономического развития Челябинской области на период до 2035 г. (утверждена постановлением Законодательного Собрания Челябинской области от 31.01.2019 № 1748) (http://mininform74.ru/Upload/files/%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%98%D0%AF%20%D0%98%D0%A2%D0%9E%D0%93.pdf; дата обращения 17.08.2020).

пространства эффективным признать достаточно сложно. Ограничения и препятствия, несовершенство институциональной основы замедляют агломерационные процессы в Челябинской области.

Аналогичные процессы происходят и в соседних регионах. Анализируя опыт агломерационных процессов в Свердловской области, специалисты отмечают, что отсутствует единый подход к составу и численности муниципальных образований, входящих в агломерацию, не сформирована нормативно-правовая база, позволяющая организационно оформить агломерацию. Отсутствуют нормативно-правовые акты, определяющие само понятие «агломерация». В этой связи требуется разработка документов стратегического планирования агломерации и принятие соответствующих региональных и федеральных законов об агломерациях [5].

К тому же четко не определено разграничение полномочий и функционала между муниципальными образованиями, входящими в состав агломерации, и межмуниципальными структурами агломерации (межмуниципальный совет, межмуниципальная компания и др.); а порядок и процедура подготовки и утверждения межмуниципальных соглашений требуют уточнения.

Для пространственного развития Челябинской области стратегическое значение имеют транспортная инфраструктура: автомобильный и железнодорожный транспорт, авиация. Транспортная система обеспечивает связанность территории, жизнедеятельность городских и сельских территорий, определяет возможности их развития.

Сеть автомобильных дорог обеспечивает мобильность населения и доступ к материальным ресурсам, позволяет расширить производственные возможности экономики за счет снижения транспортных издержек и затрат времени на перевозки. Более 50 % отраслей экономики Челябинской области ориентированы в своей деятельности на использование автомобильного транспорта, эффективность которого связана с уровнем развития автомобильных дорог.

Важную роль в развитии Челябинской области играют крупнейшие проекты транспортной инфраструктуры. К таким относится проект высокоскоростной магистрали (ВСМ) Екатеринбург — Челябинск, который прорабатывается уже несколько лет. Идет работа над прогнозированием пассажиропотока ВСМ, оптимизацией финансовой модели проекта, а именно над уточнением механизма распределения обязательств концессионера, средств федерального и регионального бюджетов на инвестиционной и эксплуатационной стадиях реализации проекта.

Проект ВСМ Екатеринбург — Челябинск следует оценивать как перспективный: с позиций развития агломерации он генерирует агломерационные эффекты; с позиций инновационного развития строительство ВСМ является более высокотехнологичным процессом, с достаточно длинными цепочками добавленных стоимостей. Кроме того, на этапе строительства ВСМ предприятия Уральского федерального округа могут обеспечивать до 80% потребностей магистрали материалами и оборудованием при условии своевременной модернизации производства.

В то же время эффект может быть гораздо больше, если Уральская ВСМ станет частью перспективного грузопассажирского коридора ВСМ «Евразия». Сейчас экономика проекта рассматривается без учета возможных доходов от потоков ВСМ «Евразия». В случае запуска ВСМ «Евразия» экономика проекта значительно улучшится. К сожалению, на сегодняшний день данный проект заморожен из-за кризиса, связанного с пандемией.

К крупнейшему проекту региона, который может существенно повлиять на прирост ВРП, генерировать мультипликативный эффект от производства строительных работ относится реконструкция дороги М5 «Урал», которая осуществляется путем строительства дороги-дублера Сатка — Миасс. Действительно, дорога М5 исчерпала свои возможности, имеет высокий уровень загрузки и аварийности. Так, интенсивность движения автотранспортных средств на автомобильной дороге М5 «Урал» превышает расчетную в 5—7 раз, что требует скорейшего решения этого вопроса.

К важным инвестиционным проектам относится и реконструкция аэропортного комплекса «Баландино» в Челябинске, завершение которого намечено на 2020 г. Однако специалисты отмечают отставание работ от графика. Следовательно, откладывается предоставление всего комплекса услуг населению по авиаперелетам.

В целом серьезной проблемой реализации крупных инфраструктурных проектов стал поиск инвесторов и модели (источников) их финансирования. Представляется, что перспективными являются формы государственно-частного партнерства, например инфраструктурная ипотека.

Механизм инфраструктурной ипотеки предусматривает, что частный партнер за счет кредита строит объект, а пользователи этого объекта постепенно кредит погашают. Такой механизм позволяет частному инвестору прокредитовать инфраструктурный проект, получая гарантированный ежегодный доход. Наличие государственных гарантий в проектах инфраструктурной ипотеки повышает их привлекательность и снижает риски по возврату капитальных вложений.

Результатом развития индустриальных регионов с использованием пространственных факторов должно стать благополучие человека в индустриальной среде. В этом контексте достижение прежде всего социальных результатов на основе эффективного функционирования экономики становится императивом регионального развития. Научная основа этих процессов связана с поиском синтеза общей теории размещения, пространственной экономики и учетом социальных целей [15].

Роль региона в экономическом и социальном пространстве заключается в расширенном воспроизводстве населения и бизнеса на более качественной основе. Индустриально развитый регион должен иметь сильную экономику, чтобы обеспечивать своим жителям комфортные условия труда и отдыха. Учитывая высокие показатели урбанизации анализируемых регионов, нами рассмотрены вопросы качества городской среды на примере центров индустриальных регионов — крупнейших городов-миллионников: Челябинска, Екатеринбурга, Красноярска и Омска. Представляется, что оценка городской среды этих региональных центров является представительной для анализируемых регионов.

Для сравнения анализируемых городов по реализации преимуществ их индустриального типа в данном исследовании использовалась методика формирования индекса качества городской среды, утвержденная Правительством РФ[1]. Главные цели формирования индекса города были определены

[1] Методика формирования индекса качества городской среды: утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 23.03.2019 № 510-р (https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72104984/; дата обращения 17.08.2020).

как анализ текущего состояния городской среды, в том числе конкурентных преимуществ города и ограничений, препятствующих его развитию; выявление проблем и перспективных направлений развития; обеспечение возможности сопоставления условий жизни населения в различных городах и субъектах РФ; повышение открытости для граждан и общественности результатов работы органов власти в сфере развития городской среды.

Разработчиками методики использовались индикаторы, характеризующие шесть типов пространств города: жилье (группа 1), уличная инфраструктура (группа 2), озеленение территорий (группа 3), общественно-деловая инфраструктура (группа 4), социально-досуговая инфраструктура (группа 5), общегородское пространство (группа 6). Каждая группа состоит из шести индикаторов (индикатор оценивается от 0 до 10, а группа — от 0 до 60 баллов, при этом максимальное значение индекса — 360 баллов). Полученная в результате комплексная оценка городской среды характеризует уровень комфортности проживания на соответствующей территории. Индексы крупнейших городов — центров анализируемых регионов представлены в табл. 5.

В указанной методике качество городской среды определяется как:

а) благоприятное — состояние городской среды, при котором количество набранных баллов составляет более 50 % максимально возможного количества баллов индекса города;

б) неблагоприятное — состояние городской среды, при котором количество набранных баллов составляет менее 50 % максимально возможного количества баллов индекса города.

Данные таблицы по оценке качества городской среды показывают, что благоприятное состояние городской среды сформировано в городах Екатеринбурге и Красноярске (их индексы превысили 50 % максимально возможных баллов), хотя отдельные группы показателей в этих городах ниже порога в 50 %). Такое состояние следует считать пограничным, а потенциал роста качества городской среды — весьма значительным.

Неблагоприятная городская среда сложилась в городах Челябинске и Омске, их (согласно методике) относят к неблагополучным (условно благополучным) городам. Челябинск на фоне Омска по городскому индексу выглядит лучше, но это не говорит об отсутствии проблем в городской среде индустриального города и региона.

Рассмотрим ситуацию в Челябинске более детально. Из шести направлений оценки городской среды, только одно — «жилье» — имеет оценку 33 балла, что составляет более 50 % максимального значения группы (60 баллов). Для сравнения, в Екатеринбурге этот показатель — 42 балла, максимальный среди анализируемых городов. Остальные пять групп показателей (типов пространств) не достигают 50%-ного уровня. При этом наиболее проблемными направлениями городской среды, по оценке данной методики, являются «улично-дорожная сеть», «озеленение городского пространства», «организация деловой инфраструктуры». Так, улично-дорожная сеть оценена в 23 балла (38 % — неблагополучно). Для сравнения, среди анализируемых городов максимальный показатель — 35 баллов — в Екатеринбурге. В эту группу входят такие индикаторы, как загруженность дорог, количество погибших в ДТП, доля дорог, обеспеченных ливневой канализацией, организация пешеходных пространств, оценка транспортной инфраструктуры для маломобильных групп населения. Действительно, эти индикаторы адекватно отражают реальные проблемы транспортной инфраструктуры города, которые стоят на повестке дня и решаются, но результаты пока не могут удовлетворить горожан.

В 23 балла (38 % — неблагополучно) оценивается и озеленение в городе, о чем свидетельствуют соответствующие индикаторы: выполнение зелеными насаждениями санитарно-гигиенических функций, состояние атмосферы, наличие мест для отдыха, прогулок и др. Ни один из анализируемых

Таблица 5

Индексы крупнейших городов индустриальных регионов РФ, 2019 г., баллы

Крупнейшие города индустриальных регионов	Группы индикаторов						Индекс
	1	2	3	4	5	6	
Челябинск	33	23	23	25	29	28	161
Екатеринбург	42	35	21	27	29	34	188
Красноярск	36	29	26	26	25	39	181
Омск	16	14	15	15	20	26	106

Источник: Индекс качества городской среды. 2019 (https://xn----dtbcccdtsypabxk.xn--p1ai/#/ (дата обращения 17.08.2020).

городов не достиг 50 % от максимального значения баллов этой группы показателей. Следовательно, неудовлетворительное состояние озеленения территорий — типичная проблема индустриальных городов в данной климатической зоне.

Оценка деловой инфраструктуры города — 25 баллов (42 % — неблагополучно), что также не может считаться благополучной ситуацией. Это касается таких аспектов, как развитие деловой инфраструктуры, наличие площадей города, выполняющих общественно-деловые функции, организация освещения улиц для продления деловой и социальной активности и др.

Что касается таких групп, как «досуговая инфраструктура» и «городское пространство», то они оценены на несколько баллов выше. Так, досуговая инфраструктура города оценена в 29 баллов (48 % — неблагополучно), это означает, что качество инфраструктуры для посещения объектов социального обслуживания оставляет желать лучшего; разнообразие досуговой, спортивной инфраструктуры недостаточное; использование исторического наследия города необходимо актуализировать.

Городское пространство имеет 28 баллов (47 % — неблагополучно), что отражено такими индикаторами, как системное развитие социальной инфраструктуры, безопасность, доступность остановок общественного транспорта, состояние централизованного водоснабжения, вовлеченность граждан в процесс принятия решений по вопросам городского развития.

Основываясь на оценке городской среды, следует констатировать, что у индустриальных городов сходные проблемы: нарушение баланса между производственной и социальной зонами, поэтому они (города) воспроизводят себя в большей степени как промышленные зоны, как территории для работы, и в меньшей степени, как места для отдыха и здорового образа жизни горожан.

Позитивные сдвиги в Челябинской области могут ожидаться в связи с реализацией муниципальной программы «Формирование современной городской среды в городе Челябинске на 2018—2022 годы», если ожидаемые конечные результаты программы и показатели социально-экономической эффективности будут выполнены в срок и в полном объеме.

Итак, индустриальные регионы, основа экономики которых связана с обрабатывающим сектором промышленности, имеют серьезный потенциал развития путем модернизации существующих производственных мощностей и развития новых, высокотехнологичных секторов экономики. Активизация и синхронизация этих процессов могут придать значительный импульс региональной экономике.

При этом пространственные факторы развития индустриальных регионов должны быть в полной мере использованы как для обеспечения деловой активности, так и для социального благополучия граждан. В настоящее время возможности пространственного развития индустриальных регионов, в частности Челябинской области, используются не в полной мере. Это касается таких форм организации делового и социального пространства, как создание и развитие агломераций, транспортной инфраструктуры, городской среды.

В настоящее время используются существующие и разрабатываются новые механизмы реализации пространственного развития индустриальных регионов: институциональные (совершенствование законодательства в отношении развития агломераций, кластерных форм организации бизнеса); финансовые (модели финансирования инфраструктурных процессов, например инфраструктурная ипотека); логистические (определение схем транспортных потоков); программные и проектные методы управления крупнейшими инвестиционными проектами.

Для решения проблем пространственного развития индустриальных регионов необходимы четкие ориентиры, приоритеты и цели развития региона. В Челябинской области они определены в Стратегии развития области до 2035 г.; их реализация в указанные сроки и в полном объеме позволит вывести регион на более высокую траекторию развития и обеспечить населению области более благополучные и комфортные условия жизнедеятельности.

Список литературы

1. Артемова О. В., Савченко А. Н. Основные тренды регионального развития: коридор возможностей // Вестник ЮУрГУ. Сер.: Экономика и менеджмент. 2019. Т. 13, № 3. С. 5—13.

2. Бодрунов С. Д. Новое индустриальное общество второго поколения: человек, производство, развитие // Общество и экономика. 2016. № 9. С. 5—21.

3. Клейнер Г. Б. Системная трансформация промышленности как «твердого ядра» отечественной экономики // Научные труды Вольного экономического общества России. 2017. Т. 207. С. 210—223.

4. Коломак Е. А. Пространственное развитие и приоритеты региональной политики в России // ЭКО. 2014. № 1 (475). С. 41—53.

5. Крестьянова Л. С., Пахомова О. А. Развитие агломерационных процессов в России: опыт Свердловской области // Вестник Поволжского института управления. 2017. Т. 17, № 6. С. 46—52.

6. Лаврикова Ю. Г., Акбердина В. В., Суворова А. В. Согласование приоритетов научно-технологического и пространственного развития индустриальных регионов // Экономика региона. 2019. Т. 15, вып. 4. С. 1022—1035.

7. Миллер М. А. Новая индустриализация в контексте пространственного развития регионов // Вестник Омского университета. Сер.: Экономика. 2019. Т. 17, № 2. С. 185—193.

8. Романова О. А. Инновационная компонента новой индустриализации // Известия Уральского государственного экономического университета. 2017. № 5 (73). С. 81—92.

9. Романова О. А. Формирование и развитие высокотехнологического сектора в условиях новой индустриализации // Вестник ЮУрГУ. Сер.: Экономика и менеджмент. 2016. Т. 10, № 4. С. 104—109.

10. Сухарев О. С., Ворончихина Е. Н. Индустриализация регионов России: структурная оценка по общему и специальному агрегатным критериям // Вестник ИЭ РАН. 2019. № 1. С. 9—33.

11. Татаркин А. И. Конкурентное позиционирование регионов и территорий в пространственном развитии России // Вестник Оренбургского государственного университета. 2013. № 8. С. 148—158.

12. Татаркин А. И. Формирование региональных институтов пространственного развития Российской Федерации // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2012. № 6 (24). С. 42—59.

13. Толкачев С. А. Качественные изменения глобального индустриального ландшафта // Научные труды Вольного экономического общества России. 2017. Т. 207. С. 170—200.

14. Швец И. Ю. Базовые факторы, формирующие возможности и ограничения пространственного развития РФ // Самоуправление. 2016. № 6. С. 14—17.

15. Шеховцева Л. С. Методологические подходы к исследованию региона: формирование стратегических целей // Вестник Балтийского университета им. И. Канта. Сер.: Гуманитарные и общественные науки. 2010. № 3. С. 26—39.

16. Юдина Е. В., Ухина Т. В. Проблемы и перспективы пространственного развития Российской Федерации // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11, № 2 (72). С. 29—39.

17. Стратегические направления и приоритеты регионального развития в условиях глобальных вызовов / под общ. ред. Ю. Г. Лавриковой, Е. Л. Андреевой. Екатеринбург: УрО РАН, 2019. 504 с.

18. Шваб К. Четвертая промышленная революция. М.: Эксмо, 2018. 288 с.

Сведения об авторе

Артемова Ольга Васильевна — профессор, доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник Челябинского филиала Института экономики УрО РАН, Челябинск, Россия. artemova.ov@uiec.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 50—61.

DIRECTIONS AND MECHANISMS FOR IMPLEMENTING SPATIAL DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL REGIONS (FOR EXAMPLE, THE CHELYABINSK REGION)

O. V. Artemova

Chelyabinsk Branch of the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Chelyabinsk, Russia. artemova.ov@uiec.ru

The economic development of the country and regions is associated with the spread of modern technologies. The industrial environment is a prerequisite for the introduction of new technologies, and the drivers of technological breakthroughs are industrially developed regions. The use of the existing economic potential of industrial regions, spatial development factors, and effective mechanisms for implementing strategic plans should ensure favorable conditions for the population. Industrial regions should not be considered only as production zones, people work and live in these regions, so the issue of Human well-being in the industri-

al environment is relevant. In this regard, the author considers the use of spatial factors for the development of industrial regions and the conversion of these results into improving the life of the population. The article analyzes the institutional aspects of spatial development (improvement of legislation in relation to agglomerations); models for financing infrastructure projects (infrastructure mortgage); transport schemes; program and project management methods for investment projects.

Keywords: *new industrialization, industrial region, spatial development, promising economic specializations, directions and mechanisms of spatial development, people in the industrial environment.*

References

1. Artemova O. V., Savchenko A. N. (2019) *Vestnik YUUrGU. Seriya «Ekonomika i menedzhment»*, vol. 13, no. 3, pp. 5—13 [in Russ.].

2. Bodrunov S. D. (2016) *Society and Economy*, no. 9, pp. 5—21 [in Russ.].

3. Kleiner G. B. (2017) *Scientific Works of the Free Economic Society of Russia*, vol. 207, pp. 210—223 [in Russ.].

4. Kolomak E. A. (2014) *ECO*, no. 1 (475), pp. 41—53 [in Russ.].

5. Krest'yanova L.S., Pahomova O. A. (2017) *Vestnik Povolzhskogo instituta upravleniya*, vol. 17, no. 6, pp. 46—52 [in Russ.].

6. Lavrikova YU.G., Akberdina V. V., Suvorova A. V. (2019) *Regional Economy*, vol. 15, no. 4, pp. 1022—1035 [in Russ.].

7. Miller M. A. (2019) *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*, vol. 17, no. 2, pp. 185—193 [in Russ.].

8. Romanova O. A. (2017) *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, no. 5 (73), pp. 81—92. [in Russ.].

9. Romanova O. A. (2016) *Vestnik YUUrGU. Seriya «Ekonomika i menedzhment»*, vol. 10, no. 4, pp. 104—109 [in Russ.].

10. Suharev O. S., Voronchihina E. N. (2019) Vestnik IE RAN, no.1, pp. 9—33 [in Russ.].

11. Tatarkin A. I. (2013) *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 8, pp. 148—158 [in Russ.].

12. Tatarkin, A.I. (2012) *Economic and social changes: facts, trends, forecast*, no. 6 (24), pp. 42—59 [in Russ.].

13. Tolkachev S. A. (2017) *Scientific Works of the Free Economic Society of Russia*, vol. 207, pp. 170—200 [in Russ.].

14. Shvec I. Yu. (2016) *Selfgovernment*, no. 6, pp. 14—17 [in Russ.].

15. Shekhovceva L. S. (2010) *Vestnik Baltijskogo universiteta im. I. Kanta. Seriya: Gumanitarnye i obshchestvennye nauki*, no. № 3, pp. 26—39 [in Russ.].

16. Yudina E. V., Uhina T. V. (2017) Service in Russia and abroad, vol. 11, no. 2 (72), pp. 29—39 [in Russ.].

17. Lavrikova Yu. G., Andreeva E. L. (2019) Strategicheskie napravleniya i prioritety regional'nogo razvitiya v usloviyah global'nyh vyzovov [trategic directions and priorities of regional development in the context of global challenges]. Ekaterinburg, UrO RAN. 504 p. [in Russ.].

18. Schwab K. (2018) Chetvertaya promyshlennaya revolyuciya [The Fourth Industrial Revolution]. Moscow, Eksmo Publ. 288 p. [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 62—69.

УДК 330.16 **DOI 10.47475/1994-2796-2020-11007**
ББК 65.240.591; 65.240.502

ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

А. А. Тараданов, Е. В. Веденеева
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-013-00447 А.

Основными факторами экономической социализации молодежи региона по признаку трудоустроенности выявлены принадлежность респондентов к мужскому полу, семейная жизнь, высшее образование, наличие проблем со здоровьем, интерес к экономической жизни, готовность жертвовать своим здоровьем ради высокого заработка, личная трудовая активность и активное использование кредитов в потребительском поведении. Основными факторами нетрудоустроенности выявлены принадлежность респондентов к женскому полу без детей, высокий уровень жизни, низкий уровень образования, отсутствие проблем со здоровьем. Наиболее популярные (ценностно значимые) установки респондентов не являются наиболее значимыми факторами трудоустроенности, а область трудовых отношений в регионе не является для молодежи привлекательной с позиций самореализации (снижение показателя трудоустроенности при повышении уровня жизни).

Ключевые слова: *фактор, экономическая социализация, экономическая активность, молодежь.*

В научных публикациях приводятся разные определения понятия «социализация». Такая ситуация возникает всегда, когда понятие, находящееся в поле изучения нескольких научных дисциплин, рассматривается с разных точек зрения, а потому не обладает общей для всех трактовкой. Однако данная ситуация не является удовлетворительной в рамках теории и практики социального управления. Здесь требуется однозначное определение основных понятий: в случае отсутствия таковых становится затруднительным или вовсе не представляется возможным формирование нормативных управленческих актов (норма есть «тотальность идеи» [22], «предписание, разрешение или запрещение действовать определенным образом» [7]).

Определения понятия «социализация личности» на начальных этапах исследования еще достаточно кратки и ограничиваются ее представлением как «двустороннего процесса постоянной передачи обществом и освоения индивидом в течение всей его жизни социальных норм, культурных ценностей и образцов поведения, позволяющих индивиду функционировать в данном обществе» [14], или как процесса «становления личности, постепенного усвоения ею требований общества, приобретения социально значимых характеристик сознания и поведения, которые регулируют ее взаимоотношения с обществом» [11], или как «процесса «интеграции индивида в социальную систему, вхождения в социальную среду через овладение ее социальными нормами, правилами и ценностями, знаниями, навыками, позволяющими ему успешно функционировать в обществе» [8], или как процесса, «благодаря которому человек усваивает и научается подчиняться социальным нормам. Социализация индивида в большинстве своем рассматривается как процесс вхождения его в мир конкретных социальных связей и интеграции личности в различные типы социальных общностей через культуру, ценности и нормы, на основе которых формируются социально значимые черты личности» [17].

В словаре под редакцией Б. Мещерякова и В. Зинченко социализация определяется как «процесс интеграции индивида в социальную систему, вхождение в социальную среду через овладение ее социальными нормами, правилами и ценностями, знаниями, навыками, позволяющими ему успешно функционировать в обществе» [6]. Н. Смелзер рассматривает социализацию в качестве процесса, когда индивид в соответствии со своей социальной ролью формирует определенные умения и социальные установки [21].

А. Мудрик исходит из того, что процесс социализации имеет схожие черты с процессом воспитания, и в данном случае индивид приобщается к культуре общества и благодаря этому становится его полноправным членом [15]. Согласно Н. Ревской, социализация предстает в качестве процесса, в рамках которого на протяжении всей жизни индивида происходит усваивание

принятых в обществе ценностей и социальных норм [19].

При определении понятия экономической социализации исследователи исходят из различных аспектов процесса. Экономическая социализация, по Б. Стаси, — это «усвоение и активное воспроизводство индивидуумом социального опыта в общественной сфере жизни» [3]. Согласно этой трактовке, в процессе экономической социализации детей можно выделить четыре аспекта: социальная дифференциация, собственность, деньги, социоэкономическое поведение. Автор проводит анализ течения данного процесса в онтогенезе и его разделение на несколько возрастных этапов, которые различаются усваиванием разных сторон экономической сферы и, соответственно, формирующимися определенными особенностями экономического поведения индивида [3].

Э. Ринальди и А. Бонаноми понимают экономическую социализацию как процесс приобретения и построения индивидом навыков, знаний и отношений, соответствующих их роли в экономике, и их отношений к деньгам [2]. Р. Б. Денхарт и П. В. Джеффресс определяют социализацию в рамках экономической системы в качестве процесса, в течение которого индивид изучает последствия экономических решений. Данная форма социализации влияет на решения, касающиеся «приемлемых альтернатив для потребления», на «социальные ценности альтернатив потребления», «доминирующих ценностей среди истеблишмента» и «характера участия в потреблении» [1].

Г. Семья рассматривает «экономическую социализацию как «процесс становления человека в качестве полноправного члена экономического сообщества» [20]: «в рамках данного процесса личность усваивает окружающее социальное пространство, формирует свое представление об экономических процессах и явлениях, а также об их воплощении в качестве конкретных форм социально-экономической деятельности» [Там же]. На основе данного процесса также происходит формирование экономического поведения индивида.

Е. Н. Землянская приводит определение «экономической социализации с точки зрения педагогики как процесса и результата формирования экономически значимых качеств, знаний, умений; системы ценностных представлений о взаимосвязи явлений экономической и социальной жизни» [12]. Она определяет экономическую социализацию как «процесс формирования ценностно-смысловой готовности к включению личности в систему социально-экономических отношений, значимых для личности и общества» [Там же].

По Е. В. Анкудиновой, «экономическая социализация представляется в качестве процесса присвоения личностью социально-экономического опыта и ее индивидуального развития. В результате экономической социализации у индивида развивается экономическая культура, что способствует эффективному взаимодействию личности с социальной сферой и эффективной деятельности человека в экономической сфере общества» [5].

Е. Н. Васильева исходит из того, что «экономическая социализация способствует приобретению молодыми людьми полезных для социальной адаптации знаний о реальной жизни, развитию соответствующих ценностей, овладению экономическим мышлением и нормативными навыками хозяйственной деятельности» [8]. Она пишет, что «в ходе экономической социализации одновременно происходит формирование экономического сознания через усвоение индивидом принятых в обществе норм хозяйственной деятельности, принятие чужого опыта, а также формирование личностью собственной жизненной позиции как реакция на актуальные хозяйственные проблемы. Данный процесс позволяет индивиду влиться в общественные отношения и стать их активным субъектом» [Там же]. Аналогичную позицию занимают М. В. Овчинников, Я. Н. Сизова, А. А. Тараданов, согласно которым процесс экономической социализации личности представляет собой обретение личностью культуры хозяйствования, становление личности культурным хозяином. В данном контексте культурным хозяином является личность, которая «эффективно использует природные и финансовые ресурсы, то есть как минимум не наносящая в процессе этого использования ущерба своему здоровью и окружающей среде, а как максимум — улучшающая их состояние и находящаяся в процессе этого использования в согласии с собой и окружающей средой» [23].

Изучением проблематики условий и факторов процесса экономической социализации личности одной из первых среди отечественных ученых начала заниматься А. Б. Фенько. Она считает, что «формирование экономического поведения и установок по отношению к деньгам происходит под влиянием семейных ценностей, социально-экономической ситуации в регионе, личного опыта индивида» [24].

М. Г. Шапиро проводит разделение процесса экономической социализации на несколько этапов. Он описывает особенности протекания процесса

в раннем, среднем и старшем детском возрасте и юношеском возрасте; в начале самостоятельного зарабатывания денег, на этапе увеличения зарплаты, на этапе семейных отношений, в момент выхода взрослых детей в самостоятельную жизнь и на пенсионном этапе [26].

Е. В. Анкудинова, изучая процесс экономической социализации в рамках образовательного учреждения, описывает условия, при которых проходит данный процесс у учащихся, а также формулирует основные закономерности процесса экономической социализации. В своем исследовании автор называет четыре условия, которые обеспечивают успешное протекание данного процесса: воспитание экономической культуры через приобщение к национальной культуре, реализация субъектной позиции учащихся, включение экономических вопросов в содержание всех школьных предметов, ориентация процесса на формирование экономического мышления [5].

Н. В. Кавкаева, изучавшая «экономическую социализацию студенческой молодежи, выделяет следующие ее факторы:

— личностные или субъективные микрофакторы: готовность к изучению экономических дисциплин, уровень экономических знаний, позитивное отношение и интерес к экономической информации, личное участие индивида в социально-экономической жизни, социальный опыт личности;

— объективные микрофакторы: влияние микросреды — семьи, школы, вуза, круга формального и неформального общения, отдельных личностей;

— объективные макрофакторы: преподавание экономических дисциплин в учебном заведении, социализирующее воздействие образовательных учреждений, влияние СМИ, глобальных проблем современности, экономической и социальной ситуации, отдельных политических событий» [13].

Б. Г. Абдукаримов, также исследовавший факторы экономической социализации студентов, на основе анализа тематических публикаций различных авторов делит данные факторы согласно следующим критериям: широта распространения влияния фактора (мега-, мета-, мезо- и микрофакторы) [4]. Р. М. Шайдуллина уделяет внимание макрофакторам экономической социализации молодежи, среди которых она называет «глобализационные процессы, информатизацию общества, развитие сетевых коммуникаций, вовлечение стран в экономическую технологическую гонку, изменение системы образования» [25]. При классификации факторов экономической социализации А. В. Мудрик разделяет их на четыре группы (мега-, макро-, мезо- и микрофакторы). К мегафакторам он относит планетарное изменение цивилизации, во вторую группу включены факторы влияния этноса, общества, государства и культуры. Среди мезофакторов А. Мудрик выделяет региональные условия, тип поселения, субкультуру. А к микрофакторам он относит влияние семьи, сверстников и других членов окружения индивида [16].

А. П. Вяткин разделяет факторы экономической социализации на две группы: внешние по отношению к личности социальные условия и внутренние, психологические факторы. К психологическим факторам он относит экономическую направленность, субъективную экономическую рациональность и личностно-экономическое конструирование [9]. Эти факторы описаны М. И. Губановой, у которой «субъективные детерминанты» — это «черты характера, знания, умения, навыки, мотивация, помогающие реализовывать личностные потребности, направленность личности, уровень самопознания, моральная готовность к ситуации выбора, жизненные, в том числе профессиональные планы и притязания, коммуникативные, творческие, организаторские способности». В качестве объективных факторов она выделяет «социально-экономическую ситуацию в стране и регионе, семью, ближайшее окружение студентов, референтные группы, особенности воспитания и образования в учебных заведениях, СМИ, информационные и компьютерные технологии» [10].

Кроме того, в литературе рассматриваются: «природа влияния факторов, обусловленная принадлежностью к определенной сфере общества (социальные, включающие этнический, образовательный, демографический, религиозный и иные факторы, политические и геополитические факторы, экономические факторы, культурные)» [18]; «направленность процесса экономической социализации (стихийные факторы и организованные). На процесс экономической социализации молодежи оказывают влияние различные факторы, которые можно в целом разделить на стихийные (формируются под воздействием социальной среды благодаря способности личности делать выбор) и организованные (экономическое воспитание, образование)» [4].

Поскольку как «процесс формирования ценностно смысловой готовности к включению личности в систему социально-экономических отношений, значимых для личности и общества» [12], так и «становление личности культурным хозяином» [8; 23] невозможны вне ее (личности) трудовой деятельности, последняя определяется как основное

условие экономической социализации. Отсюда условие трудоустроенности определено основополагающим для определения условий и факторов экономической социализации. Для этого по параметру «трудоустроен/нетрудоустроен» в 2019 г. проведен анкетный опрос 192 молодых (17—37 лет; средний возраст 22,1 года) жителей Челябинской области (выборка случайная). Наиболее массовыми в выборочной совокупности выступили возрастные группы: 18 лет (20,8 %); 20 лет (19,3 %); 19 лет (11,5 %); 22 года (10,4 %); 21 год (6,8 %); 23 года (5,7 %); в общей сложности возрастная категория респондентов 18 лет — 23 года составила три четверти (74,5 %) выборочной совокупности.

Показателем уровня экономической социализации в этом аспекте представляется степень трудоустроенности респондентов. Каким-либо образом трудоустроены 52,6 % респондентов.

По результатам анкетирования получены следующие показатели особенностей трудоустроенности респондентов (из состава работающих) (табл. 1):

Таблица 1

Распределение респондентов по фактору трудоустроенности

Рабочий статус	Работающие	% всех работающих
Официально трудоустроен	49	48,5
Работаю неофициально	21	20,8
Работаю неполный день	7	6,9
Подрабатываю время от времени	24	23,8
Итого	101	100

Таким образом, в «серой» области занятости («работаю неофициально», «работаю неполный день» и «подрабатываю время от времени») находится половина (20,8 % + 6,9 % + 23,8 % = 51,5 %) трудоустроенных респондентов.

Результаты анкетирования позволяют произвести социологический факторный анализ: определение направленности и степени воздействия условий и факторов на исследуемый феномен трудоустроенности как показатель экономической социализации (табл. 2).

Определение направленности и степени воздействия (НСВ) факторов на экономическую социализацию производится расчетом соотношения в каждом условии долей работающих и неработающих респондентов. Например, НСВ условия «Холост / не замужем» определяется следующим образом:

$$НСВ = (Р + 1) / (Н + 1),$$

где НСВ — направленность и степень воздействия на экономическую социализацию респондентов условия «Холост / не замужем»; Р — доля (%%) группы «Холост / не замужем» в составе работающих; Н — доля (%%) группы «Холост / не замужем» в составе неработающих; 1 — демпфирующий коэффициент при нулевых или близких к 0 значениях показателей Р и Н.

Подставив в формулу соответствующие статистические данные, мы получаем показатель направленности и степени воздействия условия «Холост / не замужем» на экономическую социализацию по параметру трудоустроенности:

$$НСВ = (65,3 + 1) / (79,1 + 1) = 0,83.$$

Показатель НСВ = 0,83 значит, что:

1) *направленность* воздействия условия «Холост / не замужем» на экономическую социализацию респондентов является *негативной*, поскольку НСВ имеет значение меньше 1: это происходит в том случае, когда делитель больше делимого (Р меньше Н);

2) *степень* этого негативного воздействия условия «Холост / не замужем» на экономическую социализацию респондентов является заметной, но не очень значительной, поскольку НСВ = 0,83 ближе к 1, чем к 0.

Соответственно, значение НСВ больше 1 будет означать положительное влияние условия на процесс, и чем больше будет этот показатель, тем выше степень положительного воздействия фактора. Верхний предел НСВ = 99,0; нижний предел НСВ = 0,01.

Таблица 2

Распределение респондентов по фактору семейного положения

Рабочий статус	Работающие	% всех работающих	Неработающие	% всех неработающих
Женат/замужем	26	26,7	14	15,4
Разведен/разведена	4	4,0	0	0,0
Холост / не замужем	66	65,3	72	79,1
Другое	4	4,0	5	5,5
Итого	101		91	

Значение же НСВ, близкое к 1 (с той и другой стороны), будет означать практическое отсутствие влияния условия на экономическую социализацию.

В результате в нашем случае воздействие факторов семейного положения респондентов на их экономическую социализацию предстает следующим. НСВ «Женат/замужем» =1,69, «Холост / не замужем» = 0,83, «Разведен/разведена» = 4,96, «Другое» = 0,76.

Как видим, семейное положение респондентов весьма влиятельно на экономическую социализацию по параметру трудоустроенности: наличие супруга (супруги) — даже бывших — заметно повышает уровень экономической социализации: НСВ 1,69 у «Женат/замужем» и 4,96 (!) — у «Разведен/разведена». А это значит, что повышение эффективности социального управления в сфере семейной политики повышает уровень экономической социализации молодежи региона.

По другим социально-демографическим параметрам исследование показало, что: принадлежность респондентов к мужскому полу заметно больше способствует трудоустройству, чем принадлежность к женскому (НСВ 2,16 против 0,81 соответственно); с возрастом у молодежи растет трудоустроенность (средний возраст работающих 24,0 года; неработающих 19,9; НСВ 1,20: этот результат важен не столько сам по себе (он очевиден), сколько как проверочный, позволяющий с высокой степенью доверия относиться и к остальным результатам, которые будут выявляться в ходе анализа); с ростом количества братьев/сестер у респондентов в целом растет трудоустроенность (НСВ 1,06 единственных детей и там, где их двое, и НСВ 1,18 там, где их трое; однако там, где их четверо и более, НСВ всего 0,39; эта особенность требует специального исследования); и с рождением собственных детей трудоустроенность заметно повышается (НСВ 2,36 у имеющих детей против НСВ 0,68 у не имеющих детей); семейный образ жизни способствует трудоустроенности (НСВ 2,36 у живущих с детьми и НСВ 3,00 у живущих с мужем/женой против НСВ 0,56 у живущих с родителями и родственниками); наличие высшего образования значительно повышает трудоустроенность (НСВ 3,46), а наличие среднего профессионального образования ее значительно снижает (НСВ 0,15).

Не самая приятная ситуация выявляется со здоровьем: среди работающих доля имеющих плохое физическое состояние достаточно заметно выше, чем среди неработающих.

Согласно методике исследования, респондентам предлагалось указать степень своего согласия или несогласия с предложенными утверждениями в диапазоне значений от 1 до 7 (1 — совершенно не согласен, 7 — полностью согласен). Затем подсчитывалось средневзвешенное значение в баллах по каждому утверждению — в целом по выборочной совокупности и отдельно по работающим и неработающим.

Аналогично определение направленности и степени воздействия (НСВ) факторов на экономическую социализацию производится расчетом соотношения в каждом утверждении оценок его работающими и неработающими респондентами. Например, НСВ утверждения «Я рад(а), что могу позволить себе купить практически все, что хочу» определяется следующим образом:

$$НСВ = Р / Н,$$

где: НСВ — направленность и степень воздействия на экономическую социализацию респондентов их согласия-несогласия с утверждением «Я рад(а), что могу позволить себе купить практически все, что хочу»; Р — средний балл группы «Я рад(а), что могу позволить себе купить практически все, что хочу» в составе работающих; Н — средний балл этой же группы в составе неработающих.

Подставив в формулу соответствующие данные, получаем показатель направленности и степени воздействия согласия-несогласия с утверждением «Я рад(а), что могу позволить себе купить практически все, что хочу» на экономическую социализацию по параметру трудоустроенности: НСВ = 3,8 / 4,0 = 0,96.

Показатель НСВ = 0,96 значит, что:

1) *направленность* воздействия на экономическую социализацию респондентов согласия-несогласия с утверждением «Я рад(а), что могу позволить себе купить практически все, что хочу» является *негативной*, поскольку НСВ имеет значение меньше 1: это происходит в том случае, когда делитель больше делимого (Р меньше Н);

2) *степень* этого негативного воздействия согласия-несогласия с утверждением «Я рад(а), что могу позволить себе купить практически все, что хочу» на экономическую социализацию респондентов является незначительной, поскольку НСВ = 0,96 ближе к 1, чем к 0.

Соответственно, значение НСВ больше 1 будет означать положительное влияние согласия-несогласия с тем или иным утверждением на экономическую социализацию, и чем больше единицы будет этот показатель, тем выше степень положительного воздействия фактора. Значение же НСВ, близкое к 1 (с той и другой стороны), будет означать прак-

тическое отсутствие влияния согласия-несогласия с утверждением на экономическую социализацию.

Верхний предел НСВ = 99,0; нижний предел НСВ = 0,01.

Максимальный балл согласия (6,0, работающие и неработающие поровну) получен утверждением «Я испытываю чувство глубокого уважения и почтения перед людьми, которые всего добились в жизни сами»; минимальный (1,9: работающие 2,1; неработающие 1,8) — «Я предпочитаю делать крупные покупки в кредит». Разброс НСВ 53 утверждений, включенных в методику исследования, составил от 1,29 для утверждения «Когда что-то меняется в экономической жизни страны, я хотел(а) бы узнавать об этом одним (одной) из первых» до 0,91 для утверждения «Условия моей жизни превосходные».

В результате наиболее способствующими (основными) факторами *трудоустроенности* выявлены мировоззренческо-поведенческие позиции: интерес к различным аспектам экономической жизни; готовность жертвовать своим здоровьем ради высокого заработка; личная трудовая активность и активное использование кредитов в потребительском поведении.

Основными факторами *нетруд устроенности* выявлены удовлетворенность условиями своей жизни и финансовыми возможностямяи.

Самыми нейтральными (малозначащими) по отношению к *трудоустроенности/нетрудоустроенности* молодежи выявлены мировоззренческо-поведенческие позиции: «Я испытываю чувство глубокого уважения и почтения перед людьми, которые всего добились в жизни сами» и разного рода сомнения-размышления-неуверенности («Я периодически вспоминаю прежние дни»; «Я периодически размышляю над тем, что происходило в моей жизни»; «Я сосредоточен(а) на своем будущем»; «Я сосредоточен(а) на том, что происходит со мной на данный момент»; «Я периодически задумываюсь о том, что мне уготовано в будущем»; «Я периодически думаю о событиях из своего прошлого»; «Я стараюсь избегать любых финансовых долгов»; «Я хотел(а) бы владеть чем-то большим (техникой, машиной, домом и т. д.), чем большинство людей»).

Как видим, «чувство глубокого уважения и почтения перед людьми, которые всего добились в жизни сами», получившее наивысший балл согласия респондентов из 53 исследованных положений, оказывается совершенно безразличным к влиянию на трудоустроенность, а область трудовых отношений в регионе не является для молодежи привлекательной с позиций самореализации (снижение показателя трудоустроенности при повышении уровня жизни).

Список литературы

1. Denhart R. B., Jeffress P. W. Social learning and economic behavior: The process of economic socialization // American Journal of Economics and Sociology. 1971. № 30 (2). P. 113—125.

2. Rinaldi E., Bonanomi A. Adolescents and money: Values and tools to handle the future // Italian Journal of Sociology of Education. 2011. № 3. P. 86—121.

3. Stacey B. Economic socialization in the pre-adult years // British Journal of Social Psychology. 1982. № 21. P. 159—71.

4. Абдукаримов Б. Г. Факторы, влияющие на экономическую социализацию студентов // Новый взгляд. Международный научный вестник. 2013. № 2. С. 138—146.

5. Анкудинова Е. В. Определение сущности экономической социализации // Вестник ЮУрГГПУ. 2009. № 9.

6. Большой психологический словарь / сост.: Б. Мещеряков, В. Зинченко. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2004.

7. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азриляна. 5-е изд., доп и перераб. М.: Ин-т новой экономики, 2002. 469 с.

8. Васильева Е. Н. Экономическая социализация учащейся молодежи: опыт регионального исследования // Социологические исследования. 2014. № 8 (364). С. 115—119.

9. Вяткин А. П. Психология экономической социализации личности в условиях изменяющегося общества: автореф. дис. ... д-ра психол. наук. СПб., 2011. 45 с.

10. Губанова М. И. Формирование готовности будущего учителя к педагогическому сопровождению социального самоопределения старшеклассников: монография. Кемерово: КРИРПО, 2003. 236 с.

11. Дробышева Т. В. Экономическая социализация личности: анализ отечественных подходов к пониманию феномена // Вестник МГОУ. Сер.: Психологические науки. 2018. № 1. URL: https://cyberleninka.

ru/article/n/ekonomicheskaya-sotsializatsiya-lichnosti-analiz-otechestvennyh-podhodov-k-ponimaniyu-fenomena (дата обращения 07.04.2020).

12. Землянская Е. Н. Социализация младших школьников в процессе экономической подготовки. М.: МГПУ, 2006. 235 с.

13. Кавкаева Н. В. Педагогическое обеспечение экономической социализации студенческой молодежи: дис. ... канд. пед. наук. Кемерово, 2010. 221 с.

14. Ковалева А. И. Социализация // Знание. Понимание. Умение. 2004. № 1. С. 139—143.

15. Мудрик А. В. Общение в процессе воспитания. М.: Пед. о-во России, 2001. 301 с.

16. Мудрик А. В. Социализация человека: учеб. пособие для студентов высших учеб. заведений / под ред. В. А. Сластенина. 5-е изд., доп. М.: Академия, 2005. 200 с.

17. Николаева Е. М. Социализация личности как проблема социальной синергетики: автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Казань, 2006. 44 с.

18. Помуран Н. Н. Этнопсихологические особенности экономической социализации старшеклассников в современных условиях (на примере старообрядцев Забайкалья): дис. ... канд. психол. наук. Иркутск, 2004. 176 с.

19. Ревская Н. Е. Психология и педагогика. СПб.: Альфа, 2001. 304 с.

20. Семья Г. Экономическая социализация детей и подростков: периодизация и результаты // Школьный экономический журнал. 1998. № 5. С. 25—31.

21. Смелзер Н. Социология / под ред. В. А. Ядова. М.: Феникс, 1994. 688 с.

22. Тараданов А. А. Логика социального. Опыт теоретической реконструкции антропосоциогенеза. Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2018. 132 с.

23. Тараданов А. А., Сизова Я. Н., Овчинников М. В. Экономическая социализация личности: определение и содержание понятия // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2019. Т. 5, № 2. С. 75—84.

24. Фенько А. Б. Дети и деньги: особенности экономической социализации // Вопросы психологии. 2000. № 2. С. 94—102.

25. Шайдуллина Р. М. Сущность экономической социализации студенческой молодежи в современных условиях // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2012. № 1. С. 231—242.

26. Шапиро М. Г. Схема процесса экономической социализации // Социальные исследования. 2018. № 2. С. 27—35.

Сведения об авторах

Тараданов Александр Ардалионович — доктор социологических наук, профессор кафедры социальной работы и социологии Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. taradanov@csu.ru

Веденеева Екатерина Владимировна — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии Челябинского государственного университета, Россия. kotia2882@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 62—69.

FACTORS OF ECONOMIC SOCIALIZATION YOUTH OF THE CHELYABINSK REGION

A. A. Taradanov
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, taradanov@csu.ru

E. V. Vedeneeva
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia, kotia2882@mail.ru

The main factors of economic socialization of young people in the region on the basis of employment revealed the gender of respondents, family life, higher education, health problems, interest in economic life, willingness to sacrifice their health for the sake of high earnings, personal labor activity and the active use of loans in consumer behavior. The main factors of disability revealed the belonging of respondents to the female sex without children, a high standard of living, a low level of education, and the absence of health problems.

The most popular (value-based) attitudes of the respondents are not the most significant factors of employment, and the area of labor relations in the region is not attractive for youth from the point of view of self-realization (a decrease in the indicator of employment with an increase in living standards).

Keywords: *factor, economic socialization, economic activity, youth.*

References

1. Denhart R. B., Jeffress P. W. (1971) *American Journal of Economics and Sociology*, vol. 30 (2), pp. 113—125.
2. Rinaldi E., Bonanomi A. (2011) *Italian Journal of Sociology of Education*, vol. 3, pp. 86—121.
3. Stacey B. (1982) *British Journal of Social Psychology*, vol. 21, pp. 159—71.
4. Abdukarimov B. G. (2013) *Novyy vzglyad. Mezhdunarodnyy nauchnyy vestnik,* vol. 2, pp. 138—146 [in Russ.].
5. Ankudinova Ye.V. (2009) *Vestnik YUUrGGPU*, vol. 9 [in Russ.].
6. Meshcheryakov B., Zinchenko V. (2004) Bol'shoy psikhologicheskiy slovar' [Big psychological dictionary]. Moscow, OLMA-PRESS [in Russ.].
7. Azrilyana A. N. (2002) Bol'shoy ekonomicheskiy slovar' [Big Dictionary of Economics]. Moscow, Institut novoy ekonomiki. 469 p. [in Russ.].
8. Vasil'yeva Ye. N. (2014) *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, vol. 8 (364), pp. 115—119 [in Russ.].
9. Vyatkin A. P. (2011) Psikhologiya ekonomicheskoy sotsializatsii lichnosti v usloviyakh izmenyayushchegosya obshchestva [Psychology of the economic socialization of the individual in a changing society]. St. Petersburg. 45 p. [in Russ.].
10. Gubanova M. I. (2003) Formirovaniye gotovnosti budushchego uchitelya k pedagogicheskomu soprovozhdeniyu sotsial'nogo samoopredeleniya starsheklassnikov [Formation of the future teacher's readiness for pedagogical support of high school students' social self-determination]. Kemerovo, KRIRPO. 236 p. [in Russ.].
11. Drobysheva T. V. (2018) *Vestnik MGOU*, vol. 1. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-sotsializatsiya-lichnosti-analiz-otechestvennyh-podhodov-k-ponimaniyu-fenomena, accessed 07.04.2020 [in Russ.].
12. Zemlyanskaya Ye.N. (2006) Sotsializatsiya mladshikh shkol'nikov v protsesse ekonomicheskoy podgotovki [Socialization of junior schoolchildren in the process of economic training]. Moscow, MGPU. 235 p. [in Russ.].
13. Kavkayeva N. V. (2010) Pedagogicheskoye obespecheniye ekonomicheskoy sotsializatsii studencheskoy molodezhi [Pedagogical support of economic socialization of student youth: PhD thesis]. Kemerovo. 221 p. [in Russ.].
14. Kovaleva A. I. (2004) *Znaniye. Ponimaniye. Umeniye*, vol. 1, pp. 139—143 [in Russ.].
15. Mudrik A. V. (2001) Obshcheniye v protsesse vospitaniya [Communication in the process of education]. Moscow, Pedagogicheskoye obshchestvo Rossii. 301 p. [in Russ.].
16. Mudrik A. V. (2005) Sotsializatsiya cheloveka: uchebnoye posobiye dlya studentov vysshikh uchebnykh zavedeniy [Human socialization: a textbook for students of higher educational institutions]. Moscow, Akademiya, 200 p. [in Russ.].
17. Nikolayeva Ye. M. (2006) Sotsializatsiya lichnosti kak problema sotsial'noy sinergetiki [Socialization of personality as a problem of social synergetics: PhD thesis]. Kazan. 44 p. [in Russ.].
18. Pomuran N. N. (2004) Etnopsikhologicheskiye osobennosti ekonomicheskoy sotsializatsii starsheklassnikov v sovremennykh usloviyakh (na primere staroobryadtsev Zabaykal'ya) [Ethnopsychological features of the economic socialization of high school students in modern conditions (on the example of the Old Believers of Transbaikalia): PhD thesis]. Irkutsk, 176 p. [in Russ.].
19. Revskaya N. Ye. (2001) Psikhologiya i pedagogika [Psychology and pedagogy]. St. Petersburg, Al'fa. 304 p. [in Russ.].
20. Sem'ya G. (1998) *Shkol'nyy ekonomicheskiy zhurnal*, vol. 5, pp. 25—31 [in Russ.].
21. Smelzer N. (1994) Sotsiologiya [Sociology]. Moscow, Feniks. 688 p. [in Russ.].
22. Taradanov A. A. (2018) Logika sotsial'nogo. Opyt teoreticheskoy rekonstruktsii antroposotsiogeneza [The logic of the social. An experience of theoretical reconstruction of anthroposociogenesis]. Chelyabinsk. 132 p. [in Russ.].
23. Taradanov A. A., Sizova YA.N., Ovchinnikov M. V. (2019) *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta. Sotsial'no-ekonomicheskiye i pravovyye issledovaniya*, vol. 5, no. 2, pp. 75—84 [in Russ.].
24. Fen'ko A.B. (2000) *Voprosy psikhologii*, vol. 2, pp. 94—102 [in Russ.].
25. Shaydullina R. M. (2012) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, vol. 1, pp. 231—242 [in Russ.].
26. Shapiro M. G. (2018) *Sotsial'nyye issledovaniya*, vol. 2, pp. 27—35 [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 70—77.

УДК 331.5; 338.2
ББК 65.240.5

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11008

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА РЫНОК ТРУДА

Е. И. Козлова

Липецкий государственный технический университет, Липецк, Россия

Анализируются изменения, происходящие на рынке труда в результате роста использования цифровых технологий. Методологической основой исследования выступает диалектический подход, дающий понимание взаимообусловленности технологических изменений, роста производительности труда, переосмысления трудовых навыков и трансформации структуры экономики. Обзор исследований, рассматривающих влияние цифровизации на американский и немецкий рынки труда, показывает неоднозначное воздействие цифровизации на занятость. Разнонаправленность обусловливаемых ею изменений не позволяет делать вывод о том, что общая занятость обязательно находится под угрозой. В то же время усложнение новых рабочих мест под влиянием цифровых технологий предопределяет необходимость приобретения работниками более широкого набора навыков, в том числе базовых цифровых навыков. Выявленные в ходе исследования взаимосвязи могут быть использованы для ускорения процессов цифровизации в российской экономике.

Ключевые слова: *цифровизация, рынок труда, занятость, безработица, дефицит квалифицированных кадров.*

Важной составной частью технологических процессов в современных обществах выступает цифровизация. И хотя термин «цифровая экономика» впервые был использован в научных исследованиях в 1995 г., базовое понятие «цифровизации» не имеет единого четкого определения. По мнению ведущего аналитика ИТ-индустрии Jason Bloomberg [1], основными можно рассматривать два подхода к раскрытию его содержания. В первом подходе (J. Scott Brennen, Daniel Kreiss) цифровизация рассматривается как способ «реструктуризации многих сфер социальной жизни и медиаинфраструктуры» по мере того, как происходит переход от аналоговых технологий к цифровым, в результате чего рабочие и досуговые домены становятся цифровыми.

Фокусирование внимания на изменениях в социальных взаимодействиях в процессе цифровизации является широко распространенным подходом. В исследовании Thomas Olsson отмечено, что применение информационно-коммуникационных технологий привело в взрывному росту различных социальных сетей и онлайн-коммуникационных приложений и позволило создать множество новых форм опосредованного социального взаимодействия между удаленными людьми [2. P. 29]. На активное проникновение цифровых технологий между людьми (например, через социальные сети, такие как Facebook) обращено внимание в исследовании Lambèr Royakkers [3. P. 128]. С 2014 г. в странах ЕС для оценки результатов цифровизации национальной экономики используется индекс цифровой экономики и общества DESI, который включает данные о развитии рынка широкополосной связи в ЕС, развитии человеческого капитала с точки зрения цифровых навыков, данные об использовании интернет-услуг для граждан, данные об интеграции цифровых технологий предприятиями, об электронном формате государственных услуг, а также данные об исследованиях и разработке информационно-коммуникационных технологий [4]. В частности, современная и надежная цифровая инфраструктура, обеспечивающая доступ к быстрому широкополосному соединению (включая фиксированную и мобильную связь), относится к ключевым социальным и экономическим услугам, предоставляемым в режиме онлайн. Из отчета по динамике DESI в 2019 г. следует, что в странах ЕС охват домохозяйств сетями NGA за год возрос с 83 до 86 %; за последние пять лет количество домохозяйств, имеющих фиксированную широкополосную подписку, увеличилось с 70 до 78 %; почти все европейское население охвачено сетями 4G [5. P. 13].

В исследованиях российских авторов также отмечается ведущее влияние цифровизации на социальные взаимодействия. Например, по мнению В. Г. Халина, Г. В. Черновой, в условиях цифровой экономики не просто происходит обработка больших объемов данных в цифровом виде, но и обес-

печивается доступ к ней широкого круга пользователей [6. С. 57].

Другой подход (содержится в ИТ-глоссарии Gartner Incorporated) связывает понятие цифровизации с использованием «цифровых технологий для изменения бизнес-модели и предоставления новых возможностей получения дохода и создания стоимости». Данный взгляд обосновывается тем, что бизнес-операции состоят из бизнес-процессов, которые цифровые технологии могут трансформировать [1].

Несмотря на разный акцент в определениях цифровизации, оба подхода, как считает Jason Bloomberg, взаимосвязаны, поскольку отражают влияние цифровизации на людей. Во втором подходе это происходит через изменение рынка труда, что убедительно обосновано в масштабном докладе сотрудников Брукингского университета Mark Muro, Sifan Liu, Jacob Whiton, Siddharth Kulkarni «Цифровизация и американская рабочая сила» [7]. Авторы исходят из того, что именно интеграция цифровых инструментов на рабочее место переосмысливает работу и трансформирует структуру всей экономики. Цифровые технологии обладают особым свойством, состоящим в усилении способности работников и фирм создавать добавленную стоимость за счет совершенствования организационных, аналитических и управленческих аспектов производства. Поэтому приобретение цифровых навыков в настоящее время является необходимым условием индивидуального, отраслевого и регионального успеха [7. P. 7—8].

Изменения на рынке труда под влиянием новых цифровых промышленных технологий (так называемой Индустрии 4.0) особенно заметны в странах с развитой экономикой. Например, Carl Benedikt Frey и Michael A. Osborne (2013), изучая автоматизацию профессий в США на основе экспертных оценок и структур профессиональной деятельности, пришли к выводу, что 47 % работников США заняты в профессиях, которые в ближайшие 10—20 лет с высокой вероятностью (> 70 %) могут быть автоматизированы [8]. Расчеты, проведенные Holger Bonin, Terry Gregory, Ulrich Zierahn по аналогичной методике для рынка труда Германии, показали, что доля таких работников в Германии составляет 42 % [9]. Вместе с тем Holger Bonin с соавторами считают, что потенциал технической автоматизации будет меньше, так как методикой не учитываются практические, юридические и этические препятствия при внедрении новых технологий. Кроме того, машины могут изменять рабочие места без их замены. Но даже если происходит потеря рабочих мест из-за автоматизации, то работники могут переводиться на решение других задач. В совокупности разнонаправленность таких изменений не позволяет делать вывод о том, что общая занятость обязательно находится под угрозой. Но поскольку общей тенденцией является усложнение новых рабочих мест, возникающих в результате автоматизации, по сравнению с рационализируемыми рабочими местами, необходима реализация мер в области повышения квалификации и переподготовки, в форсировании пожизненного обучения. Авторы отмечают, что более высокую нагрузку по адаптации к работе в условиях внедрения цифровых технологий несут малообеспеченные и низкоквалифицированные работники.

Дифференцированную картину воздействия цифровизации на занятость дает также прогноз, рассчитанный на основе количественного моделирования развития немецкого рынка труда по 23 отраслям обрабатывающей промышленности Markus Lorenz, Rainer Strack, Knud Lasse Lueth, Moritz Bolle [10]. За период 1997—2013 гг. в результате автоматизации и офшоринга численность рабочей силы в обрабатывающей промышленности Германии сократилась на 18 %. Но для периода 2015—2025 гг., по оценкам авторов, сокращение рабочих мест в сборочных производствах, производстве готовых металлических изделий в рассматриваемой перспективе будет сопровождаться превышающим приростом рабочих мест в области информационных технологий, аналитики, НИОКР и производствах, связанных с новыми бизнес-моделями Индустрии 4.0: около 610 000 и 960 000 мест соответственно. В более отдаленной перспективе сокращение рабочих мест людей будет связано с прогрессом в использовании искусственного интеллекта и передачей машинам таких когнитивных функций, как «обеспечение надзора за человеческими и автоматизированными работниками, обеспечение соблюдения правовых и нормативных требований и выполнение обязанностей по управлению персоналом» [10. P. 17]. На всех этапах внедрения новых цифровых промышленных технологий будет требоваться переподготовка рабочей силы, обеспечение более широкого набора навыков работников, а также ликвидация надвигающегося разрыва у работников в навыках информационных технологий [10. С. 7—8].

Вывод о сложности оценки воздействия новых технологий на рынок труда, трудностях очищения этого воздействия от других сопутствующих им-

пульсов ex-post и малой реалистичности массовой потери рабочих мест в экономике в целом с появлением цифровизации поддерживается также в исследовании Ulrich Walwei [11]. Актуальными проблемами немецкого рынка труда и других западных стран, обусловленными производством и использованием цифровых логических схем и производных от них технологий (включая компьютер, смартфон, Интернет), автор считает прежде всего структурные проблемы, такие как нехватка квалифицированных кадров, разрыв в квалификации между требованиями к работе и способностями работников, сохранение безработицы, неравенство в отношении форм занятости. Важность выдвинутых в работе Ulrich Walwei проблем для рынков труда ЕС подтверждается данными отчета DESI-2020. Значительная часть населения ЕС все еще не имеет базовых цифровых навыков, хотя большинство рабочих мест требуют таких навыков. В 2018 г. дефицит специалистов в области информационно-коммуникационных технологий составил 64 % в крупных предприятиях и 56 % в малых и средних [5].

Наиболее детальное описание положительных и отрицательных сторон цифровизации для рынка труда дается, на наш взгляд, в докладе «Цифровизация и американская рабочая сила» [7]. К положительному влиянию в исследовании отнесены такие эффекты, как:

— создание сотен новых профессий, ранее не существовавших (специалист по облачным сервисам, разработчик приложений, менеджер социальных сетей и др.);

— быстрый рост производства и производительности труда на рубеже 1990-х — 2000-х гг. (около 4 % в год в реальном выражении) за счет инвестирования средств в инструменты информационно-коммуникационных технологий и реинжиниринг бизнеса;

— увеличение производительности и заработной платы работников в отраслях, принимающих цифровые нововведения;

— улучшение общего функционирования рынка труда за счет более широкого использование онлайн-платформ подбора талантливых работников (Monster.com; LinkedIn) [Ibid. P. 8—9].

Отрицательные стороны цифровизации для рынка труда включают:

— рост занятости на нестандартных когнитивных и нестандартных ручных работах при неизменности уровня занятости на обычных работах всех видов;

— увеличение расхождения между заработной платой наиболее высококвалифицированных технических работников и всех остальных работников;

— сокращение рабочих мест среднего уровня квалификации в периоды спадов в ходе внедрения труд сберегающих технологий;

— неравномерное распределение цифровых навыков по профессиям;

— неравномерное распределение цифровых навыков по регионам страны;

— неравномерное распределение цифровых навыков по отраслям;

— неравномерное распределение цифровых навыков среди мужчин и женщин;

— неравномерное распределение цифровых навыков по расам [Ibid. P. 25—33].

Проведенное авторами доклада исследование рынка рабочей силы США за 2002—2016 гг. показало увеличение более чем втрое числа занятых в профессиях с высоким цифровым контентом (32 млн рабочих мест), 8%-ный прирост занятости в профессиях со средним цифровым контентом (66 млн рабочих мест) и сокращение на 26,2 % занятости в профессиях с низким цифровым контентом (41 млн рабочих мест). Цифровизация идет во всех отраслях, но степень и темпы ее в сильно различаются. Значительно более высокие цифровые показатели, чем остальная экономика, демонстрируют 50 отраслей, составляющих высокотехнологичный передовой промышленный сектор страны. Отраслями со средними и низкими уровнями цифровизации являются образование, транспорт и складирование, производство основных товаров и строительство [Ibid. P. 17—18].

Авторами исследования установлено, что работники с превосходными цифровыми навыками, как правило, получают более высокую заработную плату, чем аналогично образованные работники с более низкими цифровыми навыками, и они могут быть незначительно менее подвержены перемещению, вызванному автоматизацией. В частности, анализ показал наличие постоянной, статистически значимой надбавки к заработной плате за компьютерные навыки (почти удвоилась с 2002 г.), которая не может быть объяснена исключительно различиями в образовании. В целом работники высокоцифровых профессий зарабатывали значительно больше, чем работники профессий с низкими цифровыми навыками: в 2016 г. средняя годовая заработная плата работников высокоцифровых профессий достигла около 72 тыс. долл., работников на цифровых рабочих местах среднего уров-

ня — около 49 тыс. долл., работников на рабочих местах с низкими цифровыми позициями — около 31 тыс. долл. [Ibid. P. 21]. Закономерно, что и регионы с самыми высокими средними «цифровыми» баллами в 2016 г. имели и самые высокие уровни образования и средней годовой заработной платы (Сан-Хосе, Сан-Франциско, Вашингтон).

В то же время авторы исследования выявили, что наибольший рост рабочих мест был в профессиях, относящихся к верхним (компьютерные математические и бизнес-финансовые профессиональные группы) и низким цифровым позициям (личная гигиена, уборка, приготовление пищи, техническое обслуживание), а в профессиях со средним уровнем цифровых позиций (офисно-административные и образовательные профессии) — медленным. По мнению авторов исследования, это обусловлено, с одной стороны, активной заменой рутинных, повторяющихся задач в процессе компьютеризации во многих средних цифровых профессиях и, с другой стороны, повышением спроса на некоторые низкоцифровые профессии личного обслуживания, поддерживаемые повышенным спросом со стороны хорошо компенсированных высокоцифровых потребителей, а также сложностью автоматизации работы личного сервиса [Ibid. P. 24—25]. В целом же, по мнению авторов исследования, базовые цифровые навыки (например, базовое знание Microsoft Office) в настоящее время являются необходимым условием вхождения на рынок труда для людей всех уровней образования, так как в «будущем карьерный рост и новые рабочие места будут все более цифровыми» [Ibid. P. 50].

Проводимые за рубежом исследования по влиянию цифровизации на работников, отрасли и регионы базируются на анализе изменений в цифровом контенте профессий. Так, в докладе «Цифровизация и американская рабочая сила» анализ проводился в отношении 545 профессий, охватывающих 90 % рабочей силы во всех отраслях промышленности США с 2001 по 2015 г. Статистической базой анализа выступили данные проекта Occupation Information Network (O*NET), финансируемого Управлением занятости и профессиональной подготовки Министерства труда США [Ibid. P. 10]. В работе исследователей Бостонской консультативной группы «Человек и машина в Индустрии 4.0. Как технологии изменят рабочую силу в промышленности к 2025 году?» было изучено влияние 10 вариантов использования базовых цифровых технологий на эволюцию 40 групп рабочих мест в 23 отраслях промышленности Германии с привлечением 20 отраслевых экспертов. Эффект, определенный для одного рабочего места, затем экстраполировался на уровень предприятия, промышленности, смежных отраслей и в конечном счете на уровень всего производственного сектора Германии [10].

В России сегодня существуют некоторые проблемы формирования официальных статистических данных по вопросам трудовых ресурсов и рынка труда [12], поэтому оценки отечественных исследователей в данной области опираются на косвенные показатели. Чаще всего анализируется влияние цифровой экономики на ВВП России через динамику стоимостных объемов отдельных видов рынков — электронной коммерции, маркетинга, рекламы, инфраструктуры и связи, цифрового контента, динамику численности занятых в секторе информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) [13; 14]. Для оценки используются динамика расходов работодателей на информационные и коммуникационные технологии, изменение доли российских организаций, проводивших дополнительное обучение сотрудников в области информационно-коммуникационных технологий [15]. Предлагается оценка через процесс высвобождения низкоквалифицированных работников [16]. Обращается внимание на состояние производств, системы внедрения роботов [17].

По доле занятого населения, имеющего высшее образование, Россия имеет хорошие предпосылки для вхождения в цифровую экономику (рис. 1).

Положительной тенденцией является рост численности выпускников государственных образовательных организаций высшего образования, непосредственно ориентированных на цифровые технологии (прошедших обучение по направлению подготовки «Информатика и вычислительная техника»): с 2 чел. на 10 000 населения в 2010 г. до 8 чел. на 10 000 населения в 2018 г.[1]

Вместе с тем отмечено сокращение удельного веса занятых в секторе ИКТ в общей численности занятого населения: с 1,7 % в 2010—2017 гг. до 1,6 % в 2018 г. Факторы стагнации экономики страны под воздействием зарубежных санкций привели к существенному сокращению доли организаций, проводящих дополнительное обучение сотрудников в области ИКТ. В 2010 г. доля таких организаций составляла 9,8 %, в 2014 г. она сократилась вдвое — до 4,9 %[2]. При этом с 2011 г. и вплоть до 2013 г. происходило сокращение доли

[1] http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/monitor_rf.xls

[2] Данные за последующие периоды отсутствуют.

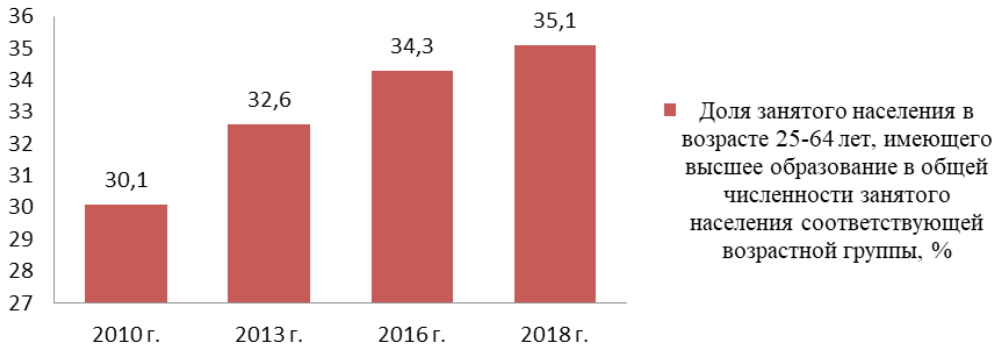


Рис. 1. Динамика занятого населения РФ с высшим образованием, 2010—2018 гг.

Источник: составлено автором на основе данных Мониторинга развития информационного общества в Российской Федерации (http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/monitor_rf.xls).

работников организаций, использовавших персональные компьютеры не реже одного раза в неделю, в общей численности работников списочного состава организаций (–9 %). С 2014 г. доля таких работников начала возрастать и составила в 2018 г. 45,1 % против 45,5 % в 2010 г.

Нельзя считать полностью удовлетворительными и показатели, характеризующие изменения в социальном взаимодействии в процессе цифровизации. Расширяется распространение более удобной подвижной радиотелефонной (сотовой) связи и сокращается телефонная плотность фиксированной связи (включая таксофоны) на 100 тыс. населения. Но темпы прироста сотовой связи (+18,3 %) существенно ниже темпов сокращения фиксированной связи (–33,7 %). Растет также доступ населения в Интернет: за 2010—2018 гг. общее количество абонентов фиксированного широкополосного доступа в Интернет увеличилось с 12,2 до 21,7 абонента на 100 чел. населения; число абонентов мобильного широкополосного доступа в Интернет — с 47,8 до 79,9 на 100 чел. населения.

В развитых странах цифровизация рассматривается как ключевая цель для достижения регионального и национального процветания. Цифровизация влияет на оплату труда, долговечность рабочих мест и экономический рост в целом. Поэтому для создания передовой экономики необходимо помочь населению повышать квалификацию именно цифровым способом.

Нам представляется, что основы такой подготовки во многом зависят от готовности учреждений образования к развитию на основе ИКТ. Как показывают данные Росстата, в настоящее время в этой сфере формируется положительный вектор развития только в сфере высшего образования (рис. 2). В сфере

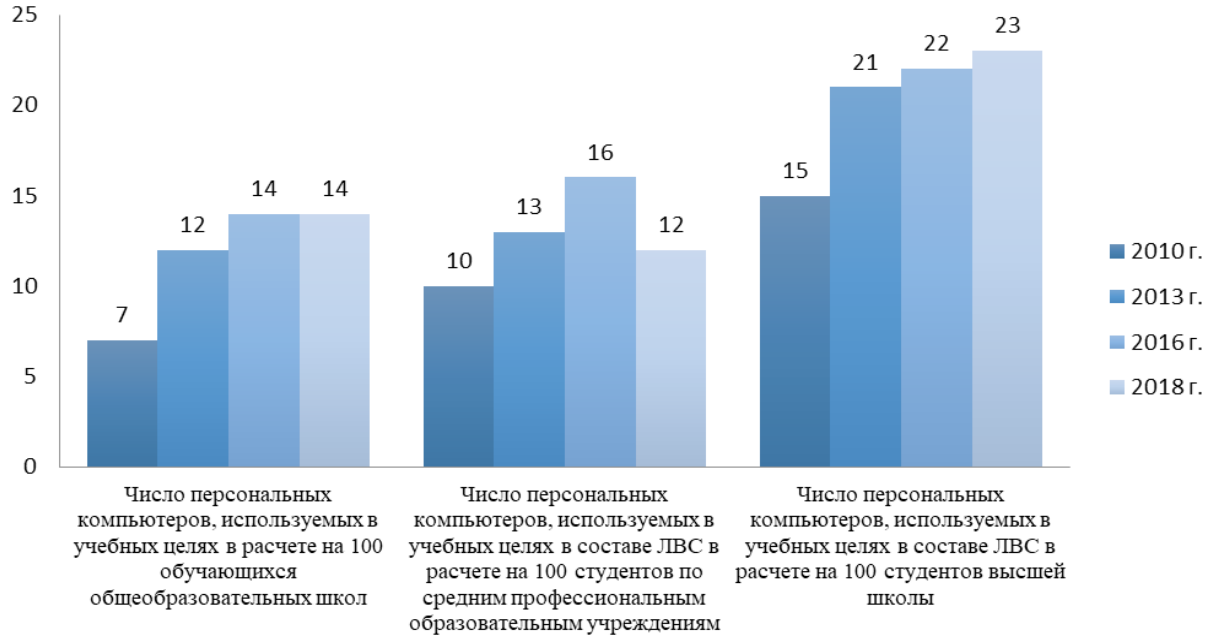


Рис. 2. Динамика готовности учреждений образования РФ к развитию на основе ИКТ по количеству персональных компьютеров, шт. на 100 обучающихся, 2010—2018 гг.

Источник: составлено автором на основе данных Мониторинга развития информационного общества в Российской Федерации (http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/monitor_rf.xls).

государственных и муниципальных образовательных учреждений в 2016—2018 гг. сложилась нулевая динамика, в сфере образовательных учреждениях среднего профессионального образования — отрицательная.

Поскольку сфера образования в России преимущественно финансируется государством, в условиях возрастания проникновения цифровых технологий во все сферы жизни общества существует необходимость усиления государственного регулирования экономики, направленного не только на рост макроэкономических показателей, но и «на формирование человеческого капитала и повышение эффективности его использования» [18. С. 37—38].

Таким образом, цифровизация является чрезвычайно важной тенденцией современного мира. Вездесущность цифровизации вызывает трудности в оценке ее влияния на рабочую силу и рынки труда — в перспективе могут происходить как изменения количественных параметров рынка труда, так и модификация практического формата взаимодействия между работниками и работодателями. Внедрение цифровых технологий, сопровождаясь возрастанием роли одних видов человеческого труда и обесцениванием других, усложняет прогнозирование занятости и безработицы уже в среднесрочной перспективе. Для принятия обоснованных решений требуется более детализированная информация о прогрессе и последствиях цифровизации для каждой профессии, отрасли и региона в целом.

Россия сегодня имеет низкую долю занятых в секторе информационно-коммуникационных технологий. В перспективе овладению населением базовыми цифровыми навыками может способствовать активное дооснащение образовательных учреждений всех уровней персональными компьютерами для осуществления учебного процесса в расчете на 100 обучающихся (студентов).

Список литературы

1. Bloomberg J. Digitization, Digitalization, And Digital Transformation: Confuse Them At Your Peril // Forbes. 2018. Apr. 29.

2. Olsson T., Jarusriboonchai P., Woźniak P., Paasovaara S., Väänänen K., Lucero A. Technologies for Enhancing Collocated Social Interaction: Review of Design Solutions and Approaches // Computer Supported Cooperative Work (CSCW). 2020. Vol. 29. P. 29—83.

3. Royakkers L., Timmer J., Kool L., Est R. Societal and ethical issues of digitization // Ethics and Information Technology. 2018. Vol. 20. P. 127—142.

4. The Digital Economy and Society Index (DESI). URL: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi (дата обращения 20.08.2020).

5. Digital Economy and Society Index 2020. Thematic chapters. Full European Analysis. URL: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-economy-and-society-index-desi-2020 (дата обращения 20.08.2020).

6. Халин В. Г., Чернова Г. В. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Управленческое консультирование. 2018. № 10. С. 46—63.

7. Muro M., Liu S., Whiton J., Kulkarni S. Digitalization and the American workforce. Metropolitan Policy Program of Brookings. Washington: Brookings. 2017. 60 p.

8. Frey C. B., Osborne M. A. The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? Oxford: University of Oxford. 2013. 72 p.

9. Bonin H., Gregory T., Zierahn U. Übertragung der Studie von Frey/Osborne (2013) auf Deutschland. Berlin: Mannheim, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW). 2015. 50 p.

10. Lorenz M., Rüßmann M., Strack R., Lueth K. L., Bolle M. Man and machine in Industry 4.0. How will technology transform the industrial workforce through 2025? Boston: BCG. 2015. 22 p.

11. Walwei U. Digitalization and structural labour market problems: The case of Germany. ILO Research Paper № 17. Nuremberg: International Labour Office. 2016. 46 p.

12. Kozlova E. I., Novak M. A. Information Opportunities of the Digital Economy in the Process of Forecasting the Region's Labor Resources // Advances in Economics, Business and Management Research. 2020. Vol. 138. P. 457—462.

13. Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Г. Л. Волкова, Л. М. Гохберг [и др.]. Индикаторы цифровой экономики: 2018: стат. сб. М.: НИУ ВШЭ, 2018. 268 с.

14. Дигилина О. Б., Тесленко И. Б. Трансформация рынка труда в условиях цифровизации // Вестник РГГУ: Сер.: Экономика. Управление. Право. 2019. № 4. С. 166—180.

15. Колосова Р. П., Луданик М. В. Новая архитектура российского рынка труда в условиях цифровой экономики // Социально-экономическое развитие организаций и регионов Беларуси: сб. науч. ст. Витебск, 2018. С. 100—108.

16. Коновалова Т. Л. Российский рынок труда в условиях цифровой трансформации // Профессиональная ориентация: электрон. науч. журн. 2019. № 2. С. 15—20. URL: www.careerjourney.ru (дата обращения 25.08.2020).

17. Сенокосова О. В. Воздействие цифровизации на рынок труда России // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. № 10-2. С. 81—83.

18. Герсонская И. В. Обновление научного инструментария государственного регулирования национальной экономики // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 2 (436). Экономические науки. Вып. 68. С. 34—42.

Сведения об авторе

Козлова Елена Ивановна — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики Липецкого государственного технического университета, Липецк, Россия. kozlova.e.i@kzlvs.com

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 70—77.

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE LABOR MARKET

E. I. Kozlova

Lipetsk State Technical University, Lipetsk, Russia. kozlova.e.i@kzlvs.com

Digitalization is an extremely important trend in the modern world. The changes taking place in the labor market as a result of the growth in the use of digital technologies are analyzed. The methodological basis of the study is the dialectical approach, which gives an understanding of the interdependence of technological changes, growth in labor productivity, rethinking labor skills and transforming the structure of the economy. A study of the impact of digitalization on the American and German labor markets research has shown the controversial impact of digitalization on employment. The multidirectionality of the changes it causes does not allow us to conclude that general employment is necessarily under threat. At the same time, the increasing complexity of new jobs under the influence of digital technologies predetermines the need for workers to acquire a wider range of skills, including basic digital skills. The relationships identified during the study can be used to accelerate digitalization processes in the Russian economy.

Keywords: *digitalization, labor market, employment, unemployment, shortage of qualified personnel.*

References

1. Bloomberg J. (2018) *Forbes*, Apr 29.

2. Olsson T., Jarusriboonchai P., Woźniak P., Paasovaara S., Väänänen K., Lucero A. (2020) *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, vol. 29, pp. 29—83.

3. Royakkers L., Timmer J., Kool L., Est R. (2018) *Ethics and Information Technology*, vol. 20, pp. 127—142.

4. The Digital Economy and Society Index (DESI). Available at: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi, accessed 20.08.2020.

5. Digital Economy and Society Index 2020. Thematic chapters. Full European Analysis. Available at: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-economy-and-society-index-desi-2020, accessed 20.08.2020.

6. Khalin V. G., Chernova G. V. (2018) *Upravlencheskoye konsul'tirovaniye*, no. 10, pp. 46—63 [in Russ.].

7. Muro M., Liu S., Whiton J., Kulkarni S. (2017) Digitalization and the American workforce. Metropolitan Policy Program of Brookings. Washington, Brookings. 60 p.

8. Frey C. B., Osborne M. A. (2013) The future of employment: how susceptible are jobs to computerisation? Oxford, University of Oxford. 72 p.

9. Bonin H., Gregory T., Zierahn U. (2015) Übertragung der Studie von Frey/Osborne (2013) auf Deutschland. Berlin, Mannheim, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW). 50 p.

10. Lorenz M., Rüßmann M., Strack R., Lueth K. L., Bolle M. (2015) Man and machine in Industry 4.0. How will technology transform the industrial workforce through 2025? Boston, BCG. 22 p.

11. Walwei U. (2016). Digitalization and structural labour market problems: The case of Germany. ILO Research Paper № 17. Nuremberg, International Labour Office. 46 p.

12. Kozlova E. I., Novak M. A. (2020) *Advances in Economics, Business and Management Research*, vol. 138, pp. 457—462.

13. Abdrakhmanova G. I., Vishnevsky K. O., Volkova G. L., Gokhberg L. M. [et al.] (2018) Indikatory tsifrovoy ekonomiki: 2018: statisticheskiy sbornik [Indicators of the digital economy: 2018: statistical collection]. Moscow, Higher school of Economics. 268 p. [in Russ.].

14. Digilina O. B., Teslenko I. B. (2019) *Vestnik RGGU: Seriya «Ekonomika. Upravleniye. Pravo»*, no. 4, pp. 166—180 [in Russ.].

15. Kolosova R. P., Ludanik M. V. (2018) *Sotsial'no-ekonomicheskoye razvitiye organizatsiy i regionov Belarusi*. Pp. 100—108 [in Russ.].

16. Konovalova T. L. (2019) *Professional'naya oriyentatsiya. Elektronnyy nauchnyy zhurnal*, no. 2, pp. 15—20. Available at: www.careerjourney.ru, accessed 25.08.2020 [in Russ.].

17. Senokosova O. V. (2018) *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika*, no. 10-2, pp. 81—83 [in Russ.].

18. Gersonskaya I. V. (2020) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, vol. 68, no. 2 (436), pp. 34—42 [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 78—87.

УДК 336.14 **DOI 10.47475/1994-2796-2020-11009**
ББК 65.261.41-18 (4ГЕМ)

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВО-БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В ГЕРМАНИИ

Н. З. Зотиков, О. И. Арланова, М. В. Львова
Чувашский государственный университет им. И. Н. Ульянова, Чебоксары, Россия

Работа выполнена в рамках гранта РФФИ № 18-010-00357 на тему
«Совершенствование налогово-бюджетного механизма и его влияние на экономику региона» на 2018—2020 гг.

Актуальность исследования заключается в том, что Германия, как и Россия, является федеративным государством, а также отличается весьма непростой налоговой системой. Особый интерес представляет то, что с помощью действующей налоговой системы в Германии достигнут высокий уровень экономического развития и благосостояния жителей страны. Цель исследования — изучить и применить в России опыт налогово-бюджетного регулирования Германии. Являясь федеративным государством, как и Россия, Германия имеет три уровня бюджета: федеральный, бюджет земель и бюджет общин. В отличие от России в Германии налоговые поступления перераспределяются через федеральный бюджет в пользу бедных территорий, то есть осуществляется вертикальное и горизонтальное выравнивание бюджетов. При наличии всякого рода расхождений налоговые системы рассматриваемых стран имеют одинаковые характеристики. В федеративной Германии налоговая система базируется на принципе множественности налогов (их более 40 видов), как и российская. И в России, и в Германии налоги делятся на федеральные, региональные и местные, которые впоследствии в разных пропорциях поступают в различные бюджеты. Таким образом, система налогообложения Германии для российских законодателей на пути реформирования налоговой системы имеет особый интерес. Детальное изучение германской налоговой системы, безусловно, может послужить подмогой для модернизации налогово-бюджетного регулирования в России.

Ключевые слова: *налогово-бюджетное регулирование, принципы налогообложения, прогрессивная ставка, необлагаемый минимум, налоговые вычеты, налоговая нагрузка.*

Германия является сердцем Европы и отличается весьма непростой налоговой системой, с высокими стандартами жизни, стабильной экономикой, прекрасной инфраструктурой, безопасностью, экологией и высокими социальными гарантиями, высокими доходами населения. Единственное, что вызывает у жителей Германии определенное недовольство, это их налоговая система: около 70% всего государственного бюджета пополняются за счет налоговых поступлений от граждан. Однако на общем благополучии доходов граждан эти взыскания сильно не сказываются: взамен государство предоставляет налогоплательщикам надежные социальные гарантии.

Законом «Порядок взимания налогов» — Abgabenordnung — определены принципы и общие условия налогообложения, виды налогов, распределение налогов между бюджетами различных уровней.

Ставки налогов в Германии являются прогрессивными. Размер отчислений зависит не только от объема доходов, но и от уровня благосостояния отдельно взятого региона. За счет более высоких налогов в развитых землях, например в Баварии, правительство дотирует экономику менее успешных членов федерации, в частности Саксонию.

В. А. Орлова и О. В. Мелентьева в своей работе отмечают, что «в сфере налогообложения современной налоговой системе Германии присущи следующие положительные черты: логичность налогообложения и полнота выполнения фискальной функции налогов в связи с высокой самодисциплиной плательщиков, профессионализм персонала фискальных органов исполнительной власти, относительная нейтральность налогов, оказывающих влияние на бизнес; высокий уровень совершенства и эффективности фискально-административных технологий» [1].

В Германии действует многообразная и разветвленная система налогов. Процентная ставка устанавливается отдельно в каждом из регионов. Чем богаче регион, тем больше налоговая нагрузка на его жителей. Также разделяют здесь на классы и самих людей, на каждый класс рассчитана разная налоговая нагрузка.

Налоговая система Германии имеет типичное для многих стран разделение на прямые и косвенные налоговые платежи. Прямые — это платежи, при взимании которых тот, кто рассчитывает налог и фактически уплачивает налог, является одним и тем же лицом:

корпоративный, подоходный, на дарение и наследство, земельный, промысловый.

Косвенные — это такие платежи, когда плательщик налога перекладывает обязанность по уплате налога на покупателя: местный налог на пиво, НДС, акцизы.

Уплачиваются в Германии специфические налоги:

— налог на дождь — его платят только жители тех местностей, где дождь может нанести большой вред, и, чтобы этого избежать, во время дождя работают специальные службы, задействованы большие очистные системы и т. п.;

— налог на пользование «Гуглом» с целью размещения в Сети уникального контента;

— сбор за радио — он введен с целью поддержки немецкого радио и телеканалов. Платить нужно за каждую единицу техники, которая есть дома.

Установление новых налогов в Германии преследует регулирующие цели, а также решает социальные задачи. Например, резкое увеличение акциза на табак привело к увеличению некурящих. Налог на солидарность в размере 5,5% от общей суммы подоходного сбора введен с целью максимально уравнять благополучие на всей территории страны, выступает как своеобразная плата за воссоединение страны.

При тщательном исследовании можно выявить схожие черты налоговых систем двух стран и различия.

В ходе проводимого исследования рассмотрим особенности налоговой системы Германии, налогообложения юридических лиц, физических лиц, в том числе подоходного налогообложения физических лиц.

Одной из важных особенностей немецкой системы налогообложения является ее разделение на три уровня: федеральные, земельные и коммун. При этом федеральные налоги составляют около 48% всей суммы налоговых доходов, налоги земель — около 34%, налоги коммун — около 13% налоговых доходов.

По мнению Х. Циммерманна, «промысловый налог и налог на доходы, работая совместно, создают предпосылки для балансирования интересов коренного населения и предпринимательского сообщества» [2].

Для каждого субъекта определены свои виды налогов, которыми они могут распоряжаться исходя из Конституции и специальных законов о формировании бюджета.

Налоговая система Германии основывается на следующих принципах:

• все налоги делятся на три основные группы:

— на доход (подоходный налог с физических лиц, налог на прибыль предприятий, налог на хозяйственную деятельность); они составляют до 40% всех налоговых поступлений;

— на имущество (налог на землю, налоги на дарение и наследство);

— на потребление и сделки (налог на приобретение имущества и НДС) — налоги на все сделки, реализуемые на территории Германии, а также на потребление. Они составляют 25% от общей суммы бюджета;

• максимальный минимализм (при уровне жизни в Германии эти налоги действительно считаются минимально необходимыми);

• развитие конкуренции. Налоги служат только одной цели — развитию, стимулированию прогресса;

• справедливость распределения доходов;

• следование принципам структурного распределения (ставки меняются от субъекта к субъекту, учитывая экономические особенности того или иного региона);

• конфиденциальность;

• в немецкой налоговой системе действует принцип: «налоги должны соответствовать величине услуг, оказываемых государством», за счет средств налогоплательщиков развивается социальная сфера (здравоохранение, образование и т. п.).

В Германии установлена жесткая ответственность за неуплату налогов. Налоги в Германии одни из самых больших в Европе. В Германии налоги уплачиваются физическими лицами в бюджет по месту проживания. В стране действует строгая ответственность за неуплату налога: от штрафа до лишения свободы.

Д. Ю. Петрова считает, что «всеобъемлющий финансовый контроль за денежными операциями населения со стороны налоговых служб, а через них и со стороны правоохранительных органов и спецслужб в странах с развитой рыночной экономикой стал возможен на основе бурного развития систем безналичных расчетов с широким использованием компьютерных систем» [3].

В Германии субъектом преступления уклонения от уплаты налогов с физического лица, как отмечает в своей работе Т. А. Шукшина, может быть «любое ответственное физическое лицо (может быть как налогоплательщик лично, так и его законные и уполномоченные представители), на которое возложена обязанность по исчислению и уплате в соответствующий бюджет налогов и (или) сборов, а также по представлению в налоговые органы налоговой декларации и иных документов, необходимых для осуществления налогового контроля, представление которых в соответствии с законодательством является обязательным» [4].

Современная налоговая система Германии предусматривает два основных налога: подоходный налог

и НДС, причем на долю подоходного налога приходится не менее 40% доходов бюджета.

По мнению А. С. Жарова, «налоговая система построена таким образом, что наиболее крупные источники могут формировать несколько бюджетов (два или три) одновременно, причем они обеспечивают при этом финансирование всех трех уровней управления. Это находит подтверждение в процессе распределения подоходного налога, который распределяется между всеми уровнями в следующей пропорции: 42,5% получает федеральный бюджет, 42,5% направляется в региональный бюджет, 15% получает община (местный бюджет)» [5]. НДС также распределяется по трем бюджетам в меняющихся исходя из ситуации в пропорциях. Общая сумма налоговых поступлений делится примерно на следующие части: федерация — 48%, земли — 34%, общины — 13%. Этим усиливается регулирующая функция, которая возложена на немецкие налоги, и повышается социальная направленность самой налоговой системы Германии.

В России же преобладает доля налоговых доходов в федеральном бюджете, что является следствием закрепления за федеральным бюджетом более значимых налогов. Налоговая система России не предусматривает распределение налогов одновременно по трем бюджетам, в редких случаях в два бюджета: федеральный и региональный. В местные бюджеты зачисляются два налога: налог на имущество физических лиц и земельный налог, а также спецрежимы: ЕСХН, ЕНВД, которые составляют не более 25—30% всей суммы их налоговых доходов. При этом НДС стал полностью закрепленным за федеральным бюджетом, преобладает фискальная функция и полностью отсутствует регулирующая функция данного налога, налог на прибыль в местный бюджет вообще не поступает. Все это ведет к дотационности большинства региональных и местных бюджетов страны, широкому применению безвозмездных поступлений с целью покрытия дефицита бюджетов.

В Германии, как указано выше, применяется не только вертикальное, но и горизонтальное выравнивание доходов. В России наиболее весомые налоги закреплены за федеральным бюджетом, в бюджетах регионов и местных закрепленные за ними налоги не обеспечивают выполнение ими возложенных на них полномочий.

В российской налоговой системе преобладает двойное налогообложение. Так, налогом на добавленную стоимость облагаются прибыль, страховые взносы. Добавленная стоимость включает амортизацию, а также все прямые налоги, включаемые в себестоимость, дополнительно облагаются НДС, что приводит к необоснованному увеличению косвенного налогообложения в России.

Налоговая система любой страны является отражением действующего в стране предпринимательского климата. Для оценки легкости ведения бизнеса и общего уровня делового климата в странах мира Всемирным банком создан специальный рейтинг — Doing Business [6]. По состоянию на 2020 г. в рейтинг входят 190 стран мира.

Индекс легкости ведения бизнеса (рейтинг Doing Business) рассчитывается на основе десяти индикаторов, отражающих состояние экономики и бизнеса в стране, в том числе налоги на бизнес. Согласно данным рейтинга, Германия в 2020 г. находится на 22-м месте (в части налогообложения — на 46-м), Россия — на 28-м. Таким образом, цели и задачи «майских указов» 2012 г. президента РФ по вхождению в 2018 г. в топ-20 стран рейтинга Doing Business остаются невыполненными.

Для сравнения налоговых систем Германии и России необходимо привести основные показатели экономического и социального развития. В настоящее время в списке самых сильных экономик и ведущих стран по развитию промышленности: Германия занимает 4-е место в мире, а Россия — 11-е. Если говорить о сравнении экономик, то европейское государств, безусловно, лидирует по многим показателям (табл. 1).

Таблица 1

Основные социально-экономические показатели России и Германии*

Места в мировом рейтинге	Россия	Германия
По объему ВВП (номиналу)	12	4
По ВВП на душу населения	64	18
ВВП в трлн	€1,507	€3,640
ВВП на душу населения	€10 272	€43 920
Индекс качества жизни	5,31	7,38
Инфляция	3%	1,72%
Уровень безработицы	5%	3,1%
Международный долг в трлн	€46,4 млрд	€1,829
Площадь в кв. км	17 125 191	357 385
Население (млн чел.)	146	83
Плотность населения на 1 кв. км	8,5	232
Количество городов	1117	2056
Ставки по основным налогам,%:		
— корпоративный	20	31—32
— НДФЛ	13	19—45
— НДС	0—20	7—19

* Составлено авторами.

Как следует из приведенных в табл. 1 данных, Россия занимает: по ВВП 12-е место (Германия — 4-е), по ВВП на душу населения — 64-е и 18-е места (в России ниже уровня Германии более чем в 4 раза), Россия превосходит Германию по площади в 48 раз, уступает по плотности населения в 34 раза, по количеству городов в 1,8 раза.

Качество жизни в Германии выше, чем в России. В стране большую заботу проявляют о малообеспеченных солях населения: для них действует минимальный порог дохода €1795 при прожиточном минимуме €347—580. В 2020 г. средняя зарплата в РФ — €540, в Германии — €3070.

Согласно Конституции Германии в стране применяются различные ставки: прогрессивные, регрессивные, пропорциональные, причем преобладают налоги с прогрессивными ставками: чем больше налоговая база, тем выше ставка налога.

В России взимаются 15 налогов и сборов, в Германии — около 45, их количество зависит от региона.

Как во всем мире, в России и Германии происходят качественные изменения налоговых систем. Если в 2007 г. по уровню сложности налоговой системы Германия занимала 67-е место в мире (Россия — 130-е), то в настоящее время Германия находится на 46-м [15]. При этом по ставке подоходного налога Россия занимает 7-е место в мире.

В России и других станах с федеративным устройством важным является вопрос разграничения полномочий между бюджетами различных уровней. В Германии в результате проведенной реформы этот вопрос разрешен следующим образом: право получать налоги осталось исключительно за государством, то есть налоговая система стала централизованной.

«При разработке налоговой политики Л. Эрхард исходил из того, что надо постепенно уменьшать налоговое бремя, а это возможно только при стабилизации расходов (как государственных, так и местных), с одной стороны, и повышения производительности труда — с другой» [7].

В Германии для юридических лиц существуют два базовых налога:

— НДС. Стандартная ставка — 19% от цены проданного товара, льготная ставка — 7% (продукты питания, гостиницы, компании, осуществляющие пассажирские перевозки, и др.). При этом вся сумма от коммерческой деятельности облагается в размере 19%, исключаются средства, оплаченные поставщикам за сырье и материалы. В торговле облагается торговая наценка. Экспорт не облагается совсем;

— налог на прибыль (промысловый налог) местного (ставка 15,825%),и федерального (от 15 до 20% в зависимости от административно-территориальной единицы) уровней. Цель разделения на данные виды — стимулирование развития регионов (см. также табл. 2).

Таблица 2

Другие налоги, уплачиваемые юридическими лицами в Германии*

Налог	Ставка, %	Примечание
На приобретение недвижимости	3,5—5,0 от стоимости покупки	Налог уплачивается покупателем после переоформления недвижимости на себя, впоследствии — налог на имущество. Покупка стоимостью менее 20 000 евро не облагается налогом
Поземельный	1,2	Ставка едина для всех наделов
На автомобили	от 6,75 до 7,58 евро	На 100 куб. см двигателя. Разнятся в зависимости от его типа (бензиновый или дизельный) и от стандарта экологичности евро-0 до евро-6
На процентные доходы	26,375	Облагается прибыль в компаниях AG и GmbH, в которых доля капитала принадлежит юридическому лицу. Налог уплачивается на процентные доходы и дивиденды с ценных бумаг и депозитов
На потребление, на суммы сделок		Применяется ко всем операциям. Средства, полученные от налога на объемы потребления, направляются преимущественно в федеральный бюджет. В бюджет муниципалитета поступает акциз на пиво
Сбор за владение автотранспортом		Налог не уплачивается за машину, владелец которой въехал из-за рубежа с целью туризма. Если автомобиль с двигателем, который является экологически чистым, то налог не уплачивается. При расчете налога учитываются возраст машины, тип и объем двигателя и т. п.
На «Гугл»		В 2020 г. парламент Германии принял закон, обязывающий новостные агрегаторы и поисковые системы, которые перепечатывают новости, выплачивать авторам первоисточников компенсацию
Акцизы		На табачные изделия, кофе, пиво, нефтепродукты и т. п.

* Составлено авторами.

В Германии физические лица несут значительную налоговую нагрузку, о чем свидетельствуют данные табл. 3.

Более подробно рассмотрим подоходный налог, являющийся в Германии одним из бюджетообразующих.

Налогом облагаются заработные платы, дивиденды, доход от частного предпринимательства, прибыль от сдачи жилья в аренду, дополнительный доход самозанятых лиц. Подоходный налог является единственным из перечисленных выше налогов, который распределяется между тремя уровнями, а не двумя: в центральный — 42,5 %, в бюджет земель — 42,5 %, в бюджет вотчин — 15,0 %. Если гражданин является подданным другого государства и доход возник на территории Германии, с него уплачивается налог по ставке, действующей в Германии. Размер ставки зависит от налогового класса физического лица:

- зона 1 (нулевая зона): доход в этой зоне не облагается налогом;
- зона 2 (линейная): от 14 до 24 %;
- зона 3 (линейная): от 24 до 42 %;
- зона 4 (фиксированная): 42 %;
- зона 5 (фиксированная): 45 %.

После расчета налогового платежа к нему добавляется «налог солидарности» в размере 5,5 %.

Налоговый класс, присвоенный плательщику, определяет сумму денежных средств, которую ему придется перечислить в госбюджет в виде налогов. Например, к 1-му классу относятся холостые мужчины и незамужние женщины (одинокие лица, без

Таблица 3

Основные налоги для физических лиц в Германии

Налог	Ставка, %	Примечание
Земельный	Плавающая	Рассчитывается на основании установленной условной ценности земли
Промысловый	От 14 до 17	Платят физические лица, занимающиеся торговой или коммерческой деятельностью. Не облагается доход размером до 24 500 евро/год
На недвижимость	От 3,5 до 6,5	Уплачивается в разовом порядке покупателем жилья, размер налога зависит от региона расположения объекта недвижимости
Инвестиционный заработок и прирост капитала	25	
Церковный налог	8—9 от размера НДФЛ, но не более 3,5 от суммы доходов	Уплачивает лицо, если оно относит себя к какой-либо церкви. Ставка зависит от конкретной федеральной земли. Законодательством предусмотрена возможность отказаться платить этот сбор на основании заявления в паспортный стол
Солидарности	5,5 от общей суммы подоходного сбора	Этот налог платят и предприниматели
На домашних животных	150—300 евро	Не процентная ставка, а фиксированная сумма в зависимости от потенциальной опасности для окружающих
Социальные сборы:	% от брутто-зарплаты	Все эти сборы уплачиваются совместно работником и работодателем
— обязательное медстрахование	14,6	Лечение в этом случае бесплатное. Страховка покрывает услуги стоматолога, стационар и лекарства
— обязательное пенсионное страхование	18,6	Пенсионные отчисления при максимальном значении достигают 67 %. Для иностранцев есть возможность при возврате на родину запросить свою немецкую пенсию обратно
— обязательное страхование на случай потребности в уходе	3,05	Страхование от беспомощности для оплаты нахождения в домах престарелых для будущих пенсионеров
— страхование на случай безработицы	2,5	Выплаты по безработице доступны тем лицам, которые делали отчисления хотя бы год за последние пять лет и зарегистрировались в немецком управлении труда
— солидарный вклад	2,55	За счет вкладов государство содержит инвалидов, сирот
На дарение и наследование	Ставки зависят от уровня родства, суммы имущества и класса	1-й класс родства — дети, супруги, внуки, бабушки, дедушки: если сумма меньше 75 тыс. евро, то ставка — 7 %, до 300 тыс. — 11 %, до 600 тыс. — 15 %; 2-й класс родства — родители, братья, сестры, племянницы и племянники: до 75 тыс. — 15 %, до 300 тыс. — 20 %, до 600 тыс. — 25 %

детей); к 6-му классу — лица, ведущие трудовую деятельность на нескольких предприятиях (лица, работающие на двух работах или имеющие дополнительный доход).

Ставка налога для семейных пар в Германии намного ниже, чем для холостяков. Самый невыгодный класс — шестой: здесь налоговые отчисления самые большие.

Из дохода вычитаются расходы, связанные с получением дохода, включая расходы на пользование общественным транспортом, социальную помощь, на пожертвования и т. п.

В России некоторые виды доходов физических лиц также не облагаются налогом (ст. 217 НК РФ) или снижаются.

В трудовом договоре, заключенном между физическим лицом и фирмой, указывается брутто-зарплата. В эту сумму входят подлежащие удержанию в будущем налоги и социальные взносы. В 2019 г. действовал необлагаемый налогом доход в сумме 8820 евро, с 2020 г. — 9168 евро/год (табл. 4).

Если физическое лицо проживает на территории Германии более 6 месяцев, оно декларирует свои доходы (это является обязательным для физических лиц, относимых к 3,4,5 и 6-му классам). За несвоевременную подачу декларации установлен штраф в размере от 10 % от суммы налога, но не более €25 000.

Законодательством Германии предусмотрено право супругов выбирать как совместное, так и раздельное налогообложение.

В России НДФЛ взимается по основной ставке 13 %. Кроме этого, работодатель начисляет на заработную плату работника страховые взносы в размере 30 %, в том числе: в ПФР — 22 %; на обязательное социальное страхование по временной нетрудоспособности — 2,9 %; в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования — 5,1 %.

Что касается обязательных пенсионных и других социальных отчислений в Германии, то их уплачивает как работодатель, так и работник (табл. 5).

Как отмечает Ю. В. Печатнова, «высокоразвитая социальная инфраструктура Германии объясняется многоуровневой системой налоговых взносов. Получается, что сами граждане, выплачивающие различные взносы, обеспечивают развитие социальной сферы страны, а государство устанавливает налоговые ставки с целью справедливого перераспределения налоговой нагрузки между гражданами Германии» [8].

Проведем сравнение налоговой нагрузки на работника и работодателя в Германии и России на условном примере (табл. 6).

Работодатель в России потратит всего 39 060 руб., в том числе на заработную плату работнику — 30 000 руб., страховые взносы — 9 060 руб.

Таблица 4

Ставки подоходного налога с физических лиц в Германии*

Размер зарплаты, евро	Ставка налога, %	Справочно: в рублях российских (курс на 26.08.2020 — 89,27 руб. за 1 евро)
До 9169	Не облагается	818 516
9169—13 966	14	818 516—1 246 745
13 967—54 949	24	1 246 834—4 905 297
54 950—260 532	42	4 905 386—23 257 691
Свыше 260 532	45	23 257 691

* Составлено авторами.

Таблица 5

Страховые взносы в Германии

Страховые взносы	Ставка, %		
	Всего	В том числе	
		Работодатель	Работник
Пенсионное страхование	18,60	9,350	9,350
Медицинское страхование	14,60	7,300	7,300
Страхование от безработицы	3,00	1,500	1,500
Страхование при потере трудоспособности	2,35	1,174	1,174

* Составлено авторами.

Таблица 6

Страховые взносы в Германии и России*

Показатель	Германия (евро)		Россия (руб.)	
	Работник	Работодатель	Работник	Работодатель
Начисленная заработная плата	4000		30 000	
Подоходный налог	711		13 % — 3900	
Взносы в ПФР	9,35 % (374)	9,35 % (374)		22 % — 6600
Взносы в ФСС				2,9 % — 870
Взносы в ФФОМС	7,3 % (292)	7,3 % (292)		5,1 % — 1530
Взносы на травматизм				0,2 % — 60
Страхование от безработицы	1,5 % (60)	1,5 % (60)		
Налог на солидарность	5,5% от 711 (39,10)			
На руки работнику	2523,9	726	26 100	12 960 (с НДФЛ)

* Составлено авторами.

(30,2 %). Таким образом, работник получит на руки 66,8 % от того, что потратит работодатель (26 100 : (30 000 + 9060) × 100 %)).

В Германии после вычета страховок вычитаются налоги: подоходный налог, налог на солидарность, церковный налог (8—9 %).

В примере допустим, что зарплата холостого атеиста 4000 евро в месяц (налоговый класс 1).

Работник Германии получит на руки 2523,9 евро, а работодатель потратит 4726 евро (зарплата и страховые взносы). То есть работник получит 53,5 % от той суммы, которую потратит работодатель.

Налоговая нагрузка составит:

- на работника Германии:

$$(4\,000—2\,523{,}9): 4\,000) =$$
$$= (1\,476{,}1: 4\,000) \times 100\,\% = 36{,}9\,\%;$$

- на работника в России:

$$(3900 : 30\,000) \times 100\,\% = 13\,\%$$

(то есть на уровне ставки НДФЛ).

Таким образом, налоговая нагрузка на работника в Германии в 2,8 раза выше, чем на работника в России, при этом заработная плата в Германии выше, чем в России. При курсе 89,27 руб. за евро (на 26.08.2020) начисленная зарплата в Германии в 11,9 раза выше, чем в России (357 080 руб. против 30 000 руб.), а сумма заработной платы, выдаваемой на руки после всех удержаний, — в 8,6 раза: 2523,9 × 89,27 : 26 100 (руб.).

В России работник может претендовать на налоговые вычеты по НДФЛ, если он получает доходы, облагаемые по ставкам в размере 13 % (стандартные, социальные, имущественные, профессиональные), в связи с чем налоговая нагрузка может составить менее 13 %.

Из проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

Налоговые системы Германии и России имеют схожести и различия. Мы согласны с выводами М. С. Нелюбиной: «Германия и Россия — это федеративные государства, поэтому их налоговые системы похожи. Главное отличие налогов Германии от России состоит в том, что они имеют очень большое налоговое бремя, в частности, для людей с высоким доходом. В нашей стране все налогоплательщики вносят в бюджет равную долю от своих доходов» [9].

Преимущества налоговой системы Германии:

— ставки большинства налогов, включая подоходный, являются прогрессивными. О. В. Мандрощенко отмечает «Большинство стран в качестве качественного признака инструментов налогового регулирования используют: установление прогрессивной шкалы налога на прибыль организаций, применение налога на сверхприбыль, льготы по выполнению НИОКР, применение норм ускоренной амортизации, льготы на капитальные вложения и др. [10];

— основные налоги (подоходный налог, НДС, налог на прибыль (промысловый)) поступают во все уровни бюджетов по установленным нормативам, что обеспечивает достаточные финансовые ресурсы для всех уровней бюджетов;

— основным принципом налоговой системы является то, что налоги должны соответствовать величине услуг, оказываемых государством;

— применяется вертикальное и горизонтальное выравнивание бюджетов отдельных территорий в пользу наиболее бедных. По мнению И. Ю. Доценко, «вся налоговая система Германии

построена по принципу равноправия по отношению к федеральному бюджету всех нижерасположенных бюджетов страны и максимально учитывает интересы регионов» [11]. Н. И. Кравцова, Р. М. Магомедова, М. М. Сулейманов отмечают, что «важной составляющей налоговой децентрализации является право этих органов на определенную степень независимости в установлении налогов на соответствующем уровне, что предполагает как их ответственность в связи с принятием обязательств по предоставлению локальных общественных услуг, так и подотчетность перед населением» [12];

— по мнению Н. М. Полянской, «налоговая система Германии построена таким образом, что наиболее крупные налоговые источники формируют сразу три или два бюджета» [13];

— налоговая система Германии стимулирует развитие малого бизнеса, который «является одним из самых развитых в мире» — отмечают в своей работе Д. Е. Яценко и Т. Н. Николаева [14];

— преобладает доля прямых налогов, чем усиливается стимулирующая, регулирующая функция налогов;

— жесткая ответственность за неуплату налогов обеспечивает высокую степень налоговой культуры налогоплательщиков;

— налоги уплачиваются там, где проживает налогоплательщик;

— действующая система налогообложения физических лиц обеспечивает высокие стандарты жизни, несмотря на высокий уровень налоговой нагрузки денежные доходы населения в Германии намного превышают доходы россиянина;

— в Германии применяется налогообложение совместных доходов семьи;

— страховые взносы в России уплачиваются работодателем за счет себестоимости, в Германии они уплачиваются работодателем и работником в половинном размере, в связи с чем налоговая нагрузка на работника в Германии возрастает.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в следующем: положительный опыт налогообложения в Германии необходимо внедрить в российскую практику. Прежде всего это касается распределения значимых налогов по всем уровням бюджетной системы, ведения прогрессивной системы налогообложения доходов физических лиц.

Список литературы

1. Орлова В. А., Мелентьева О. В. Особенности администрирования налогообложения в Германии // Научная дискуссия «Вопросы экономики и управления»: сб. ст. по материалам IX Междунар. науч.-практ. конф. 2017. № 3 (59).

2. Zimmermann H. History of local taxation in Germany // Journal of tax reform. 2019. Vol. 5, № 1. P. 57—69.

3. Петрова Д. Ю. Система налогообложения Германии // Европейские научные исследования: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. / под общ. ред. Г. Ю. Гуляева. Пенза: Наука и просвещение, 2016. С. 96—98.

4. Шукшина Т. А. К вопросу о субъекте уклонения от уплаты налогов с физического лица в Германии // Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. Юридические науки. 2018. С. 197—200.

5. Жаров А. С. Зарубежный опыт налоговой политики местного самоуправления: перспективы применения в России // Вестник РУДН. Сер.: Политология. 2018. № 3. С. 436—446.

6. Рейтинг стран Doing Business 2020 в таблице от Всемирного банка // Всемирный Банк. URL: https://russian.doingbusiness.org/ru/data/exploreeconomies/germany (дата обращения 24.05.2020).

7. Шувалов А. Е., Степина А. М. Налоговая политика Федеративной Республики Германия // Статистика и экономика. 2015. № 2. С. 146—150.

8. Печатнова Ю. В. О некоторых аспектах подоходного налогообложения в Германии (по материалам, собранным в ходе зарубежной стажировки в Германию) // Вестник современных исследований. 2018. № 12.7 (27). С. 379—381.

9. Нелюбина М. С. Сравнительный анализ налоговой системы России и Германии // Юность и знания — гарантия успеха: сб. науч. тр. 6-й Междунар. молодеж. науч. конф. 2019. С. 192—194.

10. Мандрощенко О. В. Зарубежный опыт налогообложения прибыли и его использование в налоговой системе России // Стратегические направления развития науки, образования, технологий: сб. науч. тр. по материалам Междунар. науч.-практ. конф: в 4 ч. / под общ. ред. Е. П. Ткачевой. Пенза: Наука и просвещение, 2017. С. 95—97.

11. Доценко И. Ю. Особенности налогообложения в Германии // Управление социально-экономическими системами: теория, методология, практика: сб. ст. VI Междунар. науч.-практ. конф.: в 2 ч. Ч. 2. Пенза: Наука и просвещение, 2019. С. 124—126.

12. Кравцова Н. И., Магомедова Р. М., Сулейманов М. М. Налоговая децентрализация как основа формирования эффективной бюджетно-налоговой политики региона // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 10. С. 7—15.

13. Полянская Н. М. Зарубежный опыт налогообложения (на материалах ФРГ) // Baikal Research Journal. 2014. № 6. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-nalogooblozheniya-na-materialah-frg (дата обращения 29.06.2020).

14. Яценко Д. Е., Николаева Т. Н. Налогообложение малого бизнеса в Германии и его государственная поддержка // Теория и практика германистов: состояние и перспективы: материалы VII Межвуз. междисциплинар. науч.-практ. конф.: сб. ст. студентов и аспирантов. 2019. С. 173—181.

15. Налоги в странах мира // VisaSam. URL: https://visasam.ru/emigration/vybor/nalogi-v-mire.html (дата обращения 25.07.2020).

Сведения об авторах

Зотиков Николай Зотикович — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры финансов, кредита и экономической безопасности Чувашского государственного университета им. И. Н. Ульянова, Чебоксары, Россия. zotikovcontrol@yandex.ru

Арланова Ольга Ивановна — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры бухгалтерского учета и электронного бизнеса Чувашского государственного университета им. И. Н. Ульянова, Чебоксары, Россия. arlanova21@mail.ru

Львова Марина Вячеславовна — кандидат экономических наук, доцент, завкафедрой бухгалтерского учета и электронного бизнеса Чувашского государственного университета им. И. Н. Ульянова, Чебоксары, Россия. lvova-marina@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 78—87.

FEATURES OF TAX AND BUDGETARY REGULATION IN GERMANY

N. Z. Zotikov
Chuvash State University named after I. N. Ulyanov, Cheboksary, Russia. zotikovcontrol@yandex.ru

O. I. Arlanova
Chuvash State University named after I. N. Ulyanov, Cheboksary, Russia. arlanova21@mail.ru

M. V. Lvova
Chuvash State University named after I. N. Ulyanov, Cheboksary, Russia. lvova-marina @mail.ru

The relevance of the study lies in the fact that Germany, like Russia, is a federal state, and also has a very complicated tax system. A high level of economic development and well-being of the country's inhabitants has been achieved with the help of the current tax system in Germany. The purpose of this study is to study and apply in Russia the experience of fiscal regulation in Germany. As a federal state, like Russia, Germany has three budget levels: federal, state budget and community budget. Unlike Russia, tax revenues in Germany are redistributed through the federal budget in favor of poor areas, that is, there is vertical and horizontal alignment of budgets. Where there is any kind of discrepancy, the tax systems of the countries under consideration have the same characteristics. In federal Germany, the tax system is based on the principle of multiple taxes (there are more than 40 types of taxes), like the Russian one. Both in Russia and in Germany, taxes are divided into federal, regional and local, which subsequently go to different budgets in different proportions. Thus, the taxation system in Germany is of particular interest to Russian legislators on the way to reforming the tax system. A detailed study of the German tax system can certainly serve as an aid to modernize fiscal regulation in Russia.

Keywords: *fiscal regulation, principles of taxation, progressive rate, non-taxable minimum, tax deductions, tax burden.*

References

1. Orlova V. A., Melent'yeva O. V. (2017) *Nauchnaya diskussiya «Voprosy ekonomiki i upravleniya». Sbornik statey po materialam IKH mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*, no. (59) [in Russ.].
2. Zimmermann H. (2019) *Journal of tax reform*, vol. 5, no. 1, pp. 57—69.
3. Petrova D. Yu. (2016) *Yevropeyskiye nauchnyye issledovaniya: sbornik statey Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*, pp. 96—98 [in Russ.].
4. Shukshina T. A. (2018) *Uchenyye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Yuridicheskiye nauki*, pp. 197—200 [in Russ.].
5. Zharov A. S. (2018) *Vestnik RUDN. Seriya: Politologiya,* no. 3, pp. 436—446 [in Russ.].
6. Reyting stran Doing Business 2020 v tablitse ot Vsemirnogo banka [Rating of countries Doing Business 2020 in the table from the World Bank]. Available at: https://russian.doingbusiness.org/ru/data/exploreeconomies/germany, accessed 24.05.2020.
7. Shuvalov A. Ye., Stepina A. M. (2015) *Statistika i ekonomika*, no. 2, pp. 146—150 [in Russ.].
8. Pechatnova Yu. V. (2018) *Vestnik sovremennykh issledovaniy*, no. 12.7 (27), pp. 379—381 [in Russ.].
9. Nelyubina M. S. (2019) *Yunost' i znaniya — garantiya uspekha: sbornik nauchnykh trudov 6-y Mezhdunarodnoy molodezhnoy nauchnoy konferentsii*, pp. 192—194 [in Russ.].
10. Mandroshchenko O.V. (2017*) Strategicheskiye napravleniya razvitiya nauki, obrazovaniya, tekhnologiy. Sbornik nauchnykh trudov po materialam Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii.* Pp. 95—97 [in Russ.].
11. Dotsenko I. Yu. (2019) *Uprvleniye sotsial'no-ekonomicheskimi sistemami: teoriya, metodologiya, praktika: sbornik statey VI Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii: v 2 ch*., *ch. 2.* Pp. 124—126 [in Russ.].
12. Kravtsova N. I., Magomedova R. M., Suleymanov M. M. (2014) *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika*, no. 10, pp. 7—15 [in Russ.].
13. Polyanskaya N. M. (2014) *Baikal Research Journal*, no. 6. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-nalogooblozheniya-na-materialah-frg, accessed 29.06.2020 [in Russ.].
14. Yatsenko D. Ye. Nikolayeva T. N. (2019) *Teoriya i praktika germanistov: sostoyaniye i perspektivy: materialy VII Mezhvuzovskoy mezhdistsiplinarnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Sbornik statey studentov i aspirantov*, pp. 173—181 [in Russ.].
15. Nalogi v stranakh mira [Taxes in the countries of the world]. Available at: https://visasam.ru/emigration/vybor/nalogi-v-mire.html, accessed 25.07.2020 [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 88—99.

УДК 331.526; 332.12; 336.1
ББК 65.240.51; 65.261.784

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11010

ВЛИЯНИЕ НЕФОРМАЛЬНОЙ ЗАНЯТОСТИ НА ОБЪЕМ СОБИРАЕМЫХ НАЛОГОВ В РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ

А. С. Баринов
Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

В настоящее время в России неформальный сектор имеет важное значение для экономики. Каждый пятый занятый работает в обход официального трудоустройства, что влечет за собой определенные потери для бюджета страны. Исходя из этого в статье вслед за эмпирическими исследованиями, выполненными на выборках стран, предпринята попытка на региональных данных по России идентифицировать связь между неформальной занятостью и объемом собираемых налогов и иных платежей в консолидированный бюджет страны. С использованием перекрестных данных по выборке из 83 российских регионов за период 2010—2017 гг. удалось установить с помощью регрессионного анализа статистически значимую отрицательную связь между неформальным сектором и собираемостью налогов. Показано, что легализация неформальной занятости представляет внушительный резерв с точки зрения дополнительного источника доходной части бюджета страны.

Ключевые слова: *теневая экономика, налоги, неформальный сектор, неформальная экономика.*

Изначально изучение неформальной занятости началось во второй половине прошлого века. Тогда эта новая предметная область вызвала широкий резонанс в научном сообществе и наряду с ней появился огромный интерес к изучению проблем, связанных с теневой деятельностью[1]. Как известно, теневая экономика — сложный и многогранный объект для научных исследований по той причине, что его формы проявления достаточно многообразны и носят скрытый характер.

Неформальность на рынке труда является одной из множества таких форм, которые на сегодняшний день стали неотъемлемыми элементами российской экономики. Об этом говорит тот факт, что в последнее десятилетие фиксируется рост численности неформально занятых, а, согласно данным Росстата, *каждый пятый российский работник трудится в обход формальных правил*. Это свидетельствует о том, что работодатель и работник все чаще предпочитают не оформлять трудовые отношения официально, а значит, происходит процесс деформализации рынка труда, способный привести к ряду негативных последствий: *выпадение части собираемых налогов из бюджета, замедление темпов экономического развития страны*. Такое становится возможным по причине того, что для ненаблюдаемой экономики характерны: низкая капиталоемкость, использование устарелых технологий производства, ограниченный доступ к внешнему финансированию, низкая инвестиционная и инновационная активность [3; 7; 17]. В этой связи логично ожидать возникновения ряда проблем, среди которых можно выделить проблему выпадения потенциальных доходов бюджета из-за роста неформальной занятости, поскольку это так или иначе связано с сокрытием части доходов и неуплатой налогов.

Учитывая, что в отечественной научной литературе хоть и исследуется активно феномен неформальной занятости, тем не менее в меньшей степени изучен характер взаимосвязи между долей неформальной занятости на рынке труда и объемом собираемых налогов на региональном уровне. Иными словами, необходимо установить и проверить как устойчивость, так и вид связи между двумя этими параметрами. Однако, прежде чем перейти к непосредственному анализу, вкратце остановимся на обзоре научной литературы по данному вопросу, а также на некоторых методологических особенностях при определении и измерении неформальной занятости.

Само понятие неформальности и концепция неформального сектора были впервые предложены К. Хартом в 1970-х гг. [12]. Впоследствии эта концепция завоевала широкую популярность и термин «неформальная занятость» прочно закрепился в научном и профессиональном сообществах. Позже, к началу 1990-х гг. были предприняты первые попытки официального закрепления

[1] Более полный обзор становления концепции теневой экономики самостоятельным направлением в экономической науке представлен в работе [2].

этого термина на международном уровне [13]. Был предложен подход, позволяющий количественно измерить данный феномен и в научной литературе он получил название «производственный». В рамках этого подхода обычно в качестве критерия для выделения предприятий неформального сектора использовался определенный порог численности персонала, который, например, устанавливался на уровне 5—10 чел. [3. С. 159].

К началу 2000-х гг. был предложен альтернативный подход, получивший название «легалистский», согласно которому в качестве критерия определения единиц неформального сектора принимается соблюдение или несоблюдение формальных правил, регулирующих использование труда и его оплату в национальном законодательстве (см. подробнее: [3]).

Официальную оценку численности неформально занятых в России предоставляет Росстат, который в обследовании рабочей силы руководствуется при определении единиц неформального сектора критерием «*отсутствие государственной регистрации в качестве юридического лица*». То есть занятые в неформальном секторе по методологии Росстата определяются, как те лица, которые имели в момент обследования полную или частичную занятость в предприятиях без государственной регистрации в качестве юридического лица. Такие обследования проводятся сотрудниками Росстата начиная с сентября 2009 г. на ежемесячной основе, а самые первые проводились еще в начале 1990-х гг. На сегодняшний день выборка охватывает все субъекты Российской Федерации, и ее объем составляет около 77 тыс. чел.

Несмотря на то что в настоящее время в распоряжении научного сообщества имеется достаточно большой массив данных — более десяти лет по всем российским регионам дают в целом около 1 тыс. статистических наблюдений, — тем не менее влияние распространения неформальной занятости на налогообложение остается в меньшей степени изучено, чем, например, факторы, определяющие и раскрывающие причины неформальности на рынке труда. Так, например, в отечественных работах [1; 4; 5; 6] анализируются факторы, способные объяснять различие в доле неформального сектора на региональном уровне. Среди таких факторов, как правило, выделяются уровень жизни, определяемый чаще всего через показатель «ВРП на душу населения», уровень безработицы и уровень образованности. Аналогичные исследования по изучению причин деформализации рынка труда проводятся и на данных по выборкам стран [14; 19]. Основной фокус таких исследований также сосредоточен на выявлении факторов, объясняющих вариацию в данных по уровню неформальности в разных странах.

Отдельное внимание заслуживает работа Н. Л. Симутиной и соавторов [6], где среди прочего анализируется взаимосвязь между долей неформально занятых и налоговой нагрузкой, измеряемой как доля налогов на прибыль юридических лиц в процентах от ВРП региона. Авторы приходят к выводу о статистически значимом влиянии налоговой нагрузки на неформальную занятость и тем самым подтверждают классическую гипотезу о том, что рост налогового бремени ведет к росту доли теневой деятельности. Согласно их расчетам, рост доли налогов на прибыль юридических лиц в ВРП региона на 1 п. п. приводит к увеличению доли неформально занятых на 0,044 п. п. Однако при этом авторы указанной выше работы установили статистически значимую (10%-ный уровень) отрицательную связь между неформальной занятостью и конкретными видами налогов: налог на прибыль юридических лиц и НДФЛ. По их мнению, такой выявленный результат объясняется тем, что, с одной стороны, оба эти налога находятся на восходящей части кривой Лаффера, а, с другой стороны, рост поступлений по этим видам налогов указывает на развитие именно формального сектора экономики, в то время как неформальный сокращается.

Вопрос, связанный с влиянием теневой деятельности на собираемость налогов, активно изучается и в зарубежной научной литературе. Особенно этот вопрос стал актуальным в связи с выходом в свет работы Ф. Шнайдера и Л. Медины [17], в которой авторы от имени МВФ представили собственные расчеты доли теневой экономики 150 стран мира за достаточно длинный период — 1991—2015 гг. Благодаря данной работе возрос поток научной литературы, в которой изучаются причинно-следственные связи между теневой экономикой и, например, уровнем финансового развития, уровнем бедности, уровнем жизни, уровнем инфляции и т. д.

Не останавливаясь на детальном обзоре последних работ в данной области, так как их обобщение требует отдельной статьи, отметим, однако, что в ряде работ в том числе затрагивается вопрос взаимосвязи теневой экономики и налоговых поступлений на государственном уровне. Учитывая, что неформальную занятость можно по праву признать одним из центральных элементов теневой

экономики, необходимо вкратце описать результаты этих исследований.

Зачастую показатель, связанный и отражающий тем или иным образом налоговую нагрузку и собираемость налогов, используется в качестве одной из контрольных переменных при регрессионном анализе с целью избежать проблемы пропущенной переменной. В качестве примера можно выделить недавние исследования [9—11]. Так, в работе [9] авторы используют выборку из 33 развитых и 14 развивающих стран за период 2005—2016 гг. с целью проверить гипотезы о характере взаимосвязи между теневой экономикой, экономическим ростом и инфляцией. Среди прочего, авторы фиксируют, что налоговая нагрузка (*tax burden*) оказывает разное воздействие на теневую экономику в развитых и в развивающихся странах.

Отдельно вопрос влияния теневой деятельности на собираемость налогов изучался в работе [15]. Авторы этого исследования на данных по 153 странам за период 1999—2007 гг. установили статистически значимую отрицательную связь между теневой экономикой и налоговым поступлениями в бюджет (*tax revenue*). Согласно полученным ими результатам, рост доли теневой экономики на 1 п. п. приводит к сокращению налоговых поступлений в бюджет страны на 0,67 п. п. При дополнительном разделении выборки на развитые и развивающиеся страны характер взаимосвязи не изменился и сохранился знак. В итоге авторы исследования фиксируют, что в развитых странах теневая экономика оказывает большее влияние на собираемость налогов, чем в развивающихся.

Схожие результаты получены в более ранней работе [18], где авторы проверили ряд гипотез о взаимосвязи налоговой морали и институциональной среды на теневую экономику. На основе анализа панельных данных по 55 странам за 1990—1999 гг. ими получено подтверждение гипотез о том, что чем выше налоговая мораль в стране у населения (*tax morale*)[1] и качество институциональной среды, тем ниже доля теневой экономики в стране.

Таким образом, изначальное теоретическое предположение о том, что рост налоговой нагрузки приводит к повышению стимулов перевода хозяйственной деятельности в тень, все больше и больше находит подтверждение в эмпирических исследованиях. Тем самым можно говорить также о том, что рост численности занятых на неформальной основе отрицательно влияет на собираемость налогов. Исходя из этого представляет научный интерес проверить характер взаимосвязи на региональном уровне по российским данным между неформальной занятостью и объемом собираемых налогов в консолидированный бюджет страны. В качестве базовой гипотезы выдвигается следующая: *чем выше доля неформальной занятости в регионе, тем, при прочих равных условиях, меньше объем собираемых налогов.*

Основой статистических данных являются данные Росстата и ФНС. В нашем случае в качестве зависимой переменной выступает объем поступлений налогов, сборов и иных обязательных платежей в консолидированный бюджет Российской Федерации. Данные, например, за 2017 г. соответствуют данным, опубликованным ФНС на официальном сайте, от 1 января 2018 г.[2], и так по аналогии для каждого года из рассматриваемой выборки. Выборка охватывает период 2010—2017 гг.

Логично предположить, что объем собираемых налогов зависит от таких основных факторов, как труд и капитал, которые можно выразить через показатели: *объем основных фондов* и *численность занятых* соответственно. Учитывая возможную проблему пропущенной переменной, необходимо учесть и иные факторы. Так, например, на собираемость налогов влияет отраслевая особенность экономики региона, так как можно ожидать, что, например, в регионах, в которых производится добыча полезных ископаемых, налогооблагаемая база выше по отношению к другим регионам. Для учета и оценки влияния теневой деятельности на объем собираемых налогов включаем в модель показатель «доля неформально занятых, в % от общей численности занятых» с предположением, что в регионах с большим распространением неформальных трудовых отношений уменьшается размер налогооблагаемой базы.

Наглядно взаимосвязь между налогами и неформальной занятостью за рассматриваемый период показана на рис. 1.

Стратегия проверки выдвинутой гипотезы выглядит следующим образом:

1) На первом этапе с помощью метода наименьших квадратов (МНК) оцениваем спецификацию (1)

[1] Под налоговой моралью авторы исследования понимают моральное обязательство граждан по отношению к уплате налогов или, другими словами, уровень законопослушания граждан по отношению к выполнению обязательства по уплате налогов.

[2] Федеральная налоговая служба (https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/forms/; дата обращения 22.08.2020).

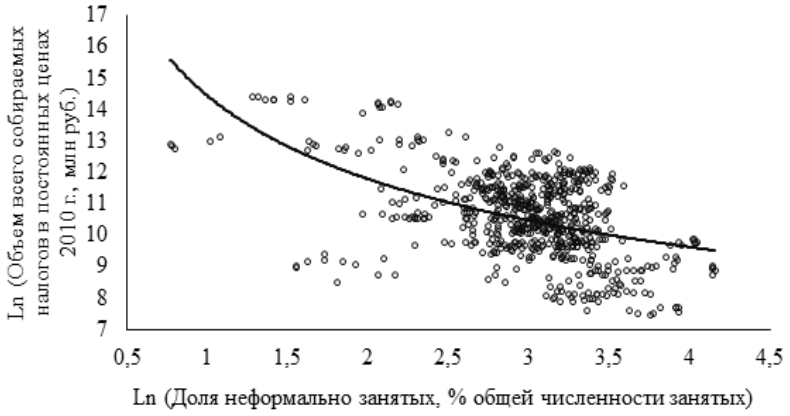


Рис. 1. Распределение регионов в зависимости от объема собираемых налогов и долей неформально занятых за период 2010—2017 гг., n = 664

Источник: составлено автором на основе данных Росстата и ФНС.

для каждого года отдельно на временном периоде 2010—2017 гг.[1]:

$$\ln(Tax_i) = \beta_0 + \beta_1 \cdot \ln(Fix.Assests_i) + \\ + \beta_2 \cdot \ln(Av.Empl._i) + \beta_3 \cdot \ln(Informal_i) + \\ + v_i \cdot dummy_{variable_{ij}} + + e_i \,, \quad (1)$$

где i — номер региона; Tax_i — объем всех собираемых налогов, млн руб.; $Fix.Assests_i$ — стоимость основных фондов, млн руб.; $Av.Empl._i$ — среднегодовая численность занятых, тыс. чел.; $Informal_i$ — доля неформально занятых, в % от общей численности занятых; $dummy_{variable_{ij}}$ — j-е дамми-переменные, среди которых: 1) *d_Mining* — дамми-переменная для регионов, где доля добычи полезных ископаемых в структуре ВРП превышает 20 % — 1, в противном случае 0; 2) *d_Industry* — дамми-переменная для регионов, где доля обрабатывающего производства в структуре ВР превышает 20 % — 1, в противном случае 0; 3) *d_reg*.1 — дамми-переменная для трех регионов: Ненецкий автономный округ, Ханты-Мансийский автономный округ и Ямало-Ненецкий автономный округ — 1, в противном случае 0; 4) *d_reg*.2 — дамми-переменная четырех регионов: республики Дагестан, Ингушетия, Кабардино-Балкарская и Чеченская республики — 1, в противном случае 0; β_i, v_i — коэффициенты; e_i — ошибки.

2) На втором этапе проводим проверку устойчивости (робастности) получаемых оценок с помощью замены независимых переменных на аналогичные по своему смыслу. Например, для показателя «стоимость основных фондов» в качестве аналогичного используется показатель «объем инвестиций в основной капитал»; для показателя «среднегодовая численность занятых» используется показатель «численность рабочей силы по данным выборочного обследования»; для показателя «доля неформально занятых» используется показатель «доля занятых только в неформальном секторе, в % от общей численности занятых». Дополнительно была произведена замена зависимой переменной на показатель «объем собираемых налогов на душу населения» и осуществлен повторный расчет коэффициентов возле независимых переменных.

Кроме того, такие переменные, как объем собираемых налогов, стоимость основных фондов и объем инвестиций, были предварительно пересчитаны в постоянные цены 2010 г. с помощью индекс-дефлятора ВРП[2].

В выборку вошли все регионы, за исключением Севастополя и Республики Крым. Непосредственная оценка спецификации (1) осуществляется в программе Gretl. Описательная статистика используемых переменных представлена в табл. 1. Корреляционная матрица используемых переменных представлена в табл. 2.

Результаты оценки коэффициентов возле независимых переменных в спецификации (1) представлены в табл. 3. В итоге получено, что все коэффициенты возле независимых переменных имеют статистическую значимость на рассматриваемом

[1] Используемые данные о структуре ВРП региона для проверки гипотезы имеют определенный временной лаг публикации, равный двум годам. То есть на момент написания статьи последние актуальные данные по структуре ВРП региона были за 2017 г., поэтому выборка ограничивается именно этим годом.

[2] С учетом того, что в сборнике Росстата «Регионы России. Социально-экономические показатели» представлен только показатель индекс-физического объема ВРП, индекс-дефлятора ВРП рассчитан как отношение индекса ВРП к индексу физического объема ВРП. Индекс ВРП определялся как отношение ВРП в текущем году к ВРП в прошлом году.

Таблица 1

Статистическая характеристика переменных за период 2010—2017 гг.*

Краткое обозначение переменной	Пояснение к переменным	Кол-во наблюдений	Среднее значение	Стандартное отклонение	Минимум	Максимум
1	2	3	4	5	6	7
Tax	Объем всего собираемых налогов в постоянных ценах 2010 г., млн руб.	664	106 832	242 912	1 744	1 801 447
Fix.Assests	Стоимость основных фондов в постоянных ценах 2010 г., млн руб.	664	1 232 374	2 351 811	33 214	22 650 294
Av.Empl.	Среднегодовая численность занятых, тыс. чел.	664	863	1 062	32	8 730
Informal	Доля неформально занятых (всего), в % от общей численности занятых	664	22,18	9,77	2,16	63,92
Inv.	Объем инвестиций в основной капитал в постоянных ценах 2010 г., млн руб.	664	124 190	163 961	5317	1 315 820
Numb.Empl.	Численность рабочей силы, по данным выборочного обследования рабочей силы, тыс. чел.	664	910	964	22	7 234
Only.informal	Доля занятых только в неформальном секторе, в % от общей численности занятых	664	18,53	7,84	1,74	54,94
TaxPC	Объем всего собираемых налогов на душу населения в постоянных ценах 2010 г., руб.	664	69 066	148 560	3996	1 048 598

Источник: составлено автором на основе данных Росстата и ФНС.

Таблица 2

Корреляционная матрица переменных*

	Fix.assests	Inv.	Av.Empl.	Numb.empl.	Informal	Tax	Only.informal	TaxPC
Fix.assests	1							
Inv	0,938*** (0,00)	1						
Av.Empl.	0,842*** (0,00)	0,806*** (0,00)	1					
Numb.empl.	0,796*** (0,00)	0,758*** (0,00)	0,994*** (0,00)	1				
Informal	–0,463*** (0,00)	–0,419*** (0,00)	–0,166*** (0,00)	–0,104*** (0,00)	1			
Tax	0,922*** (0,00)	0,885*** (0,00)	0,773*** (0,00)	0,72*** (0,00)	–0,520 *** (0,00)	1		
Only. informal	–0,423*** (0,00)	–0,387*** (0,00)	–0,140*** (0,00)	–0,074* (0,054)	0,99*** (0,00)	–0,484 *** (0,00)	1	
TaxPC	0,511*** (0,00)	0,486*** (0,00)	0,089** (0,02)	0,007 (0,85)	–0,667*** (0,00)	0,697*** (0,00)	–0,645*** (0,00)	1

Примечание: P-value указан в скобках, *, ** и *** — соответствуют уровню значимости 10%, 5% и 1%; * — использованы данные за период 2010—2017 гг. (n = 664), все переменные прологарифмированы.

Составлено автором.

временном периоде, а полученные знаки возле переменных, отражающих труд и капитал, согласуются с теорией. В среднем рост основных фондов и среднегодовой численности занятых на 1 п. п. приводит к росту собираемости налогов на 0,509 и 0,581 п. п. соответственно. При этом характер влияния (коэффициент) остается примерно на одном и том же уровне из года в год.

В отношении взаимосвязи неформальной занятости и налогов установлена ожидаемая отрицательная статистически значимая связь. В среднем рост доли неформально занятых на 1 п. п. приводит к сокращению объема собираемых налогов на 0,358 п. п. Схожие результаты получены в ранее процитированной зарубежной работе [16]. Кроме того, наблюдается ослабевание связи с течением времени. Если в 2010 г. получен коэффициент –0,396, то, например, в 2013 и 2017 гг., согласно расчетам, он равняется –0,268 и –0,276 соответственно.

Стоит также отметить, что полученные модели на хорошем уровне объясняют вариацию зависимой переменной, так как исправленный коэффициент детерминации в среднем составляет 0,88. Также дополнительно проведенный тест Рамсея (H0: спецификация адекватна) говорит о том, что выбранная спецификация модели адекватна. Проверка гетероскедастичности с помощью теста Бриша — Пэгана (*Breusch — Pagan*) и теста Вайта (*White*) дала подтверждение нулевой гипотезы (H0: гетероскедастичность отсутствует).

Результаты проверки робастности представлены в табл. 4 и 5. Проверка робастности, как отмечено ранее, осуществлялась сначала с помощью замены независимых переменных на аналогичные по своему смыслу, а после была произведена замена зависимой переменной Ln(Tax) на Ln(TaxPC) с целью дополнительной проверки полученных результатов. В первом случае (см. табл. 4) были получены схожие результаты: сохранились знак возле независимых переменных и статистическая значимость. Рост инвестиций в основные фонды по аналогии с показателем «стоимость основных фондов» приводит к росту собираемости налогов, чего в принципе и следовало ожидать. Схожий результат получен и в отношении переменной, отражающей фактор труда. Замена доли неформально занятых на долю только занятых в неформальном секторе не изменила ни характер взаимосвязи, ни статистическую значимость.

Далее. Дополнительная проверка робастности с помощью замены зависимой переменной на Ln(TaxPC) дала практически те же результаты (см. табл. 5). В частности, сохранился знак и статистическая значимость возле переменных «доля неформально занятых» и «стоимость основных фондов». Однако получен противоположный результат в отношении переменной, отражающей труд: изменился знак, но сохранилась статистическая значимость. Такой вывод можно объяснить тем, что рост численности занятых в регионе сопровождается увеличением населения, а, следовательно, при расчете показателя «объем всех собираемых налогов на душу населения» происходит его уменьшение из-за численности населения.

Таким образом, можно говорить в пользу того, что на перекрестных данных за период 2010—2017 гг. получено подтверждение выдвинутой гипотезы. Связь между неформальной занятостью и собираемостью налогов является статистически значимой на 1%-ном уровне для 2010—2012, 2015 гг., на 5%-ном — для 2013—2014, 2016 гг., и на 10%-ном уровне — для 2017 г. Проверка робастности полученной оценки подтверждает данный вывод. В среднем при неизменности остальных параметров модели рост доли неформально занятых на 1 п. п. приводит к сокращению объема собираемых налогов на 0,358 п. п.

Принимая во внимание, что в среднем доля неформально занятых в регионах последнее время растет (рис. 2), логично ожидать, что расширение

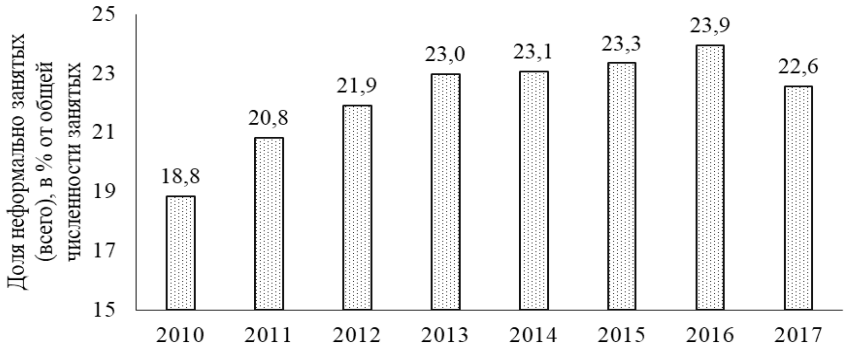


Рис. 2. Среднее значение доли неформально занятых по регионам за период 2010—2017 гг.

Источник: составлено автором на основе данных Росстата.

Таблица 3

Результаты оценки моделей для периода 2010—2017 гг., зависимая переменная ln(Tax)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
const	1,141 (1,336)	1,138 (1,418)	1,744 (1,385)	0,833 (1,336)	0,8736 (1,389)	0,893 (1,378)	1,137 (1,326)	0,459 (1,356)
Ln(Fix.Assests)	0,517** (0,161)	0,522*** (0,169)	0,444*** (0,156)	0,487*** (0,147)	0,540*** (0,151)	0,555*** (0,15)	0,482*** (0,141)	0,525*** (0,136)
Ln(Av.Empl.)	0,554** (0,17)	0,552*** (0,182)	0,627*** (0,165)	0,602*** (0,155)	0,562*** (0,161)	0,544*** (0,159)	0,613*** (0,152)	0,601*** (0,145)
Ln(Informal)	−0,396*** (0,122)	−0,399*** (0,13)	−0,391*** (0,129)	−0,268** (0,129)	−0,389** (0,147)	−0,406*** (0,146)	−0,333** (0,153)	−0,276* (0,165)
d_Mining	0,406** (0,168)	0,475*** (0,176)	0,487** (0,186)	0,494*** (0,174)	0,454** (0,19)	0,431** (0,166)	0,511*** (0,167)	0,484*** (0,153)
d_Industry	0,026 (0,109)	0,094 (0,119)	0,137 (0,115)	0,331*** (0,112)	0,236** (0,117)	0,009 (0,113)	0,219* (0,114)	0,313*** (0,115)
d_reg.1	1,044*** (0,384)	1,106*** (0,409)	1,281*** (0,388)	1,378*** (0,361)	1,046*** (0,378)	0,963** (0,38)	0,962** (0,375)	1,098** (0,376)
d_reg.2	−0,363 (0,248)	−0,447 (0,271)	−0,593** (0,266)	−0,499* (0,256)	−0,405 (0,28)	−0,441 (0,277)	−0,546* (0,277)	−0,656** (0,288)
F-критерий	98,52	85,08	90,30	100,56	92,05	86,31	88,42	92,27
Испр. R-квадрат	0,892	0,877	0,884	0,894	0,886	0,879	0,881	0,886
Крит. Акаике	99,38	115,93	113,36	106,81	114,69	117,34	114,13	116,36
Крит. Шварца	118,73	135,28	132,71	126,15	134,04	136,69	133,48	135,71
Тест Рамсея (квадраты и кубы) (F,p-value)	0,014 (0,98)	0,152 (0,858)	0,342 (0,711)	0,035 (0,964)	0,269 (0,764)	0,444 (0,643)	0,075 (0,927)	0,002 (0,997)
Тест Бриша-Пэгана (χ^2, *p*-value)	5,781 (0,565)	9,345 (0,228)	11,41 (0,121)	32,02 (0,00)	15,564 (0,029)	14,138 (0,049)	11,49 (0,118)	18,61 (0,09)
Тест Вайта (χ^2, *p*-value)	9,658 (0,995)	9,795 (0,995)	9,989 (0,994)	19,32 (0,734)	10,85 (0,989)	9,632 (0,997)	9,965 (0,996)	13,26 (0,973)

Примечание: в скобках указаны стандартные ошибки, *, ** и *** — соответствуют уровню значимости 10 %, 5 % и 1 %; n для каждого года равняется 83.

Составлено автором.

Таблица 4

Проверка робастности оценок моделей для периода 2010—2017 гг., зависимая переменная ln(Tax)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
const	2,843*** (0,8)	2,841*** (0,903)	2,357** (0,981)	2,168** (0,974)	2,823*** (1,062)	2,717** (1,036)	2,286** (0,92)	2,621*** (0,983)
Ln(Inv.)	0,391*** (0,112)	0,379*** (0,122)	0,440*** (0,127)	0,415*** (0,13)	0,417*** (0,139)	0,423*** (0,132)	0,466*** (0,117)	0,387*** (0,115)
Ln(Numb.Empl.)	0,694*** (0,125)	0,733*** (0,133)	0,689*** (0,128)	0,717*** (0,134)	0,714*** (0,147)	0,720*** (0,136)	0,664*** (0,127)	0,751*** (0,128)
Ln(Only.Informal)	−0,470*** (0,126)	−0,503*** (0,132)	−0,445*** (0,13)	−0,375*** (0,131)	−0,564*** (0,153)	−0,531*** (0,153)	−0,421*** (0,152)	−0,43** (0,169)
d_Mining	0,463** (0,177)	0,478** (0,191)	0,426** (0,199)	0,494*** (0,186)	0,539*** (0,195)	0,449** (0,18)	0,464*** (0,174)	0,494*** (0,166)
d_Industry	0,035 (0,117)	0,109 (0,127)	0,144 (0,119)	0,334*** (0,118)	0,262** (0,124)	0,012 (0,12)	0,237** (0,116)	0,321** (0,123)
d_reg.1	1,508*** (0,365)	1,619*** (0,384)	1,573*** (0,377)	1,674*** (0,383)	1,255*** (0,424)	1,251*** (0,412)	1,108*** (0,388)	1,381*** (0,415)
d_reg.2	−0,707*** (0,253)	−0,752*** (0,272)	−1,016*** (0,258)	−0,928*** (0,261)	−0,754** (0,285)	−0,837*** (0,288)	−0,945*** (0,277)	−1,004*** (0,298)
F-критерий	83,51	74,58	83,24	88,97	81,28	75,78	84,7	80,68
Испр. R-квадрат	0,875	0,862	0,875	0,882	0,872	0,864	0,877	0,872
Крит. Акаике	111,65	125,57	119,38	115,93	123,87	126,88	117,31	126,27
Крит. Шварца	131,01	144,92	138,73	135,28	143,22	146,23	136,66	145,63
Тест Рамсея (квадраты и кубы) (F,p-value)	0,359 (0,698)	0,264 (0,768)	1,605 (0,207)	0,867 (0,424)	0,763 (0,469)	1,22 (0,301)	1,355 (0,264)	0,269 (0,764)
Тест Бриша-Пэгана (χ^2, *p*-value)	6,497 (0,483)	5,147 (0,642)	7,677 (0,362)	15,311 (0,032)	7,498 (0,378)	11,996 (0,101)	6,719 (0,458)	12,344 (0,089)
Тест Вайта (χ^2, *p*-value)	8,092 (0,999)	6,461 (0,999)	8,36 (0,998)	16,73 (0,859)	7,994 (0,999)	19,247 (0,785)	9,405 (0,998)	16,8 (0,888)

Примечание: в скобках указаны стандартные ошибки, *, ** и *** — соответствуют уровню значимости 10 %, 5 % и 1 %; n для каждого года равняется 83.

Составлено автором.

Таблица 5

Проверка робастности оценок моделей для периода 2010—2017 гг., зависимая переменная ln(TaxPC)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
const	6,922*** (1,412)	6,985*** (1,482)	7,536*** (1,457)	6,599*** (1,398)	7,002*** (1,456)	7,199*** (1,454)	7,356*** (1,405)	6,637*** (1,416)
Ln(Fix.Assests)	0,617*** (0,169)	0,614*** (0,177)	0,539*** (0,164)	0,584*** (0,154)	0,61*** (0,158)	0,597*** (0,158)	0,531*** (0,149)	0,588*** (0,143)
Ln(Av.Empl.)	−0,535*** (0,18)	−0,528*** (0,19)	−0,458** (0,174)	−0,483*** (0,162)	−0,498*** (0,168)	−0,484*** (0,168)	−0,417** (0,161)	−0,451*** (0,152)
Ln(Informal)	−0,532*** (0,129)	−0,532*** (0,136)	−0,511*** (0,135)	−0,386*** (0,135)	−0,563*** (0,154)	−0,585*** (0,154)	−0,509*** (0,162)	−0,461*** (0,172)
d_Mining	0,446** (0,178)	0,532*** (0,184)	0,531*** (0,195)	0,531*** (0,182)	0,489** (0,199)	0,481*** (0,175)	0,57*** (0,177)	0,515*** (0,159)
d_Industry	0,038 (0,115)	0,124 (0,125)	0,17 (0,121)	0,354*** (0,117)	0,272** (0,123)	0,014 (0,119)	0,237* (0,121)	0,321*** (0,121)
d_reg.1	1,101*** (0,405)	1,176*** (0,428)	1,357*** (0,408)	1,48*** (0,377)	1,137*** (0,396)	1,099*** (0,401)	1,069*** (0,397)	1,216*** (0,393)
d_reg.2	−0,445* (0,263)	−0,556* (0,283)	−0,702** (0,28)	−0,586** (0,272)	−0,437 (0,293)	−0,489* (0,293)	−0,575* (0,294)	−0,625** (0,302)
F-критерий	42,27	37,81	38,59	40,82	37,76	36,44	34,85	36,59
Испр. R-квадрат	0,778	0,758	0,762	0,773	0,758	0,751	0,743	0,753
Крит. Акаике	108,55	123,3	121,72	114,36	122,44	126,23	123,68	123,49
Крит. Шварца	127,91	142,65	141,07	133,71	141,79	145,58	143,03	142,84
Тест Рамсея (квадраты и кубы) (F,p-value)	1,363 (0,262)	1,881 (0,159)	1,429 (0,245)	0,652 (0,523)	0,548 (0,58)	0,157 (0,854)	0,172 (0,842)	0,201 (0,818)
Тест Бриша-Пэгана (χ^2, *p*-value)	4,515 (0,718)	6,719 (0,458)	7,266 (0,402)	25,27 (0,001)	12,209 (0,094)	11,625 (0,113)	10,069 (0,184)	15,27 (0,033)
Тест Вайта (χ^2, *p*-value)	9,369 (0,996)	9,001 (0,997)	8,968 (0,997)	18,36 (0,785)	10,496 (0,992)	8,543 (0,999)	9,244 (0,998)	12,152 (0,985)

Примечание: в скобках указаны стандартные ошибки, *, ** и *** — соответствуют уровню значимости 10 %, 5 % и 1 %; n для каждого года равняется 83.

Составлено автором.

неформального сектора приводит к определенному объему выпадающих доходов бюджета.

В частности, попытка оценить потенциальный эффект от полной легализации неформальной занятости предпринята в работе [8]. Авторы этого исследования исходили из той точки зрения, что снижение численности неформально занятых приведет в конечном счете к росту налоговых поступлений в пенсионную систему страны. Согласно их расчетам, при условии полного вывода из тени всех неформально занятых дополнительный объем поступлений в пенсионную систему оценивается в размере 1,23 трлн руб. (по состоянию на 2016 г.), что в итоге приведет к повышению коэффициента замещения пенсии до 40%. Однако, по тем же данным Росстата, скрытый фонд оплаты труда в России составляет около 12,5—13% ВВП. Следовательно, оценка в 1,23 трлн руб. может приниматься в качестве нижней границы.

Опираясь на полученные результаты в настоящем исследовании, можно предпринять попытку рассчитать потенциальный объем выпадающих доходов бюджета страны. При этом следует иметь в виду, что такие расчеты носят усредненный характер и показывают потенциал возможных мер легализации скрытой занятости.

Для оценки выпадающих доходов бюджета была использована простая формула, которая оценивает эффект легализации неформальной занятости при предположении, что ее снижение на 1% приводит к росту собираемости налогов на оцененный коэффициент β_3 в спецификации (1):

$$Eff.LE = \sum_{n=1}^{i} Tax_i - \exp\left(\frac{\ln(tax_i)\cdot(100-\beta_3)}{100}\right), \quad (3)$$

где: *Eff.LE* — эффект легализации неформальной занятости (сокр. от англ. *legalization effect*), млн руб.; Tax_i — объем всех собираемых налогов в *i*-м регионе, млн руб.; β_3 — оцененный параметр возле независимой переменной — *Ln(Informal)* (см. табл. 3).

Применение формулы (3) на данных по российским регионам за 2010—2017 гг. позволило получить конкретные результаты (см. табл. 6).

Проведенные расчеты показывают, что влияние неформальной занятости на собираемость налогов в денежном эквиваленте достаточно велико. Согласно расчетам, в 2017 г. консолидированный бюджет страны мог дополучить около 600 млрд руб. дополнительных доходов. То есть легализация неформального сектора представляет дополнительный источник для пополнения доходов бюджета. Однако логично ожидать, что по мере роста легализации неформальной занятости будет происходить монотонное убывание отдачи от каждого нового процента легализованных. Тем самым полная легализация неформального сектора вряд ли оправдана хотя бы с точки зрения роста затрат на эти мероприятия.

Подытоживая все сказанное выше, можно отметить, что неформальный сектор сегодня играет важную роль в российской экономике. Практически каждый пятый занятый трудится в обход официального трудоустройства, что влечет за собой определенные потери для бюджета страны. Вслед за эмпирическими исследованиями, выполненными на выборках стран, была предпринята попытка на региональных данных по России идентифицировать связь между неформальной занятостью и объемом собираемых налогов и иных платежей в консолидированный бюджет страны. С использованием перекрестных данных по выборке из 83 российских регионов за период 2010—2017 гг. удалось установить статистически значимую отрицательную связь между неформальным сектором

Таблица 6

Оценка 1-процентного эффекта легализации неформальной занятости в России за период 2010—2017 гг.

№	Федеральный округ	1-процентный эффект легализации неформальной занятости, млрд руб.							
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	ЦФО	130,8	161,5	174,1	121,4	191,7	214,8	193,0	186,0
2	СЗФО	34,7	44,7	47,1	38,1	66,8	75,4	72,4	72,9
3	ЮФО	15,5	18,5	21,8	15,9	25,8	29,8	28,6	28,0
4	СКФО	1,6	1,8	2,1	1,7	2,7	3,0	2,8	2,4
5	ПФО	55,6	72,7	84,7	61,5	99,0	107,9	96,6	98,7
6	УФО	88,0	126,4	144,1	101,5	171,6	185,1	141,0	156,8
7	СФО	28,0	38,1	43,8	31,0	51,2	55,8	50,5	53,2
8	ДФО	15,8	19,2	20,5	12,5	29,4	37,2	29,2	23,5
9	В целом по России	370,0	482,9	538,3	383,7	638,1	709,1	614,0	621,6

Источник: собственные расчеты автора.

и собираемостью налогов. При прочих равных условиях рост численности занятых на неформальной основе на 1 п. п. приводит к сокращению объема поступлений в бюджет страны на 0,358 п. п. При пересчете полученных результатов в денежный эквивалент было оценено, что 1%-ный эффект легализации неформальной занятости потенциально способен дать существенный прирост дополнительных доходов в консолидированный бюджет страны (см. табл. 6).

Список литературы

1. Ахмадеев Д. Р., Нуреев Р. М. Формальная и неформальная занятость как «близнецы-братья»: современная российская практика // Terra Economicus. 2015. № 3 (13). С. 16—33.

2. Баринов А. С. Особенности становления концепции теневой экономики в современной научной литературе // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 2 (436). С. 9—20.

3. В тени регулирования: неформальность на российском рынке труда / под ред. В. Е. Гимпельсона, Р. И. Капелюшникова. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. 535 с.

4. Гимпельсон В., Зудина А. «Неформалы» в российской экономике: сколько их и кто они? // Вопросы экономики. 2011. № 10. С. 53—76.

5. Карпушкина А. В., Воронина С. В. Оценка детерминант пространственных характеристик занятости в неформальном секторе экономики РФ // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». 2019. № 3 (13). С. 69—78.

6. Симутина Н. Л., Левентов Н. Н., Пузикова О. П. Влияние экономических факторов на уровень занятости в неформальном секторе: региональный аспект // Пространственная экономика. 2018. № 1. С. 83—100.

7. Сото Э. де Иной путь. Невидимая революция в третьем мире. М.: Catallaxy, 1995. 320 с.

8. Чистова Е. В., Тырсин А. Н., Азарян А. А. Легализация неформальной занятости как резерв повышения поступлений в пенсионную систему России // Пространственная экономика. 2017. № 4. С. 130—147.

9. Baklouti N., Boujelbene Y. The Economic Growth–Inflation–Shadow Economy Trilogy: Developed Versus Developing Countries // International Economic Journal. 2019. Vol. 4. Issue 33. P. 679—695.

10. Canh N. P., Thanh S. D. Financial development and the shadow economy: A multi-dimensional analysis // Economic Analysis and Policy. 2020. Vol. 67. P. 37—54.

11. Canh P. N., Schnunckus C., Thanh S. D. What are the drivers of shadow economy? A further evidence of economic integration and institutional quality // The Journal of International Trade & Economic Development. 2020. P. 1—21.

12. Hart J. K. Informal urban income opportunities and urban employment in Ghana // Journal of Modern African Studies. 1973. Vol. 1. Issue 11. P. 61—89.

13. ILO. Resolution Concerning Statistics of Employment in The Informal Sector. Resolution II adopted be the Fifteenth Conference of Labour Statisticians. Geneva: International Labour Office, 1993.

14. Krasniqi B. A., Williams C. C. Explaining individual — and country-level variations in unregistered employment using a multi-level model: evidence from 35 Eurasian Countries // South East European Journal of Economics and Business. 2017. Vol. 2. Issue 12. P. 61—72.

15. Mazhar U., Méon P.-G. Taxing the unobservable: The impact of the shadow economy on inflation and taxation // World Development. 2017. Vol. 90. P. 89—103.

16. Perry G., Maloney W., William F. Informality: Exit and Exclusion. Washington, D.C.: World Bank, 2007. 248 p.

17. Schneider F., Medina L. Shadow economies around the World: What did We learn over last 20 years. IMF Working Paper, WP/18/17. 2018. — 76 p.

18. Torgler B., Schneider F. The impact of tax morale and institutional quality on the shadow economy // Journal of Economic Psychology. 2009. Vol. 2. Issue 30. P. 228—245.

19. Williams C. C., Horodnic A. V. Why is informal employment more common in some countries? An exploratory analysis of 112 countries // Employee Relations: The International Journal. 2019. P. 1434—1450.

Сведения об авторе

Баринов Артём Сергеевич — аспирант кафедры экономической теории Санкт-Петербургского государственного университета, Санкт-Петербург, Россия. kfdaters@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 88—99.

ESTIMATION OF INFLUENCE OF INFORMAL EMPLOYMENT ON THE VOLUME OF TAXES COLLECTED: THE EXAMPLE OF RUSSIAN REGIONS

A. S. Barinov
Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia. kfdaters@mail.ru

Currently, the informal sector in Russia is important for the economy. Almost every fifth employed person works bypassing official employment, which entails certain losses for the country's budget. Based on this, the author attempted to identify the relationship between informal employment and the amount of taxes collected and other payments to the country's consolidated budget using regional data for Russia after empirical studies on samples of countries. Using cross-sectional data on a sample of 83 Russian regions for the period 2010—2017, a statistically significant negative relationship between the informal sector and tax collection was established, using regression analysis. It is shown that the legalization of informal employment represents an impressive reserve from the point of view of an additional source of revenue for the country's budget.

Keywords: *shadow economy, taxes, informal sector, informal economy.*

References

1. Akhmadeyev D. R., Nureyev R. M. (2015) *Terra Economicus*, vol. 3, no. 13, pp. 16—33 [in Russ.].
2. Barinov A. S. (2020) Vestnik *Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, vol. 436, no. 2, pp. 9—20 [in Russ.].
3. Gimpel'sona V., Kapelyushnikova R. (2014) *V teni regulirovaniya: neformal'nost' na rossiyskom rynke truda: monografiya* [In the shadow of regulation: informality in the Russian labor market: monograph.]. Moscow, High School of Economic Publ. 535 p. [in Russ.].
4. Gimpel'son V., Zudina A. (2011) *Voprosy ekonomiki*, no. 10, pp. 53—76 [in Russ.].
5. Karpushkina, A. V., Voronina S. V. (2019) *Vestnik YUUrGU. Seriya «Ekonomika i menedzhment»*, vol. 13, no. 3, pp. 69—78 [in Russ.].
6. Simutina N. L., N. N. Leventov, O. P. Puzikova (2018) *Prostranstvennaya ekonomika*, no. 1, pp. 83—100 [in Russ.].
7. Soto E. de. *Inoy put'. Nevidimaya revolyutsiya v tret'yem mire* [The other way. The invisible revolution in the third world]. Moscow, 1995. Publ. Catallaxy. 320 p. [in Russ.]
8. Chistova E. V., A. A. Azaryan (2017) *Prostranstvennaya ekonomika*, no. 4, pp. 130—147 [in Russ.].
9. Baklouti N., Y. Boujelbene (2019) *International Economic Journal*, vol. 4, no 33, pp. 679—695.
10. Canh N. P., Thand S. D. (2020*) Economic Analysis and Policy*, vol. 67, pp. 37—54.
11. Canh P. N., Schnuckus C., Thanh S. D. (2020) *The Journal of International Trade & Economic Development*, pp. 1—21.
12. Hart J. K. (1973) *Journal of Modern African Studies*, vol. 1, no. 11, pp. 61—89.
13. ILO (1993) Resolution Concerning Statistics of Employment in The Informal Sector. Resolution II adopted be the Fifteenth Conference of Labour Statisticians. Geneva: International Labour Office.
14. Krasniqi B. A., Williams C. C. (2017) *South East European Journal of Economics and Business*, vol. 2, no. 12. pp. 61—72.
15. Mazhar U., Méon P.-G. (2017) *World Development*, vol. 90, pp. 89—103.
16. Perry G., W. Maloney, F. William and et. al. (2007) Informality: Exit and Exclusion. Washington, D.C., World Bank. 248 p.
17. Schneider, F., Medina L. (2018) Shadow economies around the World: What did We learn over last 20 years. *IMF Working Paper, WP/18/17.* 76 p.
18. Torgler B., F. Schneider (2009) *Journal of Economic Psychology*, vol. 2, no. 30, pp. 228—245.
19. Williams C. C., Horodnic A. V. (2019) *Employee Relations: The International Journal*, pp. 1434—1450.

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 100—107.

УДК 338.43
ББК 65.32; 65.04

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11011

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА СЕЛЬХОЗПРОИЗВОДСТВА РЕГИОНАЛЬНЫХ АГРОСИСТЕМ

Г. В. Пошехонова

Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия

Приведена авторская методика оценки конкурентных преимуществ агропроизводства региона. Использование индексного метода позволяет с помощью интегрального показателя выделить конкурентные преимущества субъекта хозяйствования или отдельной группы предприятий, объединенных территорией или отраслевой принадлежностью. Совокупный показатель объединяет ряд критериев, указывающих на преимущества сельхозтоваропроизводителей по уровню продуктивности, условиям производства, реализации и концентрации производства. Данный подход позволяет не только всесторонне оценить уровень конкурентоспособности, но и получить при этом его количественное значение. Приведенный методологический подход в исследовании конкурентоспособности аграрного производстве региона и полученные при этом результаты указывают на возможности поиска и использования конкурентных преимуществ, которые можно применять при подготовке управленческих решений на региональном уровне при размещении и специализации агропроизводства. Они указывают также на необходимость формирования отдельных направлений мониторинга, выполнение которого может повысить эффективность управления сельскохозяйственным производством.

Ключевые слова: *агропроизводство, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, методика оценки конкурентных преимуществ, интегральный показатель конкурентных преимуществ.*

Агропродовольственная система представляет собой сложную, развивающуюся систему, которая обладает определенными признаками и структурой и целью которой является обеспечение населения продовольствием, а промышленность — сырьем. Главным ее элементом является наличие устойчивого развивающегося агропроизводства, способного обеспечивать высокий уровень потребления продуктов питания за счет собственного производства.

Рыночный механизм диктует необходимость повышения уровня эффективности хозяйствования. В связи с этим весьма актуальными являются вопросы выявления механизма конкуренции, конкурентоспособности, оценки конкурентных преимуществ и их использование в управлении агробизнесом.

Существенный вклад в развитие теории конкуренции внес американский экономист М. Портер [8]. Его достижение в том, что он, обобщив взгляды различных экономических школ, показал модель из пяти основных конкурентных сил, которые способствуют выявлению и использованию конкурентных преимуществ функционирования экономической системы. Дополняя идеи М. Портера, российский профессор Р. Фатхутдинов определяет конкурентные преимущества как эксклюзивную ценность, которая дает превосходство перед конкурентами [15]. Конкурентоспособность рассматривается как свойство объектов, способствующее удовлетворению потребности по сравнению с лучшими аналогами. Отечественные и зарубежные исследователи отмечают, что носителями этих свойств могут быть различные субъекты конкурентоспособности — начиная от конкретных видов продукции (товаров) и производителей до отраслей или видов деятельности, территории и даже отдельных стран [3; 5; 11; 18; 19].

Конкурентоспособность выступает одним из важнейших критериев оценки стратегической устойчивости и безопасности экономических систем [4] на уровне как субъектов хозяйствования, так и их совокупности, объединенных определенными территориями [1; 3; 14; 17]. Выявление и использование конкурентных преимуществ способствует формированию «точек роста» внутреннего рынка, которые, в свою очередь, увеличивают конкурентоспособность страны, так как она держится именно на сильных позициях отдельных кластеров, без которых может занимать посредственное место в мировой экономике [7]. Необходимость оценки конкурентоспособности и поиска конкурентных преимуществ вытекает из концентрации экономической деятельности и качества взаимодействия между хозяйствующими субъектами по мере распространения и усиления конкурентной борьбы и приобретает всесторонний, системный и комплексный характер.

Основные конкурентные преимущества агропроизводства обусловлены особенностью ведения сельского хозяйства и в первую очередь природно-климатическими, технологическими факторами производства, которые влияют на продуктивность и издержки производства. Поиск сравнительных преимуществ необходим не только на горизонтальном уровне, но и в интеграции с перерабатывающими предприятиями, то есть на вертикальном уровне, по всей цепочке формирования добавленной стоимости, начиная от производителя сельхозпродукции и кончая ее потребителями.

В научной литературе и практике существуют различные подходы к оценке преимуществ. При разработке конкурентных стратегий успешно применяется поиск конкурентных преимуществ с помощью SWOT-анализа, суть которого состоит в рассмотрении объекта с четырех принципиальных позиций: сильных и слабых сторон его деятельности, возможностей и угроз будущего развития [13]. Однако, как указывают исследователи, для анализа и прогнозирования развития отраслей и секторов национальных экономик SWOT-анализ имеет субъективный подход к оценке, что ограничивает его использование [10]. Метод консультационной компании «Бостон Консалтинг Групп», известный как «Матрица BCG», позволяет учитывать жизненный цикл товара путем сопоставления темпов роста производства и занимаемой доли рынка [6]. Квалиметрические методы основаны на соотношении «цена — качество» и позволяют выявлять конкурентные преимущества на основе параметрических свойств продукции и потребительских предпочтений [16]. В агропроизводстве эти параметры будут индивидуальны по каждому виду сельскохозяйственной продукции.

В работах Л. А. Алтуховой, И. А. Семко, Н. З. Сафиулина предлагается комплексный подход оценки конкурентоспособности и конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий, который включает оценку имеющего производственного потенциала, финансового состояния и результатов эффективности производства и сбыта продукции [2; 12].

Несмотря на множество публикаций по теме, практические аспекты использования методов оценки конкурентных преимуществ разработаны и используются не в полной мере. Недостаточно разработаны инструментарий и показатели, позволяющие объективно оценивать конкурентные преимущества и использовать их для разработки действенных стратегий повышения эффективности агробизнеса.

Для оценки конкурентоспособности и выявления конкурентных преимуществ аграрного производства предлагаем использовать методический подход экономико-статистического анализа. В качестве критерия оценки берется интегральный показатель, рассчитанный на основе средневзвешенного геометрического показателя двух составляющих: совокупного коэффициента эффективности производства (K^{ij}_n) и эффективности продаж (K^{ij}_p):

$$K^{ij} = \prod_{i=1}^{n} K = K^{ij}_n \times K^{ij}_p \qquad (1)$$

Предложенный коэффициент по видам продукции можно рассматривать и использовать как интегральный показатель, характеризующий уровень конкурентных преимуществ. Чем выше коэффициент, тем выше уровень конкурентоспособности и, соответственно, конкурентных преимуществ производства продукции субъекта хозяйствования или группы предприятий, объединенных отраслевой специализацией или территорией района.

Первая составляющая, совокупный коэффициент эффективности производства продукции, отражает внутренние условия производителя как результат использования производственного потенциала, технологий, организации производства и характеризуется достигнутым уровнем продуктивности ($I^{ij}_{пр}$) и производственных издержек ($I^{ij}_{пс}$). За базу сравнения берутся показатели ведущего конкурента или среднее значение по исследуемой совокупности:

$$K^{ij}_n = \frac{I^{ij}_{пр}}{I^{ij}_{пс}} = \frac{P^i_j}{P^i_{jc}} : \frac{C^i_j}{C^i_{jc}}, \qquad (2)$$

где P^i_{jc} — продуктивность животных (или урожайность сельскохозяйственных культур) i-го вида продукции в j-предприятии (средний уровень); C^i_{jc} — себестоимость производства единицы i-го вида продукции в j-предприятии (средний уровень).

Преимущества во внешней среде производителей отражает коэффициент эффективности реализации продукции (K^{ij}_p), который характеризуется сложившимся уровнем цен и коммерческих затрат:

$$K^{ij}_p = \frac{I^{ij}_{цр}}{I^{ij}_{кс}} = \frac{Ц^i_j}{Ц^i_c} : \frac{C^i_{kj}}{C^i_{кс}}, \qquad (3)$$

где $I^{ij}_{цр}$ — индекс цены реализации i-го вида продукции в j-предприятия; $I^{ij}_{кс}$ — индекс коммерческой себестоимости единицы i-го вида продукции в j-предприятия; $Ц^i_{j\,с}$ — цена реализации i-го вида продукции j-предприятия (средний уровень); C^i_{kj} — коммерческие затраты единицы i-го вида продукции в j-предприятии.

В дополнение к указанным показателям можно включить $K^{ij}{}_{v}$, учитывающий долю объекта исследования в совокупном объеме производства:

$$K^{ij}{}_{v} = \frac{V^{i}{}_{j}}{V^{i}}. \quad (4)$$

В развернутом виде формулу интегрального показателя, характеризующего конкурентные преимущества субъекта хозяйствования, можно представить следующим образом:

$$K^{ij} = K^{ij}{}_{n} \times K^{ij}{}_{p} \times K^{ij}{}_{v} = \left(\frac{P^{i}{}_{j}}{P^{i}{}_{c}} : \frac{C^{i}{}_{j}}{C^{i}{}_{c}}\right) \times \left(\frac{Ц^{i}{}_{j}}{Ц^{i}{}_{c}} : \frac{C^{i}{}_{kj}}{C^{i}{}_{kc}}\right) \times \left(\frac{V^{i}{}_{j}}{V^{i}}\right) \quad (5)$$

Объект исследования, обладающий высоким значением показателя, показывает высокие конкурентные преимущества относительно других конкурирующих объектов.

Данная методика апробирована на материалах Свердловской области. Проведена оценка конкурентных преимуществ производства сельскохозяйственной продукции агропредприятий в разрезе муниципальных районов.

Свердловская область относится к числу промышленных регионов с развитым сельским хозяйством. Доля сельского хозяйства в валовом региональном продукте составляет менее 3%. В сельской местности проживает 12% населения, в аграрном производстве занято около 4% всех работающих области. В отраслевой структуре аграрного сектора более 65% составляет продукция животноводства. Растениеводство специализируется на производстве фуражного зерна, кормовых культур, картофеле и овощей открытого грунта. В 1985—1990 гг. за счет собственного производства область полностью обеспечивала потребности населения цельномолочной продукцией, яйцом, мясом птицы, картофелем и овощами (кроме теплолюбивых). По продуктивности молочного скота область находилась в десятке лучших областей, краев и республик, а птицепром занимал лидирующее положение в Российской Федерации, что обусловливалось постоянным ростом капитальных вложений в отрасль и позволяло укреплять материально-техническую базу АПК, развивать социальную инфраструктуру села[1].

Несмотря на наметившуюся положительную динамику роста сельскохозяйственной продукции, в 2019 г. к уровню 1990 г. производство молока составляет 70,5%, яиц — 96,5%, картофеля — 80,8%, овощей — 88,1% (табл. 1). Рост производства скота на мясо происходит за счет роста «скороспелых отраслей» — производства мяса птицы и свинины.

По данным статистики, за 2017 г. уровень самообеспечения населения Свердловской области (от факта потребления) основными видами сельскохозяйственной продукции составил: по молоку и молокопродуктам — 66,6%, мясу и мясопродуктам — 56,2, яйцу и яйцепродуктам — 101,8, картофелю — 86,6, овощам — 40,2, фруктам и ягодам — 13,2%.

За пять лет (2017 г. к 2012 г.) уровень самообеспечения по молоку и молокопродуктам возрос на 10,8%, мясу и мясопродуктам — на 8, яйцу и яйцепродуктам — на 6,8; овощам — на 2,6%.

Размещение и эффективность производства сельскохозяйственной продукции по территории области имеют существенные различия. Изучая совокупный (интегральный) показатель и его составляющие коэффициенты (методика расчета указана выше), можно выявить уровень преимуществ отдельных территорий в производстве тех или иных видов сельскохозяйственной продукции.

[1]Продовольственная программа Свердловской области на период 1990—1995 гг. Свердловск 354 с.

Таблица 1

Производство сельскохозяйственной продукции Свердловской области (в хозяйствах всех категорий), тыс. т*

Показатель \ Годы	1990	2000	2010	2015	2016	2017	2018	2019
Зерновые и зернобобовые	1088	604	549	630	597	754	615	708
Картофель	913	841	514	775	690	595	765	739
Овощи	227	239	157	171	163	180	192	200
Молоко	1087	700	552	654	676	718	740	767
Скот и птица (ж. м.)	282	177	220	269	270	270	272	273
в том числе крупный рогатый скот	119	65	47	51	49	46	45	45
свиньи	82	44	53	70	69	76	76	82
птица	73	62	115	145	149	145	147	143
Яйца (млн шт.)	1629	1377	1278	1443	1468	1524	1537	1572

* Составлено автором по данным Свердловскстата (https://sverdl.gks.ru).

Первая группа районов (коэффициент конкурентоспособности $K^{ij}_{пку} \leq 1{,}0$) — наиболее успешные по показателям, можно рассматривать как районы с высокими конкурентными преимуществами производства продукции.

Вторая группа районов (коэффициент конкурентоспособности $0{,}8 < K^{ij}_{пку} < 1{,}0$) может рассматриваться как пограничная между первой и третьей группами. Эта группа территорий требует повышенного внимания на предмет усиления конкурентных преимуществ, которые можно достичь путем повышения продуктивности, снижения издержек производства и реализации, а также изменения ценовой политики.

Третья группа районов (при $K^{ij}_{пку} \geq 0{,}8$) — территории с низким уровнем преимуществ. В этой группе может оказаться так, что ни одна из отраслей сельскохозяйственного производства в настоящее время не рассматривается как перспективная.

Конкурентными преимуществами в производстве основных видов сельскохозяйственной продукции обладают Богдановичский и Ирбитский районы, за исключением производства картофеля и овощей открытого грунта (табл. 2).

Молоко является основной продукцией сельскохозяйственных предприятий Свердловской области, и его производство организовано практически в большинстве районов. Высокая эффективность наблюдается в Белоярском, Ирбитском, Камышловском, Талицком районах.

Крупный рогатый скот на мясо рассматривается как сопутствующая отрасль и имеет место в тех хозяйствах, где производят товарное молоко. Отрасль убыточна на всех территориях области, но выше результаты наблюдаются в тех районах, где устойчиво развито молочное скотоводство.

Преимущества производства растениеводческой продукции по годам неустойчивы, так как зависят в большей степени от климатических условий.

В табл. 3 показаны факторы, формирующие конкурентные преимущества производства молока сельскохозяйственных организаций по муниципальным районам Свердловской области по итогам 2018 г. В рейтинговой оценке конкурентных преимуществ производства молока по Свердловской области выделяются Богдановичский и Ирбитский районы, где производится более 30 % молочной продукции региона. По уровню продуктивности лидируют Белоярский, Ирбитский, Сысертский районы. Однако интенсивное производство ведет к существенным издержкам производства. Ценовой фактор значительно повышает конкурентные преимущества производителей, размещенных близко к городским агломерациям.

Визуализируя данные, на графике (рис. 1) покажем факторы, формирующие конкурентные преимущества сельскохозяйственных организаций

Таблица 2

Конкурентные преимущества производства сельскохозяйственной продукции по районам Свердловской области*

Муниципальный район	Молоко		КРС на мясо		Зерно		Картофель	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017
Алапаевский	0,88	0,80	0,70	0,59	**1,08**	1,04		
Артинский	0,65	0,76	0,82	0,76	0,67	0,86	0,46	0,23
Байкаловский	**1,06**	**1,01**	0,62	0,63	**1,33**	0,81	0,36	0,13
Белоярский	**1,25**	**1,16**	0,74	0,69	0,78	0,94	**1,26**	**1,10**
Богдановичский	**1,03**	**1,02**	**1,17**	**1,29**	**1,47**	**1,48**	0,71	0,56
Верхотурский	0,77	0,51	0,73	0,76	0,39	0,46		
Ирбитский	1,07	1,05	1,44	1,53	1,56	1,52		
Каменский	0,99	1,00	0,71	**1,01**	0,87	**1,53**	0,88	0,79
Камышловский	**1,08**	**1,06**	**1,12**	**1,16**	0,85	**1,01**	0,59	0,53
Красноуфимский	0,68	0,67	0,74	0,76	0,63	0,71	0,78	0,98
Пригородный	0,81	0,93	0,76	0,80	0,26	1,67		
Режевской	**1,09**	0,98	**1,13**	**1,30**	0,90	0,68	0,64	0,72
Сысертский	0,85	0,93	**1,17**	**1,09**	0,53	1,41	**1,23**	**1,29**
Туринский	0,96	0,99	**1,01**	0,75	**1,26**	0,94		
Талицкий	**1,13**	**1,11**	**1,08**	0,91	**1,31**	0,91		
Шалинский	0,89	0,81	**1,22**	**1,19**	0,27	0,49		
Пригород Екатеринбурга	0,99	**1,02**	**1,28**	0,84	0,78	0,85	**1,11**	**1,31**

* Рассчитано автором на основе данных Министерства агропромышленного комплекса и потребительского рынка Свердловской области (https://mcxso.midural.ru/article/show/id/105).

Таблица 3

Конкурентные преимущества производства молока по муниципальным районам Свердловской области за 2018 г.

Муниципальный район	Совокупный индекс	Уровень продуктивности	Уровень производственных затрат	Уровень цены реализации	Уровень коммерческих затрат	Доля в общем объеме производства, %
Богдановичский	**1,21**	**1,07**	**0,91**	**1,11**	1,07	10,7
Ирбитский	**1,13**	**1,14**	1,04	**1,03**	1,00	20,9
Талицкий	**1,13**	0,96	**0,91**	0,94	**0,88**	4,6
Каменский	**1,06**	0,92	**0,97**	**1,09**	**0,98**	4,8
Камышловский	**1,04**	0,99	**0,96**	0,95	**0,94**	8,0
Белоярский	**1,00**	**1,17**	1,11	**1,00**	1,05	6,8
Сысертский	0,94	**1,10**	1,05	0,99	1,10	4,5
Туринский	0,93	0,77	**0,90**	0,94	**0,86**	4,8
Пригород Екатеринбурга	0,92	0,99	1,02	**1,19**	1,25	4,9
Пригородный	0,90	0,68	**0,84**	0,88	**0,80**	1,4
Режевской	0,90	0,96	1,04	0,98	1,00	2,1
Шалинский	0,87	0,87	0,95	0,91	**0,95**	1,9
Алапаевский	0,83	0,92	1,06	0,94	**0,99**	4,8
Байкаловский	0,82	0,85	1,03	**1,00**	1,01	6,3
Красноуфимский	0,76	0,69	**0,92**	0,88	**0,87**	5,4
Верхотурский	0,73	0,81	1,04	0,97	1,02	2,4
Артинский	0,71	0,73	**0,97**	0,90	**0,95**	3,7

Источник: рассчитано автором на основе данных Министерства агропромышленного комплекса и потребительского рынка Свердловской области (https://mcxso.midural.ru/article/show/id/105).

муниципальных районов Свердловской области. Среднеобластной уровень продуктивности превышают Ирбитский, Богдановичский, Белоярский, Камышловский, Сысертский районы и предприятия пригорода Екатеринбурга. Более низкие затраты производства 1 ц продукции сложились в Пригородном, Туринском, Талицком, Белоярском, Байкаловском районах. Более высокие цены реализации формируются Белоярском, Богдановичском, Сысертском районах, в пригороде Екатеринбурга.

Влияние конкурентных преимуществ подвержено постоянному изменению под воздействием технологических, организационных и климатических факторов. На рис. 2 показано, как меняются конкурентные преимущества производства молока по муниципальным районам области за 2016—2018 гг. Усилили конкурентные преимущества в производстве молока Богдановичский, Ирбитский, Камышловский районы, наблюдаем снижение Байкаловском, Белоярском, Туринском районах.

В предлагаемой методике оценки конкурентных преимуществ агропроизводителей на региональном уровне можно выделить следующие достоинства:

— комплексный подход, который включает оценку факторов, влияющих на эффективность производства, реализации и концентрации производства;

— оценка является сравнительной, учитывает реальные достижения предприятий (территорий), основанных на публичной статистической отчетности;

— данный подход позволяет не только всесторонне оценить уровень конкурентных преимуществ, но и получить при этом количественное значение его уровня.

При оценке конкурентных преимуществ перечисленные показатели могут использоваться как отдельно, так и в виде интегральных показателей.

Результаты исследований могут быть использованы при обосновании стратегии размещения и специализации аграрного производства и обосновании господдержки сельхозтоваропроизводителям [9].

Приведенный выше методологический подход в исследовании конкурентоспособности аграрного производстве региона и полученные при этом результаты указывают на определенные резервы в поиске конкурентных преимуществ, которые можно использовать при подготовке управленческих решений на региональном уровне. Они указывают также на возможность формирования отдельных направлений ведения мониторинга, выполнение которых может повысить эффективность управления сельскохозяйственным производством.

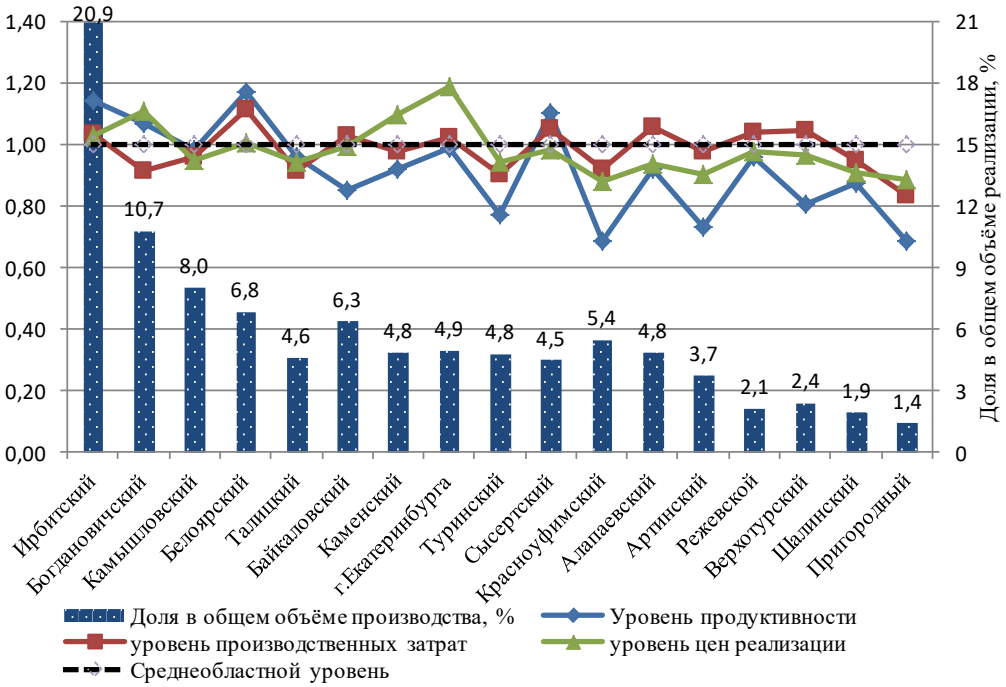


Рис. 1. Факторы, формирующие конкурентные преимущества сельскохозяйственных организаций муниципальных районов Свердловской области

Источник: составлено автором по расчетам на основе данных Министерства агропромышленного комплекса и потребительского рынка Свердловской области (https://mcxso.midural.ru/article/show/id/105).

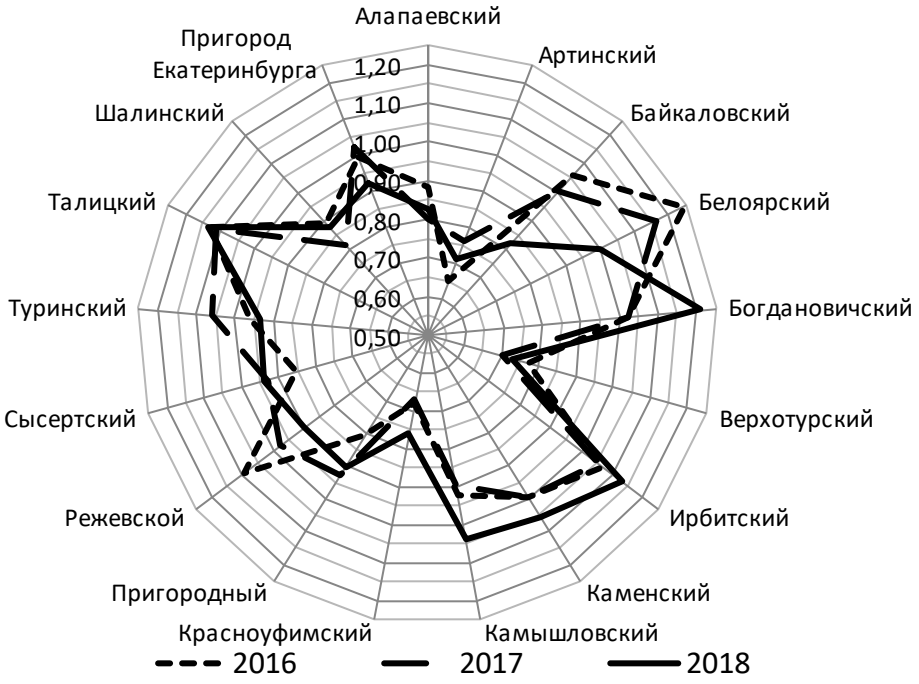


Рис. 2. Изменение конкурентных преимуществ производства молока по районам Свердловской области

Источник: составлено автором по расчетам на основе данных Министерства агропромышленного комплекса и потребительского рынка Свердловской области (https://mcxso.midural.ru/article/show/id/105).

Список литературы

1. Алтухов А. И., Дрокин В. В., Журавлев А. С. От стратегии обеспечения продовольственной независимости к стратегии повышения конкурентоспособности агропродовольственного комплекса // Экономика региона. 2016. Т. 12, вып. 3. С. 852—864.

2. Алтухова Л. А., Семко И. А. Методика комплексной оценки уровня конкурентоспособности сельскохозяйственных предпринимательских структур // Российское предпринимательство. 2011. Т. 12, № 10. С. 125—131.

3. Боткин О. И., Сутыгина А. И., Сутыгин П. Ф. Интерпретация понятия агропродовольственной системы региона в оценке ее конкурентных преимуществ // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Сер.: Экономика и управление. 2018. № 2 (38). С. 56—67.

4. Гельвановский М. И. Концепция конкурентоспособности как методологическая основа обеспечения экономической безопасности // Экономическая безопасность России: проблемы и перспективы: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. Н. Новгород: НГТУ. 2016. С. 16—34.

5. Гельвановский М. И., Жуковская В. М., Трофимова И. Н. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях // Российский экономический журнал. 2006. № 3. С. 67—77.

6. Карлоф Б. Деловая стратегия: пер.с англ. / науч.ред. и авт. послесл. В. А. Приписнов. М.: Экономика, 1991. 239 с.

7. Кудрова Н. А. Формирование и развитие региональных кластеров как точек экономического роста территории // Социально-экономические явления и процессы. 2015. Т. 10, № 1. С. 43—48.

8. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.

9. Пошехонова Г. В. Мониторинг эффективности использования ресурсного потенциала и конкурентоспособности аграрного производства региона // Региональная экономика: теория и практика. 2008. № 8 (65). С. 54—61.

10. Рау В. В. Конкурентоспособность агропродовольственных систем: возможности и факторы роста // Проблемы прогнозирования. 2007. № 2. С. 32—44.

11. Сафиуллин А. Р. Многоуровневый подход к управлению конкурентными преимуществами // Известия Уральского государственного экономического университета. 2010. № 2 (28). С. 19—25.

12. Сафиуллин Н. З. Подход к анализу конкурентоспособности субъектов хозяйствования в аграрном секторе экономики (на примере животноводческого комплекса Республики Татарстан) // Вопросы экономики и права. 2015. № 87. С. 98—101.

13. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: Концепции и ситуации: учеб. для вузов / пер. с 9-го англ. изд. М.: ИНФРА-М, 2000. 412 с.

14. Ускова Т. В. Управление устойчивым развитием региона: монография. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2009. 355 с.

15. Фатхутдинов Р. А. Развитие конкурентных преимуществ объектов в конкурентоспособной экономике // Современная конкуренция. 2010. № 1 (19). С. 88.

16. Янковская В. С., Черствой А. А. Квалиметрическая оценка продукции АПК // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. 2012. № 5(16). С. 80—84.

17. Яшин Н. С., Григорян Е. С. Методология стратегической устойчивости предприятия // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2015. № 1 (55). С. 19—22.

18. Becvarova V. Issues of competitiveness of the present agriculture // Agricultural economics zemedelska economics. 2008. № 54 (9). P. 399—405.

19. Huggins R. Regional competitive intelligence: Benchmarking and policy-making // Regional Studies. 2010. № 44. P. 639—658.

Сведения об авторе

Пошехонова Галина Васильевна — кандидат экономических наук, доцент кафедры региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности Уральского федерального университета им. первого Президента России Б. Н. Ельцина (УрФУ), Екатеринбург, Россия. G.V.Poshekhonova@urfu.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 100—107.

COMPETITIVE ADVANTAGES OF AGRICULTURAL PRODUCTION OF REGIONAL AGRICULTURAL SYSTEMS

G. V. Poshekhonova
Ural Federal University of the First President of Russia of B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia. G.V.Poshekhonova@urfu.ru

The article presents the author's methodology for assessing the competitive advantages of agricultural systems in the region. Index method allows to highlight the competitive advantages of an economic entity or a group of economic entities, united by territory or industry affiliation, by using the integral indicator. The aggregate indicator combines several criteria specifying the advantages of agricultural producers in terms of productivity, production conditions, sales and production concentration. The proposed methodological approach to the study of the competitiveness of agricultural production in the region and the results of its application indicate the possibility to find and use competitive advantages that can be used in the preparation of management decisions at the regional level in the placement and specialization of agricultural production. They also point to the need to form separate areas of monitoring, the implementation of which can improve the management efficiency of agricultural production.

Keywords: *agroproduction, competitiveness, evaluation methodology, rating, competitive advantages.*

References

1. Altukhov A. I., Drokin V. V., Zhuravlev A. (2016) *Ekonomika regiona*, vol. 12, no. 3, pp. 852—864 [in Russ.].
2. Altukhova L. A., Semko I. A. (2011) *Rossiyskoye predprinimatel'stvo*, vol. 12, no. 10, pp. 125—131 [in Russ.].
3. Botkin O. I., Sutygina A. I., Sutygin P. F. (2018) *Vestnik Povolzhskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta. Ser.: Ekonomika i upravleniye*, no. 2 (38), pp. 56—67 [in Russ.].
4. Gel'vanovskiy M. I. (2016) *Ekonomicheskaya bezopasnost' Rossii: problemy i perspektivy: materialy IV Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Pp. 16—34 [in Russ.].
5. Gel'vanovskiy M. I., Zhukovskaya V. M., Trofimova I. N. (2006) *Rossiyskiy ekonomicheskiy zhurnal*, no. 3, pp. 67—77 [in Russ.].
6. Karlof B. *Delovaya strategiya* [Business strategy]. Moscow, Publ. Ekonomika, 1991. 239 p. [in Russ.].
7. Kudrova N. A. (2015) *Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy*, vol. 10, no. 1, pp. 43—48 [in Russ.].
8. Porter M. *Konkurentnaya strategiya: Metodika analiza otrasley i konkurentov* [Competitive strategy: Methods for analyzing industries and competitors]. Moscow, Alpina Business Books, 2005. 454 p. [in Russ.].
9. Poshekhonova G. V. (2008) *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika*, no. 8 (65), pp. 54—61 [in Russ.].
10. Rau V. V. (2007) *Problems of forecasting*, no. 2, pp. 32—44 [in Russ.].
11. Safiullin A. R. (2010) *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta*, no. 2 (28), pp. 19—25 [in Russ.].
12. Safiullin N. Z. (2015) *Voprosy ekonomiki i prava*, no. 87, pp. 98—101 [in Russ.].
13. Tompson A. A. *Strategicheskiy menedzhment: Kontseptsii i situatsii: uchebnik dlya vuzov* [Strategic management: Concepts and situations: a textbook for universities]. Moscow, INFRA-M, 2000. 412 p. [in Russ.].
14. Uskova T. V. *Upravleniye ustoychivym razvitiyem regiona* [Management of sustainable development of the region]. Vologda, 2009. 355 p. [in Russ.].
15. Fatkhutdinov R. A. (2010) *Sovremennaya konkurentsiya*, no. 1(19), pp. 88—140 [in Russ.].
16. Yankovskaya V. S., Cherstvoy A. A. (2012) *Tekhnologiya i tovarovedeniye innovatsionnykh pishchevykh produktov*, no. 5 (16), pp. 80—84 [in Russ.].
17. Yashin N. S., Grigoryan Y. S. (2015) *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo sotsial'no-ekonomicheskogo universiteta*, no. 1 (55), pp. 19—22 [in Russ.].
18. Becvarova V. (2008) *Agricultural economics zemedelska economics*, no. 54(9), pp. 399—405. Available at: http://www.agriculturejournals.cz/publicFiles/02184.pdf [in Russ.].
19. Huggins R. (2010) *Regional Studies*, no. 44, pp. 639—658, doi: 10.1080/00343400802331312.

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 108—114.

УДК 338.4
ББК 65.30-551; 65.42-551

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11012

ОТЛИЧИЯ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТОРГОВЛЕ

***М. В. Власов*[1,2], *Т. О. Маслакова*[1]**

[1]*Уральский федеральный университет, Екатеринбург, Россия*
[2]*Институт экономики УрО РАН, Екатеринбург, Россия*

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фундаментальных исследований, грант РФФИ 19-010-00850 А «Институциональное моделирование экономики интернет-пространства России».

Разработка эффективных инновационных стратегий является актуальной задачей для экономических агентов на всех уровнях хозяйствования. Цель данного исследования — анализ и выявление различий в инновационных стратегиях развития промышленного и розничного бизнеса. В результате проведенного исследования авторами выделены особенности инновационных стратегий промышленных и торговых предприятий, которые охватывают инновации в той или иной деятельности и позволяют торговому или промышленному предприятию оставаться заметными в своем сегменте рынка и выдерживать постоянно нарастающую конкуренцию. Значимость исследования заключается в дифференциации инновационных стратегий промышленного и торговых предприятий, использование которых при принятии управленческих решений позволит предприятиям повысить эффективность стратегического менеджмента.

Ключевые слова: *инновационная стратегия, стратегический менеджмент, промышленное предприятие, торговое предприятие.*

В настоящее время повышается значимость стратегического менеджмента в практике управления промышленным и розничным предприятием. Это связано с тем, что конкуренция на современном российском рынке как для розничных, так и для промышленных предприятий достаточно высока. Рынок диктует свои условия, поэтому разумный выбор и реализация подходящей экономической стратегии позволяет компании оставаться на плаву. По мнению В. Г. Куганова, Г. А. Ивашкина, инновационные стратегии предприятий позволяют совершенствовать конкурентоспособность хозяйствующих субъектов в современных экономических условиях [1]. В своем исследование В. С. Чугунов приходит к выводу, что инновационные стратегии являются основным инструментом адаптации хозяйствующих субъектов к изменяющейся агрессивной внешней среде [2]. Высокую значимость инновационного стратегического планирования в развитии современного предприятия показали О. Н. Бунчиков, В. М. Джуха, Т. Ю. Черепухин [3].

Качество стратегического управления определяет эффективность деятельности промышленных предприятий и предприятий розничной торговли. Эффективная инновационная деятельность позволяет предприятию взять лидерство на рынке и получать больше прибыли.

Целью данного исследования являются анализ и выявление различий в инновационных стратегиях развития промышленного и розничного бизнеса.

Методом исследования послужил системный логический анализ результатов научных исследований ученых-экономистов по изучению инновационных стратегий хозяйствующих субъектов.

С точки зрения К. В. Смольянинова, стратегия — выработка долгосрочных целей и задач в соответствии с динамично изменяющейся внешней средой [4].

Анализируя цели и задачи промышленного предприятия, Е. Л. Фролов [5] подчеркивает, что главной целью промышленного предприятия является не столько получение прибыли, сколько достижение и поддержание конкурентных позиций, создаваемых в процессе реализации стратегии управляемого роста промышленного предприятия на всех этапах циклических изменений рыночной среды: снижение, стабилизация и рост.

Промышленная компания ставит перед собой задачи, направленные на непрерывное развитие бизнеса, консолидацию его размеров, увеличение производственных мощностей и тем самым повышение эффективности использования всех видов ресурсов.

А. А. Говорин и А. В. Костин утверждают, что целями стратегического развития промышлен-

ности является переход к новому качественному состоянию, которое обеспечит предприятию лидирующие позиции в условиях непредсказуемых изменений внешней среды. По мнению авторов, можно достичь нового качественного состояния, если предприятие обладает лучшими технологиями, научно-исследовательской базой, потенциалом развития, вариантами финансирования и низкой стоимостью ресурсов [6].

По мнению Л. А. Базаровой, технология устойчивого развития промышленного предприятия предполагает решение следующих задач: ускорение роста за счет оптимизации и рационализации его деятельности, продолжение функционирования предприятия как сложной системы, адаптация отрасли к изменяющимся условиям деятельности [7].

В соответствии с ГОСТ Р 51773 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли»: предприятие торговли — это объект хозяйственной деятельности, осуществляющий с использованием процессов, оборудования и технологий продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг торговли покупателям [8].

По мнению А. А. Сазоновой, целью создания розничной сети является удовлетворение потребностей населения в качественных и безопасных потребительских товарах, получение и максимизация прибыли [9].

Целью розничного торгового предприятия как логистической системы является также доставка продукции в заданное место в определенный день и час, в необходимом количестве и ассортименте при оптимальном уровне затрат. Качество и безопасность потребительских товаров — это необходимая составляющая.

Из поставленных целей А. А. Сазонова выделяет следующие задачи [Там же]:

— создание условий для наиболее полного удовлетворения потребительского спроса на товары в выбранном сегменте потребительского рынка;

— организация планирования и прогнозирования спроса, запасов; управление ассортиментом и запасами на предприятиях розничной торговли;

— осуществление информационно-аналитической деятельности в сфере производства и на всех этапах реализации продукции;

— категорийный менеджмент и мерчандайзинг как эффективные способы управления ассортиментом;

— контроль процессов покупки, доставки, транспортировки, хранения и реализации товаров;

— управление, обеспечивающее эффективное продвижение товаров в сфере обращения;

— сбор, обработка и хранение маркетинговой информации;

— работа с поставщиками и потребителями, а также анализ и выявление потенциала для увеличения продаж и реализации этого потенциала.

По мнению В. Ф. Мерзлякова, в современных условиях целью розничного предприятия является предложение исключительной потребительской ценности и улучшение имиджа, развитие маркетинговых отношений, ориентированных на удовлетворение потребностей клиентов [10].

Таким образом, цели и задачи промышленного и торгового предприятий имеют существенные различия, которые представлены в табл. 1.

Таблица 1

Сравнение целей и задач промышленного и торгового предприятий*

Промышленное предприятие	**Торговое предприятие**
Основная цель	
Переход к новому качественному состоянию, которое обеспечит предприятию лидирующие позиции в условиях непредсказуемых изменений внешней среды	Предложение исключительной потребительской ценности, получение и максимизация прибыли, улучшение имиджа
Удовлетворение своих контрагентов и налаженная связь с партнерами	Удовлетворение потребителей (населения)
Основные задачи в соответствии с целью	
— Обеспечение лучших технологий, научно-исследовательской базы, потенциала развития, вариантов финансирования и низкой стоимости ресурсов; — увеличение производственных мощностей; — повышение эффективности использования ресурсов	— Наиболее полное удовлетворение потребительского спроса; — управление ассортиментом и запасами; — работа с поставщиками и потребителями, улучшение имиджа

*Составлено авторами.

По различиям целей и задач промышленного и торгового предприятий, представленных в таблице, авторами сделаны следующие выводы. Промышленное предприятие ставит перед собой цель перехода на новый качественный уровень, предложения своему контрагенту или партнеру продукта с исключительной ценностью или ценой. В то же время основной целью торгового предприятия является удовлетворение населения путем

исключительного сервиса или расширенного ассортимента, поскольку обычно торговые предприятия располагают похожим товаром.

Из поставленных целей вытекают соответствующие задачи. Если у промышленного предприятия это наращивание производственных мощностей, обеспечение лучших, отличных от других, технологий, повышение эффективности используемых ресурсов, то торговое предприятие ставит себе задачи управления ассортиментом и запасами, обеспечение потребительского спроса, его прогнозирование, а также улучшение имиджа, работа с потребителями.

Цели и задачи определяют стратегию предприятия, следовательно, если цели и задачи промышленного и торгового предприятий различны, то и инновационные стратегии будут разными, применимыми к конкретному типу предприятий.

Таким образом, в современных реалиях цели и задачи промышленных и розничных торговых предприятий определены стремлением к постепенном переходу в новое качественное состояние. Достижению этой цели способствует выбор инновационных стратегий.

Термин «инновация» является синонимом инновации, или новшества, и может использоваться вместе с ним. Существует несколько подходов к определению сущности инноваций в литературе. Наиболее распространены два аспекта: в одном случае инновация представляется как результат творческого процесса в виде новых продуктов (устройств), технологий, методов и прочего во втором — как процесс внедрения новых продуктов, элементов, подходов [10].

По мнению В. Ф. Мерзлякова, рассматривая инновацию как процесс, следует отметить, что это процесс трансформации научного знания, который можно представить в виде последовательной цепи событий, в ходе которых инновация созревает из идеи конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется в практическом применении.

Следует отметить, что инновационными могут быть организации в любых отраслях, каждая со своей структурой и целями. К примеру, инновационными компаниями считаются такие фирмы, как 3M, Bell Laboratories, Bank of America, Texas Instruments, Procter&Gamble, IBM (США), Fiat (Италия), Marks&Spencer (Великобритания), Sony (Япония) и др. Несмотря на то что перечисленные компании уже много лет занимают конкурентные позиции, каждая в своих сегментах, их объединяет активная инновационная политика, крупные инвестиции в НИОКР и информационные технологии, они из года в год выводят на рынок свои инновации.

С точки зрения Ю. А. Горской, инновационные стратегии в торговле принципиально отличаются от инновационных стратегий промышленных предприятий в связи с тем, что производство базируется на технологических и продуктовых инновациях, а в торговле — преимущественно на маркетинговых инновациях [11].

На рис. 1 представлены инновационные стратегии промышленного предприятия.

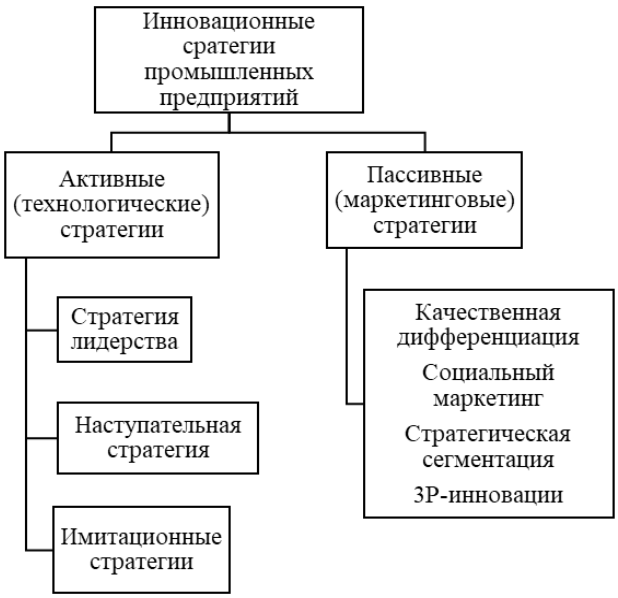


Рис. 1. Инновационные стратегии промышленных предприятий

Составлено авторами.

Активные (технологические) стратегии включают в себя непрерывное внедрение технологических инноваций и делятся на три подгруппы: стратегия лидерства, наступательная стратегия и имитационные стратегии.

С точки зрения О. И. Имайкиной, постоянный мониторинг внутренних возможностей предприятия необходим для вовлечения новых технологий в хозяйственный оборот [14].

Стратегия лидерства (оборонная стратегия) используется для поддержания конкурентных позиций на рынке, поэтому продукт, который выпускают лидеры, будет совершенно новым. Эта стратегия характеризуется относительно высокой стоимостью исследований и разработок.

Наступательная стратегия обычно используется компаниями, которые основывают свою деятельность на конкурентных силах. Этот тип стратегии

чаще всего используется малыми инновационными предприятиями.

Имитационные стратегии используются предприятиями, которые имеют значительные рыночные и технологические позиции. Речь идет об имитационной стратегии, если продукт уже известен рынку, но такая технология еще не применялась конкретно данным предприятием. Имитационные стратегии бывают следующими:

— стратегия следования за лидером (предприятие выжидает, когда лидер выпустит инновацию, а затем производит аналогичную продукцию);

— стратегия копирования (предприятие покупает у лидера лицензию на право производства инновации и выпускает копии товара);

— стратегия усовершенствования (продукция фирмы совершенствуется принятием решения о снижении себестоимости продукции).

Пассивные инновационные стратегии охватывают маркетинговую составляющую целей и задач промышленного предприятия [11].

Качественная дифференциация — это придание товару особых свойств надежности, экологичности и долговечности. Данная инновационная стратегия позволяет промышленному предприятию сформировать определенный положительный образ в глазах потребителей.

Социальный маркетинг предполагает ориентацию компании на нужды общества, а значит, реализации такой стратегии будет способствовать участие в благотворительных акциях, создание социальных фондов и т. п.

Стратегическая сегментация предполагает деятельность фирмы в рамках определенных сегментов рынка. Таким образом, продукт будет иметь конкурентоспособные именно в данном сегменте характеристики.

Таким образом, инновационная стратегия промышленного предприятия охватывает целый спектр целей и задач, связанных с улучшением технологий, внедрением инноваций или копированием существующих с внесением своих изменений. Для эффективного функционирования и удержания или завоевания своих позиций на рынке промышленное предприятие избирает активные инновационные стратегии. Пассивные (маркетинговые) стратегии тоже занимают важное место в планировании предприятием своей деятельности, но имеют, скорее, сопутствующие позиции.

Инновационные стратегии в сфере торговли представлены на рис. 2.

Розничную торговлю можно назвать специфичной отраслью, поэтому маркетинговые стратегии занимают особое место в инновационных стратегиях розничной торговли.

Позиционирование предприятия на рынке предполагает выбор масштаба деятельности. По мнению Д. Г. Исаенковой и М. А. Халикова, розничная индустрия отличается высокой конкуренцией, что инициирует: стремление развивать инновации в продуктовых линейках; борьбу за новую географическую территорию и онлайн-территорию; сокращение расходов по цепочкам поставок. Потребительский спрос подталкивает все предприятия отслеживать предложения в розничной торговле, как ни в одной другой отрасли [12].

Сегодня у крупных ретейлеров есть страницы во всех социальных сетях, официальный сайт, где потребитель может найти всю необходимую информацию.

Стратегия роста предполагает освоение рынка с уже существующими или новыми продуктами, введение новых торговых форматов. Так, российские торговые компании в основном идут по пути инновационной стратегии заимствования торговых форматов у западных компаний. Российская торговая сеть «Перекресток» во многом схожа с глобальной сетью супермаркетов Tesco, а сеть

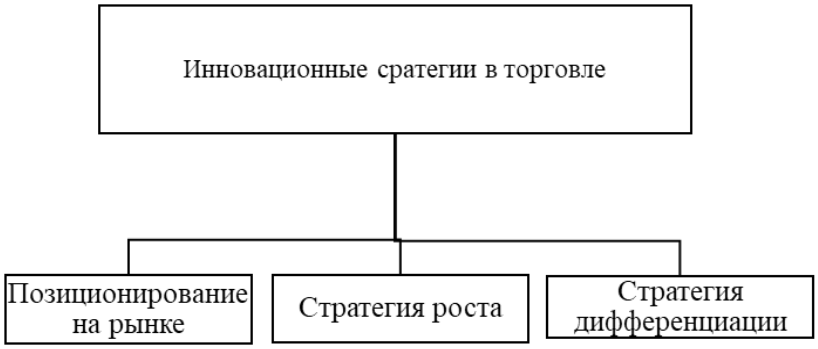


Рис. 2. Инновационные стратегии в сфере торговли

Составлено авторами.

«Пятерочка» создавали на основе известной компании Wal-Mart.

Инновационную стратегию роста используют и уже существующие компании, корректируя свои задачи в связи с открывшимися перспективами современного мира. Например, IKEA оценила возможности аутсорсинговой сборки для клиентов, когда сотруднику торгового предприятия пришлось убрать ножки для стола, чтобы разместить его в машине [13].

В то же время компания Whole Foods Market, опираясь на стремительно развивающееся движение за экологию и натуральность, имеет возможность организовать доставку и обработку экологически чистых продуктов.

Третий тип инновационных стратегий в торговле — это стратегия дифференциации. Компания при данной стратегии стремится быть непохожей на других. Инновационные розничные стратегии обычно имеют мощную культуру и ценности, которые обеспечивают ее продвижение. Так, компания Zappos.com руководствуется десятью ценностями, в том числе предоставление услуги Wow быть немного странным и вести себя скромно [15]. Напротив, команда Best Buy Geek — веселье, юмор и избавление от стресса, связанного с компьютерами и развлекательными системами.

Таким образом, торговые предприятия избирают инновационные стратегии, направленные на достижение маркетинговых целей и задач предприятия. Все описанные выше инновационные стратегии в торговле направлены или на расширение услуг и ассортимента (внедрение инноваций в продуктовых линейках) торгового предприятия, или на продвижение своих ценностей, улучшение имиджа, или на увеличение масштабов деятельности. Грамотное следование выбранной инновационной стратегии позволяет торговому предприятию оставаться заметным на рынке, иметь свою долю и получить того потребителя, на которого оно работает.

Инновационные стратегии промышленного предприятия и предприятия в сфере торговли имеют существенные различия, представленные в табл. 2.

Таким образом, различия стратегий в промышленности и торговле обусловлены зависимостью промышленных предприятий от стадии жизненного цикла продукта, товара (ЖЦТ), который оно выпускает, основа стратегии — маркетинг или технология, а также разнонаправленными расходами на НИОКР и информационные технологии.

В ходе исследования авторами проведен теоретический сравнительный анализ инновационных стратегий промышленных и торговых предприятий в результате которого получены следующие выводы:

• Во-первых, авторами выявлены основные различия в целях организации деятельности промышленных и торговых предприятий, которые заключаются в переходе на новый качественный уровень, предложении контрагенту исключительного товара или цены у промышленного предприятия и удовлетворении спроса населения в качественных и безопасных товарах по небольшой цене у торгового предприятия.

• Во-вторых, представлены инновационные стратегии промышленных и торговых предприятий, которые охватывают инновации в той или иной деятельности, позволяют торговому или промышленному предприятию оставаться заметным в своем сегменте рынка и выдерживать постоянно нарастающую конкуренцию.

• В-третьих, выявлены различия в инновационных стратегиях промышленных и торговых предприятий, которые заключаются в зависимости промышленного предприятия от жизненного цикла продукта, в то время как торговое предприятие не зависит от ЖЦТ. Также промышлен-

Таблица 2

Отличия инновационных стратегий в промышленности и торговле*

Признак	Инновационные стратегии промышленного предприятия	Инновационные стратегии торгового предприятия
Вид стратегии	Основа — технологические (активные) стратегии	Основа — маркетинговые стратегии
Зависимость от продукта	Выбор инновационной стратегии зависит от стадии жизненного цикла товара (ЖЦТ)	Выбор инновационной стратегии не зависит от стадии ЖЦТ
Расходы на НИОКР и ИТ	Большие расходы на НИОКР для создания нового или усовершенствования старого продукта	Большие расходы на ИТ для сотрудников и оснащение торговых залов, обновления сайтов, то есть интенсивное потребление инноваций

*Составлено авторами.

ное предприятие для эффективной деятельности выбирает технологические инновационные стратегии, а торговое — маркетинговые, что обусловлено целями и задачами предприятия. Кроме того, инновационная стратегия промышленного предприятия подразумевает довольно крупные расходы на НИОКР, а стратегия торгового предприятия предполагает ощутимые расходы на информационные технологии.

Значимость проведенного исследования заключается в дифференциации инновационных стратегий промышленного и торговых предприятий, использование которых при принятии управленческих решений позволит предприятиям грамотно поставить перед собой цели и задачи: в частности, промышленному предприятию — эффективно распределить средства, сэкономить на ресурсах и нарастить производственные мощности, а торговым предприятиям поможет сформировать определенный положительный имидж на рынке и выдерживать постоянную конкуренцию в отрасли.

Список литературы

1. Куганов В. Г., Ивашкин Г. А. Инновационная стратегия как основа современного развития малого предприятия // ФЭС: Финансы. Экономика. 2018. Т. 15, № 3. С. 49—53.

2. Чугунов В. С. Инновационная стратегия: необходимость и реальность // Инновации в менеджменте. 2020. № 2 (24). С. 62—65.

3. Бунчиков О. Н., Джуха В. М., Черепухин Т. Ю. Инновационная стратегия развития организации: вопросы теории и практики // Экономика и предпринимательство. 2020. № 7 (120). С. 1057—1060.

4. Смольянинов К. В. Определение стратегии инновационного развития промышленного предприятия // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. № 48. С. 11—24.

5. Фролов Е. Л. Формирование стратегии управляемого роста промышленных предприятий: дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2009. 20 с.

6. Говорин А. А., Костин А. В. Актуальные цели и задачи стратегического развития отечественной индустрии // Статистика и экономика. 2017. № 3. С. 41—47.

7. Базарова, Л. А. Менеджмент устойчивого развития компании. М.: АСВ, 2006.

8. ГОСТ Р 51773 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли». М.: Стандартинформ, 2010. 18 с.

9. Сазонова А. А. Розничное торговое предприятие как логистическая система: сущность, характеристика, концепция логистического управления // Молодой ученый. 2016. № 3 (107). С. 622—627.

10. Мерзляков В. Ф. Инновации как элемент экономического развития // Вестник ННГУ. 2012. № 2-2. С. 15—19.

11. Горская Ю. А. Инновационная политика и стратегии предприятий в розничной торговле // Инновационная деятельность. 2011. № 4-2 (18). С. 9—14.

12. Иасенкова Д. Г., Халиков М. А. Инновационная деятельность и стратегия российских предприятий розничной торговли // Вестник ААЭП. 2019. № 11-1. С. 77—83.

13. Основы инновационного менеджмента. Теория и практика. М.: Экономика, 2004. 518 с.

14. Имайкина О. И. Анализ инновационного потенциала предприятия как инструмент определения его внутренних возможностей // Известия вузов. Поволжский регион. Общественные науки. 2014. № 3 (31). С. 211—223.

15. Бовин А. А. Управление инновациями в организации. М.: Омега-Л, 2011. 416 с.

Сведения об авторах

Власов Максим Владиславович — кандидат экономических наук, доцент Уральского федерального университета, старший научный сотрудник Института экономики УрО РАН, Екатеринбург, Россия. mvlassov@mail.ru

Маслакова Татьяна Олеговна — Уральский федеральный университет, Екатеринбург, Россия. maslakova-tanya@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 108—114.

DIFFERENCES IN INNOVATIVE STRATEGIES IN INDUSTRY AND TRADE

M. V. Vlasov
Ural Federal University, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Yekaterinburg, Russia. mvlassov@mail.ru

T. O. Maslakova
Ural Federal University, Yekaterinburg, Russia. maslakova-tanya@mail.ru

The development of effective innovation strategies is an urgent task for economic agents at all levels of management. The purpose of this study is to analyze and identify differences in innovative strategies for the development of the industrial and retail business. As a result of the study, the authors highlighted the features of innovative strategies of industrial and trading enterprises, which cover innovations in a given activity and allow a trade or industrial enterprise to remain noticeable in its market segment and withstand constantly increasing competition. The significance of the study lies in differentiating the innovative strategies of industrial and trading enterprises, the use of which in making management decisions will allow enterprises to increase the effectiveness of strategic management.

Keywords: *innovative strategy, strategic management, industrial enterprise, trading enterprise.*

References

1. Kuganov V. G., Ivashkin G. A. (2018). *FES: Finansy. Ekonomika*, vol. 15, no. 3, pp. 49—53 [in Russ].
2. Chugunov V. S. (2020). *Innovatsii v menedzhmente*, no. 2 (24), pp. 62—65 [in Russ].
3. Bunchikov O. N., Dzhukha V. M., Cherepukhin T. Yu. (2020) *Ekonomika i predprinimatel'stvo*, no. 7 (120), pp. 1057—1060 [in Russ].
4. Smol'yaninov K.V. (2014). *Natsional'nyye interesy: prioritety i bezopasnost'*, no. 48, pp. 11—24 [in Russ].
5. Frolov Ye. L. (2009) Formirovaniye strategii upravlyayemogo rosta promyshlennykh predpriyatiy [Formation of a strategy for controlled growth of industrial enterprises: PhD thesis]. St. Petersburg [in Russ].
6. Govorin A. A., Kostin A. V. (2017) *Statistika i ekonomika*, no. 3, pp. 41—47 [in Russ].
7. Bazarova L. A. (2006) Menedzhment ustoychivogo razvitiya kompanii. [Management of sustainable development of the company: monograph]. Moscow, ASV [in Russ].
8. GOST R51773 (2010) Uslugi torgovli. Klassifikatsiya predpriyatiy torgovli [GOST R51773. Trade services. Classification of trade enterprises]. 18 p. Moscow, Standartinform [in Russ].
9. Sazonova A. A. (2016). *Molodoy uchenyy*, no. 3 (107), pp. 622—627 [in Russ].
10. Merzlyakov V. F. (2012) *Vestnik NNGU*, no. 2-2, pp. 15—19 [in Russ].
11. Gorskaya Yu. A. (2011) *Innovatsionnaya deyatel'nost'*, no. 4-2 (18), pp. 9—14 [in Russ].
12. Iasenkova D. G., Khalikov M. A. (2019) *Vestnik AAEP*, no. 11-1, pp. 77—83 [in Russ].
13. (2004) Osnovy innovatsionnogo menedzhmenta. Teoriya i praktika [Basics of innovation management. Theory and practice]. Moscow, Ekonomika. 518 p. [in Russ].
14. Imaykina O. I. (2014) *Izvestiya vuzov. Povolzhskiy region. Obshchestvennyye nauki*, no. 3 (31), pp. 211—223 [in Russ].
15. Bovin A. A. (2011) Upravleniye innovatsiyami v organizatsii [Organizational innovation management]. Moscow, Omega-L. 416 p. [in Russ].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 115—121.

УДК 332.12; 330.35
ББК 65.04-962

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11013

ДОЛГОСРОЧНЫЕ ФАКТОРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕГИОНОВ УРАЛА

Д. С. Бенц
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Автор моделирует факторы экономического роста для регионов Урала — Уральского федерального округа и Уральского макрорегиона — Курганской, Оренбургской, Свердловской, Тюменской, Челябинской областей, республик Башкортостан и Удмуртия, Пермского края. Для каждого из восьми регионов автор строит мультипликативную модифицированную функцию Кобба — Дугласа, переменными в которой выступают пять факторов: темп роста промышленного производства, темп роста численности занятых, темп роста инвестиций в основной капитал, темп роста основных фондов, темп роста среднедушевых доходов населения. По результатам построения эконометрических функций автор делает выводы о наиболее эластичных параметрах уравнения — как следствие, о факторах, оказывающих наибольшее воздействие на экономический рост соответствующего региона. Самым эластичным фактором экономического региона, притом характерным для всех анализируемых регионов, стал темп роста среднедушевых доходов населения. Но все же даже по данному фактору регионы разнятся между собой: самое сильное влияние характерно для Тюменской области, самое низкое — для Пермского края и Свердловской области. Самым противоречивым фактором стал темп роста численности занятых.

Ключевые слова: *Уральский федеральный округ, Уральский макрорегион, Челябинская область, Свердловская область, Тюменская область, Курганская область, Республика Башкортостан, Удмуртская Республика, Оренбургская область, Пермский край, экономический рост региона, эконометрическое моделирование, регрессионный анализ, модифицированная мультипликативная функция Кобба —Дугласа.*

Экономический рост — проблема, которая на протяжении последних десяти лет находилась в «топе» исследований. Теперь же в период «пандемической реальности» не подлежит сомнению тот факт, что эта проблема станет первостепенной, причем как на макроуровне, так и на уровне региональных экономик. В «постпандемическом будущем» рано или поздно встанет вопрос крайней необходимости «пуска» трансмиссионного механизма экономического роста. И на какие рычаги нужно надавить, какие «винтики» в этом самом трансмиссионном механизме станут пусковыми и определяющими — вопрос пока открытый.

Регионы Уральского федерального округа и Уральского макрорегиона попадают в поле зрения автора не впервые. Автор уже посвящал исследование неравномерному развитию регионов Урала [6; 7]. В статье речь пойдет об экономиках Урала — регионах как Уральского федерального округа, так и субъектах Уральского макрорегиона. Автор осознанно аккумулирует в едином исследовании все регионы Урала — с тем, чтобы количественно оценить однородность/неоднородность воздействующих на экономический рост факторов. Будем говорить о восьми субъектах РФ: Курганской, Оренбургской, Свердловской, Тюменской, Челябинской областях, республиках Башкортостан и Удмуртской, Пермском крае. Для того чтобы понять, какие факторы экономического роста для экономики какого региона характерны, автор ставит задачей создать для каждого из исследуемых регионов модель вида

$$Y = A \cdot X_1^{\alpha} \cdot X_2^{\beta} \cdot X_3^{\gamma} \cdot X_4^{\delta} \cdot X_5^{\lambda}, \qquad (1)$$

Где Y — темп роста номинального ВРП (в текущих ценах), X_1 — темп роста промышленного производства, X_2 — темп роста среднегодовой численности занятых, X_3 — темп роста инвестиций в основной капитал, X_4 — темп роста стоимости основных фондов, X_5 — темп роста среднедушевых денежных доходов населения, A, α, β, γ, δ, λ — параметры функции.

Ранее автором уже проводились аналогичного рода исследования, объектом которых были рынки добывающей и обрабатывающей промышленности Уральского федерального округа [4]. Моделирование различных функций привело к выбору указанных пяти переменных, так как иные переменные (как то: темп роста кредитов, направленных на инвестиции в основной капитал; темп роста затрат на технологические инновации) эмпирически значимых результатов не дали. Более

того, в ранее опубликованных автором изданиях в количественных моделях отсутствовали такие переменные, как темп роста стоимости основных фондов и темп роста численности занятых в экономике. Роль труда и капитала играли переменные — темп роста инвестиций в основной капитал и темп роста численности рабочей силы. Функция (1), по сути дела, представляет собой модифицированную мультипликативную функцию Кобба — Дугласа, первоначальный вид которой:

$$Q = A \cdot L^{\alpha} \cdot K^{\beta}, \quad (2)$$

где Q — объем производства, L — величина труда, K — величина капитала, A, α, β — параметры [1].

В этом исследовании автором принято решение заменить переменную «темп роста численности рабочей силы» на «темп роста численности занятых», а также наряду с «темпом роста инвестиций в основной капитал» добавить логически напрашивающиеся основные фонды. Кроме того, доходы населения едва ли не для каждого второго региона России играют значимую роль — вне зависимости от промышленного характера региона. Всем сказанным и объясняется спецификация модели. Модифицированной функция является в том смысле, что автор оперирует темпами роста, а не абсолютными величинами, мультипликативной — в том, что наряду с индикаторами труда и капитала автором внедрены в модель и иные переменные — темп роста промышленного производства и темп роста среднедушевых денежных доходов населения.

Для каждого из восьми анализируемых регионов была построена функция вида (1) — для чего автор прибегнул к приему линеаризации функции с применением натуральных логарифмов. Такой прием позволяет построить промежуточную линейную функцию. Исходными данными явились статистические данные, публикуемые Росстатом. Выборка включает временной интервал с 1995 по 2017 гг. Количество наблюдений в каждой модели составило 22.

Для удобства восприятия данных, приведенных в таблице (с. 117), присвоим каждому региону свой номер:

Курганская область — 1
Оренбургская область — 2
Свердловская область — 3
Тюменская область — 4
Челябинская область — 5
Республика Башкортостан — 6
Удмуртская Республика — 7
Пермский край — 8

И таблице приведена дескриптивная статистика наблюдаемых переменных для построения множественной линейной функции.

Для Курганской области была построена модель следующего вида:

$$Y = 1{,}07 \cdot X_1^{0{,}223} \cdot X_2^{0{,}963} \cdot X_3^{0{,}109} \cdot X_4^{-0{,}003} \cdot X_5^{0{,}405} \quad (3)$$

Нормированный R^2 составил значение 0,78. Несмотря на значимость уравнения в соответствии с F-статистикой, не все параметры уравнения оказались значимыми. Лишь два из них — A и степень λ — в соответствии с t-статистикой оказались значимыми. В целом все полученные и ниже приведенные функции в соответствии с F-статистикой оказались значимыми на уровне 5 %.

Результат построения модели для Оренбургской области выглядит следующим образом:

$$Y = 1{,}012 \cdot X_1^{0{,}045} \cdot X_2^{0{,}385} \cdot X_3^{0{,}428} \cdot X_4^{-0{,}115} \cdot X_5^{0{,}559}. \quad (4)$$

Здесь нормированный R^2 равен 0,79, а значимыми оказались параметры β и γ.

Темп роста ВРП Свердловской области описывается следующим уравнением:

$$Y = 1{,}06 \cdot X_1^{0{,}577} \cdot X_2^{-0{,}094} \cdot X_3^{0{,}203} \cdot X_4^{-0{,}058} \cdot X_5^{0{,}329}. \quad (5)$$

Для этого уравнения нормированный коэффициент детерминации составил 0,76, и параметры A, α и λ получились статистически значимыми.

Тюменская область демонстрирует следующую зависимость:

$$Y = 1{,}025 \cdot X_1^{0{,}484} \cdot X_2^{0{,}467} \cdot X_3^{0{,}230} \cdot X_4^{-0{,}011} \cdot X_5^{0{,}642}. \quad (6)$$

Здесь нормированный R^2 показывает более низкое значение — 0,64, и значимым явился лишь один параметр — эластичность относительно темпов роста среднедушевых доходов населения (λ).

Уравнение для Челябинской области демонстрирует самый высокий коэффициент детерминации — 0,81, и выглядит следующим образом:

$$Y = 1{,}011 \cdot X_1^{0{,}728} \cdot X_2^{0{,}641} \cdot X_3^{0{,}075} \cdot X_4^{0{,}249} \cdot X_5^{0{,}494}. \quad (7)$$

Значимыми на уровне 5 % здесь получились три параметра — α, δ и λ.

Уравнение регрессии для Республики Башкортостан имеет вид

$$Y = 1{,}023 \cdot X_1^{0{,}211} \cdot X_2^{2{,}222} \cdot X_3^{0{,}190} \cdot X_4^{0{,}002} \cdot X_5^{0{,}503}. \quad (8)$$

Нормированный R^2 составил 0,7. Значимой явилась только степень λ.

Экономический рост Удмуртской Республики описывается уравнением

$$Y = 1{,}038 \cdot X_1^{0{,}658} \cdot X_2^{1{,}710} \cdot X_3^{0{,}156} \cdot X_4^{0{,}110} \cdot X_5^{0{,}406}. \quad (9)$$

Дескриптивная статистика наблюдаемых переменных для построения функции вида

$$\ln(Y) = \ln(A) + \alpha \cdot \ln(X_1) + \beta \cdot \ln(X_2) + \gamma \cdot \ln(X_3) + \delta \cdot \ln(X_4) + \lambda \cdot \ln(X_5)$$

для каждого из восьми регионов

Переменная	Кол-во наблюдений	Номер региона	Среднее значение	Стандартная ошибка	Минимальное значение	Максимальное значение
Натуральный логарифм темпа роста валового регионального продукта	22	1	0,157	0,029*	0,014	0,440
		2	0,173	0,03*	–0,039	0,645
		3	0,164	0,026*	–0,135	0,432
		4	0,189	0,037*	–0,091	0,585
		5	0,168	0,026*	–0,178	0,580
		6	0,162	0,057*	–0,137	0,552
		7	0,172	0,042*	–0,051	0,617
		8	0,158	0,032*	–0,118	0,525
Натуральный логарифм темпа роста промышленного производства	22	1	0,013	0,153	–0,221	0,124
		2	0,024	0,271	–0,116	0,156
		3	0,03	0,243	–0,200	0,160
		4	0,021	0,692	–0,040	0,102
		5	0,021	0,324	–0,221	0,148
		6	0,04	0,693	–0,062	0,131
		7	0,023	0,314	–0,151	0,174
		8	0,036	0,275	–0,103	0,167
Натуральный логарифм темпа роста среднегодовой численности занятых	22	1	–0,012	0,520	–0,069	0,087
		2	2,21E-18	0,605	–0,045	0,092
		3	0,0007	1,029	–0,027	0,054
		4	0,012	0,734	–0,036	0,117
		5	0,005	1,286	–0,032	0,052
		6	–0,0005	1,469	–0,033	0,045
		7	–0,0009	1,465	–0,027	0,061
		8	–0,007	0,842	–0,059	0,033
Натуральный логарифм темпа роста инвестиций в основной капитал	22	1	0,139	0,062	–0,267	0,563
		2	0,172	0,125	–0,176	0,536
		3	0,168	0,139	–0,187	0,416
		4	0,190	0,167	–0,308	0,864
		5	0,162	0,139	–0,270	0,572
		6	0,158	0,128	–0,318	0,714
		7	0,160	0,088	–0,318	0,684
		8	0,174	0,120	–0,141	0,673
Натуральный логарифм темпа роста стоимости основных фондов	22	1	0,142	0,064	–0,015	0,975
		2	–0,004	0,586	–0,107	0,072
		3	0,159	0,085	0,007	0,003
		4	0,185	0,147	–0,144	0,646
		5	0,146	0,103	0,042	0,853
		6	0,142	0,127	–0,027	0,990
		7	0,151	0,123	0,034	1,030
		8	–0,008	0,985	–0,053	0,039
Натуральный логарифм темпа роста среднедушевых доходов населения	22	1	0,197	0,126	–0,006	0,552
		2	0,193	0,169	–0,050	0,525
		3	0,193	0,149	0,003	0,539
		4	0,166	0,284	–0,037	0,470
		5	0,183	0,160	–0,046	0,564
		6	0,203	0,201	0,019	0,583
		7	0,196	0,226	–0,072	0,600
		8	0,185	0,164	–0,130	0,492

*Стандартная ошибка свободного члена (Y-пересечение).

Здесь нормированный R^2 принял значение 0,78. Значимым оказался также лишь один параметр — α.

И, наконец, последний регион — Пермский край — демонстрирует следующую зависимость:

$$Y = 1{,}058 \cdot X_1^{0{,}772} \cdot X_2^{0{,}917} \cdot X_3^{0{,}157} \cdot X_4^{-0{,}050} \cdot X_5^{0{,}328}. \quad (10)$$

Коэффициент детерминации составил 0,67, степень α, и только она, опять же оказалась значимой.

Полученные уравнения регрессии позволяют сделать некоторые выводы. Во-первых, параметр α среди всех регионов показывает самые высокие значения для Пермского края (0,772), Челябинской области (0,728) и Республики Удмуртия (0,658). Несколько более низкой эластичностью обладает фактор роста промышленного производства (X_1) в Свердловской области (0,577). Для всех четырех указанных регионов параметр α оказался значимым. Тюменская область, несмотря на самый промышленный характер региона, не демонстрирует высокую эластичность этой переменной. Тем не менее это не означает, что промышленность не является фактором экономического роста для этого региона — скорее, можно предположить, что в терминах темпов роста эта эластичность ниже.

Переменная «темп роста занятых» (X_2) отличается очень высокой эластичностью для Башкортостана (2,222) и Удмуртии (1,710) — тем временем, полученные параметры не явились значимыми, а потому выводы о влиянии трудового фактора нужно делать с осторожностью. Лишь для Оренбургской области параметр β явился значимым и оказался на уровне 0,385, что говорит об умеренном воздействии прироста занятых на прирост валового регионального продукта.

Степень γ, относящаяся к переменной «темп роста инвестиций в основной капитал» (X_3), оказалась значимой только в уравнении Оренбургской области и составила 0,428. Этот параметр в сравнении с остальными регионами оказался самым высоким. Таким образом, для Оренбургской области можно констатировать вполне классические факторы роста: рост численности занятых и рост инвестиций в основной капитал.

Стоит отметить, что инвестиции в основной капитал — один из самых противоречивых факторов экономического роста любой экономической системы. Часто об инвестиционной активности говорят в паре с инновационной активностью. Зависит ли экономический рост от инвестиционной составляющей [8] и от чего именно зависит эта самая инновационная и инвестиционная составляющие — вопросы открытые, хотя и постоянно обсуждаемые [12]. Говоря об условии работы мультипликатора инвестиций, Н. П. Горидько и Р. М. Нижегородцев, акцентируют внимание на обязательном наличии незадействованных ресурсов. Исчерпанность же ресурсов приводит лишь к инфляционному перегреву [8]. С точки зрения инновационной активности регионы Урала демонстрируют существенную неоднородность: четыре субъекта Уральского макрорегиона (Тюменская, Свердловская, Челябинская области, Пермский край) отнесены к «среднесильным» в рейтинге инновационных территорий, а например, Курганская область, ХМАО-Югра и ЯНАО попали в группу «среднеслабых инноваторов» [12]. Налицо даже внутрирегиональная разнородность: уравнение (6) построено для Тюменской области с учетом входящих в нее автономных округов, однако Тюменская область без автономных округов демонстрирует куда более высокую инновационную активность: зачастую высокорентабельные сырьевые отрасли, коими богаты ХМАО-Югра и ЯНАО, часто не позволяют говорить корректно о динамике уровня развития.

Эластичность темпов роста основных фондов (X_4) значимой оказалась только в уравнении Челябинской области ($\delta = 0{,}249$). В остальных регионах данный параметр незначим, да еще и составил крайне малые величины (в большинстве регионов даже отрицательные).

Примечательно, что прирост среднедушевых доходов населения (X_5) демонстрирует относительно высокую эластичность, и при этом параметр λ оказался значимым в шести уравнениях из восьми. Здесь самую высокую эластичность показывает Тюменская область (0,642), несколько ниже значения наблюдаемы в уравнениях экономического роста Республики Башкортостан (0,503) и Челябинской области (0,494).

Полученные уравнения демонстрируют, с одной стороны, некое подобие регионов в сравнительном анализе: например, порядок цифр степени λ приблизительно сопоставим (0,3—0,6). С другой стороны, двукратный разбег между величинами все же наблюдается — а это уже не что иное, как совершенно различная эластичность влияния. Самым различным по степени влияния оказался фактор темпа роста численности занятых: здесь размах составляет от –0,094 в уравнении Свердловской области до 2,222 в уравнении экономического роста Республики Башкортостан. Свердловская область

и вовсе демонстрирует отрицательное значение, что будто бы говорит о вероятной избыточности труда на территории региона. Но с такими выводами стоит быть аккуратными — параметр не оказался значимым.

Сегодня экономисты часто говорят о том, что ядром формирования Уральского макрорегиона является экономическая интеграция Свердловской и Челябинской областей — коэффициент синхронизации экономик находится на уровне 0,907 [10]. Речь идет о синхронизации экономической динамики, оцененной по коэффициенту парной корреляции относительных темпов прироста ВРП. При этом Тюменская и Курганская области демонстрируют минимальный коэффициент — на уровне 0,435. Поэтому Стратегия пространственного развития и говорит о необходимости разделения регионов Уральского федерального округа и отнесения их к разным макрорегионам.

С точки зрения типизации регионов субъекты Урала относятся к разным группам. Так, например, В. И. Бархатов, говоря о классификации «центр — периферия», классификацию периферийных регионов А. Г. Гранберга (дореформенные депрессивные и новые депрессивные регионы) дополняет отсталыми регионами [3]. Отсталые регионы М. Н. Толчинская делит на те, которые имеют потенциал, и те, что не имеют потенциала развития [14].

Отсталые регионы В. И. Бархатов, Д. А. Плетнев, Ю. Ш. Капкаев классифицируют как «Периферия 1». Сюда авторы относят регионы, обладающие неплохим потенциалом, но не использующие таковой. Если же речь идет о депрессивных регионах, авторы классифицируют такой как «Периферия 2». Среди восьми исследуемых регионов Урала лишь Свердловскую область можно назвать «центром». В категорию «Периферия 1» попадают республики Башкортостан, Удмуртия, Пермский край, Оренбургская и Челябинская области. Курганская область отнесена к «Периферии 2». Тюменская область с ее автономными округами характеризует нетипичное наблюдение [5].

И. В. Ёлохова, О. В. Буторина, Ю. В. Стародумова ранжируют регионы с точки зрения процессного подхода путем соотнесения индикаторов, как то: ВРП, количество организаций, стоимость основных производственных фондов, сальдированный финансовый результат, численность занятых, индекс потребительских цен, с фазами — кризис, депрессия, оживление, подъем. Изучая регионы Приволжского федерального округа, указанные авторы разделили таковые на три группы: регионы-лидеры, и в первую же группу отнесли регионы в фазе подъема с устойчивыми прогрессивными тенденциями; вторая группа — регионы в фазе оживления с разной степенью устойчивости положительных тенденций; третья группа — регионы в фазе депрессии [9]. Республика Башкортостан и Пермский край попали в регионы-лидеры. Оренбургская область и Удмуртская Республика — во вторую группу.

Ранжируя регионы, К. Н. Юсупов, Ю. С. Токтамышева, А. В. Янгиров, Р. Р. Ахунов проводят сравнительный анализ ВРП и ВВП. Авторы анализировали такое соотношение на 2001 и 2016 гг. Составили своего рода матрицу регионов. Республика Башкортостан, Пермский край, Свердловская, Тюменская и Челябинская области попали в тот квартиль регионов, где и в 2001, и в 2016 гг. объемы ВРП были выше среднероссийского уровня. Удмуртская Республика, Курганская и Оренбургская области попали в четвертый квартиль, где и в 2001, и в 2016 гг. объем ВРП оказался ниже среднероссийского [15]. Налицо некая устойчивость динамики.

Несмотря на разнородность экономик регионов Урала, можно констатировать ключевую общность регионов — с точки зрения их индустриальной природы. Лишь Курганская область по значению «итоговая доля промышленного производства» в отраслевой структуре валовой добавленной стоимости находится ниже среднероссийского значения (31,4 % против 32,0 %). Остальные же регионы Урала показывают более высокие значения [6; 7]. Потому сегодня все чаще звучит призыв ученых-экономистов переходить к модернизации экономики путем смещения приоритетов в сторону индустриального пути развития [2; 11; 13]. А что касается устойчивости сложившихся тенденций, — быть может, то состояние, в котором сейчас находятся экономические системы, к моменту наступления «постпандемической реальности» продемонстрирует иную динамику, так как случившееся, говоря на языке экономических терминов, явно можно отнести к своего рода «шокам». Ведь именно подобные стрессы могут форсированно стимулировать к вовлечению в работу тот самый скрытый потенциал регионов, который в условиях «вялотекущей» динамики не может себя проявить. Этому вопросу мы посвятим свое исследование, когда пройдет некоторое время по итогам наступления той самой «постпандемической реальности».

Список литературы

1. Cobb C. W., Douglas P. H. A Theory of Production // American Economic Review. 1928. Vol. 18 (Supplement). P. 139—165.

2. Анимица Е. Г., Силин Я. П., Новикова Н. В. Тенденции развития экономического пространства Уральского макрорегиона // Управленец. 2017. № 2 (66). С. 2—11.

3. Бархатов В. И. Тренды развития регионов в условиях «новой нормальности» и «новой реальности» // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 9 (431). С. 43—56.

4. Бархатов В. И., Бенц Д. С. Промышленные рынки Уральского региона: экономический рост в условиях «новой нормальности» // Управленец. 2019. Т. 10. № 3. С. 83—93.

5. Бархатов В. И., Плетнев Д. А., Капкаев Ю. Ш. Центры и периферия Урала и Поволжья в условиях «новой нормальности» // Социум и власть. 2019. № 5 (79). С. 65—83.

6. Бенц Д. С. «Портрет» Уральского федерального округа: тренды неравномерного развития // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 11 (433). С. 157—165.

7. Бенц Д. С. Тренды развития Уральского макрорегиона // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 2 (436). С. 92—101.

8. Горидько Н. П., Нижегородцев Р. М. Точки роста региональной экономики и регрессионная оценка отраслевых инвестиционных мультипликаторов // Экономика региона. 2018. Т. 14, № 1. С. 29—42.

9. Ёлохова И. В., Буторина О. В., Стародумова Ю. В. Группировка регионов на основе использования процессного подхода к исследованию динамики промышленного развития // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2019. № 4. С. 191—203.

10. Курушина Е. В., Петров М. Б. Критерии успешности проектов пространственного развития на основе межрегиональной интеграции // Экономика региона. 2018. Т. 14, № 1. С. 176—189.

11. Лаврикова Ю. Г. Особенности процессов новой индустриализации в Уральском регионе // Неоиндустриально ориентированные преобразования в экономическом пространстве Уральского макрорегиона: монография / под науч. ред. Я. П. Силина, Е. Г. Анимицы; отв. за вып. Е. Б. Дворядкина. Екатеринбург, 2017. С. 47—74.

12. Пьянкова С. Г., Ергунова О. Т. Тренды инновационного развития субъектов Уральского федерального округа в условиях новой индустриализации // Научные труды Вольного экономического общества России. 2018. Т. 209, № 1. С. 203—221.

13. Силин Я. П., Анимица Е. Г., Новикова Н. В. Уральский макрорегион в эпицентре российских индустриальных модернизаций // Научные труды Вольного экономического общества России. 2018. Т. 211, № 3 С. 525—547.

14. Толчинская М. Н. Типизация отсталых регионов России и пути преодоления их депрессивности // Региональные проблемы преобразования экономики. 2008. № 4 (17).

15. Юсупов К. Н., Токтамышева Ю. С., Янгиров А. В., Ахунов Р. Р. Стратегия экономического роста на основе динамики валового внутреннего продукта // Экономика региона. 2019. Т. 15, № 1. С. 151—163.

Сведения об авторе

Бенц Дарья Сергеевна — кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики отраслей и рынков Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. benz@csu.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 115—121.

LONG-TERM ECONOMIC GROWTH FACTORS OF THE URALS

D. S. Benz
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. benz@csu.ru

The author models economic growth factors for the regions of Ural — Ural Federal District and Ural Macro-region. The author pays attention to eight regions of Russia: Kurganskaya, Orenburg, Sverdlovsk, Tyumen, Chelyabinsk regions, the Republics of Bashkortostan and Udmurtia, Perm Krai. For each of its, the author constructs a multiplicative modified Cobb-Douglas function, where five factors are variable: the growth rate of industrial production, the growth rate of the number of employed, the growth rate of investments in fixed assets, the growth rate of fixed assets, the growth rate of average per capita incomes. Based on the econometric functions results, the author makes conclusions about the most elastic parameters of the equation — and as a result, about the factors that have the greatest impact on the economic growth of the respective region. The most elastic factor of the economic region, while characteristic of all analyzed regions, was the growth rate of average per capita incomes of the population. But still, even in this factor, the regions differ: the strongest influence is characteristic of the Tyumen region, the lowest — for the Perm Territory and the Sverdlovsk Region. The most controversial factor was the rate of growth in the number of employees.

Keywords: *the Ural Federal District, the Ural Macro-region, Chelyabinsk region, Sverdlovsk region, Tyumen region, Kurgan region, Republic of Bashkortostan, Udmurt republic, Orenburg region, Perm region, Region's economic growth, econometric modeling, regression analysis, modified Cobb-Douglas multiplicative function.*

References

1. Cobb C. W., Douglas P. H. (1928) *American Economic Review*, vol. 18, pp. 139—165.
2. Animitsa E. G., Silin Ya. P., Novikova N. V. (2017) *Upravlenets*, vol. 2, no. 66, pp. 2—11 [in Russ.].
3. Barkhatov V. I. (2019) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 9 (431), pp. 43—56 [in Russ.].
4. Barhatov V. I., Benz D. S. (2019) *Upravlenets*, vol. 10, no. 3, pp. 83—93 [in Russ].
5. Barkhatov V. I., Pletnev D. A., Kapkaev Iu. Sh. (2019) *Socium i vlast'*, no. 5 (79), pp. 65—83 [in Russ.].
6. Benz D. S. (2019) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 11 (433), pp. 157—165 [in Russ.].
7. Benz D. S. (2020) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 2 (436), pp. 92—101 [in Russ.].
8. Goridko N. P., Nizhegorodtsev R. M. (2018). *Ekonomika regiona*, vol. 14, no. 1, pp. 29—42. [in Russ.].
9. Elokhova I. V., Butorina O. V., Starodumova Yu. V. (2019). *Vestnik Permskogo nacional'nogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Social'no-ekonomicheskie nauki*, no. 4, pp. 191—203 [in Russ.].
10. Kurushina E. V., Petrov M. B. (2018). *Ekonomika regiona*, vol. 14, no. 1, pp. 176—189 [in Russ.].
11. Lavrikova Yu. G. (2017) *Neoindustrial'no orientirovannye preobrazovaniya v ekonomicheskom prostranstve Ural'skogo makroregiona*, pp. 47—74 [in Russ.].
12. Pjankova S. G., Ergunova O. T. (2018) *Nauchnye trudy Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii*, vol. 209, no. 1, pp. 203—221 [in Russ.].
13. Silin Ya. P., Animitsa E. G., Novikova N. *V.* (2019) *Nauchnye trudy Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii*, vol. 211, no. 3, pp. 525—547 [in Russ.].
14. Tolchinskaya M. N. (2008) *Regional'nye problemy preobrazovaniya ekonomiki*, no. 4 [in Russ.].
15. Yusupov K. N., Toktamysheva Iu. S., Iangirov A. V., Ahunov R. R. (2019). *Ekonomika regiona*, vol. 1, no. 1, pp. 151—163 [in Russ.].

ЭКОНОМИКА ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ
MICROECONOMICS AND ECONOMICS OF ENTERPRISES

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 122—128.

УДК 330.16
ББК 65.012-12

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11014

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ МОЛОДОГО И СТАРШЕГО ПОКОЛЕНИЯ

Ю. В. Честюнина, Е. В. Забелина
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-013-00447 А.

Актуальность проблемы экономической активности граждан в России как маркера рыночной экономики не вызывает сомнения. Цель настоящего исследования — изучить особенности экономической активности представителей молодого и старшего поколений. С помощью «Опросника экономической активности» (Е. В. Забелиной, Ю. В. Честюниной, 2020) продиагностированы 192 представителя молодежи и 208 чел. пенсионного возраста. В результате выявлено, что экономическая активность людей пенсионного возраста направлена больше на поиск экономической информации, исходя из чего можно предположить, что эта возрастная когорта будет более компетентна в информационном плане. Также представители старшего поколения проявляют готовность продолжать работать на пенсии. Экономическая активность молодежи направлена на изменение своего поведения и деятельности в ответ на внешние вызовы. Кроме того, представители молодого поколения более уверены в том, что их активность приведет к желаемому результату.

Ключевые слова: *экономическая активность, молодежь, люди пенсионного возраста.*

По мнению экспертов, к 2030 г. мир может столкнутся с кризисом недостатка рабочей силы. Подобный прогноз делает исследования экономической активности актуальными в общегосударственном масштабе.

В такой ситуации две категории населения — молодежь и пожилые люди — наиболее уязвимы. Представители молодого поколения часто, несмотря на высокие экономические амбиции, испытывают сложности на этапе поиска работы и на первых этапах социализации на новом рабочем месте. Представители старшего поколения в связи с глобальной проблемой старения населения, с одной стороны, становятся более активными участниками социальной, экономической, политической и культурной жизни. Кроме того, по ряду специальностей именно люди пенсионного возраста обладают уникальными востребованными компетенциями. А с другой стороны, многим представителям старшего поколения сложно приспособиться к использованию современных технических средств и новым стандартам деятельности.

Несмотря на актуальность проблемы, изучение феномена экономической активности представителей молодого и старшего поколений не получило должного внимания в науке. Отдельные попытки изучения экономической активности в отечественной психологии разрозненны и противоречивы. При этом в опубликованных исследованиях под экономической активностью понимаются совершенно разные феномены, например: показатель соотношения занятых и безработных людей трудоспособного возраста в различных слоях населения [17; 19], готовность осуществлять трудовое поведение [14; 18], трудовое поведение в организациях (экономическая активность работников) [20], деловая (предпринимательская) активность [15]. В данном исследовании мы будем опираться на определение экономической активности как свойство субъекта, проявляющееся в уровне интенсивности и инициативы во взаимодействии с объектами экономической действительности (в качестве потребителя, предпринимателя, наемного работника, заемщика, инвестора и т. д.) [16].

В зарубежной литературе широко используется термин «активное старение» (active aging). В общем смысле им обозначаются жизненные стратегии, направленные на расширение участия

пожилых людей в жизни общества [9]. Активное старение включает различные виды активности людей пожилого возраста: физическую, ментальную (когнитивную), трудовую (экономическую), потребительскую (рыночную), социальную, досуговую и др. Индекс активного старения (AAI) включает 22 показателя в четырех областях. В нем представлены четыре показателя занятости, волонтерской деятельности, ухода за детьми и внуками, физических упражнений, продолжающегося обучения, физической безопасности, использования информационно-коммуникационных технологий, ожидаемой продолжительности жизни в возрасте 55 лет и т. д. [2].

Чаще всего под экономической активностью в зарубежных исследованиях, так же как и в отечественных, понимается трудовая активность, или трудовая занятость [1; 8; 11]. Ряд исследований связаны с изучением так называемой продуктивной активности (productive activity) пенсионеров, например, волонтерская деятельность, уход за внуками и т. д. [5; 6; 12]. Кроме того, рассматриваются вопросы социальной активности пожилых людей, их участия в общественных мероприятиях и организациях [7], изучается гражданская активность пенсионеров [3].

Значительная часть зарубежных работ посвящены досуговой активности пенсионеров. Так, установлено, что более высокий уровень досуговой активности людей пожилого возраста связан с лучшей когнитивной функцией, самовосприниманемым состоянием здоровья и функциональной способностью, а также с более высокой частотой встреч с семьей и друзьями и более высоким уровнем образования [4]. Исследуется взаимосвязь между возрастом, выходом на пенсию и социальным неравенством как факторами, влияющими на досуговую активность пожилых людей [10]. Таким образом, можно заключить, что, несмотря на растущий интерес к проблеме экономической активности людей старшего поколения, в научных исследованиях, как в российских, так и в зарубежных, все еще остается много пробелов по данному вопросу. В частности, недостаточно данных об особенностях экономической активности людей пенсионного возраста в сравнении с молодыми людьми.

Цель настоящего исследования — изучить особенности экономической активности представителей молодого и старшего поколения.

Цель обусловила постановку и последовательное решение исследовательских задач:

1) описать характеристики экономической активности молодежи;

2) провести анализ экономической активности людей пенсионного возраста;

3) изучить специфику экономической активности у представителей разных поколений.

Выборку исследования составили 192 представителя молодежи в возрасте от 18 до 35 лет (средний возраст 22,8) и 208 чел. пенсионного возраста от 47 лет до 91 года (средний возраст 65,8), проживающих в Челябинске.

Для определения экономической активности проведено исследование с использованием «Опросника экономической активности» [13]. Опросник предполагает из трехкомпонентную структуру экономической активности: когнитивный компонент (активность в поиске информации для принятия решений в экономической сфере), мотивационно-волевой (уверенность в собственной способности управлять экономической ситуацией, интернальный экономический локус контроля) и поведенческий (проявление активности в повседневном экономическом поведении).

Для статистической обработки мы использовали описательную статистику (анализ средне выборочных значений, асимметрии и эксцесса) и непараметрический критерий U Манна — Уитни.

Для решения первой исследовательской задачи и с целью определения нормальности распределения была проведена описательная статистика экономической активности молодежи, отраженная в табл. 1. Анализируя средние рейтинги, представленные в табл. 1, можно отметить, что экономическая активность молодежи прежде всего направлена на достижение успеха в финансовых делах. Молодые люди получают удовольствие от внесения изменений свою деятельность и считают себя активными людьми (показатели выделены жирным). Представители современной молодежи не считают важным обсуждение новостей в области экономики и не стараются анализировать ситуацию на рынке (выделено жирным курсивом).

Для решения второй исследовательской задачи и с целью определения нормальности распределения признака проведена описательная статистика экономической активности представителей старшего поколения, отображенная в табл. 2. Анализируя средние рейтинги, представленные в табл. 2, можно отметить, что представители старшего поколения считают себя активными людьми, которые не могут сидеть без дела (жирный шрифт). Пожилые люди не считают важным или

Таблица 1

Описательная статистика экономической активности молодежи

Показатель	Среднее	Асимметрия		Эксцесс	
	Статистика	Статистика	Стд. ошибка	Статистика	Стд. ошибка
Стремление повышать свои знания в области экономики	3,3802	0,415	0,175	–0,464	0,349
Внесение новшеств в свою деятельность	**5,2083**	–0,545	0,175	–0,306	0,349
Заинтересованность в экономической жизни страны и мира	3,6146	0,329	0,175	–0,885	0,349
Успех в финансовых делах	**5,5365**	–1,010	0,175	0,584	0,349
Информированность по вопросам экономической и финансовой жизни в стране и в мире	3,6042	0,272	0,175	–0,833	0,349
Активность в деятельности	**5,3698**	–0,996	0,175	0,289	0,349
Желание первым узнавать изменения в экономической жизни страны	3,0833	0,569	0,175	–0,572	0,349
Стремление к финансовому успеху и активности	4,8906	–0,524	0,175	–0,565	0,349
Стремление следить за экономическими событиями в стране и в мире	3,3646	0,252	0,175	–0,757	0,349
Активность в делах	4,3906	–0,119	0,175	–0,622	0,349
Обсуждение со знакомыми новостей экономики	***2,5208***	0,788	0,175	–0,033	0,349
Активное влияние на ситуацию	4,1875	–0,208	0,175	–0,383	0,349
Стремление анализировать ситуацию на рынке	***2,4792***	0,965	0,175	0,046	0,349

возможным для себя анализировать ситуацию на рынке (жирный курсив).

Для решения третьей задачи проведен сравнительный анализ показателей экономической активности представителей молодого и старшего поколений. Анализируя полученные различия, можно сделать следующие выводы. Представители молодежи более склонны к модернизации собственной деятельности, чем респонденты пожилого возраста (U = 16 187 при p = 0,035), они стремятся усовершенствовать то, чем занимаются, делать это более эффективно. Возможно, это связано с тем, что молодежь находится в начале профессионального пути, они пробуют, экспериментируют, жаждут открытий. Люди старшего возраста, напротив, склонны действовать проверенными методами. Введение нового в привычную деятельность представляется им больше угрозой, чем развитием.

Юноши и девушки больше согласны с тем, что успех в финансовых делах (U = 12 542 при p = 0,0001) и уровень дохода полностью зависят от активности самого человека (U = 13 263 при p=0,0001), они считают себя более активными людьми, которые могут повлиять на ситуацию (U = 15 995 при p = 0,01), по сравнению с представителями старшего поколения.

Люди пенсионного возраста больше интересуются событиями экономической и финансовой жизни в стране и в мире (U = 23 617 при p = 0,0001), считают, что любой человек обязан следить новостями в области экономики (U = 23 676 при p = 0,0001). Они предпочитают первыми узнавать об изменениях в экономической жизни страны (U = 23 742 при p = 0,0001) и обсуждать их со своими знакомыми (U = 23 930 при p = 0,0001) в отличие от девушек и юношей. Представители старшего поколения в сравнении с молодежью считают себя более активными людьми, которые не сидят без дела (U = 23 698 при p = 0,0001).

Таким образом, анализируя полученные результаты, можно сделать вывод о том, что когнитивный компонент экономической активности, выражающийся в интенсивном поиске экономической информации, сборе экономических новостей, проявлении интереса к событиям, происходящим в экономической сфере, а также в стремлении к получению новой информации в этой области посредством чтения литературы и разговоров с экспертами, больше выражен у представителей старшего поколения.

Таблица 2

Описательная статистика экономической активности представителей старшего поколения

Показатель	Среднее	Асимметрия		Эксцесс	
	Статистика	Статистика	Стд. ошибка	Статистика	Стд. ошибка
Стремление повышать свои знания в области экономики	3,2176	0,416	0,175	–0,860	0,348
Внесение новшеств в свою деятельность	4,6354	–0,476	,0175	–0,998	0,349
Заинтересованность в экономической жизни страны и мира	3,5053	0,186	0,177	–1,168	0,353
Успех в финансовых делах	4,5615	–0,370	0,178	–0,781	0,354
Информированность по вопросам экономической и финансовой жизни в стране и в мире	4,4667	–0,312	0,174	–0,992	0,346
Зависимость от активности	4,5260	–0,269	0,175	–0,755	0,349
Желание первым узнавать изменения в экономической жизни страны	4,0359	0,028	0,174	–1,162	0,346
Стремление к финансовому успеху и активности	4,8187	–0,570	0,175	–0,392	0,348
Стремление следить за экономическими событиями в стране и в мире	4,4010	–0,205	0,175	–1,221	0,349
Активность в делах	**5,2381**	–0,922	0,177	–0,166	0,352
Обсуждение со знакомыми новостей экономики	3,5567	0,320	0,175	–1,105	0,347
Активное влияние на ситуацию	3,7668	0,081	0,175	–1,023	0,348
Стремление анализировать ситуацию на рынке	***2,7062***	0,824	0,175	–0,323	0,347

В свою очередь интернальный экономический локус контроля, отражающий убежденность респондентов в прямой связи личной активности и финансового успеха, уверенность человека в том, что он сам может влиять на свою финансовую ситуацию, то есть мотивационно-волевой компонент экономической активности, более характерен для представителей молодого поколения.

Активность в поведении, демонстрирующая готовность респондентов менять поведение в ответ на внешние вызовы, быть активным (в противоположность пассивности), проявляется как у молодежи, так и у представителей старшего поколения, однако имеет у сравниваемых групп свою специфику. Так, активность людей пенсионного возраста проявляется в их готовности к деятельности, они не могут сидеть без дела, в то время как представители молодежи считают себя активными людьми, которые могут повлиять на ситуацию и любят вносить что-то новое в собственную деятельность.

Ограничения настоящего исследования связаны с выборкой участвовавших в нем испытуемых. Можно предположить, что специфика экономической активности будет зависеть от ряда факторов (региона проживания, вида деятельности, психологических особенностей субъекта и др.), изучение которых не входило в задачи настоящего исследования.

Подводя итоги, можно заключить, что представители как молодого, так и старшего возраста экономически активны. Экономическая активность людей пенсионного возраста направлена больше на поиск экономической информации, то есть эта возрастная когорта более компетентна в информационном плане. Также представители старшего поколения проявляют готовность продолжать работать. Экономическая активность молодежи направлена на изменение своего поведения и деятельности в ответ на внешние вызовы. Кроме того, представители молодого поколения более уверены в том, что их активность приведет к желаемому результату, то есть более оптимистичны в экономической сфере.

Выводы, полученные в настоящем исследовании, могут быть полезны работодателям при работе с данными возрастными группами, а также службам занятости и рекрутинговым агентствам при поиске кандидатов на вакантные должности.

Список литературы

1. Bielawska K. Economic activity of Polish pensioners in the light of quantitative research // Equilibrium-quarterly journal of economics and economic policy. 2019. Vol. 14, iss. 1. P. 149—165.

2. Cepelka O. From AAI towards HAI? Measurement of active ageing with composite indices // Ageing 2018. 2018. P. 10—16.

3. Chen H.P., Adamek M. Civic Engagement of Older Adults in Mainland China: Past, Present, and Future // International journal of aging & human development. 2017. Vol. 85, iss. 2. P. 204—226.

4. Fernandez-Mayoralas G., Rojo-Perez F., Martinez-Martin P., Prieto-Flores M.E., Rodriguez-Blazquez C., Martin-Garcia S., Rojo-Abuin J.M., Forjaz M. J. Active ageing and quality of life: factors associated with participation in leisure activities among institutionalized older adults, with and without dementia // Aging & mental health. 2015. Vol.19, iss. 11. P. 1031—1041.

5. Fast J. E., Dosman D., Moran L. Productive activity in later life — Stability and change across three decades // Research on aging. 2006. Vol. 28, iss. 6. P. 691—712.

6. Furstenberg F. F., Hartnett C. S., Kohli M., Zissimopoulos J. The Future of Intergenerational Relations in Aging Societies // Daedalus. 2015. Vol. 144, iss. 2. P. 5—12.

7. Malanina V. A., Frolova E. A., Lei H. Social and Economic Activity of the Elder Generation in Tomsk Region // III International scientific symposium on lifelong wellbeing in the world (WELLSO 2016). European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. 2017. Vol. 19. P. 217—222.

8. Percoco M. Path dependence, institutions and the density of economic activities: Evidence from Italian cities // Papers in regional science. 2014. Vol. 93, iss. 1. P. 54.

9. Pollak C., Sirven N. Active ageing beyond the labour market: evidence on the role of intrinsic and extrinsic rewards at work // Review of social economy. 2016. Vol. 74, iss. 3. P. 248—274

10. Scherger S., Nazroo J., Higgs P. Leisure activities and retirement: do structures of inequality change in old age? // Ageing & Society. 2011. Vol. 31. P. 146—172

11. Zaheer Khan M., Hafeez A. Economic activities and unmarried labour // Economic research-Ekonomska istrazivanja. 2017. Vol. 30, iss. 1. P. 985—991.

12. Zissimopoulos J., Blaylock B., Goldman D. P., Rowe J. W. Raising the Social Security Entitlement Age: Implications for the Productive Activities of Older Adults // Research on aging. 2017. Vol. 39, iss. 1. P. 166—189.

13. Zabelina E., Chestyunina Yu., Trushina I., Vedeneeva E. Results of the development of the methodology for the study of economic activity // Economic and Social Development (Book of Proceedings), 50th International Scientific Conference on Economic and Social Development. Varazdin: Varazdin Development and Entrepreneurship Agency. 2020. P. 524—533

14. Бурлака Н. П. Факторы, влияющие на экономическую активность пенсионеров // Проблемы современной науки и образования. Иваново: «Олимп». 2019. № 12-2 (145). С. 59—61.

15. Журавлев А. Л., Позняков В. П. Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. М.: Институт психологии РАН, 1995. 58 с.

16. Забелина Е. В., Честюнина Ю. В. Результаты разработки методики для исследования экономической активности // Известия Саратовского университета. Серия Философия. Психология. Педагогика. 2020 (в печати).

17. Киселева В. А. Экономическая активность женщин (региональный аспект): дис. … канд. экон. наук. Майкоп, 2005.

18. Сонина Ю. В. Экономическая активность людей пожилого возраста в России: Вслед за мировым трендом // Вопросы статистики. 2015. № 5. С. 48—58.

19. Федорчукова С. Г. Экономическая активность российских женщин // Вестник ИЭАУ. 2015. № 9. URL: http://www.ieay.ru/nauka-v-ieau/vestnik-ieau/publikacii-zhurnala-vestnik-ieau/vestnik-ieau-n-9/7.-fedorchukova-s.g.-ekonomicheskaya-aktivnost-rossijskih-zhenshhin/ (дата обращения 07.09.2019).

20. Шашнов С. А. Экономическая активность работников и условия ее реализации // Социология власти. 2003. № 3. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-aktivnost-rabotnikov-i-usloviya-ee-realizatsii (дата обращения 29.09.2019).

Сведения об авторах

Честюнина Юлия Владимировна — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. chestyunina@list.ru

Забелина Екатерина Вячеславовна — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. katya_k@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 122—128.

FEATURES OF ECONOMIC ACTIVITY OF THE YOUNGER AND OLDER GENERATIONS

Yu. V. Chestyunina
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. chestyunina@list.ru

E. V. Zabelina
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. katya_k@mail.ru

The relevance of the study of economic activity in Russia as a marker of a market economics is beyond doubt. The purpose of this study is to explore the characteristics of economic activity of representatives of the younger and older generations. With the help of the Economic Activity Questionnaire (E. V. Zabelina, Yu. V. Chestyunina, 2020), 192 representatives of young people and 208 people of retirement age were diagnosed. As a result, it was revealed that the economic activity of the people of retirement age is more aimed at finding economic information. It can be assumed that this age cohort will be more competent in terms of economic information. The representatives of the older generation are ready to continue to work at the retirement. The economic activity of young people is aimed at changing their behavior and activities in response to external challenges. In addition, representatives of the younger generation are more confident that their activity will lead to the desired result.

Keywords: *economic activity, youth, people of retirement age.*

References

1. Bielawska K. (2019) *Equilibrium-quarterly journal of economics and economic policy*, vol. 14, iss. 1, pp. 149—165.
2. Cepelka O. (2018) *Ageing 2018*, pp. 10—16.
3. Chen H. P., Adamek M. (2017) *International journal of aging & human development*, vol. 85, no. 2, pp. 204—226.
4. Fernandez-Mayoralas G., Rojo-Perez F., Martinez-Martin P., Prieto-Flores M.E., Rodriguez-Blazquez C., Martin-Garcia S., Rojo-Abuin J.M., Forjaz M. J. (2015) *Aging & mental health*, vol.19, no. 11, pp. 1031—1041.
5. Fast J. E., Dosman D., Moran L. (2006) *Research on aging*, vol. 28, no.6, pp. 691—712.
6. Furstenberg F. F., Hartnett C. S., Kohli M., Zissimopoulos J. (2015) *Daedalus*, vol. 144, no. 2, pp. 5—12.
7. Malanina V. A., Frolova E. A., Lei H. (2017) *III International scientific symposium on lifelong wellbeing in the world (WELLSO 2016). European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*, vol. 19, pp. 217—222.
8. Percoco M. (2014) *Papers in regional science*, vol. 93, iss. 1, pp. 54.
9. Pollak C., Sirven N. (2016) *Review of social economy*, vol. 74, no. 3, pp. 248—274.
10. Scherger S., Nazroo J., Higgs P. (2011) *Ageing & Society*, no. 31, pp.146—172.
11. Zaheer Khan M., Hafeez A. (2017) *Economic research-ekonomska istrazivanja*. vol. 30, iss. 1, pp. 85—991.
12. Zissimopoulos J., Blaylock B., Goldman D. P., Rowe J. W. (2017) *Research on aging*, vol. 39, no. 1, pp. 166—189.

13. Zabelina E., Chestyunina Yu., Trushina I., Vedeneeva E. (2020) *Economic and Social Development (Book of Proceedings), 50th International Scientific Conference on Economic and Social Development.* Varazdin, Varazdin Development and Entrepreneurship Agency, pp. 524—533. [in Russ.]

14. Burlaka N. P. (2019) *Problemy sovremennoj nauki i obrazovaniya*. Ivanovo: «Olimp», no. 12-2 (145), pp. 59—61 [in Russ.].

15. Zhuravlev A. L., Poznyakov V. P. (1995) Delovaya aktivnost' predprinimatelej: metody ocenki i vozdejstviya [Business activity of entrepreneurs: methods of assessment and impact]. Moscow, Institut psihologii RAN. 58 p. [in Russ.].

16. Zabelina E. V., Chestyunina Yu. V. (2020) *Izvestia, Saratov University. Series Philosophy. Psychology. Pedagogics.* (in print) (in Russ.)

17. Kiseleva V. A. (2005) Ekonomicheskaya aktivnost' zhenshchin (Regional'nyj aspekt) [Economic activity of women (Regional dimension)]. PhD thesis. Maikop [in Russ.].

18. Sonina Yu. V. (2015) *Voprosy statistiki*, no. 5, pp. 48—58 [in Russ.].

19. Fedorchukova S. G. (2015) *Vestnik IEAU*, no. 9, available at: http://www.ieay.ru/nauka-v-ieau/vestnik-ieau/publikacii-zhurnala-vestnik-ieau/vestnik-ieau-n-9/7.-fedorchukova-s.g.-ekonomicheskaya-aktivnost-rossijskih-zhenshhin/ (accessed: 07.09.2019) [in Russ.].

20. Shashnov S. A. (2003) *Sociologiya vlasti*, no. 3, available at: https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-aktivnost-rabotnikov-i-usloviya-ee-realizatsii (accessed: 29.09.2019) [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 129—136.

УДК 338.45
ББК 65.301

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11015

РАЗРАБОТКА АРХИТЕКТУРЫ АГЕНТНОЙ ИМИТАЦИОННОЙ МОДЕЛИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Е. В. Кислицын

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург, Россия

Актуальность данного исследования обосновывается тем, что в современной экономической науке множество работ, посвященных исследованиям конкурентоспособности, содержат серьезные теоретические обоснования, но практически отсутствует их эмпирическая апробация. Цель настоящего исследования — разработка архитектуры модели конкурентоспособности производственного предприятия на основе агентного подхода в имитационном моделировании. Оценка конкурентоспособности предприятия сводится к оценке ее четырех составляющих: конкурентоспособность продукции на рынке, уровень стратегического позиционирования, эффективность ресурсов предприятия и инновационная активность. Базируясь на методике расчета конкурентоспособности предприятия, автор предлагает построение многоподходной имитационной модели, использующей как нотацию системной динамики, так и отдельные строительные блоки — агенты. В качестве агентов рассматриваются промышленные предприятия и институциональная среда. Внутри агента разработаны алгоритмы расчета основных показателей конкурентоспособности. В целом такая архитектура имитационной модели позволяет проводить исследование любого промышленного рынка РФ.

Ключевые слова: *конкурентоспособность, имитационное моделирование, промышленное предприятие, системная динамика, агентное моделирование.*

Исследованию конкуренции на товарных рынках посвящено множество работ. Феномен конкуренции изучается в различных экономических теориях с разных сторон. Особое внимание уделяется исследованию конкуренции на промышленных рынках с точки зрения теории отраслевых рынков, неоинституциональной экономической теории и теории экономического роста. В недавнем исследовании С. В. Ореховой и Е. В. Кислицына [8] установлено, что уровень властной асимметрии напрямую влияет на экономический рост промышленного рынка. Однако для поддержания и стабилизации экономического роста необходимо обеспечить высокий уровень конкурентоспособности промышленного предприятия.

Конкурентоспособность в контексте промышленности является сама по себе сложной иерархической конструкцией, состоящей из множества взаимозависимых элементов, обеспечивающих эффективность функционирования предприятия. Во многих исследованиях конкурентоспособность рассматривается именно как целостная система, которая охватывает практически все аспекты деятельности предприятия. Однако проблема таких исследований заключается в том, что они сводятся к оценке узкого блока независимых показателей, пренебрегая наличием петель обратной связи. При этом часть исследований из имеющегося пула работ, связанных с конкурентоспособностью предприятий, акцентируют внимание лишь на определенных характеристиках, ссылаясь на их базисность. Стоит отметить, что узконаправленные исследования, сами по себе не являясь комплексными, выдвигают новые идеи для развития единой системы формирования конкурентоспособности на промышленном предприятии.

Вместе с тем особое положение в системе конкурентоспособности предприятия занимает его инновационная активность. Ее уникальность состоит в том, что она формируется как внутри фирмы, так и под влиянием институциональной среды, что отражено в работах Н. В. Мальцева и Л. Ф. Шайбаковой [6], Н. В. Лазаревой, О. В. Тахумовой, Ю. Н. Кривокоры [5] и др.

При огромном количестве работ, развивающих теоретические и методологические положения конкурентоспособности промышленного предприятия, наблюдается серьезный дефицит инструментальных средств в данной области. Чаще всего такой инструментарий ограничивается статистическими методами оценки и математическими оптимизационными моделями отдельных блоков. Однако такие инструменты неспособны отразить всю систему формирования конкурентоспособности системно,

целостно. Таким образом, целью настоящего исследования является разработка архитектуры модели конкурентоспособности производственного предприятия на основании постулатов системной динамики и агентного моделирования.

Использование имитационного моделирования для анализа конкурентоспособности промышленного предприятия и прогнозирования его устойчивого развития обусловлено наличием широкого спектра инструментов, не ограниченных только лишь математическими функциями и эмпирическими данными. Имитационная модель является универсальным средством исследования сложных, в том числе экономических, систем и, по сути, математико-алгоритмическим описанием поведения структурных элементов системы и динамики их взаимодействия. Исходя из классификации А. Борщева с соавт. [1] на сегодняшний день выделяют три основных подхода к имитационному моделированию: дискретно-событийное моделирование, системная динамика и агентное моделирование.

Дискретно-событийное (или процессное) моделирование используется в том случае, когда необходимо описать определенные процессы, протекающие в системе. Чаще всего объектом исследований в таких моделях являются системы массового обслуживания, имеющие потоки заявок, узлы обслуживания и ресурсы, обслуживающие их. С помощью таких имитационных моделей хорошо описываются бизнес-процессы и производственные системы, где логика представлена в виде последовательности конкретных действий, а целью моделирования является оптимизация процесса. О. М. Куликова [16] отмечает, что дискретно-событийное моделирование хорошо описывает процессы ресурсного обеспечения, в частности, в медицинских учреждениях. А. Е. Радаев, В. А. Левенцов [19] и О. И. Бабина [10] используют данный подход для моделирования производственной линии, в основу модели которой закладывается комплекс взаимосвязанных параметров, алгоритмов функционирования и экономико-математические модели.

Системная динамика используется, как правило, для описания глобальных сложных социально-экономических систем. Такие модели описывают динамику изменения отдельных ресурсов — трудовых, финансовых, материальных и прочих с учетом времени, причинно-следственных диаграмм и петель обратной связи. Основатель системной динамики Дж. Форрестер [3; 4] разработал модели динамики развития городской среды, мировой системы и производственного предприятия. В современной научной литературе чаще всего данный подход применяется при исследовании развития социально-экономических систем. Н. Н. Лычкина [17] использует системную динамику для построения динамических моделей предприятия и развития социальной сферы, В. М. Заернюк и Е. Н. Анашкина [13] используют ее в финансовой и банковской аналитике, а Г. В. Горелова и М. В. Мандель [12] исследуют таким способом региональный рынок труда. В целом системная динамика применима в том случае, когда в исследуемой социально-экономической системе можно выделить один или несколько «накопителей», то есть резервуаров ресурсов, задать скорости их изменения в единицу времени (чаще всего с помощью дифференциальных уравнений первого порядка) и динамические переменные, образующие петли обратной связи.

Самым молодым видом имитационного моделирования на сегодняшний день признается агентное моделирование, появившееся в начале 2000-х гг. вместе с резким развитием средств вычислительной техники. Агентный подход предполагает моделирование поведения отдельных объектов — так называемых агентов — с целью исследования взаимодействия этих агентов между собой, что и задает динамику развития системы. Использование агентного подхода возможно в двух предыдущих случаях (вместо или вместе), но при этом позволяет использовать имитационное моделирование и в тех областях, где раньше это было практически невозможно. На сегодняшний день чаще всего агентное моделирование используется в исследованиях региональной и муниципальной экономики, экономики социальной сферы и эколого-экономических систем. Р. Р. Рамазанов [20] в качестве агентов своей модели рассматривает индивидов, принимающих решения относительно места своего проживания, где в качестве критерия принятия решения выступает возможность максимизации своей экономической полезности. Е. В. Гальперова и В. И. Гальперов [11] рассматривают в качестве агентов потребителей электроэнергетической системы на региональных энергетических рынках. В работе Д. Н. Шульца и И. Н. Якуповой [21] рассматривали в качестве агентов потребителей и производителей товаров, а в качестве сценариев моделирования изменялась структура связей между ними и рассчитывалось суммарное потребление ресурсов.

Все три рассмотренных подхода к имитационному моделированию находят свое отражение в экономических исследованиях. Однако для каждого конкретного случая необходимо выбирать один

метод или совмещать несколько в рамках единой имитационной модели, исходя из уровня абстракции, наличия и вида связей между показателями. В частности, при исследовании промышленного предприятия на предмет его конкурентоспособности стоит отметить следующие моменты:

1) необходимо отразить внутреннюю структуру показателей промышленного предприятия в их совокупности с учетом наличия петель обратной связи;

2) необходимо строить имитационную модель, в которой имитируется деятельность целого промышленного рынка, а не одного предприятия, так как конкурентоспособность одного предприятия напрямую зависит от деятельности его конкурентов;

3) при исследовании промышленного предприятия необходимо особое внимание уделить институциональной среде промышленного рынка и ее влиянию на развитие и конкурентоспособность предприятия.

Исходя из выявленных предпосылок считаем целесообразным использовать комбинацию двух подходов — системной динамики и агентного моделирования. Агентный подход позволит спроектировать структуру отдельного предприятия, а нотация системной динамики — смоделировать зависимости внутри предприятий и влияние институциональной среды на них.

Имеющийся задел в области исследований промышленных предприятий позволяет систематизировать структуру конкурентоспособности промышленного предприятия, в состав которой входят конкурентоспособность продукции, стратегическое позиционирование, ресурсы предприятия и инновационная активность, о чем подробно сказано в работе Е. В. Кислицына [14], и представить интегральный показатель в виде (1):

$$K = \alpha \times K_{\mathrm{Pr}od}^{\beta_1} \times SP^{\beta_2} \times RE^{\beta_3} \times IA^{\beta_4}, \quad (1)$$

где K_{Prod} — конкурентоспособность продукции на рынке, SP — уровень стратегического позиционирования на рынке, RE — эффективность ресурсов предприятия, IA — инновационная активность предприятия, α, β — коэффициенты модели.

Эффективность ресурсов предприятия оценивается с использованием ресурсного подхода, нашедшего отражение в работе С. В. Ореховой и В. Ж. Дубровского [18], по формуле (2):

$$RE = \alpha \times \sum_{i=1}^{6} (\beta_i \times \frac{V}{IR_i}) \ , \quad (2)$$

где V — объем выручки, IR_i — объем инвестиций в i-й ресурс, α — коэффициент нормирования показателя эффективности ресурсов, β_i — коэффициент важности ресурса ($\sum \beta_i = 1$).

Инновационная активность промышленного предприятия является важнейшей составляющей его конкурентоспособности, что доказано в трудах К. Фэнтези и С. Типу [2], К. Чжао и Б. Сана [9]. Она складывается из внутрифирменных инновационных факторов и воздействия институциональной среды. Говоря о влиянии институциональной среды промышленного рынка на инновационную активность функционирующих там предприятий, выделяют его конкурентную, научно-исследовательскую, финансовую и нормативно-правовую среды. При оценке *конкурентной среды* авторами предлагается использование концепции властной асимметрии, которая состоит из трех элементов: структурной, интеракционной и институциональной асимметрии, предложенной С. В. Ореховой, Е. В. Кислицыным и Ю. С. Баусовой [7] и представленной в формуле (4):

$$PA = SA \times IA \times IEA, \quad (4)$$

где SA — уровень структурной асимметрии, IA — уровень интеракционной асимметрии, IEA — уровень институциональной асимметрии.

Образовательная и научно-исследовательская среда также является фактором инновационной активности. Для оценки кадрового потенциала в рамках нашей работы рассматриваются количественные показатели выпускников вузов и их средний балл по направлениям подготовки, соотнесенным к видам деятельности по ОКВЭД. Для оценки научной деятельности в промышленном секторе используются количественные показатели защит диссертаций на соискание ученых степеней наук, соответствующих виду деятельности по ОКВЭД.

Предварительный вариант модели конкурентоспособности промышленного предприятия описан в работе Е. В. Кислицына [15], в которой, однако, не учтено несколько моментов:

1) данный вариант модели предполагает моделирование деятельности одного предприятия, учитывая деятельность других только косвенно (через экономические показатели конкуренции);

2) данный вариант модели моделирует деятельность предприятия и институциональной среды на одном концептуальном уровне, что фактически не отражает действительность: институциональная среда должна быть смоделирована на верхнем уровне, тогда как деятельность предприятий — на нижнем;

3) данный вариант модели использует только нотацию системной динамики, игнорируя наличие

иных типов зависимостей, кроме описанных причинно-следственными и потоковыми диаграммами.

Таким образом, в рамках настоящего исследования сделана попытка предложить принципиально иную структуру имитационной модели, основываясь на синтезе системной динамики и агентного подхода. Так, имитационная модель конкурентоспособности содержит два типа агентов — «Предприятие» и Main (институциональная среда). В агенте «Предприятие» необходимо разработать алгоритмы расчета четырех основных показателей, влияющих на конкурентоспособность, описанных в работе Е. В. Кислицына [14] (рис. 1). При этом последний показатель будет рассчитываться исходя из данных, полученных от агента Main.

Для расчета общего уровня конкурентоспособности промышленного предприятия используется системно-динамический подход. Сам показатель является мультипликативным, коэффициенты alpha и betaN рассчитываются эконометрическим путем по панельным данным (в рамках одного промышленного рынка за период 10 лет). Все основные показатели модели представляют собой динамические переменные, которые позволяют прописывать формулы прямо внутри них. В процессе имитации модели переменные будут изменять свои значения в динамике, что позволит проследить основные тенденции и спрогнозировать рост конкурентоспособности промышленного предприятия.

Эффективность ресурсов оценивается исходя из динамики основных видов ресурсов на предприятии и их влияния на эффективность функционирования исследуемого предприятия. Само изменение численности ресурсов задается с помощью потоковых диаграмм, где в качестве потоков рассматриваются прибытие ресурсов на предприятие и их выбытие за единицу времени (рис. 2).

Показатель стратегического позиционирования зависит от значений двух показателей конкуренции — индекса Бэйна и доли на рынке, которые представлены в модели в качестве динамических переменных. Однако здесь используется немного иной подход — для моделирования стратегических решений предприятия применяется диаграмма состояний, позволяющая смоделировать основные управленческие решения в области позиционирования на рынке. С помощью тривиальных алгоритмов построена логика поведения агента, позволяющая: увеличить или уменьшить объемы производства (что повлечет за собой изменение доли на рынке), ввести новый вид продукта в производство (расширение ассортимента). В процессе дальнейших исследований предполагается расширение логики поведения агента в данной области. Для расчета доли рынка используются данные, подгружаемые из других агентов-предприятий.

Инновационная активность предприятия рассматривается на двух уровнях — внутриагентном и внешнем (влияние институциональной среды). Внутрифирменные факторы на данном этапе исследования зависят только от материально-технической базы предприятия (рис. 3).

Влияние институциональной среды комплексно отражено в соответствующей динамической переменной. Ее влияние складывается из четырех составляющих: конкурентная, научно-образовательная, финансовая и нормативно-правовая среда. Каждая из них представлена в виде такой же динамической переменной, изменяющейся под влиянием указанных ранее факторов (рис. 4).

Подобная архитектура имитационной модели содержит в себе основные аспекты функционирования предприятия и формирования его конкурентоспособности на промышленном рынке. Соединив агентный подход и нотацию системной динамики, имитационная модель позволит провести детальный анализ развития как отдельных предприятий, так и всего промышленного рынка в совокупности.

Таким образом, базируясь на имеющихся исследованиях в области имитационного моделирования экономических процессов и систем, мы обосновали инструментарий моделирования конкурентоспособности предприятия — агентное моделирование и системную динамику. Выделены основные составляющие конкурентоспособности промышленного предприятия. Особо отмечено влияние институциональной среды на рост конкурентоспособности предприятия. Разработанная архитектура агентной имитационной модели позволяет в дальнейшем наполнить ее эмпирическими данными и провести апробацию на примере любого промышленного рынка. В модели имеется возможность проведения простых экспериментов, а также расширять ее и подстраивать под любые промышленные предприятия и рынки.

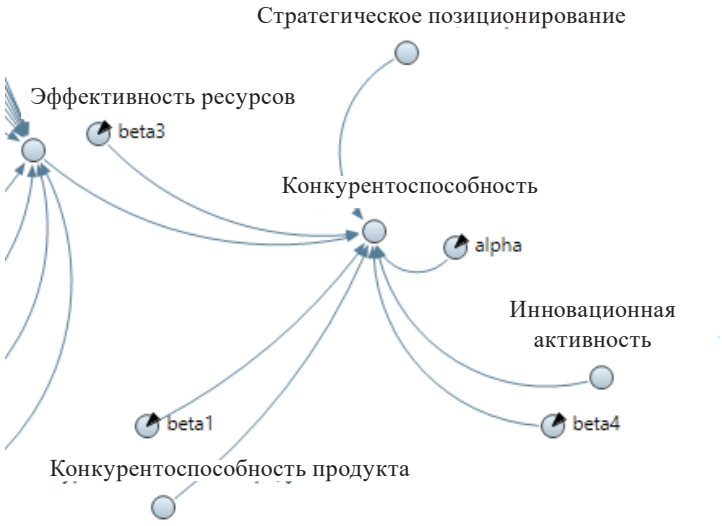


Рис. 1. Структура показателя «конкурентоспособность»

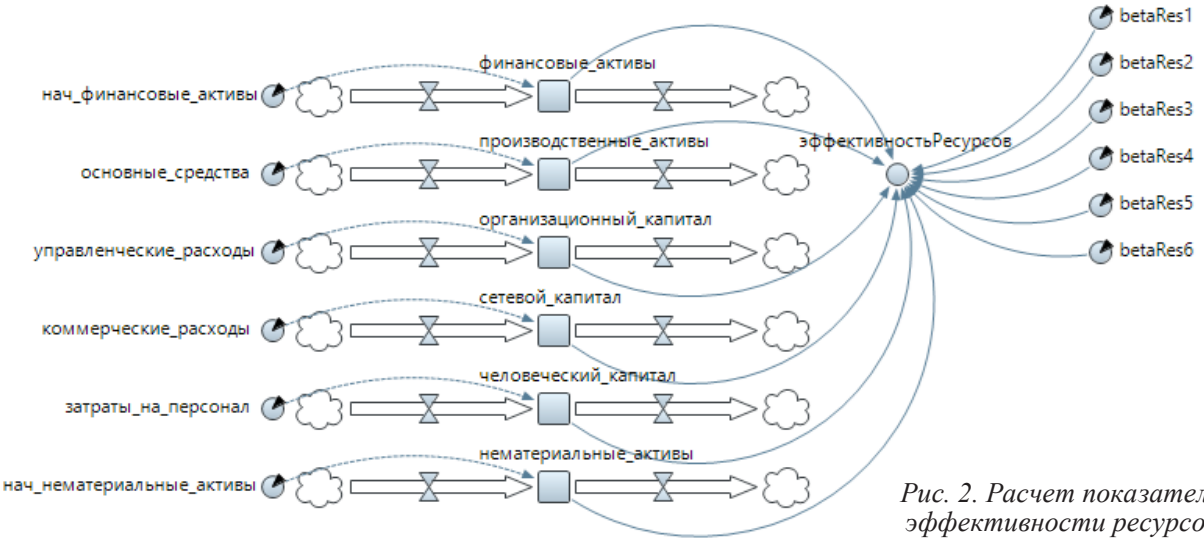


Рис. 2. Расчет показателя эффективности ресурсов

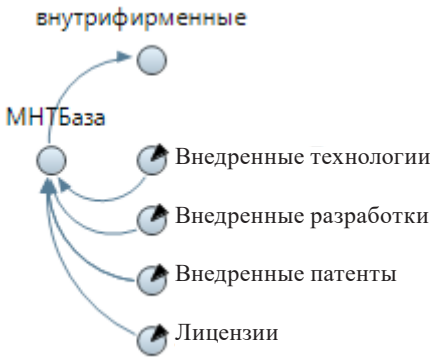


Рис. 3. Показатель внутрифирменной инновационной активности

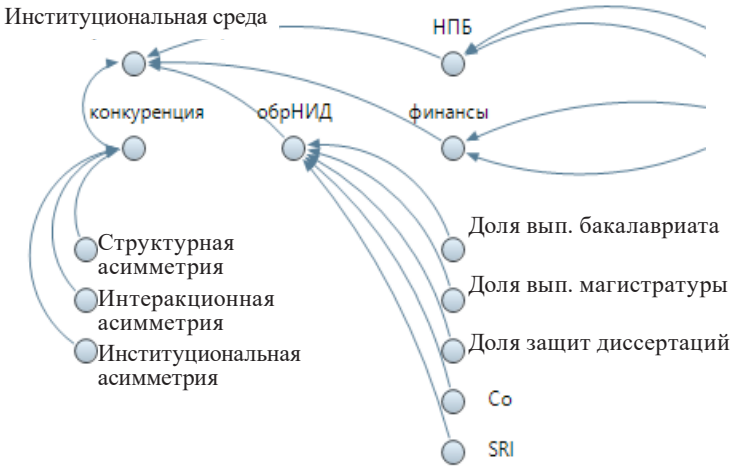


Рис. 4. Моделирование влияния институциональной среды

Примечание: все рисунки — разработано автором.

Список литературы

1. Borshchev A., Karpov Y., Kharitonov V. Distributed Simulation of Hybrid Systems with AnyLogic and HLA // Future Generation Computer Systems. 2002. Vol. 18, № 6. P. 829—839.

2. Fantazy K., Tipu S. A. Exploring the relationships of the culture of competitiveness and knowledge development to sustainable supply chain management and organizational performance // Journal of Enterprise Information Management. 2019. Vol. 32, № 6. P. 936—963.

3. Forrester J. W. Urban dynamics. Waltham, MA: Pegasus Communications, 1969.

4. Forrester J. W. Industrial dynamics: A major breakthrough for decision makers // Harvard Business Review. 1958. Vol. 36. № 4. P. 37—66.

5. Lazareva N. V., Takhumova O. V., Krivokora Yu. N. Model Of Small Business Development And Its Competitiveness In Conditions Of Institutional Transformations // Research Journal of Pharmaceutical Biological and Chemical Sciences. 2018. Vol. 9, № 6. P. 755—762.

6. Malcev N. V., Shaybakova L. F. Evaluation of the Innovative Activity Efficiency While Developing the Sectoral Technology Policy in the Region // Smart Technologies and Innovations in Design for Control of Technological Processes and Objects: Economy and Production. FarEastCon. 2019. Vol. 138. P. 858—868.

7. Orekhova S. V., Kislitsyn E. V., Bausova Yu. S. Study of Power Asymmetry in Industry Markets: A Russian Case // Journal of Applied Economic Sciences. 2018. Vol. 13. № 5 (59). P. 1181—1190.

8. Orekhova S. V., Kislitsyn E. V. Influence of power asymmetry on economic growth of industry markets: A Russian case // Espacios. 2019.

9. Zhao X., Sun B. The influence of Chinese environmental regulation on corporation innovation and competitiveness // Journal of Cleaner Production. 2016. Vol. 112. P. 1528—1536.

10. Бабина О. И. Имитационная модель склада промышленного предприятия по производству бетона // Бизнес-информатика. 2015. № 1 (31). С. 41—50.

11. Гальперова Е. В., Гальперов В. И. Моделирование поведения активного потребителя на основе агентного подхода // Информационные и математические технологии в науке и управлении. 2017. № 4 (8). С. 28—38.

12. Горелова Г. В., Мандель М. В. Имитационное моделирование как инструмент исследования регионального рынка труда // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 5: Экономика. 2012. № 4 (111). С. 230—240.

13. Заернюк В. М., Анашкина Е. Н. Пути решения проблемы просроченной задолженности банков по розничным кредитам // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2014. № 43 (229). С. 17—26.

14. Кислицын Е. В. Системный анализ конкурентоспособности инновационного потенциала промышленного предприятия // Вестник Забайкальского государственного университета. 2019. Т. 25, № 9. С. 114—122.

15. Кислицын Е. В. Конструирование имитационной модели конкурентоспособности и инновационной активности промышленного предприятия // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2019. № 3 (31). С. 5—19.

16. Куликова О. М. Оптимизация процессов планирования и использования ресурсов в сфере здравоохранения РФ // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2016. № 4 (20). С. 27—32.

17. Лычкина Н. Н. Синергетика и процессы развития в социально-экономических системах: поиск эффективных модельных конструкций // Бизнес-информатика. 2016. № 1 (35). С. 66—79.

18. Орехова С. В., Дубровский В. Ж. Специфика российской модели управления ресурсами фирмы // Журнал экономической теории. 2016. № 4. С. 113—124.

19. Радаев А. Е., Левенцов В. А. Системы поэтапного имитационного моделирования производственных процессов // Организатор производства. 2011. № 3 (50). С. 30—33.

20. Рамазанов Р. Р. Агентное моделирование формирования населенных пунктов // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Сер.: Экономика. 2016. № 3 (17). С. 76—82.

21. Шульц Д. Н., Якупова И. Н. Агентное моделирование влияния микроструктуры на свойства экономики // Журнал экономической теории. 2016. № 1. С. 70—81.

Сведения об авторе

Кислицын Евгений Витальевич — кандидат экономических наук, доцент кафедры информационных технологий и статистики Уральского государственного экономического университета, Екатеринбург, Россия. kev@usue.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 129—136.

DEVELOPMENT OF THE ARCHITECTURE OF AN AGENT SIMULATION MODEL OF INDUSTRIAL ENTERPRISE COMPETITIVENESS

E. V. Kislitsyn
Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia. kev@usue.ru

The relevance of this research is justified by the fact that many works in modern economic science devoted to research on competitiveness contain serious theoretical justifications, but there is practically no empirical testing of them. The purpose of this research is to develop the architecture of an agent — based simulation model of industrial enterprise competitiveness. The method of assessing the competitiveness of an industrial enterprise leads to evaluating its four components: the competitiveness of products in the market, the level of strategic positioning, the efficiency of the enterprise's resources and innovation activity. Based on the method of calculating the competitiveness of an enterprise, the author suggests building a multi — pass simulation model that uses both system dynamics notation and individual building blocks-agents. Industrial enterprises and the institutional environment are considered as agents. Algorithms for calculating the main indicators of competitiveness have been developed inside the agent. In general, this simulation model architecture allows you to conduct research on any industrial market in the Russian Federation.

Keywords: *competitiveness, simulation modeling, industrial enterprise, system dynamics, agent modeling.*

References

1. Borshchev A., Karpov Y., Kharitonov V. (2002) *Future Generation Computer Systems*, vol. 18, no. 6, pp. 829—839.
2. Fantazy K., Tipu S. A. (2019) *Journal of Enterprise Information Management*, vol. 32, no. 6, pp. 936—963.
3. Forrester J. W. (1969) *Urban dynamics*. Waltham, MA, Pegasus Communications.
4. Forrester J. W. (1958) *Harvard Business Review*, vol. 36, no. 4, pp. 37—66.
5. Lazareva N. V., Takhumova O. V., Krivokora Yu. N. (2018) *Research Journal of Pharmaceutical Biological and Chemical Sciences*, vol. 9, no. 6, pp. 755—762.
6. Malcev N. V., Shaybakova L. F. (2018) *Smart Technologies and Innovations in Design for Control of Technological Processes and Objects: Economy and Production. FarEastCon*, vol. 138, pp. 858—868.
7. Orekhova S. V., Kislitsyn E. V., Bausova Yu.S. (2018) *Journal of Applied Economic Sciences*, vol. 13, no. 5 (59), pp. 1181—1190.
8. Orekhova S. V., Kislitsyn E. V. (2019) *Espacios*.
9. Zhao X., Sun B. (2016) *Journal of Cleaner Production*, vol. 112, pp. 1528—1536.
10. Babina O. I. (2015) *Business Informatics*, no. 1 (31), pp. 41—50 [in Russ.].
11. Gal'perova E. V., Gal'perov V. I. (2017) *Informacionnye i matematicheskie tekhnologii v nauke i upravlenii*, no. 4 (8), pp. 28—38 [in Russ.].
12. Gorelova G. V., Mandel' M. V. (2012) *Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 5: Ekonomika*, no. 4 (111), pp. 230—240 [in Russ.].
13. Zaernyuk V. M., Anashkina E. N. (2014) *Finansovaya analitika: problemy i resheniya*, no. 43 (229), pp. 17—26 [in Russ.].

14. Kislitsyn E. V. (2019) *Vestnik Zabajkal'skogo gosudarstvennogo universiteta*, vol. 25, no. 9, pp. 114—122 [in Russ.].

15. Kislitsyn E. V. (2019) *Modeli, sistemy, seti v ekonomike, tekhnike, prirode i obshchestve*, no. 3 (31), pp. 5—19 [in Russ.].

16. Kulikova O. M. (2016) *Vestnik Sibirskogo instituta biznesa i informacionnyh tekhnologij*, no. 4 (20), pp. 27—32 [in Russ.].

17. Lychkina N. N. (2016) *Business Informatics*, no. 1 (35), pp. 66—79.

18. Orekhova S. V. Dubrovskij V. Zh. (2016) *Zhurnal ekonomicheskoj teorii*, no. 4, pp. 113—124 [in Russ.].

19. Radaev A. E., Levencov V. A. (2011) *Organizator proizvodstva*, no. 3 (50), pp. 30—33 [in Russ.].

20. Ramazanov R. R. (2016) *Vestnik UGNTU. Nauka, obrazovanie, ekonomika. Seriya: Ekonomika*, no. 3 (17), pp. 76—82 [in Russ.].

21. Shul'c D. N., Yakupova I. N. (2016) *Zhurnal ekonomicheskoy teorii*, no. 1, pp. 70—81 [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 137—148.

УДК 347.772
ББК 65.290.4

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11016

ЗНАЧИМОСТЬ СРЕДСТВ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО БИЗНЕСА

***В. В. Лихолетов*[1], *А. В. Лихолетов*[2], *М. А. Пестунов*[3]**

[1] *Южно-Уральский государственный университет (НИУ), Челябинск, Россия*

[2] *Компания AVLISCON, Челябинск, Россия*

[3] *Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия*

Интеллектуальная собственность повышает конкурентоспособность современного бизнеса, игнорирование ее правовой охраны может привести к катастрофе. В статье проводится анализ роли средств индивидуализации товаров и услуг для обеспечения экономической безопасности бизнеса. Создание уникального бренда невозможно без глубоких философских, лингвопсихологических, экономико-правовых и историко-культурных познаний. Это требует особого внимания к квалификации работников маркетинговых и патентно-лицензионных служб, достижения нового уровня работы инновационных структур предприятий при создании и продвижении товаров и услуг. Даются поучительные примеры понимания роли средств индивидуализации яркими представителями отечественного бизнеса в прошлом и настоящем. Бурная информатизация социума обостряет значимость средств индивидуализации для обеспечения экономической безопасности бизнеса и пресечения недобросовестной конкуренции. Все звенья структуры современного предприятия должны быть ориентированы на конкурентоспособность продукции. Сегодня, как и в прошлом, индикатором успеха бизнеса выступает его «раскрученный» бренд.

Ключевые слова: *интеллектуальная собственность, средства индивидуализации, товарные знаки, бренд, экономическая безопасность бизнеса.*

Современный бизнес невозможен без средств коммуникации и индивидуализации ее участников. Искаженные сведения могут причинить большие убытки хозяйствующим субъектам, ведь средства коммуникации сегодня обрели массу возможностей введения потребителей в заблуждение относительно характера, способа, места изготовления и качества товара. Развитие сети Интернет кроме пользы принесло и угрозы [8]. Сегодня до 75 % компаний Европы не уверены в эффективности систем кибербезопасности. Пока заметные преступления — похищение данных [6], но быстро набирают силу кражи интеллектуальной собственности, кибервымогательство и диверсии высоких технологий[1]. Обладание интеллектуальной собственностью повышает конкурентоспособность бизнеса. Сегодня до трети стоимости цены продукции определяется брендом компании или производственной технологией [23].

В стране с 2008 г. действует «Концепция продвижения национального и региональных брендов товаров и услуг отечественного производства на 2007—2008 годы». В 2017 г. появился визуальный идентификатор экспортной продукции России — в виде птицы, окрашенной в цвета триколора [31]. Ранее появилась идея универсального зонтичного бренда «Сделано в России» для внутреннего и внешнего рынков. Его символ — гибрид штрихкода и березы, просто наносимый на продукцию и рекламные материалы, но несущий глубинную информацию об истории и культуре нашей страны [4].

Осмысление теоретического базиса современной идентификации невозможно без анализа мифологии, религиозно-философских источников и культурного наследия человечества (от наскальных рисунков до достижений психолингвистики и фоносемантики [2]), результатов трудов, полученных в рамках правовых и экономических наук. Здесь важно раскрытие феномена ономатета — мифологического божества (или человека) — создателя имен. Осознание имени проявляется во многих культурах, в них наречение именем новорожденного принимает форму отгадывания его сущности. В истории человечества знать имя всегда означало иметь власть над тем, что названо [21]. В виде «примитивной

[1] Кибербезопасность за год обошлась миру в 445 млрд долларов // Интерфакс (http: www.interfaxru; 16.09.2015).

магии» феномен ономатета жив и поныне. Стала расхожей фраза «Как корабль назовешь, так он и поплывет» (из книги А. С. Некрасова «Приключения капитана Врунгеля»). По Конфуцию, «знаки и символы правят миром, а не слова или закон». Люди, говоря фразу «Это знак свыше!», часто не подозревают о наличии принципа синхроничности, упорядочивающем события «нефизическим» путем — на основании их смысла [9].

Проблематику индивидуализации исследовали многие ученые. Большая часть их интересов связана с понятием «бренд», хотя массив ключевых дефиниций, касающихся средств индивидуализации, гораздо шире (табл. 1).

Слово brand (от сканд. brandr — пламя) появилось в 950 г. (словарь Dictionary.com). К середине XV в. в его значении появился оттенок, близкий к значению «идентификация». Войдя в сферу промышленного производства, слово приблизилось по своему значению к словам craftsman's, sign trademark [24]. Любопытно, что Вильям Шекспир использовал слово «бренд» метафорически — как факел, воспламеняющего сердца людей любовью.

Проблемы брендинга обсуждаются в работах зарубежных (Д. Аакера, Дж. Балмера, Ж. Н. Капферера, Ф. Котлера, Дж. Мерфи, Л. де Чернатони и др.) и отечественных (Г. Л. Багиева, А. М. Година, В. Н. Домнина, Е. А. Рудой, О. А. Третьяк и др.) ученых-экономистов. Классификация бренда, по де Чернатони и Райлей [1], предполагает ряд идей его понимания как: логотипа; правового инструмента; компании; стенограммы; инструмента сокращения рисков; системы идентичности; образа в сознании потребителей; системы ценностей; индивидуальности; отношения; добавленной ценности; развивающейся единицы. Поэтому

Таблица 1

Ключевые понятия массива современных средств индивидуализации*

Понятие	Сущность, комментарий, примеры	Ссылка
Бренд, от англ. «клеймо»	Ментальный конструкт, его нет в реальности — не вещь, компания, продукт, организация, а сумма опыта человека, его восприятие вещи, продукта, компании или организации. Бренды существуют в виде сознания или конкретных людей, или общества	[12]
Брендинг	Формирование имиджа бренда в течение длительного времени через образование добавочной ценности, эмоционального либо рационального «обещания» торговой марки или немарочного продукта, делающего его более привлекательным для конечного потребителя	[15. С. 29]
Доменное имя, от domaine — «область»	Имя, служащее для идентификации областей — единиц административной автономии в Интернет. Доменные имена дают возможность адресации интернет-узлов и расположенным на них сетевым ресурсам	[13]
Знак обслуживания (ЗО)	Выполняет функцию, аналогичную товарному знаку, но применительно к услугам или выполняемым работам. В Гражданском кодексе (ГК) России употребляется термин «товарный знак» (ТЗ), он подразумевает, что все то же самое касается и знаков обслуживания	Ст. 1477 ГК РФ
Имидж, от англ. image — «образ»	Совокупность представлений об объекте (человеке, организации, государстве) в общественном мнении. Создается пропагандой, пиаром, рекламой, ложью для создания в массовом сознании определенного отношения к объекту. Сочетает реальность с вымыслом	[16]
Коллективный товарный знак, от англ. collective mark	Товарный знак, предназначенный для обозначения товаров, производимых или реализуемых входящими в данное объединение лицами и обладающих едиными характеристиками их качества или иными общими характеристиками. Предприятие, использующее коллективный ТЗ, может пользоваться и своим собственным ТЗ. Примеры по СССР и современной России: «Боржоми» (воды и стекло), «Прима» (табачные изделия)	Ст. 1510 ГК РФ
Коммерческое обозначение	Средство индивидуализации торговых, промышленных и других предприятий. Индивидуализирует принадлежащий организации или предпринимателю бизнес путем нанесения обозначения на вывесках, выпускаемых товарах, использования в рекламе	Ст. 1538 ГК РФ
Корпоративная идентификация	Внешний образ предприятия в глазах общественности, заказчиков, сотрудников. Обеспечивается разными средствами: характерный дизайн, брендинг, использование ТЗ. Эта идентичность (от англ. corporate identity) воплощается в атрибутах фирменного стиля	[14. С. 72]
Лейбл, от label — «ярлык»	Этикетка, метка, ярлык — графический/текстовый знак / наклейка на любом продукте производства, с указанием торговой марки, названия, производителя, даты производства, срока годности и т. п.	

Окончание табл. 1

Понятие	Сущность, комментарий, примеры	Ссылка
Логотип, — от греч. «отпечаток»	Графический знак, символ, используемый территориальными образованиями, организациями и частными лицами для повышения узнаваемости в социуме. Представляет название сущности, которую он идентифицирует (в виде стилизованных букв и/или идеограммы)	
Наименование места происхождения товара (НМПТ)	Обозначение, представляющее собой либо содержащее современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, а также обозначение, производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно или главным образом определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами	Ст. 1516 ГК РФ
Нейминг — от англ. «имяобразование»	Создание имени компании, продукта/услуги. Это базовая часть создания словесно-графического знака и в целом фирменного стиля. Затем разрабатывается визуальный образ. Требования к названию: точность, емкость, краткость, эмоциональность и благозвучие, уникальность и легкость идентификации	[11; 15]
Общеизвестный товарный знак	Ставший широко известным в результате интенсивного использования зарегистрированный в России ТЗ, или обозначение, которое еще не зарегистрировано, но используется в качестве знака для индивидуализации продукции или при оказании услуг, или ТЗ, охраняемый на территории России без регистрации в силу международного договора. Пример: «МиГ», «Яндекс», «1С», «РЖД». В реестре Роспатента на сегодня таковых лишь 208 (против 1230 в Японии)	Ст. 1508 ГК РФ [3]
Ономатет, от греч. «творец наименований»	Божество (или человек), дающее имена всему сущему. Ветхий Завет описывает наделение Богом Адама властью именовать животных, встреченных им в Эдеме. По Корану, имена вещам установил Адам, первый человек и пророк Аллаха. Фольклорный ономатет — Петр I, давший имена рекам и многим городам Русского Севера	[7]
Пиктограмма, от лат. «рисуночное письмо»	Знак, схематично отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта или явления, на которые он указывает. Пиктография делает знаки доступными пониманию при незнании того языка, на котором говорит автор пиктографии, то есть при отсутствии единства языковой культуры у «пишущего» и «читающего» пиктограмму	[22]
Сертификационный знак (знак соответствия)	Указывает, что товары/услуги сертифицированы владельцем знака в отношении происхождения, способа производства и качества. Проставляемый на товаре знак указывает на стандарт, которому соответствуют товар/услуга. Различие ТЗ и сертификационных знаков: если первые используются лишь определенными предприятиями или членами ассоциации (см. коллективный ТЗ), то последние могут использоваться любым лицом, соблюдающим стандарты	«О техническом регулировании» (№ 184-ФЗ)
Слоган, с кельтского «боевой клич»	Лозунг, формулировка рекламной идеи, которая призвана емко отразить то, чем данный товар (фирма) отличается от подобных. Слоганы бывают имиджевые и товарные. Первые выражают смысл философии бренда, товара/услуги. Вторые направлены на увеличение продаж, апеллируют к уникальному предложению продукта	[15]
Товарный знак (ТЗ)	Словесное, изобразительное, комбинированное или иное обозначение, служащее для индивидуализации товаров, работ, услуг юридических лиц или индивидуальных предпринимателей	Ст. 1477 ГК РФ
Топоним (от греч. «место» + «имя»)	Имя собственное, обозначающее собственное название природного или созданного человеком объекта на Земле. Топонимика — раздел ономастики (науки, изучающей любые собственные имена)	[17]
Фирменное наименование	Юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, выступает в гражданском обороте под своим фирменным наименованием, которое определяется в его учредительных документах и включается в ЕГРЮЛ при регистрации юридического лица	Ст. 1473 ГК РФ
Частная марка, от англ. private label	Сетевая (собственная) торговая марка (СТМ), ее владелец — розничная сеть. У компании — больший контроль над производством и качеством товара, ценообразованием и распределением. Товары СТМ дешевле аналогов до 30%. Низкие затраты на рекламу, а продвижние товара на месте продаж снижает себестоимость товара	[10]
Эмблематика, от греч. «вставка, рельеф»	Историческая дисциплина, исследующая эмблемы — условно-символические изображения определенных понятий или идей, которые исполнены в графической или пластической форме, имеют конкретное содержание и не нуждаются в специальном истолковании. Гербы и флаги тоже эмблемы, но они объект изучения геральдики и вексиллологии, а объект изучения эмблематики — преимущественно негеральдические знаки	[19; 20]

*Составлено авторами.

сегодня слово «бренд» отражает многоуровневую идеально-материальную систему [12]. Он больше совокупности логотипа, слогана и названия. Бренд связывает (через конкретное лицо) архетипы коллективного бессознательного с личностным бессознательным и сознанием. Апеллируя к личности, он уже воспринимается как «личность». Бренд как живая система с 1980-х гг. «заговорил», с 1990-х гг. — «повел диалог», а с «нулевых» годов помогает людям общаться [32]. По данным компании Nielsen Holdings, до 60 % потребителей выбирают тот или иной бренд еще до похода за покупками. Доверие к бренду — самый главный фактор, влияющий на решение потребителей (так считают 62 % опрошенных).

Для максимизации прибыли предприниматели применяют различные способы продвижения товара, включая и недобросовестные. Наряду с зарегистрированными ТЗ и НМПТ для индивидуализации товаров зачастую применяются незарегистрированные обозначения. При этом какие-либо гражданско-правовые меры охраны интересов потребителей не предусмотрены. Низкий уровень охраны интересов потребителей ведет к снижению доверия с их стороны к индивидуализирующим обозначениям как к достоверным источникам информации [25].

В России есть поучительные истории формирования и охраны объектов исключительных прав на средства индивидуализации различных товаров. Николаю Леонтьевичу Шустову (основателю компании «Н. Шустовъ и сыновья», с 1896 г. — товарищества «Н. Л. Шустовъ съ Сыновьями») от отца перешло множество ноу-хау — рецептов настоек на водке разных трав и ягод. С начала работы компании (1863), еще при производстве водки Шустов ориентировался исключительно на высокое качество продукта. При возросшей конкуренции в стране (с 1880 г.) он стал уменьшать выпуск обычной водки, наращивая производство настоек и ликеров. Скоро в этом сегменте рынка Шустовы стали монополистами. Были популярны: «Зубровка», «Спотыкач», «Запеканка», «Нектарин», «Сливянка», «Рябина на коньяке». В стране возникла сеть фирменных магазинов, шла активная реклама. Задолго до У. Р. Хёрста и появления в 1887 г. в США Hearst Corporation Шустов создал скандально-провокативную систему продвижения бренда. Он нанимал людей, ходивших по трактирам и требовавших «водку от Шустова». Так как ее первое время там не было, посетители доводили конфликты до драк. Это попадало в скандальную хронику и обрастало слухами. Скоро все питейные заведения страны стали продавать шустовский алкоголь.

После покупки у купца Н. Таирова в 1899 г. убыточного Ереванского завода в ассортименте товарищества появился коньяк (точнее, бренди). Шустовы наладили сбыт продукции не только в России, но и за границей. Для сбыта коньяка за рубежом сыновья Н. Л. Шустова использовали испытанный ранее на водке метод отца. Н. Н. Шустов отобрал до 20 воспитанных молодых людей (агентов) и за свой счет отправил их в страны Европы и в США. В обязанности агента входило: зайти с дамой в дорогой ресторан, заказать стол и просить принести «бутылочку шустовского коньяка». На ответ официанта, что такой марки нет, молодой человек переспрашивал: «Как, у вас нет шустовского коньяка, лучшего в мире?» Получив ответ «нет», агент извинялся перед дамой за «заведение» и расплачивался по счету (не притронувшись ни к чему). Они покидали такой ресторан. В итоге через месяц многие рестораны Европы и США начали заказывать коньяки Шустовых [28]. Было открыто еще семь производств, коньяк закупали более 2 тыс. оптовиков. Следующей стала покупка завода в Кишиневе (так появился коньяк «Белый аист»). Началось производство коньяка в Одессе. Надпись «коньяк» вместо «бренди» появилась на продукте после выставки в Париж в 1900 г., куда были посланы инкогнито образцы коньяков. Жюри из дегустаторов Франции единодушно присудило неизвестному виноделу Гран-при. После выяснения, что производитель — не француз, жюри в порядке исключения даровало Н. Н. Шустову (единственному виноделу за пределами Франции) привилегию писать на бутылках не «бренди», а «коньяк». Такого права за всю историю коньячного производства в мире не удостаивался больше никто из иностранцев(!).

С 1912 г. товарищество «Н. Л. Шустовъ съ Сыновьями» — «Поставщик Двора Его Императорского Величества», а к 1914 г. Шустовы контролировали 30 % алкогольного производства в Российской империи и 44 % ее алкогольного экспорта. По производству коньяков товарищество занимало четвертое место в мире, а по производству ликеров и наливок — первое [29].

Сегодня трудно представить, что до 1918 гг. «кузнецовский» фарфор из России продавался даже в Китае, где его представляли как изделия древних китайских мастеров [26]. Известно, что хотя попытки открыть секрет фарфора велись почти два века в Италии, Франции и Англии, лишь в 1705 г.,

а затем в 1708 г. в Саксонии Э. В. фон Чирнхаузу и И. Ф. Бёттгеру удалось получить соответственно красный и белый (на основе каолина) фарфоры.

Яков Кузнецов в 1812 г. основал фарфоровое производство в Гжели. Терентий Кузнецов (сын Якова) в 1832 г. перенес производство из Гжели в Дулёво (сегодня Ликино-Дулёво). В 1841 г. Сидор Кузнецов (сын Терентия) основал Рижскую фарфорово-фаянсовую фабрику. Ее открытие стало для продукции Кузнецовых «окном в Европу», ведь к 1851 г. выпуск продукции достиг 50 млн предметов, а годовой оборот фабрик — 4 млн руб.

Создал фарфоровую монополию Кузнецов Матвей Сидорович. Им была в 1870 г. совершена покупка фарфорового завода Ауэрбаха (табл. 2), а в 1892 г. — фабрики Гарднера (основана в 1766 г.).

Таблица 2

Эволюция клейм кузнецовского фарфора (по заводу Ауэрбаха)*

Годы	Описание клейма и характеристика	Комментарий
	Период Ауэрбаха	
1811—1817	Надпись AUERBACH, вдавленная в массу	
1817—1833	Надпись русскими буквами «Ауэрбахъ. Корчева» полностью (или сокращенно «А.К.» в одной или двух строках)	Министр внутренних дел Российской империи (О. Козодавлев) выступал против западных образцов, требовал указывать имя изготовителя и название «места, в коем фабрика находится»
1833	На выставке в Санкт-Петербурге Ауэрбах был удостоен чести ставить на фарфор герб России (впервые после Императорского фарфорового завода, основанного еще в 1744 г.)	Факт признания высочайшего качества продукции
1833—1860	Надпись AUERBACH под двуглавым орлом, а также цифры и другие элементы (путем вдавливания в массу)	Черточки синие подглазурные, а также цифры иногда писались от руки
1860—1870	Вновь на русском языке АУЭРБАХЪ под российским гербом в технике тиснения	Реже клеймо делали с помощью розовой подглазурной краски
	Период Кузнецова	
1870—1875	Клейма с написанием фамилии через «е» и э»: «Быв. Ауербах» и «Быв. Ауэрбах», вдавленные в массу. Появились двойные клейма: рядом с «Быв. Ауэрбах» ставилось клеймо «Фабрики М. С. Кузнецова в Твери»	Новый владелец — М. С. Кузнецов бережно сохранял (!) прославленную фамилию Ауэрбаха с припиской «бывший»
1875—1889	Клейма с гербом («Фабрики М. С. Кузнецова в Твери», «Фабрики М. С. Кузнецова в Тверской губ.», «М. С. КузнецовЪ в Твери») или без герба — «Фабрики М. С. Кузнецова в Твер. губер.»	В клеймах всех заводов — герб России, ФИО владельца завода и указание, где находится завод (например, Тверская губерния)
1899—1917	Клеймо «Товарищества М. С. Кузнецова в Твери»	Связано с объединением фабрик в товарищество в 1899 г.
	После национализации в советское время	
1918—1919	На клеймах под гербом Р.С.Ф.С.Р., где венец из колосьев охватывает серп и молот, на ленте идет надпись «ГОС. ТВЕРСКАЯ. ФАБ.»	Результат переименования фабрики в Государственную Тверскую фабрику
1920—1927	На клеймах до 1923 г. — под серпом и молотом — надпись «Тверская госфабрика в Кузнецово Тверской г.» После 1923 г. в клеймах под гербом в центре эллипса идет надпись ФАРФОР-ТРЕСТ, выше — ТВЕРСКАЯ ФАБР., ниже — «им. М. И. Калинина». Также используется лаконичное клеймо: под серпом и молотом дается большая буква Т, совмещенная на вертикальной ее части с буквой Ф	Появилось название села Кузнецово Тверской губернии. В 1923 г. заводу было присвоено имя М. И. Калинина. Сочетание букв «т» и «ф» сокращенно обозначает «тверской фарфор»
1929—1937	В клеймах этого периода сверху есть надписи Н.К.М.П. и Р.С.Ф.С.Р. (разделенные пятиконечной звездой), снизу надпись «им. М. И. Калинина», выше — соответствующая приписка «В Конакове». В центре клейма изображение кувшина, а на него наложены серп и молот	Аббревиатура Н.К.М.П. — Народный комиссариат местной промышленности. Кузнецово переименовано в Конаково в честь революционера П. П. Конакова
1937	Лаконичное клеймо, состоящее из букв «ЗиК», выше них — две волнистые линии, а над ними символическое изображение, напоминающее край хвойной лапы	По решению Президиума ВЦИК центр Конаковского района переносится из Корчевы в село Конаково, и оно становится городом

*Источник: https://lermontovgallery.ru/spravochnik-antikvariata/farforovo-fayan-sovyy-zavod-auerbakha/.

Последняя была лучшей частной фабрикой России по фарфору. Уже в 1829 г. она получила золотую медаль на Первой промышленной выставке, а в 1855 г. — право ставить на изделиях изображение двуглавого орла. Право было подтверждено в 1865, 1872, 1882 и 1896 гг., а с 1856 г. фабрика обрела звание «Поставщик Двора Его Императорского Величества». Вследствие особой популярности продукции фабрики при составлении договора о купле-продаже предприятия договаривающиеся стороны (М. С. Кузнецов и Е. Н. Гарднер) даже оговорили право дальнейшего использования его торговой марки.

Вплоть до национализации в 1918 г. на всей кузнецовской продукции, выпускавшейся на фабрике Гарднера (село Вербилки), ставилось гарднеровское клеймо (!). В ходе поглощения в 1887 г. был открыт завод в селе Буды. Фабрики Славянская, Песочная, Мальцевская также перешли под управление Кузнецова. К началу XX в. в «Товариществе производства фарфоровых и фаянсовых изделий М. С. Кузнецова» было уже 18 заводов.

М. С. Кузнецов обладал талантом маркетолога, выпуская посуду для крестьян с фольклорным орнаментом, а для горожан — под «дворянские» сервизы, ориентировался на массового покупателя, работа с которым давала максимальную прибыль. Его фарфор вытеснил из Турции и Персии европейские марки. На Восток шла посуда, оформленная в восточном стиле (реверанс менталитету покупателей). Заводы М. С. Кузнецова давали 2/3 всего производства отрасли в России, он имел 15 торговых центров в Петербурге, Москве, Одессе, Харькове, Варшаве; торговал на 12 российских ярмарках, в Персии, Турции и на Балканах. После выставок в Москве и Нижнем Новгороде в 1872 г. было получено право ставить на изделиях государственный герб. Продукция получила золотые медали на выставках в Париже (1889 и 1900 гг.), Гран-при в Реймсе и Льеже (соответственно в 1903 и 1905 гг.).

Таким образом, при анализе истории становления брендов Шустовых и Кузнецовых можно заметить, что уже с конца XIX — начала XX в. великие предприниматели России понимали значимость средств индивидуализации товаров и услуг для достижения успеха в острой конкурентной борьбе.

Защита приоритета русской водки, относящаяся к советскому и современному периодам жизни России, также служит ярким примером обеспечения экономической безопасности бизнеса средствами индивидуализации товаров. Известно, что с 1960-х гг. товарные знаки классических российских водок, принадлежавших СССР, приносили многомиллионный доход. В июне 1966 г. Министерством внешней торговли СССР было учреждено ВО «Союзплодоимпорт», на имя которого в 1969 г. были зарегистрированы товарные знаки Moskovskaya, Stolichnaya и «Русская». Одним из основных видов деятельности «Союзплодоимпорта» был экспорт традиционных русских водок.

Однако осенью 1977 г. случилось обращение Правительства Польской Народной Республики в Международный арбитражный суд по поводу якобы первенства изготовления водки в Польше (на территории Королевства Польского, Великого Герцогства Литовского и Речи Посполитой) перед Русским и Московским государством. Изначально руководство Минвнешторга даже не осознало серьезности вопроса, хотя уже в то время производство всех европейских видов крепких напитков, по В. В. Похлебкину, «имело фиксированную первоначальную дату: 1334 г. — коньяк, 1485 — английские джин и виски, 1490—1494 — шотландское виски, 1520—1522 — немецкий брантвайн (шнапс)» [18. С. 3]. Лишь поняв сложность вопроса, специалисты Минвнешторга обратилось в Институт истории АН СССР и ВНИИ продуктов брожения Минпищепрома по поводу исторических справок. Однако полученные ответы-отписки институтов вызвали необходимость обращения к историку В. В. Похлебкину. Именно ему удалось выявить дату начала производства водки. Было определено, что винокурение возникло в Москве в 1440—70-х гг. в одном из монастырей, но «1478 год следует считать как крайний срок, когда винокуренное производство уже существовало некоторое время, и на основе опыта этого существования была введена государственная монополия на производство и продажу хлебного вина» [Там же. С. 59]. На базе предъявленных доказательств в 1982 г. решением Международного арбитражного суда за СССР был закреплен приоритет создания водки как русского алкогольного напитка и признан советский экспортно-рекламный лозунг: Only vodka from Russia is genuine Russian vodka! [Там же. С. 5].

«Лихие» 1990-е годы не обошли стороной водочные бренды России. В ходе приватизации, сомнительного акционирования, а затем переименования «Союзплодоимпорта» в «Плодовую компанию» случилось присвоение последней, а впоследствии и уступка прав на зарубежные и международные товарные знаки Stolichnaya, Moskovskaya аффилированной ей офшорной компании Spirits International

(SPI). Лишь только после учреждения в 2002 г. Минсельхозом России федерального казенного предприятия (ФКП) «Союзплодоимпорт» права на 17 товарных знаков, включая Stolichnaya, Moskovskaya, «Русская» и другие, были зарегистрированы на имя Российской Федерации. С 2003 г. «Союзплодоимпорт» последовательно осуществляет деятельность по восстановлению прав Российской Федерации на товарные знаки Stolichnaya, Moskovskaya и другие по всему миру (табл. 3).

Примеры великих брендов в дореволюционной России дают иллюстрацию продуманного согласования передовых технологий производства качественных товаров с их грамотным продвижением и сбытом (продажами). Так как в современной России реальный сектор экономики переживает не лучшие времена, инновационная активность предпринимателей сместилась в сектор торговли. Появились новые бренды («Магнит», «Пятерочка», «Перекресток», «Красное&Белое», «Лента», «Дикси», «Бристоль» и др.), стали известны имена новых «купцов» (С. Н. Галицкого, О. В. Жеребцова, А. В. Рогачева).

В работе [5] проведен анализ деятельности сети «Красное&Белое» (К&Б), добившейся успеха практически с нуля до национального уровня за 6—8 лет. Создатель компании «К&Б» С. П. Студенников грамотно использовал систему приемов, учитывающих не только передовые организационно-технологические достижения в торговле, но и подходы, основанные на учете особенностей социальной жизни в условиях современной цифровой среды, а также ментальности граждан России (табл. 4). Он позаботился о контроле прав на удачный (для российского менталитета) бренд. Ведь в названии компании четко отразился ментальный момент неискушенности массового потребителя России в энологии (от др.-греч. — наука о вине), схваченный в знаменитом фильме Э. Рязанова «Служебный роман». В сцене пребывания Анатолия Новосельцева в гостях у Людмилы Прокофьевны Калугиной герой спрашивает ее за столом: «Вам какое вино налить — красное или белое?».

Согласно данным Роспатента, первоначально (с приоритетом от 18.05.1993, рег. № 134577, классы МКТУ 32, 33, 35, 36 и 42) товарный знак

Таблица 3

Результаты деятельности ФКП «Союзплодоимпорт» по восстановлению прав России на водочные бренды

Дата	Инстанция	Сущность решения
Июль 2003	Международное бюро ВОИС	Признало «Союзплодоимпорт» законным владельцем ТЗ: Stolichnaya, Moskovskaya, «Лимонная», Zubrovka, Sibirskaya, «Русская» и знака Soviet Sparkling (советское шампанское)
30.04.2008	Городской суд Софии (Болгария)	Предоставил правовую защиту товарных знаков Stolichnaya, Russkaya, Soviet wine sparkling на территории Болгарии ФКП «Союзплодоимпорт»
03.03.2010	Верховный суд Бразилии	Признание действительным в стране решения Высшего Арбитражного суда РФ об отсутствии правопреемства между ВВО «Союзплодоимпорт» и акционерным обществом (из-за схожести названий незаконно совершена сделка, что привело к уступке государственных ТЗ иностранным компаниям, входящим в группу SPI)
24.06.2012	Апелляционный суд Гааги (Нидерланды)	Решение в пользу «Союзплодоимпорта» в споре за права на ТЗ Stolichnaya и Moskovskaya. Отклонение жалобы компании SPI, подтверждение решение суда первой инстанции и признание, что SPI получила права на эти ТЗ незаконно
25.03.2015	Окружной суд Роттердама	Постановил: SPI прекратить поставки продукции под ТЗ Stolichnaya, Moskovskaya, внести изменения в наименование правообладателя этих ТЗ в реестре патентного ведомства стран Бенилюкса
05.01.2016	Апелляционный суд США	Отмена решения, по которому «Союзплодоимпорт» не может оспаривать право на водочный бренд Stolichnaya у SPI Group
29.03.2016	Апелляционный суд Манхэттена	Оставил в силе решение от 05.01.2016, что «Союзплодоимпорт» имеет основания оспаривать права на ТЗ Stolichnaya на территории США, отклонил ходатайство компаний группы SPI о пересмотре
09.01.2018	Апелляционный суд города Гааги (Нидерланды)	Подтвердил, что знаки Stolichnaya и Moskovskaya принадлежит «Союзплодоимпорту», постановил, что компания SPI, оспаривавшая это решение, должна прекратить продажи водки под ТЗ Stolichnaya, Moskovskaya и Stoli на территории стран Бенилюкс, обязана выплатить «Союзплодоимпорту» сумму ущерба из-за незаконного использования этих знаков

Источник: https://ru.wikipedia.org/wiki/Союзплодоимпорт#Защита_интеллектуальной_собственности.

Таблица 4

Анализ факторов успеха бизнес-модели «Красное&Белое»*

Фактор	Признаки бизнес-модели	Комментарий
Организационно-технологические	Аренда, а не выкуп помещений под магазины	Причем в «спальных районах», включая полуподвалы и цокольные этажи
	Использование по максимуму объема помещений	Расстановка напитков в 5-6 рядов, ящиков — по высоту с учетом проходов покупателей
	Хорошая модель логистики и минимизация расходов на нее	Десять распределительных центров в восьми городах России. Автопарк около 4 тыс. автомобилей (для сравнения, у X5 Retail Group в 2018 г. — 3830)
	Цифровой анализ ассортимента товаров на ЭВМ	Использование программных продуктов при анализе и отслеживании аутсайдеров спроса
	Единоначалие и высокая оперативность принятия решений	Управляет бизнесом сам владелец, нет нужды вести согласования с советом директоров, нет обмана менеджеров
	Модель жесткой (до жестокости) дисциплины	Штрафы, жесткие KPI, неоплата стажировок, дополнительных работ [5. С. 121]
	Совмещение функций персонала магазинов	Менеджеры-грузчики — реклама в почтовые ящики, продавцы-кассиры — уборщики помещений
Социально-экономические	Эксплуатация формата дискаунтера — модель установления низкой цены товаров	Работа на низкой марже, объеме закупа, по предоплате. Через распределительные центры идет 85% товара, «заморозку» доставляют производители. Сеть К&Б как крупнейший продавец получила от поставщиков скидки не только на распространенный, но и на эксклюзивный алкоголь
	Модель собственной торговой марки (СТМ)	Снижение зависимости от поставщиков, а также другие плюсы [27]
	Формат широты основного и вспомогательного ассортимента товаров	Более 800 товаров по алкоголю, широкий ассортимент продуктов питания, сопутствующие товары (от игрушек до товаров для автомобилистов и т. п.)
	Модель малых затрат на аренду и содержание помещений	Малая площадь магазина (80—90 м^2), полуподвалы, цоколи — «бросовая» цена. Уборку помещений ведут сами продавцы — экономия
Психолого-физиологические	Формат «магазин у дома»	Шаговая доступность, удобство покупок вечером. Удобен для покупателей старшего возраста
	Модель персонифицированной рекламы	Рекламные листовки — в почтовых ящиках потенциальных покупателей
	Формат персонализации контактов с потребителями через соцсети	К&Б ведет официальные группы в социальных сетях, организует тематические обсуждения, публикует развлекательный контент [5. С. 112]
Культурно-идеологические (ментальные)	Эксплуатация сложившихся представлений об отдыхе в России	Традиция для массового покупателя — поход в гости с бутылкой вина. Рестораны, кафе — дороже и дальше (общепит в России еще слабо развит)
	Своеобразное «искупления вины» взрослых перед детьми за покупку алкоголя	По мысли Студенникова, покупая себе алкоголь, родители при этом часто покупают даже по большей цене игрушки (сладкое и т. п.) детям, как бы «заглаживая вину» перед ними [5. С. 115]
	Эксплуатация неискушенности массового потребителя в России в тонкостях хороших вин	«Сергей Петрович создал… концепцию, которая точно попала в свою целевую аудиторию… это магазины для небогатых людей, которые вино выбирают по цвету — красное или белое» [5. С. 116]
	Эксплуатация ностальгии россиян по чувству оптимизма в СССР (феномен возрождения угасших идеалов)	В последнее время на многих развозных автомобилях К&Б размещаются красочные картины-сценки а-ля конец 1960-х гг. в СССР. На них изображены нарядные девушки, молодые люди с весьма оптимистичными лицами

*Составлено авторами.

«Красное и белое» с дизайном, содержащим гроздья винограда, принадлежал ТОО «ВИК» (Москва). По договору уступки в 2002 г. права перешли к ООО «Красное и Белое» Студенникова. По ним оно, уже как правообладатель, далее заключило 16 лицензионных соглашений. Позже (приоритетом от 18.02.2013, рег. № 560042, класс 35 — «маркетинг, менеджмент, реклама, продвижение товаров…») правообладателем знака «Красное и Белое» в современном дизайне стало ООО «СПС-инвест» (Челябинск), а в 2015 г. произошло его отчуждение ИП Студенников С. П. (Челябинск). После этого лишь за год (в 2016—2017 гг.) по нему было заключено около 60 лицензионных договоров с различными компаниями страны. Приоритетом от 25.08.2015 (рег. № 623721, классы МКТУ 29, 30, 32, 33 и 42)

права на ТЗ «Красное и Белое» закреплены за ИП Студенников С. П. (Челябинск). Характеризуя технологический аспект деятельности, отметим, что в 2014 г. у компании К&Б уже появилось свое мобильное приложение [30].

Завершая обсуждение роли средств индивидуализации в современной конкурентной рыночной среде, подчеркнем важность системного подхода компаний при создании бренда как средства обеспечения популярности их товаров и услуг, а также формирования высокого доверия к ним у потребителей. Достижение этой цели невозможно без опоры на глубокие философские, психолого-лингвистические, историко-культурологические и экономико-правовые познания. Результаты анализа роли средств индивидуализации товаров и услуг в жизни общества с древности до наших дней позволяют утверждать, что их актуальность возрастает. В случае комплексной правовой охраны этих средств, но прежде всего продуманного имени, отражающего миссию организации и ее инновационно-технологический базис, современный бизнес обретает более высокий уровень экономической безопасности и устойчивости к угрозам в виде недобросовестной конкуренции.

Список литературы

1. De Chernatony L., Riley F. Defining a brand: Beyond the literature with experts' interpretations // Journal of Marketing Management. 1998. Vol. 14, № 5. P. 417—443.

2. Данильчук М. В. Потенциал фоносемантического анализа в процессе номинации в маркетинге // Известия РГПУ. 2016. № 181. С. 29—35.

3. Даулетшина Э. В. Опросы потребителей как средство социологического анализа вопроса общеизвестности товарного знака в Российской Федерации // Вестник Волжского университета. 2019. № 3, т. 1. С. 106—113.

4. Логунцова И. В., Мальцева И. В. Государственная коммуникационная поддержка российских товаров в обеспечении их конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках // Государственное управление. Электронный вестник. 2018. Вып. 68. С. 54—78.

5. Плетнев Д. А., Наумова К. А. Корпорация «К&Б» — кейс успеха необычной «газели» // Вестник ЧелГУ. 2019. № 11 (433). Экономические науки. Вып. 67. С. 111—123.

6. Ревенков П. В., Бердюгин А. А. Кибербезопасность в условиях Интернета вещей и электронного банкинга // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2016. № 11. С. 158—169.

7. Теребихин Н. М. Петр I — культурный герой и ономатет Русского Севера // Метафизика Севера. Архангельск: Помор. ун-т, 2004. С. 88—122.

8. Чернецова Н. С., Тешина П. С. Интернет как средство информационного влияния глобального масштаба // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. 2018. № 1 (7). С. 65—74.

9. Юнг К. Г. Синхронистичность: акаузальный связующий принцип // Синхронистичность: сборник. М.; Киев: Рефл-бук: Ваклер, 1997. С. 194—307.

10. Kumar N., Steenkamp J.-B. E. M. Private Label Strategy: How to Meet the Store Brand Challenge. Harvard Business Review Press, 2007. 288 c.

11. Frankel A. Wordcraft: The Art of Turning Little Words into Big Business. Crown, 2004. 256 p.

12. Буланов А. В. Бренд 2.0. От философии к практике. М.: Красная звезда, 2013. 496 с.

13. Венедюхин А. А. Доменные войны. СПб.: Питер, 2009. 224 с.

14. Крылов А. Н. Корпоративная идентичность для менеджеров и маркетологов. М.: Икар, 2004. 226 с.

15. Маркетинг: большой толковый словарь / под. ред. А. П. Панкрухина. М.: Омега-Л., 2010. 261 с.

16. Панасюк А. Ю. Имидж: энциклопедический словарь. М.: РИПОЛ классик, 2007. 767 с.

17. Пасхалов А. П. Удивительная этимология.М.: НЦ ЭНАС, 2008. 176с.

18. Похлебкин В. В. История водки [IX—XX вв.]. М.: Интер-Версо: Международные отношения, 1991. 285 с.

19. Похлебкин В. В. Словарь международной символики и эмблематики. М.: Международные отношения, 1994. 558 с.

20. Слейтер С. Геральдика. Иллюстрированная энциклопедия. М.: ЭКСМО, 2005. 264 с.

21. Соломоник А. Б. Философия знаковых систем и язык. М.: Изд-во ЛКИ, 2010. 408 с.

22. Шор Р. О., Каринский Н. М. Графика // Литературная энциклопедия: в 11 т. М., 1929—1939. Т. 2. М.: Изд-во Ком. Акад., 1929. С. 699—721.

23. Перепечко О. В. Обеспечение экономической безопасности предприятий на основе управления объектами их интеллектуальной собственности: автореф. дис. … канд. юрид. наук. СПб., 2019. 22 с.

24. Стадульская Н. А. Товарные знаки в языке и внеязыковой действительности Великобритании и США: автореф. дис. … д-ра филол. наук. Пятигорск: ПГЛУ, 2014. 49 с.

25. Тюлькин А. А. Гражданско-правовая охрана интересов потребителей в сфере использования средств индивидуализации товаров: автореф. дис. … канд. юрид. наук. Казань, 2018. 21 с.

26. Варган С. Кузнецовы: производители настоящего китайского фарфора. URL: http://www.luxurynet.ru/history/2095.html (дата обращения 15.03.2009).

27. Вишняков А., Чернова Д. Собственная торговая марка. Плюсы и минусы СТМ. Стратегия. URL: https://insoret.ru/privat-label/ (дата обращения 10.10.2019).

28. Динец И. М. Гений маркетинга, рекламы и PR — «Коньячный король». URL: https://malbusiness.com (дата обращения 30.08.2016).

29. Динец И. М. Николай Шустов — из малого бизнеса в крупнейшего производителя. URL: https://malbusiness.com/nikolay-shustov-iz-malogo-biznesa-v-krupneyshego-proizvoditelya/ (дата обращения 13.09.2016).

30. Курманаева А., Носырев И. Полоса красная, полоса белая. Сергей Студенников — о секрете роста торговых сетей. URL: https://www.rbc.ru/economics/26/09/2019/5d88aa079a7947602c7d2ba8 (дата обращения 25.08.2020).

31. Программа поддержки российских брендов и товаров за рубежом / Российский Экспортный Центр. URL: https://www.export center.ru/made_in_ russia/ (дата обращения 28.12.2019).

32. Шилина Ю. Секреты современного брендинга // Продвижение Продовольствия. Prod&Prod. 2010. № 02. URL: https://re-port.ru/articles/71647/ (дата обращения 25.08.2020).

Сведения об авторах

Лихолетов Валерий Владимирович — доктор педагогических наук, кандидат технических наук, профессор кафедры экономической безопасности Южно-Уральского государственного университета (НИУ), Челябинск, Россия. likholetov@yandex.ru

Лихолетов Андрей Валерьевич — директор компании AVLISCON, Челябинск, Россия. avliscon@yandex.ru

Пестунов Михаил Александрович — доктор экономических наук, кандидат технических наук, профессор кафедры учета и финансов Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. pestunov_ma@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 137—148.

THE IMPORTANCE OF INDIVIDUALIZATION TOOLS OF GOODS AND SERVICES FOR PROVIDING THE ECONOMIC SAFETY OF DOMESTIC BUSINESS

V. V. Likholetov
South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk, Russia. likholetov@yandex.ru

A. V. Likholetov
AVLISCON, Chelyabinsk, Russia. avliscon@yandex.ru

M. A. Pestunov
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. pestunov_ma@mail.ru

Intellectual property increases the competitiveness of modern business, so ignoring its legal protection can lead to disaster. The article analyzes the role of means of individualization of goods and services to ensure

the economic security of business. The creation of a unique brand is impossible without deep philosophical, linguistic and psychological, economic, legal and historical and cultural knowledge. This requires special attention to the qualifications of workers in marketing and patent and licensing services, to achieve a new level of work of innovative structures of enterprises in the creation and promotion of goods and services. The article provides instructive examples of understanding the role of means of individualization by prominent representatives of domestic business in the past and present. The rapid informatization of society exacerbates the importance of means of individualization to ensure the economic security of a business and suppress unfair competition. All links in the structure of a modern enterprise should be focused on the competitiveness of products. Today, as in the past, a business success indicator is its «promoted» brand.

Keywords: *intellectual property, means of individualization, trademarks, brand, economic security of a business.*

References

1. De Chernatony L., Riley F. (1998) *Journal of Marketing Management*, vol. 14, no. 5, pp. 417—443.

2. Danilchuk M. V. (2016) *Izvestia RSPU*, no. 181, pp. 29—35 [in Russ.].

3. Dauletshina E. V. (2019) *Vestnik Volzhskogo universiteta*, vol. 1, no. 3, pp. 106—113 [in Russ.].

4. Loguntsova I. V., Maltseva I. V. (2018) *Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik*, iss. 68, pp. 54—78 [in Russ.].

5. Pletnev D. A., Naumova K. A. (2019) *Vestnik ChelGU,* no. 11 (433), iss. 67. pp. 111—123 [in Russ.].

6. Revenkov P. V., Berdyugin A. A. (2016) *Natsional'nyye interesy: prioritety i bezopasnost*, no. 11, pp. 158—169 [in Russ.].

7. Terebikhin N. M. (2004) *Metafizika Severa*, pp. 88—122 [in Russ.].

8. Chernetsova N. S., Teshina P. S. (2018) *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Ekonomicheskiye nauki*, no. 1 (7), pp. 65—74 [in Russ.].

9. Jung K. G. (1997) *Sinkhronistichnost'*, pp. 194—307 [in Russ.].

10. Kumar N., Steenkamp J.-B. E. M. (2007) Private Label Strategy: How to Meet the Store Brand Challenge. Harvard Business Review Press. 288 p.

11. Frankel A. (2004) Wordcraft: The Art of Turning Little Words into Big Business. Crown. 256 p.

12. Bulanov A. V. (2013) Brand 2.0. From philosophy to practice. Moscow. 496 p. [in Russ.].

13. Venedyukhin A. A. (2009) Blast Wars. St. Petersburg. 224 p. [in Russ.].

14. Krylov A. N. (2004) Corporate identity for managers and marketers. Moscow. 226 p. [in Russ.].

15. Pankrukhin A. P. (ed.) (2010) Marketing: a large explanatory dictionary. Moscow. 261 p. [in Russ.].

16. Panasyuk A. Yu. (2007) Image: encyclopedic dictionary. Moscow, RIPOL classic. 767 p. [in Russ.].

17. Paskhalov A. P. (2008) Amazing etymology. Moscow. 176 p. [in Russ.].

18. Pokhlebkin V. V. (1991) The history of vodka [IX—XX centuries]. Moscow. 285 p. [in Russ.].

19. Pokhlebkin V. V. (1994) Dictionary of international symbols and emblems. Moscow. 558 p. [in Russ.].

20. Slater S. (2005) Heraldry. The Illustrated Encyclopedia. Moscow, EKSMO. 264 p. [in Russ.].

21. Solomonik A. B. (2010) Philosophy of sign systems and language. Moscow, LKI Publishing House. 408 p. [in Russ.].

22. Shor R. O., Karinsky N. M. (1929) Graphics. Literary encyclopedia: in 11 vol. Vol. 2. Moscow, 1929. Pp. 699—721 [in Russ.].

23. Perepechko O. V. (2019) Obespechenie ekonomicheskoy bezopasnosti predpri-yatiy na osnove upravleniya ob''yektami ikh intellektual'noy sobstvennosti [Ensuring the economic security of enterprises based on the management of their intellectual property: PhD thesis]. St. Petersburg [in Russ.].

24. Stadulskaya N. A. (2014) ovarnyye znaki v yazyke i vneyazykovoy deystvi-tel'nosti Velikobritanii i SSHA [Trademarks in the language and non-linguistic reality of Great Britain and the United States: PhD thesis]. Pyatigorsk [in Russ.].

25. Tyulkin A. A. (2018) Grazhdansko-pravovaya okhrana interesov potrebiteley v sfere ispol'zovaniya sredstv individualizatsii tovarov [Civil protection of consumer interests in the use of means of individualization of goods: PhD thesis]. Kazan [in Russ.].

26. Vargan S. (2009) Kuznetsovy: proizvoditeli nastoyashchego kitayskogo farfora [Kuznetsov: manufacturers of real Chinese porcelain]. Available at: http://www.luxurynet.ru/history/2095.html, accessed 03.15.2009 [in Russ.].

27. Vishnyakov A., Chernova D. (2019) Sobstvennaya torgovaya marka. Plyusy i minusy STM [Own trade mark. Pros and cons of private labels. Strategy]. Available at: https://insoret.ru/privat-label/, accessed 10.10.2019 [in Russ.].

28. Dinets I. M. (2016) Geniy marketinga, reklamy i PR — «Kon'yachnyy ko-rol'» [The genius of marketing, advertising and PR — «Cognac King»]. Available at: https://malbusiness.com, accessed 30.08.2016 [in Russ.].

29. Dinets I. M. (2016) Nikolay Shustov — iz malogo biznesa v krupneyshego proizvoditelya [Nikolay Shustov — from small business to the largest manufacturer]. Available at: https://malbusiness.com/nikolay-shustov-iz-malogo-biznesa-v-krupneyshego-proizvoditelya/, accessed 13.09.2016 [in Russ.].

30. Kurmanaeva A., Nosyrev I. (2019) Polosa krasnaya, polosa belaya. Sergey Studennikov — o sekrete rosta torgovykh setey [Red stripe, white stripe. Sergey Studennikov — about the secret of the growth of retail chains]. Available at: https://www.rbc.ru/economics/26/09/2019/5d88aa079a7947602c7d2ba8, accessed 25.08.2020 [in Russ.].

31. Programma podderzhki rossiyskikh brendov i tovarov za rubezhom [Program to support Russian brands and goods abroad]. Available at: https: //www.export center.ru/made_in_russia/, accessed 28.12.2019 [in Russ.].

32. Shilina Yu. (2010) Sekrety sovremennogo brendinga [Secrets of modern branding], Food Promotion. Prod & Prod, no. 02. Available at: https://re-port.ru/articles/71647/, accessed 25.08.2020 [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 149—157.

УДК 330.341.1; 332.12
ББК 65.04-551

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11017

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ И БИЗНЕСА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

А. А. Егорова
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в настоящее время мы являемся свидетелями кардинальных изменений во всех отраслях, которые связаны с рождением новых бизнес-моделей, преобразованием систем производства, новым взаимодействием среди участников рынка. Формирование четвертой промышленной революции приводит к необходимости создания новых экономических моделей, ориентированных на эффективное инновационное развитие. Принципиальное значение для формирования инновационной экономики, создания экономического преимущества имеют университеты, которые обладают достаточным научным, фундаментальным и прикладным потенциалом. В статье рассмотрены направления создания инновационной экономики в регионе с помощью взаимодействия высших учебных заведений и бизнеса. Проанализированы показатели, которые влияют на инновации и инновационную активность в Челябинской области, в сравнении с другими регионами Российской Федерации. Обоснована необходимость формирования инновационной экономики в регионе и предложена модель создания инновационного климата в регионе.

Ключевые слова: *инновации, регион, модель, инновационный климат, высшие учебные заведения.*

Основные показатели развития национальной экономики в последние годы демонстрируют ощутимое отсутствие роста, а зачастую и негативную динамику спада. В настоящее время отечественная экономика находится на грани рецессии. По итогам первого квартала 2019 г., ВВП вырос всего на 0,5 % в годовом выражении, что для развивающейся экономики является существенным отставанием. В свою очередь малые и средние предприятия сократились на 8 %, количество работников на таких предприятиях уменьшилось на 1,6 %. Между тем недостаточность темпов экономического и инновационного развития была очевидна еще в предыдущие годы. Главные причины надвигающейся рецессии — это в основном экспортно-сырьевой характер отечественной экономики, а именно зависимость России от мировых цен на нефть, отсутствие сбалансированности и существенное отставание от стран Запада по уровню инновационного и технического развития.

Как следствие, все чаще обсуждаются вопросы развития инноваций на предприятиях, повышение квалификации среди молодых специалистов, переход региональных экономических систем на инновационный путь развития [2]. Выявление наиболее эффективных инновационных инструментов играет решающую роль в развитии экономики страны в целом. Эффективные инновационные инструменты дадут стимул к повышению конкурентоспособности между производителями как крупного, так и среднего, малого бизнеса [3]. На современном этапе развития отечественной экономики достижение высоких темпов экономического роста можно осуществить с помощью изменения структуры бизнеса, повышения доли высокотехнологичного производства, цифровых технологий.

Поэтому очень важным является процесс создания инновационного климата в регионе, для чего нужно, чтобы каждый элемент: высшее учебное заведение, представители бизнеса и региональные власти — начал взаимодействовать с другими, создавая синергетический эффект. Несмотря на то что это актуальная проблема для отечественной экономики, недостаточным остается описание практических моделей во взаимодействии высших учебных заведений, бизнеса и региона.

Для оценки инновационного развития субъектов Российской Федерации обратимся к данным Росстата за 2018 г. и представим их в табл. 1. Как мы можем видеть из таблицы, Челябинская область во многом отстает от соседних областей по инновационным показателям. Так, в категории объема инновационных товаров, работ и услуг доля Челябинской области в Российской Федерации составляет 2,4 %, что существенно меньше доли соседней Свердловской области (3,2 %), Кемеровской области (2,6) и Московской области (3,9 %).

Но стоит отметить, что Челябинская область обладает большим потенциалом в сфере научных

Таблица 1

Инновационные показатели, ранжированные по регионам России

Регионы / Наименование	Челябинская область	Свердловская область	Кемеровская область	Московская область	Российская Федерация
Объем инновационных товаров, работ, услуг, млн руб.	1 661 691,1	2 213 908,3	1 853 934,7	2 706 592,0	68 982 626,6
Затраты на технологические инновации организаций, млн руб.	28 327,0	39 781,2	2 225,4	136 922,6	1 472 822,3
Разработанные передовые производственные технологии, ед.	145,0	85,0	3,0	134,0	1 565,0
Используемые передовые производственные технологии, ед.	7 358,0	11 352,0	3 887,0	18 980,0	254 927,0
Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, чел.	15 162,0	20 528,0	1 228,0	86 796,0	682 580,0
Численность исследователей, имеющих научную степень, чел.	1 142,0	2 637,0	480,0	8 232,0	100 330,0
Внутренние затраты на научные исследования и разработки, млн руб.	21 445,0	30 053,6	1 518,7	124 272,6	1 028 247,6

разработок. При небольшой численности персонала, занятого научными разработками, — 2,2 % (для сравнения: Свердловская область — 3 %, Московская область — 12 %) — Челябинская область в лидерах по разработанным передовым производственным технологиям: 9,2 % (Свердловская область — 5,4 %, Кемеровская область — 0,1 %, Московская область — 8,5 %). Таким образом, актуальными становятся мероприятия по созданию инновационного климата в регионе, ориентированного на эффективное инновационное развитие.

Переход к инновационному типу развития национальной экономики отражен и во многих нормативно-правовых документах Российской Федерации, данные представлены в табл. 2.

Проанализировав ключевые нормативно-правовые документы Российской Федерации, можно отметить, что каждый из документов объединяет инновационная направленность, и это лишний раз доказывает актуальность исследования в рамках современной экономики.

Отметив современное состояние инновационной экономики в регионе, сформулируем предпосылки создания инновационного климата в регионе и отметим их на рис. 1.

Все вышеперечисленные концепции и стратегии развития приводят к формированию идеи о взаимодействии высших учебных заведений и представителей бизнеса с целью сформировать инновационный климат в регионе. Очевидным



Рис. 1. Предпосылки создания инновационного климата в регионе

(Сформировано на основе данных о целевых индикаторах реализации Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. (утв. Распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р.)

Таблица 2

Отражение инноваций в ключевых нормативно-правовых документах Российской Федерации

Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.	1) Развитие кадрового сотрудничества в сфере науки, образования, технологий и инноваций 2) Повышение инновационной активности бизнеса и ускорение появления новых инновационных компаний
Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 г.	1) Развитие образования 2) Развитие науки и технологий 3) Экономическое развитие и инновационная экономика 4) Прочие программы, направленные на развитие высокотехнологичных секторов экономики (авиация, космос, атомный энергопромышленный комплекс)
Концепция развития образования РФ до 2020 г.	1) Обновление структур сети образовательных учреждений в соответствии с задачами инновационного развития 2) Обеспечение компетентного подхода, взаимосвязи академических знаний и практических умений
Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017—2030 гг.	1) Создание экосистемы цифровой экономики Российской Федерации, в которой данные в цифровой форме являются необходимыми для производства во всех сферах социально-экономической деятельности и обеспечивается взаимодействие, включая трансграничные, деловые, научно-образовательные сообщества, государства и граждан 2) Создание необходимых и достаточных условий институционального и инфраструктурного характера, устранение существующих препятствий и ограничений для создания и (или) развития высокотехнологичных бизнесов и недопущения появления новых препятствий и ограничений как в традиционных отраслях экономики, так и в новых отраслях экономики и на высокотехнологичных рынках
Указы по национальным целям и стратегическим задачам развития РФ на период до 2024 г.	1) Ускорение технического развития РФ, увеличение количества организаций, осуществляющих технологические инновации, до 50 % от общего числа 2) Обеспечение ускоренного внедрения цифровых технологий в экономику и социальную сферу

становится необходимость университетов и представителей бизнеса отказаться от стандартной модели взаимодействия через «рынок вакансий» и перейти к комплексному взаимодействию, которое подразумевает, с одной стороны, для университета)(наряду с обучением и исследовательской работой) не только подготовку выпускников к вхождению на рынок труда, но и эффективное взаимодействие с бизнесом при использовании новых технологий, принципы междисциплинарности, участие в научных проектах и региональном развитии.

Следует отметить, что тематике партнерских отношений между вузом и бизнесом посвящены работы отечественных и зарубежных ученых. Так, вопросами взаимодействия вуза и предприятий по подготовке квалифицированных кадров занимаются: А. Я. Дурнев [7], Н. А. Назарова [9], С. Д. Резник [11], В. Д. Рудашевский [12], М. М. Сабурова [13], В. А. Скляревская [14], Т. В. Суханова [15], А. Е. Черницов [10], Д. А. Шевченко [19], Н. В. Щербакова [20].

Что касается зарубежного опыта, отдельное место занимают исследования Генри Ицковица [6], который работает в направлении «тройной спирали», изучая комплексное взаимодействие между высшими учебными заведениями, бизнесом и представителями государства.

Большое количество публикаций отечественных ученых посвящены практическим и теоретическим вопросам взаимодействия университета и бизнеса, а также профессионального будущего выпускников вузов. Следует отметить опыт коллег как с постсоветского пространства, так и из Европы, которые занимаются исследованиями по данной тематике: Н. И. Чухрай, Я. Ю. Криворучко [18] приводили примеры развития и возможности оценки эффективности партнерских отношений с бизнес-партнерами; В. С. Харченко [16], В. В. Скляр [17] рассматривали возможные модели сотрудничества с вузами; Ю. Кондратенко [8] определял особенности сотрудничества вузов в сфере информационных технологий; Х. Гогл и К. Шедлер [4] проводили анализ сотрудничества предприятий и вузов в странах Европы. Каждый из ученых приводит собственные аргументы важности взаимодействия и возможности развития партнерских отношений.

Взаимодействие вуза и бизнеса в регионе дает возможность выработки определенных критериев, на которые должен ориентироваться вуз при формировании специальностей, учебного плана, учебных дисциплин и практик. В процессе обучения

в вузе, студент должен сформировать в себе такие профессиональные навыки и умения, которые отвечали бы последним требованиям экономики и предприятий.

Кооперация с бизнесом поможет правильно сформировать основные компетенции, которыми должен обладать выпускник вуза, позволит выбрать правильное направление в ходе всего обучения [5].

Одним из ключевых моментов во взаимодействии университета и бизнеса является принцип эмерджентности в системе, когда сотрудничество двух структур будет способствовать как эффективной подготовке высококвалифицированных кадров, которые будут отвечать всем требованиям работодателя, так и оптимизации деятельности в различных направлениях взаимодействия — например, в проектных работах.

В рамках создания инновационного климата в регионе мы предлагаем сконцентрировать внимание на взаимодействии представителей бизнеса и высших учебных заведений, которые в рамках сотрудничества могли бы оказать сильное влияние на развитие инноваций в регионе, повышение качества предоставляемых образовательных услуг.

В нашей работе мы представляем два взаимосвязанных направления, которые, по нашему мнению, смогут оказать сильное влияние на создание благоприятного инновационного климата в регионе.

Первое направление диктуют современные рыночные условия, в которых важнейшую роль играет конкуренция. Во времена СССР была развита система распределения — практика трудоустройства выпускников высших и средних специальных учебных заведений. Распределение в СССР охватывало всех выпускников учебных заведений и гарантировало занятость и социальную защиту. На последних курсах студентов отправляли на практику, в ходе которой они могли проявить себя должным образом, вследствие чего предприятие могло прислать персональную заявку на определенных студентов, тем самым отбирая наиболее подходящие кадры.

В условиях рыночной экономики такой инструмент, как распределение неэффективен, все решает конкуренция. Но как определить конкурентоспособность студента, его потенциал, знания и компетенции? В нашем понимании, взаимодействие между будущими выпускниками и представителями бизнес-структур должно начинаться заранее.

Выпускник после окончания высшего учебного заведения и представитель бизнеса, который заинтересован в специалисте, сталкиваются с рядом проблем и сложностей.

Для выпускника это проблема оценки своей конкурентоспособности, он еще не понимает, насколько его знания и умения востребованы на рынке вакансий, насколько он лучше или хуже других может справиться с определенной работой. Для представителя бизнеса проблема аналогична, в рамках собеседования или непродолжительного испытательного срока невозможно оценить весь потенциал молодого специалиста, его знания и компетенции, а наличие высокого балла в дипломе не гарантирует высокий уровень квалификации студента. В свою очередь организации вынуждены укомплектовывать штат, чтобы сохранять свою функциональность [1]. Как итог, предприятия зачастую делают выбор в пользу не самых подходящих для них выпускников, а молодые специалисты остаются работать в организациях, в которых не могут должным образом раскрыть весь свой потенциал.

Первое направление создания инновационного климата в регионе — это проектная работа, что представлено на рис. 2:



Рис. 2. Пятиступенчатый подход к конкурсному прохождению практики

Данный подход основан на тесном взаимодействии между высшим учебным заведением и бизнесом. Главная цель подхода — в определении и выявлении наиболее конкурентоспособных и подходящих студентов для конкретного предприятия.

В первую очередь в университете формируются ответственные за взаимодействие с представителями бизнеса. Как правило, у многих вузов есть договоры с некоторыми предприятиями о прохождении практики студентами, но особенность нашего подхода в том, что заинтересованные в высококвалифицированных кадрах представители

бизнеса формируют техническое задание и дают заявку в университет.

Далее мы предлагаем следующую модель взаимодействия:

1. На первой ступени формируется целевая группа наиболее конкурентоспособных и заинтересованных студентов. Под разные проекты от организаций могут быть сформированы разные команды студентов. Условием отбора является личное желание студента участвовать в проектной деятельности, личные достижения в научной сфере, рекомендация научного руководителя. Также обозначается куратор со стороны высшего учебного заведения и куратор от предприятия.
2. На второй ступени, которая проходит как в стенах высшего учебного заведения, так и на предприятии, формируются актуальные задачи, которые нужно реализовать в ходе проекта, описываются основные бизнес-процессы, распределяются роли внутри команды (важно, чтобы каждый из студентов смог максимально проявить себя не только в командной работе, но и в индивидуальном зачете). Также указываются ключевые показатели эффективности (KPI), чего нужно достичь и в какие сроки.
3. На третьей ступени проект согласовывается с предприятием, начинаются основные работы по его реализации. Также в проекте задействованы не только студенты, но и куратор (научный руководитель) от университета и куратор из организации. Такое взаимодействие позволяет организациям получить комплексное и авторитетное видение развития проекта, а высшее учебное заведение получает от этого своевременную и актуальную информацию о деятельности предприятий, позволяет преподавателям получать передовой опыт практической деятельности.
4. На четвертой ступени принимается решение о дальнейшей жизни проекта: будет ли он реализован на предприятии в дальнейшем, будет ли он дорабатываться, насколько работа по его реализации была успешна; оцениваются достигнутые KPI.
5. На пятой, заключительной ступени происходит публичная защита проекта на предприятии. Студенты оценивают степень его реализации, описывают слабые и сильные стороны проекта.

После данных мероприятий организация принимает решение о принятии на работу будущих выпускников, которые участвовали в проекте.

Второе направление представляет собой тесное взаимодействие с региональными властями с целью формирования инновационного климата в регионе, что представлено на рис. 3:



Рис. 3. Тендерный подход к формированию инновационного климата в регионе

Данное направление мы предлагаем реализовывать в виде тендера, в котором заказчиком будет выступать государство в лице региона, а исполнителем — связка высшего учебного заведения и представителя бизнеса.

Проведение тендера имеет несколько этапов, выделим основные (и отметим их на рис. 4):

1. На первом этапе региональные власти формируют техническое задание и устанавливают критерии и сроки его реализации. Важным условием участия в тендере является командная работа представителей бизнеса и высшего учебного заведения.
2. На втором этапе представители бизнеса и высшего учебного заведения формируют команду

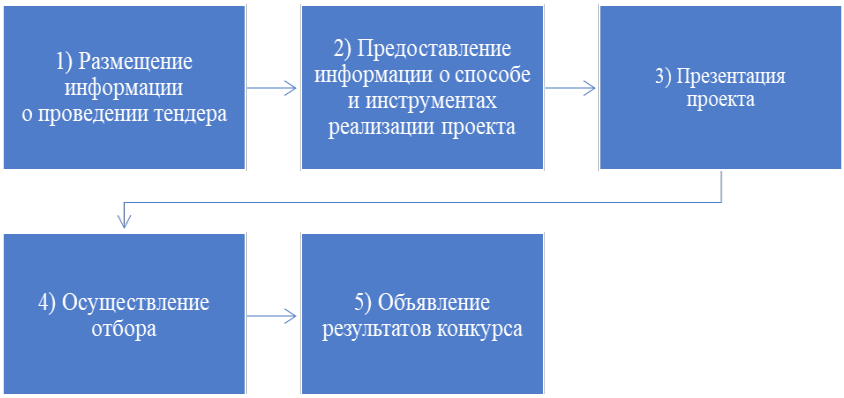


Рис. 4. Этапы проведения тендера на научные разработки в связке «вуз — бизнес»

и предоставляют информацию о способе и идее реализации проекта.

3. К третьему этапу представители региональной власти допускают те команды, которые лучше всего сформировали документы о реализации проекта. Далее проходит публичная защита проекта.

4. На четвертом этапе осуществляется окончательный отбор, проходит совещание членов экспертной комиссии и в соответствии с требованиями заказчик принимает решение о выборе победителя.

5. На заключительном, пятом этапе проходит объявление результатов конкурса.

Процессная модель в нотации IDEF0 позволила нам построить модель «Создания инновационного климата в регионе» и декомпозировать ее для полного понимания входящих и исходящих данных, управления и механизмов модели.

Ниже, на рис. 5, представлена декомпозиция модели (1) в контексте того, какое место в ней занимает связка высших учебных заведений и бизнеса, как они взаимодействуют с региональными властями с целью создания инновационного климата в регионе.

Также в модели (2), на рис. 6, отмечены входящие потоки, которые отражают, что требуется для создания инновационного климата, и исходящие потоки, которые отражают результаты, достигаемые благодаря созданию инновационного климата в регионе.

На основе нашей модели выделим процесс формирования инновационного климата в регионе, который отражает проблемное поле, характеристику перехода и учитывает интерпретацию процесса формирования инновационного климата (табл. 3).

Таким образом, созданная нами модель позволит в полной мере оказывать влияние на проблемное поле, отражает характеристику перехода устоявшейся системы в направлении формирования инновационного климата в регионе и открывает новые возможные варианты во взаимодействии между вузами, представителями бизнеса и региональными властям. И самое главное, она дает прозрачный механизм этого взаимодействия.

Данное исследование способствует лучшему пониманию процесса создания инновационного климата в регионе. Также исследование вносит определенный вклад в концепцию «тройной спирали», тем самым дополняя мировой опыт примерами в условиях современной российской экономики. Во-первых, в статье рассмотрен практический пример применения направления взаимодействия высших учебных заведений и представителей бизнеса. Во-вторых, описано возможное взаимодействие с региональными властями путем проведения тендера.

В заключение стоит отметить, что созданная нами модель поможет высшим учебным заведениям и бизнесу эффективно взаимодействовать, повысить уровень квалификации выпускников, создать проекты, ориентированные на инновационное развитие не только предприятия, но и региона. В нашем понимании, создание инновационного климата в регионе подтолкнет высшие учебные заведения, бизнес и региональные власти к постоянному сотрудничеству, что благоприятно скажется на уровне инновационного развития страны в целом.

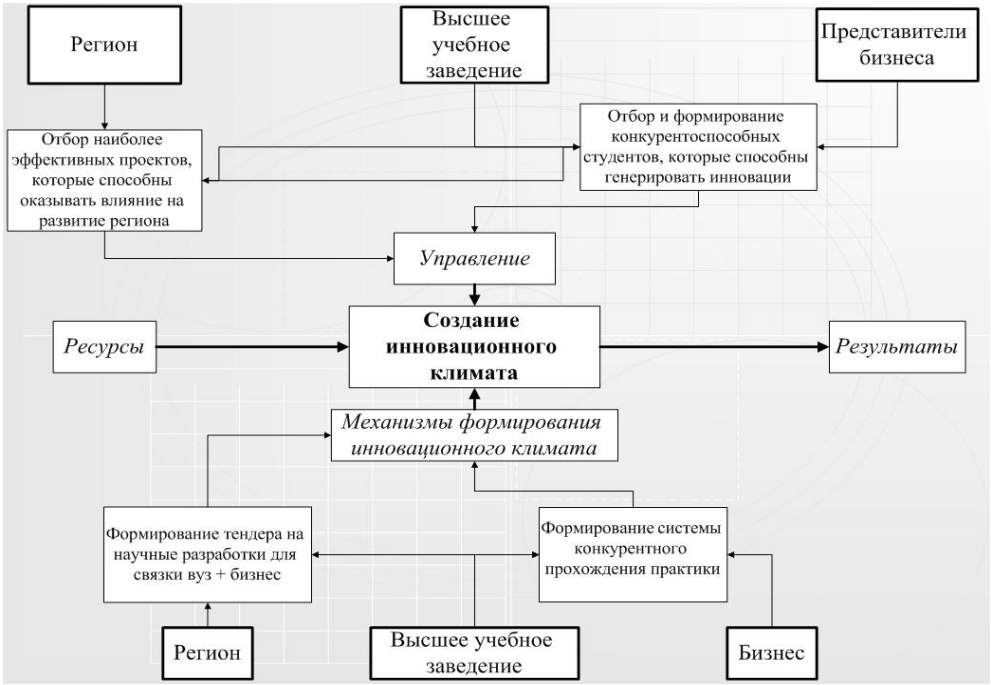


Рис. 5. Декомпозиция процессов создания инновационного климата в регионе (1)

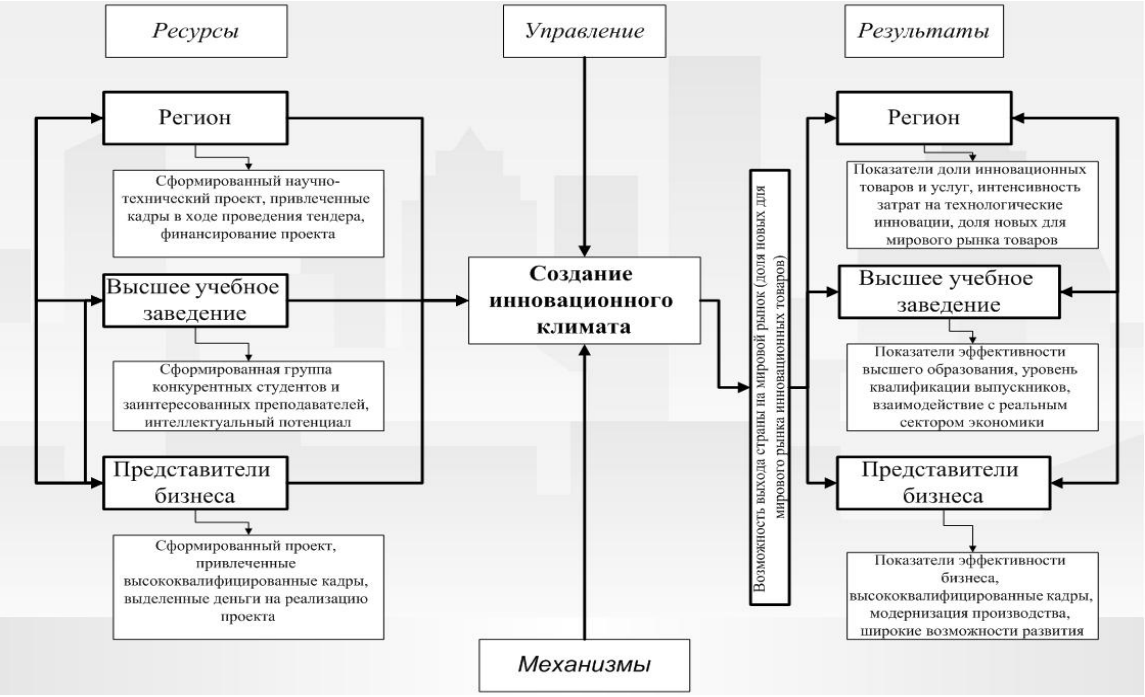


Рис. 5. Декомпозиция процессов создания инновационного климата в регионе (2)

Таблица 3

Процесс формирования инновационного климата в регионе

Проблемное поле	Характеристика перехода	Интерпретация процесса формирования инновационного климата
Нормативный подход — процесс изменений и преобразований	Движение системы от стандартных типов взаимоотношений к направленному взаимодействию вуза и бизнеса	Проектирование нового подхода к взаимодействию вузов и бизнеса с целью взаимообусловленного развития
Поведенческий подход — лидерство и вовлеченность студентов и преподавательского состава	Движение системы от состояния профессионально-ориентационного кризиса к новой парадигме	Самоопределение студентов, задающее тренд на инновационные изменения в организациях и учреждениях высшего образования
Синергетический подход — процесс создания кумулятивного эффекта от связки высших учебных заведений и бизнес-структур	Движение системы к модели эмерджентности, когда эффективность деятельности возрастает в результате взаимодействия	Система, обусловливающая и стимулирующая к комплексному взаимовыгодному взаимодействию путем обмена информацией и перехода к новому состоянию системы
Интеграционный подход — комплексное рассмотрение проблем изменений	Движение системы к увеличению объема и интенсивности взаимодействия	Система, способная к гибкому взаимодействию с целью формирования и внедрения инноваций

В будущих исследованиях должен быть сделан упор на практическую реализацию данных направлений с учетом региональной практики, непосредственных представителей бизнес структур.

Список литературы

1. Muscio A., Vallanti G. Perceived Obstacles to University — Industry Collaboration // Results from a Qualitative Survey of Italian Academic Departments. Industry & Innovation. 2014. Vol. 21, № 5. P. 410—429.

2. Evreeva O., Lobazova O., Otyutsliy G. Innovation in education: problems and prospects // The First Call for the 34th International Scientific Conference on Economic and Social Development — XVIII International Social Congress. 2018. P. 487—493.

3. Fariz N. A. Issues concerning implementation of the innovative development strategy in the public administration system // UNEC hosts 37th International Scientific Conference on Economic and Social Development — «Socio Economic Problems of Sustainable Development». 2019. P. 235—249.

4. Gogl H., Schedler K. C. Knowledge Loves Company: Successful Models of Cooperation between Universities and Companies in Europe. 2009th Edition. London: Palgrave Macmillan. 337 p.

5. Kauffeld-Monz M., Fritsch M. Who Are the Knowledge Brokers in Regional Systems of Innovation? // A Multi-Actor Network Analysis. Regional Studies. 2013. Vol. 47. № 5. P. 669—685.

6. Ицковиц Г. Модель тройной спирали // Инновации. 2011. № 4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/model-troynoy-spirali (дата обращения 08.11.2019).

7. Дурнев А. Я. Взаимодействие вузов с работодателями в процессе организации практической подготовки // Образовательная среда сегодня: стратегии развития. 2016. № 2 (6). С. 55—57.

8. Кондратенко Ю., Харченко В. Аналіз особливостей інноваційної співпраці академічних інституцій та ІТ-компаній в напрямках S2B та B2S // Технічні вісті. 2014. № 1(39). С. 15—19.

9. Назарова Н. А. Проблемы и перспективы активизации подготовки студентов к реальной практической деятельности (результаты социологического опроса студентов пензенских вызов) // Управление персоналом в программах подготовки менеджеров. 2010. С. 99—101.

10. Резник С. Д., Черницов А. Е. Технологии интенсивного формирования экономической самостоятельности и предпринимательских компетенций студентов высших учебных заведений. Пенза: ПГУАС, 2013. 228 с.

11. Резник С. Д. Повышение роли предприятий-работодателей в системе профессиональной подготовки управленческих кадров // Кадровик. Кадровый менеджмент. 2009. № 6.

12. Рудашевский В. Д. Проблема взаимоотношений работодателей с вузами не имеет простого решения // Аккредитация в образовании. 2013. С. 145—149.

13. Сабурова М. М. К вопросу о взаимодействии вузов и работодателей на современном этапе развития российского общества // Электронное обучение в непрерывном образовании. 2015. С. 645—649.

14. Скляревская В. А. Экономика труда: учеб. для бакалавров. М.: Дашков и К, 2015. 304 с. URL: http://www.iprbookshop.ru/52296.html (дата обращения 08.08.2020).

15. Суханова Т. В., Кучигина С. К. Основные аспекты формирования регионально ориентированного рынка труда молодых специалистов (на примере Пензенской области) // Региональная архитектура и строительство. 2015. № 4. С. 137—140.

16. Харченко В. С., Скляр В. В. Концепция и модели взаимодействия университетской науки и ИТ-индустрии: S2B-B2S // Карт-бланш. 2012. Вып. 8—9. С. 170—174.

17. Харченко В. С., Скляр В. В. Кооперация университетов и индустрии: S2B–B2S // Карт-бланш. 2014. Вып. 3—4. С. 43—49.

18. Чухрай Н. І., Криворучко Я. Ю. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами: монографія. Львів: Растр-7, 2008. 360 с.

19. Шевченко Д. А., Каплан Д. А., Куневич Я. Ю. Современная организация взаимодействия вуза и работодателей // Человеческий капитал и профессиональное образование 2012. № 1 (1). С. 13—17.

20. Щербакова Н. В. Взаимодействие вузов и работодателей в образовательном процессе // Гарантии качества профессионального образования. АГТУ им. И. И. Ползунова. 2015. С. 40—42.

Сведения об авторе

Егорова Александра Анатольевна — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и регионального развития экономического факультета Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. aleksandra_csu@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 149—157.

INTERACTION OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS AND BUSINESS AS A FACTOR IN THE FORMATION OF AN INNOVATIVE ECONOMY IN THE REGION

A. A. Egorova
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. aleksandra_csu@mail.ru

The relevance of the research topic is since we are currently witnessing fundamental changes in all industries, which are associated with the birth of new business models, the transformation of production systems, and new interaction among market participants. The formation of the fourth industrial revolution leads to the need

to create new economic models focused on effective innovative development. Universities that have enough scientific, fundamental and applied potential are of fundamental importance for creating an innovative economy and creating an economic advantage. The article considers the directions of creating an innovative economy in the region, through the interaction of higher education institutions and business. The indicators that influence innovation and innovation activity in the Chelyabinsk region are analyzed in comparison with other regions of the Russian Federation. The necessity of forming an innovative economy in the region is proved and a model for creating an innovative climate in the region is proposed.

Keywords: *innovation, region, model, innovation climate, higher education institutions.*

References

1. Muscio A., Vallanti G. (2014) *Results from a Qualitative Survey of Italian Academic Departments. Industry & Innovation*, vol. 21, no. 5, pp. 410—429.
2. Evreeva O., Lobazova O., Otyutsliy G. (2018) *The 34th International Scientific Conference on Economic and Social Development*, pp. 487—493.
3. Fariz N. A. (2019) *UNEC hosts the 37th International Scientific Conference on Economic and Social Development*, pp. 235—249.
4. Gogl H., Schedler C. (2009) Knowledge Loves Company: Successful Models of Cooperation between Universities and Companies in Europe. London, Palgrave Macmillan. 337 p.
5. Kauffeld-Monz M., Fritsch M. (2013) *A Multi -Actor Network Analysis. Regional Studies*, vol. 47, no. 5, pp. 669—685.
6. Etzkowitz H. (2011) *Innovation,* no. 4. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/model-troynoy-spirali, accessed 08.11.2019 [in Russ.].
7. Durnev A. Ya. (2016) *Obrazovatel'naya sreda segodnya: strategii razvitiya*, no. 2 (6), pp. 55—57 [in Russ.].
8. Kondratenko Y. (2014) *Tekhnichni visti,* no. 1 (39), pp. 15—19 [in Russ.].
9. Nazarova N. A. (2010) *Upravlenie personalom v programmah podgotovki menedzherov*, pp. 99—101 [in Russ.].
10. Reznik S. D. Chernitsov A. E. (2013) Tekhnologii intensivnogo formirovaniya ekonomicheskoj samostoyatel'nosti i predprinimatel'skih kompetencij studentov vysshih uchebnyh zavedenij [Technologies of Intensive Formation of Economic Independence and Entrepreneurial Competencies of Students of Higher Educational Institutions]. Penza, PGUAS. 228 p. [in Russ.].
11. Reznik S. D. (2009) *Kadrovik. Kadrovyj menedzhment*, no. 6 [in Russ.].
12. Rudashevsky V. D. (2013) *Akkreditaciya v obrazovanii*, pp. 145—149 [in Russ.].
13. Saburova M. M. (2015) *Elektronnoe obuchenie v nepreryvnom obrazovanii*, pp. 645—649 [in Russ.].
14. Sklyarevskaya V. A. (2015) Ekonomika truda [Labor Economics]. Moscow, Dashkov and K. 304 p. Available at: http://www.iprbookshop.ru/52296.html, accessed 08.08.2020 [in Russ.].
15. Sukhanova T. V., Kuchigina S. K. (2015) *Regional'naya arhitektura i stroitel'stvo*, no. 4, pp. 137—140 [in Russ.].
16. Kharchenko V. S. (2012) *Kartblansh*, vol. 8—9, pp. 170—174 [in Russ.].
17. Kharchenko V. S. (2014) *Kartblansh*, vol. 3—4, pp. 43—49 [in Russ.].
18. Chukhray N. I., Krivoruchko Ya. Yu. (2008) Assessment and Development of Relations between Business Partners: Mon. Lviv, RASTR-7. 360 p. [in Russ.].
19. Shevchenko D. A. (2012) *Chelovecheskij kapital i professional'noe obrazovanie*, vol. 1 (1), pp. 13—17 [in Russ.].
20. Shcherbakova N. V. (2015) *Garantii kachestva professional'nogo obrazovaniya*, pp. 40—42 [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 158—165.

УДК 338.45
ББК 65.052.237.1

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11018

ДИВИДЕНДНАЯ ПОЛИТИКА КРУПНЕЙШИХ РОССИЙСКИХ КОРПОРАЦИЙ В НЕФТЯНОЙ И ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛЯХ

Е. С. Силова, М. С. Казадаев
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Проведен анализ особенностей современной дивидендной политики крупнейших по выручке корпораций двух ведущих отраслей экономики: электроэнергетической и нефтегазовой. Дивидендная политика имеет важное значение как часть института корпоративного управления. Ее совершенствование позволяет укрепить инвестиционную привлекательность корпорации и улучшить качество корпоративного управления. В исследовании проведен анализ внутренних положений изучаемых корпораций о дивидендной политике, а также рассчитаны ключевые количественные показатели, характеризующие дивидендную политику, за период с 2015 по 2019 г. Выявлены основные тенденции в разрезе отраслей и компаний, проведен их сравнительный анализ.

Ключевые слова: *дивидендная политика, нефтегазовая отрасль, корпоративное управление, корпорация.*

В современной экономической литературе большое внимание уделяется вопросу функционирования и развития корпораций. Корпорации играют значительнейшую роль в экономиках развитых стран. В отечественной науке большое внимание уделяется анализу институтов, структурирующих деятельность корпораций и взаимоотношения внутри корпораций между ключевыми заинтересованными сторонами, поскольку они могут оказывать существенное влияние на внешнюю среду. Следует выделить работы Д. А. Плетнева, создавшего оригинальную классификацию институтов и рутин корпорации и исследующего их на примере различных корпораций и отраслей [7; 9]. Дивидендная политика является одним из существенных элементов корпоративного управления и оказывает большое влияние на инвестиционную привлекательность и финансовое состояние корпорации. Дивидендная политика, так же как и корпоративное управление в целом, помимо финансовых целей преследует цели балансировки интересов различных групп акционеров. Проблемы корпоративного управления и перспективы его развития в нашей стране изучают в том числе самоуправляемые организации. Большое внимание анализу прибыли, ее природы и вопросам распределения как основного источника воспроизводства капитала уделили В. И. Бархатов и Ю. Ш. Капкаев [5]. Несмотря на большое количество прикладных исследований, можно констатировать отсутствие системного анализа дивидендной политики российских корпораций, ее особенностей и факторов, ее определяющих.

В своем исследовании факторов, определяющих дивидендную политику нефинансовых фирм, зарегистрированных на Европейской бирже (Евронекст) за период с 2000 по 2017 г., V. Barros, P. Verga Matos, J. Miranda Sarmento приходят к выводу, что операционные доходы, размер фирмы и количество акций в свободном обращении — основные факторы, определяющие дивидендную политику фирмы [1].

B. Yang, H.-I. Chou, J. Zhao в своем исследовании дивидендной политики китайских компаний за период с 2007 по 2015 г. выявили, что на дивидендную политику существенное влияние оказывает такой показатель, как доля расходов на НИОКР [4].

Исследование дивидендной политики российских нефтегазовых компаний, проведенное В. Ф. Гапоненко с соавторами показывает, что для российских корпораций приоритетом является не дивидендная, а инвестиционная политика. Компании применяют в основном гибкую дивидендную политику, которая позволяет показать инвесторам способность платить, но предпочитают основную часть прибыли расходовать на инвестиционные цели. Авторы подчеркивают, что не все компании окончательно сформировали свою дивидендную политику, а также на нее оказывает решающее влияние мнение ключевого собственника компании (особенно если это государство) [2].

Дж. Греватт (J. Grevatt) в своей работе описывает меры, которые ввело Министерство финансов Китая

с целью стимулировать государственные компании выплачивать больше дивидендов — до 10% их прибыли, это нововведение коснулось таких секторов экономики, как нефтяная, телекоммуникационная, табачная, угольная и др. [3].

Ж. Б. Тумунбаярова, Е. С. Баранова, А. Е. Чехова проводят исследование дивидендной политики крупных российских корпораций и сравнивают ее с рядом схожих американских компаний. Эти авторы приходят к выводу, что на дивидендную политику влияет стабильность экономики и отрасли, а также налоговая политика относительно дивидендных выплат [10].

А. С. Козлова в своей диссертационной работе отмечает неопределенность дефиниций в области регулирования дивидендной политики, в частности отсутствие в законодательстве самого термина «дивидендная политика». Автор выделяет несколько наиболее важных параметров дивидендной политики: степень ее адаптивности (равномерности); степень ее формализации; инициатива ее формирования. Для инвесторов наиболее важными критериями оценки дивидендной политики являются, по мнению А. С. Козловой, уровень ликвидности акций; наличие дивидендной истории, средняя дивидендная доходность акций. Автор также отмечает низкую дивидендную доходность российского рынка акций (на уровне 3,9%), наблюдается отраслевая дифференциация доходности, лидируют отрасли химической промышленности, строительный сектор и телекоммуникации [6]. Анализ институциональных факторов, влияющих на дивидендную политику российских корпораций, провели Е. В. Николаева и Д. А. Плетнев, установив, что наиболее серьезно влияют форма собственности и отраслевая принадлежность [8].

Цель представленной работы — проанализировать особенности дивидендной политики крупнейших российских корпораций в двух отраслях — электроэнергетике и нефтегазовой.

В ходе исследования было выбрано 10 компаний (пять — электроэнергетической отрасли и пять — нефтяной) в соответствии с рейтингом РБК-500 по размеру выручки по итогам 2019 г.[1]

На первом этапе исследования авторами рассматривался вопрос о типологии дивидендной политики в отрасли, для этого были проанализированы внутренние положения о дивидендной политике исследуемых компаний. Результаты анализа представлены в табл. 1 и 2.

В целом, анализируя положения о дивидендной политике исследуемых компаний, можно утверждать, что по многим ключевым параметрам они являются схожими: многие компании электроэнергетической и нефтяной промышленности придерживаются базового значения процента дивидендных выплат из чистой прибыли в районе 50% (исключение составляют ПАО «Сургутнефтегаз» — не менее 10%, и ПАО «Интер РАО» — не менее 25%), приоритетные цели дивидендной политики исследуемых компаний в большинстве своем заключаются в соблюдении баланса интересов Общества и акционеров, а принципы и цели, трактуемые в данных документах, базируются на нормах российского законодательства и с учетом общемировых корпоративных практик. Необходимо отметить, что такая высокая доля дивидендов в чистой прибыли позволяет отнести политику большинства рассматриваемых компаний к умеренной. Примечательным также является тот факт, что в некоторых компаниях размер выплачиваемого дивиденда определяется в соответствии с нормами либо РСБУ, либо МСФО (и лишь некоторые используют обе формы в определении дивиденда). Кроме того, некоторые компании при определении размера дивидендных выплат рассматривают внешние и внутренние рыночные факторы, а также с учетом дивидендных политик конкурентов.

На втором этапе исследования были рассчитаны основные количественные показатели, характеризующие дивидендную политику. Данные представлены в табл. 3.

Рассмотрим основные тенденции и особенности дивидендной политики энергокомпаний на основе данных, представленных в табл. 3. Во-первых, можно констатировать несоблюдение заявленных в формальных внутренних документах нормативов по выплате дивидендов фактическим выплатам (ПАО «Россети» в 2015 и 2017 гг. не выплачивало дивиденды, в остальные периоды доля дивидендов в чистой прибыли невысокая — максимальное значение в 2019 г. 20,1%; у ПАО «Энел Россия» также есть несоответствие в 2019 г.). Во-вторых, по доле фактически выплаченных дивидендов в чистой прибыли лидером является ПАО «ИнтерРАО», выплатившее более 94% в двух последних рассматриваемых периодах; соответственно, дивидендную политику данной компании можно отнести к явно агрессивному

[1] РБК-500. Рейтинг 500 крупнейших по выручке компании // РБК (https://www.rbc.ru/rbc500/; дата обращения 01.08.2020).

Таблица 1

Анализ положений о дивидендной политике электроэнергетических и нефтяных компаний

Признак/ компания	ПАО «Россети»	ПАО «Интер РАО»	ПАО «РусГидро»	ПАО «ЮНИПРО»	ПАО «Энел Россия»
Утверждение Положения «О дивидендной политике»	Утверждено решением Совета директоров Общества от 22.12.2017[1]	Утверждено решением Совета директоров Общества от 30.06.2014 [2]	Утверждено решением Совета директоров Общества от 22.04.2019[3]	Утверждено решением Совета директоров Общества от 11.03.2019[4]	Утверждено решением Совета директоров Общества от 4.05.2017[5]
Цели	Политика компании в области дивидендов заключается в повышении ее инвестиционной привлекательности, росте рыночной капитализации, соблюдении баланса интересов акционеров и потребностей Общества	Наиболее полное удовлетворение интересов акционеров через установление оптимального соотношения капитализируемой чистой прибыли и чистой прибыли, направленной на выплату дивидендов	Обеспечение стратегического развития Общества и роста благосостояния акционеров путем определения оптимального баланса между дивидендами и капитализацией прибыли	Обеспечение оптимального баланса интересов акционеров и потребностей Общества в развитии, капитализации и повышении инвестиционной привлекательности	Обеспечение баланса возможностей роста Общества, его финансовой устойчивости и предсказуемого вознаграждения акционерам
Принципы размера дивидендов и условия выплаты дивидендов	Соответствие нормам российского законодательства и международных стандартов, рост дивидендов при положительной динамике роста чистой прибыли, доступность информации, максимальная прозрачность выплаты дивидендов	Соответствие нормам российского законодательства и международных стандартов, максимальной открытости, целесообразности в соблюдении интересов акционеров и Общества, повышение инвестиционной привлекательности и оптимизации распределения чистой прибыли	Соответствие нормам российского законодательства и международных стандартов, обеспечение стабильности, долгосрочности и предсказуемости, поддержание финансовой устойчивости Общества, выплата осуществляется в случае наличия прибыли Общества после налогообложения	Соответствие нормам российского законодательства и международных стандартов, определенность и стабильность размера дивидендных выплат и повышение уверенности в будущих выплатах, выплата при наличии у Общества чистой прибыли по результатам 1-го квартала, полугодия, 9 мес. или отчетного года, отсутствие ограничений на выплату дивидендов, рекомендации Совета директоров по определению размера дивидендов	Соответствие нормам российского законодательства и международных стандартов, обеспечение стабильности, долгосрочности и предсказуемости, поддержание финансовой устойчивости Общества
Порядок расчета размера дивидендов	Дивиденды в объеме не менее 50% от чистой прибыли	Обеспечение постепенного роста дивидендных выплат и доведение их размера до 25% от консолидированной прибыли по нормам МСФО; при определении по нормам РСБУ Совет директоров принимает решение о рекомендациях к выплате дивидендов в соответствии с российским законодательством	Совет директоров при определении размера дивиденда учитывает величину прибыли, а также руководствуется потребностями Общества. В целях повышения прозрачности и прогнозируемости размеров дивиденда был установлен базовый порог в 50% от показателя чистой прибыли	Совет директоров при определении рекомендуемого размера дивиденда учитывает величину прибыли и руководствуется потребностями Общества. При определении рекомендуемого размера дивидендов Совет директоров обозначил сумму выплат на целевой период в размере 14 млрд руб.	В соответствии с рекомендациями Совета директоров размер дивидендных выплат будет составлять 55% в 2016 г., 60% — в 2017 г., 65% — в 2018 г., 65% — в 2019 г. от чистой прибыли в соответствии с нормами МСФО

[1] Положение о дивидендной политике ПАО «Россети»: утв. решением Совета директоров Общества от 22.12.2017 // Россети. URL: http://www.rosseti.ru/investors/dividend/ (дата обращения 02.08.2020).

[2] Положение о дивидендной политике ПАО «ИнтерРАО»: утв. Советом директоров Общества от 30.06.2014 (Протокол от 03.07.2014 № 118, с изменениями) // ИнтерРАО. URL: https://www.interrao.ru/investors/financial-information/dividends/ (дата обращения 05.08.2020).

[3] Положение о дивидендной политике ПАО «Русгидро» // Русгидро. URL: http://www.rushydro.ru/investors/dividends/ (дата обращения 02.08.2020).

[4] Положение о дивидендной политике ПАО «Юнипро»: утв. решением Совета директоров ПАО «Юнипро» 11 марта 2019 г. (Протокол No 270 от 12 марта 2019 г.) // Юнипро. URL: http://www.unipro.energy/management/documents/ (дата обращения 02.08.2020).

[5] Положение о дивидендной политике ПАО «ЭНЕЛ Россия»: утв. решением Совета директоров ПАО «Энел Россия» 4 мая 2017 г. (Протокол No 6/17 от 04.05.2017) // ЭНЕЛ Россия. URL: https://www.enelrussia.ru/content/dam/enel-ru/documents/ru/basic/%D0%94%D0%B8%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D1%8F%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B01.pdf (дата обращения 02.08.2020).

Таблица 2

Анализ положений о дивидендной политике нефтегазовых компаний

Признак/ компания	ПАО «Газпром»	ПАО «Лукойл»	ПАО «НК Роснефть»	ПАО «Сургутнефтегаз»	ПАО «Татнефть»
Утверждение Положения «О дивидендной политике»	Утверждено решением Совета директоров Общества от 24.12.2019[1]	Утверждено решением Совета директоров Общества от 12.12.2019[2]	Утверждено решением Совета директоров Общества от 05.06.2015[3]	Утверждено решением Совета директоров Общества от 05.10.2018[4]	Утверждено решением Совета директоров Общества от 30.01.2018[5]
Цели	Строгое соблюдение прав акционеров, баланса интересов Общества и акционеров, повышение доходов акционеров как через выплату дивидендов, так и путем роста капитализации компании	Повышение инвестиционной привлекательности Общества, соблюдение прав акционеров, соблюдение механизмов прозрачности в определении дивидендов	Соблюдение баланса интересов Общества и акционеров, необходимость повышения инвестиционной привлекательности и акционерной стоимости Общества, соблюдение прав акционеров и направленность на увеличение их доходов	Строгое соблюдение прав акционеров, баланса интересов Общества и акционеров	Строгое соблюдение прав акционеров, баланса интересов Общества и акционеров, соответствие миссии и стратегическим целям Общества, направленным на повышение его капитализации, инвестиционной привлекательности, а также уровня дивидендной доходности на инвестированный капитал
Принципы размера дивидендов и условия выплаты дивидендов	Соответствие нормам российского законодательства и международных стандартов, рост дивидендов при положительной динамике роста чистой прибыли, доступность информации, максимальная прозрачность выплаты дивидендов, баланс краткосрочных и долгосрочных интересов акционеров	Соответствие нормам российского законодательства и международных стандартов, выплата производится при наличии у Общества достаточной чистой прибыли по результатам отчетного периода, а также в соответствии с рекомендациями Совета директоров	Соответствие нормам российского законодательства и международных стандартов, решение о выплате принимается на основе рекомендаций Совета директоров, при определении размера дивиденда Совет директоров принимает также во внимание дивидендные политики других компаний отрасли, а также на него могут влиять перспективы развития Общества, финансовые возможности, общая макроэкономическая ситуация и конъюнктура рынка	Соответствие нормам российского законодательства и международных стандартов, определение размера дивиденда Общества исходит из финансовых результатов Общества за отчетный период, отсутствия внешних и внутренних изменений, имеющих негативное влияние на деятельность компании, а также с учетом финансового ее положения	Соответствие нормам российского законодательства и международных стандартов, обеспечение равенства условий для всех групп акционеров, при определении размера дивидендов Совет директоров учитывает обязательства и инвестиционную программу компании, а также потребность в оборотном капитале и необходимых резервах для функционирования Общества
Порядок расчета размера дивидендов	Уровень дивидендных выплат Общества составляет не менее 50% скорректированной чистой прибыли. Это достигается поэтапно: не менее 30% в 2019 г., не менее 40% в 2020 г. и не менее 50% в 2021 г.	Общая сумма дивидендов по размещенным акциям компании за вычетом акций, принадлежащих организациям группы «Лукойл», должна составлять не менее 100% скорректированного денежного потока Общества	Уровень дивидендных выплат Общества составляет не менее 50% чистой прибыли Общества в соответствии с нормами МСФО	Размер дивидендных выплат устанавливается в объеме не менее 10% чистой прибыли	Размер дивидендных выплат устанавливается в объеме не менее 50% чистой прибыли, определяемой по РСБУ или МСФО по методу «какая из них является большей»

[1] Дивидендная политика ПАО «Газпром» // Газпром. URL: https://www.gazprom.ru/investors/dividends/dividend-policy/ (дата обращения 01.08.2020).

[2] Положение о дивидендной политике ПАО «Лукойл» // Лукойл. URL: https://lukoil.ru/InvestorAndShareholderCenter/Securities/Dividends (дата обращения 05.08.2020).

[3] Дивидендная политика ПАО «Роснефть» // Роснефть. URL: https://www.rosneft.ru/Investors/dividends/ (дата обращения 01.08.2020).

[4] Положение о дивидендной политике ПАО «Сургутнефтегаз» // Сургутнефтегаз. URL: https://www.surgutneftegas.ru/investors/documentation/vnutrennie-dokumenty/ (дата обращения 05.08.2020).

[5] Положение о дивидендной политике ПАО «Татнефть» // Татнефть. URL: https://www.tatneft.ru/aktsioneram-i-investoram/vnutrennie-dokumenti-obshchestva/?lang=ru (дата обращения 01.08.2020).

Таблица 3

Анализ дивидендной политики электроэнергетических и нефтяных компаний

ПАО «Россети»					
Показатель	**2015**	**2016**	**2017**	**2018 (1-й кв.)**	**2019 (1-й кв.)**
Объявленные дивиденды, млн руб.	–	1235,6*/764,4**	–	2378,98*/88,9**	4857,36*/165,95
Доля дивидендных выплат в чистой прибыли, %	–	0,89	–	11,4	20,1
Дивиденд на 1 акцию, руб.	–	0,0062*/0,3684**	–	0,0197*/0,0429**	0,0119*/0,0429
Дивидендная доходность, %	–	0,54*/32,3**	–	2,62*/5,72**	1,2*/4,38**
ПАО «Интер РАО»					
Показатель	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Объявленные дивиденды, млн руб.	1860,72	15328	13612	17918,75	20482,5
Доля дивидендных выплат в чистой прибыли, %	50	15,72	86,87	94,61	94,01
Дивиденд на 1 акцию, руб.	0,0178	0,1468	0,1304	0,1716	0,1962
Дивидендная доходность, %	1,6	3,82	3,84	4,42	3,89
ПАО «РусГидро»					
Показатель	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Объявленные дивиденды, млн руб.	15011,05	19875,5	11225,68	15918,51	–
Доля дивидендных выплат в чистой прибыли, %	50	50	50	50	–
Дивиденд на 1 акцию, руб.	0,0389	0,0466	0,0263	0,0367	–
Дивидендная доходность, %	5,64	4,96	3,55	7,49	–
ПАО «ЮНИПРО»					
Показатель	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Объявленные дивиденды, млн руб.	12436,56	5906,17	7000	7000	7000
Доля дивидендных выплат в чистой прибыли,%	80	56,3	23,23	37,09	37,09
Дивиденд на 1 акцию, руб.	0,1973	0,0937	0,111	0,111	0,111
Дивидендная доходность, %	6,17	3,25	4,39	4,35	4
ПАО «Энел Россия»					
Показатель	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Объявленные дивиденды, млн руб.	–	2413	5127	5004	3006
Доля дивидендных выплат в чистой прибыли, %	–	55	60	65	40
Дивиденд на 1 акцию, руб.	–	0,0682	0,1449	0,1415	0,085
Дивидендная доходность, %	–	6,89	9,92	13,87	9,24

*Акции обыкновенные.

**Акции привилегированные.

типу. У ПАО «ЮНИПРО» в 2015—2016 гг. также наблюдались высокие доли дивидендов в чистой прибыли (80 и 56,3 %), но в 2017—2019 гг. политика стала более умеренной и сбалансированной (23—37 %). Такая же тенденция в последнем отчетном периоде наблюдается у ПАО «Энел Россия». У ПАО «Русгидро» в 2015—2018 гг. доля дивидендов была стабильной, на уровне 50 % (умеренная политика), но за 2019 г. дивиденды не объявлялись. Показатель дивидендной доходности у рассматриваемых компаний варьируется очень широко — от 1,6 до 32,3 % (по привилегированным акциям ПАО «Россети» в 2016 г.). Наиболее высокой доходностью отличаются акции ПАО «Энел Россия» — 6,89—13,87 %. Отсутствует выраженная тенденция к росту дивидендной доходности на протяжении рассматриваемого периода.

На основании полученных результатов, представленных в табл. 4, можно сделать следующие выводы о дивидендной политике в основных нефтегазовых компаниях России. Практически во все периоды, за исключением нескольких, компании выполняют свои обязательства по достижению доли дивидендов в чистой прибыли, изложенных в соответствующих положениях о дивидендной политике. У трех компаний политику можно отнести

Таблица 4

Анализ дивидендной политики нефтяных компаний

ПАО «Газпром»					
Показатель	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Объявленные дивиденды, млн руб.	186784,017	190327,94	190335,04	393217,05	360800
Доля дивидендных выплат в чистой прибыли,%	46,29	46,26	189,77	42,14	30
Дивиденд на 1 акцию, руб.	7,89	8,0397	8,04	16,61	15,24
Дивидендная доходность, %	5,8	5,2	6,2	10,8	5,9
ПАО «Лукойл»					
Показатель	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Объявленные дивиденды, млн руб.	95263,08	102067,59	110573,22	116250	242503,02
Доля дивидендных выплат в чистой прибыли,%	31,5	55,9	54,1	52,9	37,8
Дивиденд на 1 акцию, руб.	112	120	130	155	350
Дивидендная доходность, %	4,36	3,56	3,49	2,94	6,94
ПАО «НК Роснефть»					
Показатель	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Объявленные дивиденды, млн руб.	124528,59	63377,1	111068,9	274598,78	354085,12
Доля дивидендных выплат в чистой прибыли,%	35	35	50	50	50
Дивиденд на 1 акцию, руб.	11,75	5,98	10,48	25,91	33,41
Дивидендная доходность, %	4,62	1,48	3,59	6,09	7,38
ПАО «Сургутнефтегаз»					
Показатель	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Объявленные дивиденды, млн руб.	21435,6*/ 53297,83**	21435,6*/ 4621,2**	23221,9*/ 10628,76**	23221,9*/ 58689,23**	23221,67*/ 7470,94**
Доля дивидендных выплат в чистой прибыли,%	9,94	–	22,61	9,1	29,1
Дивиденд на 1 акцию, руб.	0,6*/6,92**	0,6*/0,6**	0,65*/1,38**	0,65*/7,62**	0,65*/0,97**
Дивидендная доходность, %	1,74*/20,14**	1,93*/1,93**	2,33*/4,99**	2,44*/28,57**	1,25*/1,87**
ПАО «Татнефть»					
Показатель	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Объявленные дивиденды, млн руб.	23878*/ 1617**	49696*/ 3365**	80017*/ 5892**	184992*/ 12525**	140460*/ 9510**
Доля дивидендных выплат в чистой прибыли,%	30	50,6	75	93	89
Дивиденд на 1 акцию, руб.	10,96	22,81	39,94	84,91	64,47
Дивидендная доходность, %	3,5*/5,5**	5,3*/9,7**	8,3*/10,9**	11,5*/16,3**	11,9*/12,4**

* Акции обыкновенные.

** Акции привилегированные.

к умеренной («Газпром», «Лукойл» и «Роснефть»), у ПАО «Сургутнефтегаз» доля дивидендов в чистой прибыли колеблется в пределах от 9 до 29%, в 2016 г. не выплачивались. Дивидендную политику ПАО «Татнефть» можно считать агрессивной. Дивидендная доходность в среднем выше, чем у компаний энергетики, за исключением показателей ПАО «Сургутнефтегаз», при этом показатели доходности дивидендов растут не у всех компаний. Доходность привилегированных акций значительно выше доходности обыкновенных, так же как в энергетике.

Список литературы

1. Barros V., Verga Matos P., Miranda Sarmento J. What firm's characteristics drive the dividend policy? A mixed-method study on the Euronext stock exchange // Journal of Business Research. 2020. Vol. 115. P. 365—377.

2. Gaponenko V. F., Zhukova O. I., Alaberdeev R. R., Kilyskhanov K. S., Teterina E. A. Investment and dividend policy of oil and gas and other Russian companies: Financial aspect // Journal of Reviews on Global Economics. 2018. Vol. 7 (Special Issue). P. 812—824.

3. Grevatt J. China reaps dividends of state-owned industry. 2007. Jane's Defence Industry (DEC.)

4. Yang B., Chou H.-I., Zhao J. Innovation or dividend payout: Evidence from China // International Review of Economics and Finance. 2020. Vol. 68. P. 180—203.

5. Бархатов В. И., Капкаев Ю. Ш. Исследование природы и эволюции прибыли: взгляд в ретроспективе // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 9 (263). Экономика. Вып. 37. С. 12—20.

6. Козлова А. С. Формирование дивидендной политики как части финансовой политики российских публичных компаний: дис. ... канд. экон. наук. Саратов, 2017.

7. Плетнев Д. А. Сущность и природа рутин вовлечения в структуре института содействия корпорации // Terra Economicus. 2013. Т. 11, № 1. С. 47—56.

8. Плетнев Д. А., Николаева Е. В. Влияние институциональных факторов на дивидендную политику российских корпораций // Инновационная экономика и промышленная политика региона: тр. Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. А. В. Бабкина. 2013. С. 398—406.

9. Плетнев Д. А. Тотальный характер института оппортунизма в современных корпорациях // Институциональная экономика: развитие, преподавание, приложения: материалы третьей Междунар. конф. / ред. Г. Б. Клейнер. 2013. С. 246—250.

10. Тумунбаярова Ж. Б., Баранова Е. С., Чехова А. Е. Обоснование дивидендной политики: факторы влияния // Вестник ВСГУТУ. 2018. № 3 (70). С. 94—101.

Сведения об авторах

Силова Елена Сергеевна — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики отраслей и рынков Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. metod@csu.ru

Казадаев Максим Сергеевич — магистрант второго курса очной формы обучения направления «Экономика» кафедры экономики отраслей и рынков Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. max6r@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 158—165.

DIVIDEND POLICY OF MAJOR RUSSIAN CORPORATIONS IN OIL AND ENERGY INDUSTRIES

E. S. Silova
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. metod@csu.ru

M. S. Kazadaev
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. max6r@mail.ru

The presented article analyses the features of the modern dividend policy of the largest corporations in terms of revenue of two leading sectors of the economy: electric power and oil and gas. Dividend policy is important

as part of corporate governance. Its improvement strengthens the investment attractiveness of the corporation and improves the quality of corporate governance. The study analyzed the internal provisions of the studied corporations on dividend policy, and also calculated key quantitative indicators characterizing the dividend policy for the period from 2015 to 2019.

Keywords: *dividend policy, oil and gas industry, corporate governance, corporation.*

References

1. Barros V., Verga Matos P., Miranda Sarmento J. (2020) *Journal of Business Research*, no. 115, pp. 365—377.
2. Gaponenko V. F., Zhukova O. I., Alaberdeev R. R., Kilyskhanov K. S., Teterina E. A. (2018) *Journal of Reviews on Global Economics*, no. 7 (Special Issue), pp. 812—824
3. Grevatt J. (2007) China reaps dividends of state-owned industry. Jane's Defence Industry (DEC.)
4. Yang B., Chou H.-I., Zhao J. (2020) *International Review of Economics and Finance*, no. 68, pp. 180—203.
5. Barhatov V. I., Kapkaev Yu. Sh. (2012) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, vol. 9 (263), no. 37, pp. 12—20 [in Russ.].
6. Kozlova A. S. (2017) Formirovanie dividendnoj politiki kak chasti finansovoj politiki rossijskih publichnyh kompanij [Formation of dividend policy as part of the financial policy of Russian public companies: PhD thesis]. Saratov [in Russ.].
7. Pletnyov D. A. (2013) *Terra Economicus*, vol. 11, no. 1, pp. 47—56 [in Russ.].
8. Pletnyov D. A., Nikolaeva E. V. (2013) *Innovacionnaya ekonomika i promyshlennaya politika regiona. Trudy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii*, pp. 398—406 [in Russ.].
9. Pletnyov D. A. (2013) *Institucional'naya ekonomika: razvitie, prepodavanie, prilozheniya. Materialy tret'ej Mezhdunarodnoj konferencii*, pp. 246—250 [in Russ.].
10. Tumunbayarova Zh. B., Baranova E. S., Chekhova A. E. (2018) *Vestnik VSGUTU*, no. 3 (70), pp. 94—101 [in Russ.].

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
INTERDISCIPLINARY RESEARCH

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 166—176.

УДК 338.45
ББК 65.03(7)

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11019

КРИЗИСНЫЙ ХАРАКТЕР СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА США В 1920—1945 ГГ. И ПОПЫТКИ УСТРАНЕНИЯ ЕГО ПОСЛЕДСТВИЙ В 1950—60-Х ГГ.

В. Н. Минат

Рязанский государственный агротехнологический университет им. П. А. Костычева, Рязань, Россия

Целью настоящего исследования является выявление кризисного характера развития американского сельского хозяйства в 1920—1945 гг., обусловленного сложившимися противоречиями цикличной капиталистической экономики США в указанный 25-летний период, включающий годы Второй мировой войны. Показанные противоречия объективно сформировали тенденции диспропорционального развития аграрного производства и сельского расселения в Соединенных Штатах. На основе привлечения статистических данных и их преломления в рамках экономико-статистического и исторического методов исследования показана взаимосвязь между накопившимися проблемами в аграрной сфере США в указанный период и необходимостью их решения в послевоенные десятилетия посредством прямого вмешательства федерального правительства.

Ключевые слова: *сельское хозяйство США, экономический кризис, Вторая мировая война, товарная продукция сельского хозяйства, динамика аграрного производства, сельское расселение, фермерское население, субсидии федерального правительства.*

Хорошо известно разоблачительное изречение К. Маркса, актуальное во все времена: «Капитал боится отсутствия прибыли или слишком маленькой прибыли, как природа боится пустоты. Но раз имеется в наличии достаточная прибыль, капитал становится смелым. Обеспечьте 10 %, и капитал согласен на всякое применение; при 20 % он становится оживленным, при 50 % положительно готов сломать себе голову, при 100 % он попирает ногами все человеческие законы, при 300 % нет такого преступления, на которое он не рискнул бы, хотя бы под страхом виселицы…» [11. С. 831—832].

В 1929—1930 гг. экономика Соединенных Штатов после значительного послевоенного подъема 1920-х гг. в очередной раз оказалась (оперируем термином, взятым на вооружение В. И. Бархатовым и Д. А. Плетневым) в «точке бифуркации, из которой есть бесчисленное множество возможных вариантов движения, и только несколько ведут к долговременному процветанию для всех» [7. С. 7]. Однако история показала, что американское правительство под диктовку национальной буржуазной элиты, целью которой является только прибыль, а точнее, сверхприбыль (на что непосредственно указывал Маркс), но никак не процветание для всех, ввергло свой народ в новый кризис, объективно сформировавшийся на новом витке технологического способа производства. В этом состоит объективная сторона процесса.

Субъективная сторона, подразумевающая производственные отношения (в узком смысле) и сложившуюся общественно-экономическую формацию (в широком смысле), господствующую в Соединенных Штатах, отражает реализацию такого способа производства, при котором перманентное возникновение кризисов, переходящих в более-менее длительные депрессии и последующие подъемы экономической деятельности, приводящие в конечном итоге к очередному перепроизводству и высвобождению трудовых ресурсов (безработице), становится нормой, несмотря на колоссальные социальные издержки.

Развивая указанную концепцию на страницах данного и других журналов, автор в соавторстве с А. Г. Чепиком [13] и А. С. Соколовым [12] отмечал, что Вторая мировая война стала, по сути дела, главной антикризисной мерой дальнейшего развития американской экономики, особенно ее промышленного сектора, за счет роста военной индустрии, сопровождающегося усилением кон-

центрации и монополизации производства и экспансионистской направленности американского капитала. Последствия такой «олигархическо-милитаризационной» политики правительства Соединенных Штатов вынуждали его к принятию плановых («псевдоплановых» по своей сути) мер [16] и мер прямого государственного регулирования и финансовой поддержки депрессивных районов страны [14] в различные периоды — начиная с 1930-х и вплоть до 1960-х гг.

При этом проблемы цикличности, естественно, не могли обойти стороной и другую важную отрасль национальной экономики США — сельское хозяйство, традиционно развивавшееся в специфических социально-экономических условиях колонизируемой Америки.

Для американского сельского хозяйства начало кризиса обозначилось еще в конце XIX в., значительно раньше печально знаменитого 1929 г. Первая мировая война и связанный с ней повышенный спрос воюющих государств на продукты питания вызвали временный подъем сельскохозяйственного производства в Соединенных Штатах. Высокие цены на сельскохозяйственные продукты привели к массовой распашке в пределах США мало подходящих для этого земель, на которых в обычное время хозяйствовать было бы убыточно (полузасушливые территории области Великих равнин, некоторые участки в горных областях и т. д.). Это вызванное военной конъюнктурой расширение запашки создало условия для большего ее сокращения к моменту обрыва этой конъюнктуры — резкое падение цен в 1921 г. привело к очень сильному сокращению сельскохозяйственного производства. На внешних рынках американские сельскохозяйственные продукты не могли выдержать конкуренцию продуктов более «молодых» стран (Канады, Аргентины и т. д.); вывоз США по этим статьям сокращался из года в год. Емкости внутреннего рынка было явно недостаточно, потребление сельскохозяйственных продуктов на душу населения даже несколько уменьшилось вследствие понижения жизненного уровня трудового населения США. В результате промышленный подъем второй половины 1920-х гг. не сопровождался сколько-нибудь значительным подъемом сельского хозяйства.

По оценкам американских исследователей Р. Каннингем и А. Марани, кризис 1929—1933 гг. отбросил сельское хозяйство США далеко назад. Валовой доход от сельскохозяйственного производства сократился с 12 млрд долл. в 1929 г. до 5,1 млрд долл. в 1932 г.; еще сильнее упал чистый доход, снизившийся за тот же период с 7,8 млрд долл. до 3,3 млрд долл. [1. P. 237]. В результате, несмотря на сокращение промышленной продукции в 2 раза, доля сельского хозяйства в национальном доходе США упала с 9,5% в 1929 г. до 7% в 1932 г. [4. P. 314].

За 1930-е гг. физический объем продукции сельского хозяйства США в целом, несмотря на рост населения, изменился незначительно (табл. 1).

Однако рост продукции земледелия в 1930-х гг. и позднее, в годы Второй мировой войны, полученный, прежде всего, за счет зернового хозяйства Соединенных Штатов, был определен экспортной ориентацией большей значительной части продукции данной отрасли аграрного сектора экономики

Особенно бросается в глаза неуклонное снижение сбора хлопка[1], ставшее результатом значительного развития хлопководства в ряде других стран, и падение в связи с этим мировых цен на хлопок. Этот кризис хлопководства в США начался еще со времен Первой мировой войны (табл. 2) и продолжился в период Второй мировой войны (табл. 3).

В географическом (размещенческом) аспекте можно отметить падение сбора хлопка в США за 25 лет (1920—1945) по всем без исключения специализирующимся штатам в среднем примерно

[1] Как отмечал географ Анри Боли, хлопок издавна являлся «королем американского Юга». В 1890 г. хлопковая площадь составляла 8 млн га, между 1909 и 1914 гг. — 13,8 млн, а к 1929—1930 гг. выросла до 18 млн га [8. С. 359—360].

Таблица 1

Индексы продукции сельского хозяйства США в 1920—1945 гг. (среднее за 1935—1939 гг. = 100)[1]

Год	Население	Продукция сельского хозяйства в целом	Продукция земледелия в целом	В том числе		Продукция животноводства в целом
				зерновые	хлопок и хлопковое семя	
1920	122	99	98	113	113	99
1933	125	96	85	69	98	103
1938	130	103	105	124	91	102
1945	140	132	122	154	69	138

[1] Источник: составлено автором на основе официальных статистических данных: Historical statistics of the United States (http://istmat.info/files/uploads/historical_statistics_of_the_united_states; дата обращения 18.07.2020).

вдвое, а по отдельным штатам — более чем в 4 раза в Оклахоме и более чем в 2,5 раза — в Техасе, причем последний из указанных штатов являлся абсолютным лидером хлопководческой отрасли (табл. 4).

И опять, как это было уже в 1915—1921 гг., только военная конъюнктура, теперь уже Второй мировой войны (1939—1945), снова превратившая Соединенные Штаты в главного военного поставщика для Западной Европы, смогла временно поддержать американское сельское хозяйство. Причем, как следует из табл. 4, к хлопководству это не относится; напротив, земли, занятые под хлопок, были выведены из оборота в рамках данной отрасли. Рост военного производства, огромное увеличение численности Вооруженных сил США и крупные поставки продовольствия за границу привели к значительному повышению потребности в сельскохозяйственных продуктах. За период 1940—1944 гг. цены на сельскохозяйственные продукты удвоились. Это создало необходимые условия для использования имевшихся в стране резервов пахотных земель и оборудования.

Высокая конъюнктура в сельском хозяйстве задержалась и после окончания войны из-за огромной потребности в продовольствии, которую ощущали страны Западной Европы и Дальнего Востока в результате послевоенной разрухи и неурожаев последних лет. Соединенные Штаты использовали тяжелое положение западноевропейских стран, продавая им продукты питания по повышенным ценам и на кабальных условиях. Однако по мере восстановления сельского хозяйства в Европе американский аграрный сектор экономики, несомненно, вновь оказался в критическом положении.

Таким образом, повторилась «старая история», имевшая уже место после Первой мировой войны и обусловившая особую остроту кризиса 1929 г., но только в значительно больших масштабах. Сложившаяся ситуация «тлеющего кризиса» в аграрном секторе Соединенных Штатов не могла исчезнуть и не исчезла сама по себе; решением проблем сельского хозяйства как на федеральном уровне, так и на уровне конкретных регионов (районов) и штатов страны пришлось в конечном счете озаботится правительству США спустя некоторое время.

О методах и инструментах государственного участия в решении проблем аграрного сектора США в послевоенный период (1950—60-е гг.) будет сказано позднее, после того как мы остановимся на описании тяжелых социальных последствий кризисных периодов развития сельского хозяйства страны в ходе циклических колебаний национальной экономики 1920—1945 гг.

Начавшийся в 1920-х гг. процесс вытеснения и разорения мелких производителей получил наибольшее развитие в американском сельском хозяйстве именно в 1930—40-х гг., хотя еще В. И. Ленин отмечал, что «в земледелии Соед. Штатов не только происходит вытеснение мелкого производства крупным, но оно происходит с большей закономерностью или правильностью, чем в промышленности» [10. С. 642]. В указанные десятилетия процесс расслоения фермерства — вымывание среднего его слоя — проходил особенно интенсивно. Небольшая часть фермеров богатели, в то время как большинство их беднели или просто разорились, превратившись в арендаторов или батраков (табл. 5).

Данные табл. 5 далеко не полностью отражают процесс вымывания среднего слоя фермеров за указанные 20 лет, поскольку, как показал В. И. Ленин, «группировка сельских хозяйств по земле *преуменьшает* процесс вытеснения мелкого производства крупным» [10. С. 642], который правильнее отражается ростом *применения наемного труда*, не учитываемого американской официальной статистикой. Как видно из табл. 5, статистика применяет искусственно расширенные пределы средней группы, охватывающей хозяйства, отличающиеся друг от друга по земельной площади в 25 раз, и игнорирование различий в степени интенсивности хозяйства еще более затемняют истину. Однако эти данные все же позволяют получить общее представление о быстроте процесса расслоения фермерства. Они показывают, что за период с 1920 по 1940 г., несмотря на значительный рост населения страны в целом, число фермеров уменьшилось примерно на 350 тыс. чел.

Расслоение фермеров и разорение их продолжалось и во время Второй мировой войны, несмотря на значительный рост цен на сельхозпродукты, выгоды от которого пошли почти целиком в карманы капиталистической фермерской верхушки и крупных торговых и посреднических фирм. По данным американского экономиста и географа Г. Ливена, ссылающегося в своем исследовании на материал журнала «Бизнес Уик» за 2/XI 1946 г., число фермеров в США за период 1935—1945 гг. уменьшилось на 13 % (или почти на 1 млн чел.), а средний размер ферм вырос на 26 % [3. P. 218]. Основную массу сельскохозяйственной продукции США в рассматриваемый период давали крупные капиталистические фермеры: 2 млн крупных хозяйств — 79 % всей продукции (по стоимости), в то время

Таблица 2

Среднегодовая динамика производства, вывоза и потребления хлопковой продукции США в 1911—1930 гг., тыс. кип по 500 фунтов (227 кг)

Годы	Производство	Вывоз	Потребление
1911—1915	14 895	8 975	5 920
1916—1920	12 817	5 836	6 981
1921—1925	12 247	6 855	5 392
1926—1930	14 628	8 000	6 628

Источник: [2. С. 360].

Таблица 3

Динамика показателей развития хлопководческой отрасли США в 1920—1945 гг.[1]

Годы	Площадь		Средняя урожайность		Сбор, млн кип по 500 фунтов (227 кг)
	млн акров	млн га	фунтов с 1 акра (0,4047 га)	фунтов с 1 га	
1920—1925	58,4	23,5	142	356	17,3
1926—1930	42,2	16,9	168	429	14,8
1931—1935	31,7	12,7	191	478	12,7
1936—1940	27,1	10,8	239	598	13,5
1939	23,8	9,5	238	595	11,8
1940	23,9	9,6	253	632	12,6
1941	22,2	8,9	232	580	10,7
1942	21,3	8,6	227	567	10,1
1943	19,6	7,9	222	554	9,5
1944	18,9	7,6	233	582	9,3
1945	17,9	7,2	250	626	9,0

Таблица 4

Динамика размещения сбора хлопка в США в 1920—1945 гг. (по специализирующимся штатам), млн кип по 500 фунтов (227 кг)[1]

Штаты		1920 г.	1929 г.	1939 г.	1945 г.
В целом по США		18,0	14,8	11,8	9,0
В том числе	Алабама	1,5	1,3	0,8	0,9
	Арканзас	1,7	1,4	1,4	1,1
	Джорджия	1,6	1,3	0,9	0,7
	Калифорния	0,5	0,3	0,5	0,4
	Луизиана	1,0	0,8	0,7	0,4
	Миссисипи	2,2	1,9	1,6	1,6
	Оклахома	1,3	1,1	0,5	0,3
	Северная Каролина	0,9	0,7	0,5	0,4
	Техас	4,6	3,9	2,9	1,8
	Южная Каролина	1,1	0,8	0,9	0,7
	Прочие штаты	1,6	1,3	1,1	0,7

Таблица 5

Динамика некоторых показателей по группам фермеров за период 1920—1940 гг.

Группа фермеров	Динамика показателей: увеличение (+), уменьшение (–)	
	Численность фермеров, тыс. чел.	Размеры земельной площади, млн га
Мелкие фермеры (до 8 га земли)	+270	+0,6
Средние фермеры (8—200 га)	–670	–20
Крупные (капиталистические) фермеры (более 200 га)	+47	+62

Источник: [2. P. 211].

[1]Источник: составлено автором на основе официальных статистических данных: Historical statistics of the United States (http://istmat.info/files/uploads/historical_statistics_of_the_united_states; дата обращения 18.07.2020).

как на долю четырех с лишком миллионов мелких хозяйств оставалось только 21 % [3. P. 208].

С каждым годом все больше фермеров переставали быть самостоятельными хозяевами, превращаясь в арендаторов. В 1935 г. общее число арендаторов приближалось к 3 млн, составив 42,1 % от общего числа фермеров, а площадь земли, сданной в аренду, равнялась 45 % всей земли под фермами[1]. В основных сельскохозяйственных районах США аренда имела еще более широкое распространение[2]. Значительную часть арендаторов составляли издольщики и кропперы; американская статистика не учитывала их отдельно, включая в общий класс арендаторов, вместе с капиталистическими арендаторами. Между тем, по словам В. И. Ленина, «капитал разбил рабовладение… чтобы теперь *восстановлять* его в обновленной форме, именно в виде издольной аренды» [10. С. 633]. Множество арендаторов, особенно на Юге, арендовали землю лишь на один год и вынуждены были постоянно кочевать с места на место, не имея возможности обзавестись постоянным жильем.

Положение миллионов семей мелких фермеров и арендаторов в США в 1930-х и особенно в 1940-х гг. было поистине трагическим. По данным Л. Фрайера, из 30 млн сельского населения США 20 млн были лишены того, что автор считает «разумным американским прожиточным минимумом»[3], а 10 млн из них постоянно жили в беспросветной нужде [2. P 278]. Другой исследователь — К. Мак-Вильямс — подчеркивал, что в Соединенных Штатах нет единого класса фермеров, а есть небольшая горстка богатеющих крупных фермеров и широкие массы мелких фермеров, нищающих и теряющих свою землю. Около трети фермеров США имели средний доход ниже 500 долл. в год. Вместе с семьями они составляли 8500 тыс. чел., из которых «каждый является потенциальным кандидатом в армию бродячих сельскохозяйственных рабочих» [5. P. 199]. Однако и К. Мак-Вильямс приукрашивал действительность. Так, кандидат в президенты Г. Уоллес писал в журнале «Нью-Рипаблик» от 30/VI 1947 г., что средний доход 1/3 американских фермеров был ниже 300 долл. в год [1. P. 401].

Следует заключить, что настоящими хозяевами земли в США в 1930—40-х гг. окончательно стали банки, так как почти все фермы постепенно оказались заложены и перезаложены, и стоило только фермеру не уплатить процентов по закладным, как он терял свое имущество и из собственника превращался в арендатора[4]. Вопреки всем стараниям американских экономистов и социологов того времени замаскировать действительное положение вещей данные, ими же приводимые, даже сейчас дают нам ясную картину того, как постепенно, но быстро исчезал в США мелкий независимый фермер, а сельское хозяйство с той же неумолимой последовательностью переходило банкам, корпорациям, монополистическому капиталу.

Связанная с кризисом волна фермерских банкротств, массовые продажи с торгов ферм и фермерского имущества, невозможность для большинства мелких фермеров прожить при катастрофически упавших ценах на сельхозпродукты вызвали массовое движение фермеров за улучшение своего положения. В 1930-х гг. бедственное положение фермерского населения и сельского хозяйства США было еще усугублено стихийными бедствиями, прежде всего наводнениями (особенно в бассейнах рек Миссисипи и Колорадо) и засухами (главным образом на Великих равнинах). Большой ущерб сельскому хозяйству США нанесли сильнейшие засухи 1933 и 1935 гг., поразившие штаты Великих равнин, то есть Северо-Западного и Юго-Западного центров и востока Горных штатов — Северную и Южную Дакоту, Небраску, Канзас, Оклахому, Колорадо, Монтану и др. В предыдущие годы, особенно в годы военного спекулятивного подъема 1915—1920 гг., здесь были распаханы под посевы пшеницы и отчасти маиса громадные площади земель, которые по своим почвенно-климатическим условиям должны были бы оставаться под естественными пастбищами. Тонкий почвенный покров, ранее скреплявшийся корнями трав, будучи распа-

[1] Historical statistics of the United States (http://istmat.info/files/uploads/historical_statistics_of_the_united_states; дата обращения: 18.07.2020).

[2] По оценке Г. Ливена, в Северо-Западном центре в целом доля арендованной земли равнялась 54 %, в том числе в штате Айова — важнейшем сельскохозяйственном штате США — 58 %, в штате Оклахома — 60 %, в штате Джорджия — 56 %. На плодородных землях поймы нижнего течения Миссисипи, где основная культура — хлопок, процент арендаторов доходил до 90, а среди негров даже до 95 % [3. P. 213—214].

[3] По подсчетам Л. Фрайера, прожиточный минимум фермерской семьи в начале — середине 1940-х гг. составлял 1750 долл. в год, в то время как доходы 2/3 фермерского населения не достигали и 1500 долл. в год [2. P. 95].

[4] Так, один только Бэнк оф Америка уже к 1939 г. сосредоточил в своих руках ипотеки больше чем на 7 тыс. ферм общей площадью 414 тыс. га и стоимостью свыше 40 млн долл. [9. С. 104].

хан, превратился под влиянием засухи в пыль, и эта пыль, подхваченная западными ветрами, понеслась на восток, засыпая собой плодородные поля Айовы, Иллинойса, Индианы и достигая самых берегов Атлантического океана. Эти «пыльные ураганы» застилали иногда все небо так, что фермерам порою приходилось днем ходить по двору с фонарем.

Засухи середины 1930-х гг. и сопровождавшие их ураганы превратили штаты Великих равнин в так называемую «пыльную чащу» (Dust Bowl). Ветер выносил отсюда в виде пыли многие миллионы тонн плодородного верхнего слоя почвы, превращая миллионы гектаров земли в бесплодную полупустыню.

«Пыльные ураганы», порождение хищничества и анархии производства в капиталистическом сельском хозяйстве, обострили классовое расслоение фермерства и эксплуатацию большинства фермеров банками и сельскохозяйственными монополиями и привели к разорению многих сотен тысяч фермеров и забрасыванию миллионов гектаров земли. Следствием этого была массовая миграция сельского населения из штатов Великих равнин, преимущественно на запад — в Калифорнию и другие Тихоокеанские штаты.

Общую картину изменений в размещении населения по девяти делениям Бюро цензов (*United States Census Bureau*) за предвоенное десятилетие и годы Второй мировой войны дает табл. 6.

Данные табл. 6 показывают, что за 1930-е гг. численность населения увеличилась во всех районах, однако рост этот был далеко не равномерным; на западе и юге прирост был гораздо сильнее, чем на севере. Особенно быстрыми темпами росло население Тихоокеанских штатов, увеличившееся за 10 лет почти на 1/5. В ряде штатов Северо-Западного центра население в связи с аграрным кризисом, обострившимся в результате отмеченных нами выше засух и «пыльных ураганов», не только не увеличилось, но даже сократилось, потому этот район в целом и показал наименьший прирост населения.

Вторая мировая война внесла значительные изменения в размещение населения. Хотя общая численность населения в пределах США (не считая армии за границей) за 1940—1945 гг. осталась почти без изменений (+0,2 %), в шести делениях из девяти население уменьшилось. Призыв в армию 12 млн чел. и большая потребность в рабочей силе для нового военного строительства и производства привели к массовому отливу населения с ферм. Если до войны сокращение численности сельского населения было большей частью только относительным, то за годы Второй мировой войны оно стало

Таблица 6

Порайонная динамика размещения населения США в 1930—1945 гг. (в соответствии с делениями XV и XVI цензов)*

Район	1930 г., тыс. чел.	1940 г., тыс. чел.	Рост населения за 1930—1940 гг., %	1945 г., тыс. чел	Рост или убыль населения за 1940—1945 гг., %
США в целом	122 775	131 669	+7,2	131 976	+0,2
Новая Англия	8 166	8 437	+3,3	8 276	–1,9
Средне-Атлантические штаты	26 261	27 539	+4,9	25 980	–5,6
Северо-Восточный центр	25 297	26 626	+5,3	26 456	–0,6
Северо-Западный центр	13 292	13 517	+1,7	12 329	–8,8
Южно-Атлантические штаты	15 794	17 823	+12,9	19 143	+7,4
Юго-Восточный центр	9 887	10 778	+9,0	10 350	–4,0
Юго-Западный центр	12 177	13 065	+7,3	13 057	–0,1
Горные штаты	3 702	4 150	+12,1	4 267	+2,8
Тихоокеанские штаты	8 194	9 733	+18,8	12 118	+24,6

* Данные за 1945 г. не включают войск, находившихся в это время за пределами США. Войска, размещавшиеся внутри США, во всех случаях учтены вместе с населением того района (штата), в котором они были расквартированы. Это обстоятельство в известной степени маскирует действительные сдвиги в размещении населения внутри страны за годы войны, потому что войска были расквартированы на территории США вне всякого соответствия с размещением мирного населения. Большинство учебных лагерей располагалось на юге и особенно на юго-западе страны, а базы военного флота — в портах Юга и Тихоокеанского побережья. Поэтому данные о численности населения некоторых делений ценза и штатов (например, Южно-Атлантических штатов, Юго-Западного центра и ряда других), по-видимому, несколько завышены, причем мы не можем сказать, в какой именно степени.

Источник: составлено автором на основе официальных статистических данных: Historical statistics of the United States (http://istmat.info/files/uploads/historical_statistics_of_the_united_states; дата обращения 18.07.2020).

уже абсолютным. За 1940—1945 гг. численность населения на фермах сократилась с 30,3 млн чел. до 25,2 млн чел., то есть на 16,8%.

Это уменьшение захватило все районы США, хотя и не в одинаковой степени (табл. 7). Анализ данных табл. 7 позволил сделать вывод, что сокращение численности фермерского населения было наименьшим (как относительно, так и абсолютно) в Новой Англии, Средне-Атлантических штатах, Северо-Восточном центре, а также на Тихоокеанском побережье, а наибольшим — на юге, причем всего сильнее оно было в Юго-Западном центре, где фермы покинуло свыше 1/4 их обитателей.

Из сравнения табл. 6 и 7 следует, что в большинстве районов убыль фермерского населения была больше, чем убыль всего населения, откуда ясно, что несельскохозяйственное население, в первую очередь население городов, увеличилось. Лишь в трех районах (в Новой Англии, Средне-Атлантических штатах и Северо-Западном центре) общая убыль населения была больше, чем убыль фермерского населения.

В результате Второй мировой войны процент городского населения в США заметно повысился за счет исхода фермерского населения в города (табл. 8).

С одной стороны, данные табл. 5—8 отражают объективный процесс социально-экономического развития ведущей страны капиталистического мира, предполагающий снижение доли сельского населения и, напротив, повышение уровня урбанизации, вызванной сменой технологического уклада. Однако, с другой стороны, монополистический характер хозяйства, подчинение общенациональных интересов устремлениям крупного капитала к получению сверхприбыли не могли не привести к тяжелым социальным последствиям, ярко выраженным прежде всего в *поляризации социально-экономического пространства США*. При федеративном устройстве Соединенных Штатов возникла проблема усиления «центр-периферийных» тенденций внутри страны: индустриальный Северо-Восток и развивающийся Тихоокеанский район (особенно Калифорния) закрепляют свое положение «центров», стягивающих на себя систему расселения и ресурсы в ущерб другим районам Америки. Причем развитию указанных тенденций до 1950-х гг. безоговорочно потворствовало федеральное правительство, прикрываясь разговорами о национальной безопасности, необходимости перераспределения ресурсов (в том числе

Таблица 7

Порайонная динамика размещения населения на фермах США в 1940—1945 гг. (в соответствии с делениями XVI ценза), тыс. чел.[1]

Район	1940 г.	1945 г.	Убыль	
			абсолютная	%
Новая Англия	617	544	73	11,8
Средне-Атлантические штаты	1772	1578	194	11,0
Северо-Восточный центр	4589	4033	556	12,1
Северо-Западный центр	4676	3989	685	14,6
Южно-Атлантические штаты	6025	5067	958	15,9
Юго-Восточный центр	5238	4251	987	18,9
Юго-Западный центр	5008	3750	1258	25,2
Горные штаты	1102	891	211	19,2
Тихоокеанские штаты	1242	1087	155	12,5

Таблица 8

Динамика соотношения городского и сельского населения США в 1940—1945 гг. (учитывается только гражданское население), %[1]

Форма расселения		Апрель 1940 г.	Июль 1946 г.
Все население		100,0	100,0
Городское население в целом		56,7	60,0
Сельское население в целом		43,3	40,0
В том числе	нефермерское	20,3	19,9
	фермерское	23,1	20,1

[1]Источник: составлено автором на основе официальных статистических данных: Historical statistics of the United States (http://istmat.info/files/uploads/historical_statistics_of_the_united_states; дата обращения 18.07.2020).

земельных) преимущественно в пользу крупных компаний, закрывая глаза на их последующее использование в спекулятивных целях.

На протяжении всего исследуемого периода правительство США пыталось ослабить аграрный кризис и предотвратить дальнейшее падение цен на сельскохозяйственные продукты путем «регулирования» сельскохозяйственного производства со стороны федерального правительства. Участие федеральных органов американской власти в делах сельского хозяйства имеет давнюю историю, поскольку центральное правительство еще со времени основания республики принимало меры, направленные на оказание помощи сельскохозяйственным районам страны.

В результате действий правительства в 1930-х гг.[1] (в первую очередь созданной Рузвельтом Администрации по восстановлению сельского хозяйства — ААА) капиталистическая верхушка фермеров получила не один миллиард долларов правительственных субсидий, но аграрный кризис продолжался с неослабевающей силой, и основная масса фермеров продолжала нищать, разоряясь и умножая число арендаторов, издольщиков и батраков. Это вызывало отлив избыточного сельского населения в города, где оно вливалось в и без того громадную армию безработных; в то же время городские безработные, отчаявшись найти работу, бежали на фермы.

Таким образом, невнимание федерального правительства США в 1920—40-х гг. к социальным и экономическим проблемам развития сельскохозяйственного производства страны, вызванное отвлечением финансовых, трудовых, управленческих и иных ресурсов из аграрной сферы в пользу милитаризации промышленного производства и военных действий Соединенных Штатов, способствовало «консервации» кризисного процесса в аграрной сфере и сельском расселении до периода 1950—60-х гг.

В указанный период роль федерального правительства в делах сельскохозяйственного сектора экономики США, учитывая положение, близкое к катастрофическому, стала, без преувеличения, решающей[2]. Тем не менее единства в понимании характера, методов и инструментов воздействия на сельскохозяйственный сектор американской экономики в целом и на региональные центры аграрного производства, традиционно сложившиеся в конкретных районах Соединенных Штатов, в правящих кругах страны не существовало. Так, выдвигаемая «*политика квотирования*» аграрного производства, основанная на дифференциальных различиях *пространственной (порайонной) организации сельского хозяйства* страны и учитывающая особенности *географического (территориального) разделения труда*, зависящие, в свою очередь, прежде всего от характера и концентрации агроклиматических и почвенных ресурсов, противоречила рыночному принципу свободной конкуренции. Иными словами, требовалось *перспективное региональное планирование*, одним из инструментов которого становилось *искусственное поддержание цен* на конкретные виды сельхозпродукции, объединенные в товарные группы, получающие, таким образом, конкурентные преимущества как на внутреннем аграрном рынке страны, так и при их экспорте на международный рынок.

Последнее обстоятельство в конечном итоге сыграло значительную роль в принятии и реализации указанной политики, которая в конечном счете помогла выжить и спастись от разорения множеству мелких производителей сельскохозяйственной продукции, отнесенной к соответствующим товарным группам, в частности производителям хлопка на Юго-Востоке США. Вместе с тем федеральная программа, базирующаяся на поддержании закупочных цен у фермеров в других районах страны (например, на Западе), заморозила ожидания американских сельхозтоваропроизводителей, не позволив им расширить свою деятельность, свернутую в предыдущие годы. Это затормозило межрайонные сдвиги в аграрном секторе американской экономики в наименее развитых аграрных районах Соединенных Штатов.

В иных случаях ценовое госрегулирование, наоборот, способствовало территориально-структурным изменениям в аграрном производстве. Так, переводя свое хозяйство на производство продукции, относящейся к квотируемым товарным группам, фермеры расширяли ассортимент сельскохозяйственных товаров, повышая эффективность

[1] Для этого времени была характерна ужасающая по своей сути картина: чтобы взвинтить цены, аграрные монополисты проводили массовое уничтожение «излишков» продуктов (пшеница шла в топки паровозов, молоко выливалось в реки и т. д.).

[2] Например, в 1950 г. прямые правительственные выплаты фермерам составили в сумме 283 млн долл., то есть 2% общего чистого дохода владельцев ферм. К 1969 г. прямые выплаты составляли 3,8 млрд долл. — более 1/5 общего чистого дохода фермеров [15. С. 178]. Это явилось лишь частью общих ассигнований по программе помощи фермерским хозяйствам, достигавших 7—8 млрд долл. ежегодно [9. С. 111].

и рентабельность аграрного производства, тем самым повышая экспортную ориентацию национального сельскохозяйственного продукта, который становился все более конкурентоспособным на мировом рынке, куда уже стали выдвигаться оттаявшие от военного и послевоенного кризиса страны Западной Европы, восстановившие свой сельскохозяйственный товарный потенциал.

Правительственные субсидии распределялись по стране неравномерно, поскольку целью их выделения являлось поддержание сельскохозяйственного производства конкретных товарных групп, производимых преимущественно в центральных районах США (табл. 9).

Так, за период 1960—1969 гг. Северо-Западный центр и Юго-Западный центр совокупно получили более 56% суммарных дотаций правительства, производя при этом не более 40% всей товарной агропродукции Соединенных Штатов, тогда как за предыдущий равнозначный по протяженности период (1950—1959 гг.) приведенные показатели составляли соответственно 43,6 и 36,2%.

Производство товарного зерна в штатах Северо-Восточного центра, хлопка и табака в Юго-Восточном центре к исходу 1960-х гг. было обусловлено высокой концентрацией правительственных ассигнований в виде различных квот, а также некоторых налоговых льгот, направленных на прямое и косвенное поддержание производства продукции именно этих групп товаров. В то же время Тихоокеанские и Горные штаты страны, в которых производимая продукция указанных товарных групп не имела общенационального или экспортного значения, имели гораздо меньший объем помощи от федерального правительства. Правительственные дотации Южно-Атлантическим штатам на поддержку сельхозпроизводителей в 1960-х гг. были снижены почти в 3,5 раза по сравнению с 1950-ми гг. и были направлены в первую очередь на поддержание производства табака[1].

Таким образом, отчетливо проявилась избирательность государственной поддержки производства сельскохозяйственной продукции в Соединенных Штатах в 1950—60-х гг. Эта избирательность выражалась в региональных различиях, сводилась преимущественно к прямому финансированию производства продукции опре-

[1] В 1967 г. в штатах Южно-Атлантического района США было произведено 2/3 всего американского табака [6. P. 32].

Таблица 9

Региональные различия отношения товарной продукции сельского хозяйства к правительственным субсидиям фермерам по США в 1950—60-х гг.

Регион	Район	Товарная продукция сельского хозяйства, % от итога по США в среднем за 1950—1959 гг.	Правительственные субсидии фермерам, % от итога по США в среднем за 1950—1959 гг.	Отношение 4/3	Товарная продукция сельского хозяйства, % от итога по США в среднем за 1960—1969 гг.	Правительственные субсидии фермерам, % от итога по США в среднем за 1960—1969 гг.	Отношение 7/6
Северо-Восток	Новая Англия	1,2	0,2	17	1,4	0,2	14
	Средне-Атлантические штаты	4,1	1,3	32	4,2	1,2	29
Северный центр	Северо-Восточный центр	15,2	14,7	97	16,1	14,8	92
	Северо-Западный центр	23,8	29,8	125	27,9	36,5	131
Юг	Южно-Атлантические штаты	1,4	21,0	98	11,1	6,1	55
	Юго-Восточный центр	7,1	7,7	108	6,8	7,3	107
	Юго-Западный центр	12,4	13,8	111	12,5	19,7	158
Запад	Горные штаты	5,4	6,1	113	8,5	8,9	105
	Тихоокеанские штаты	9,4	5,4	57	11,5	5,4	47
В целом по США		100,0	100,0	–	100,0	100,0	–

Источник: составлено автором на основе официальных статистических данных: Statistical Abstract of the United States 1953—1974, Wash.: U. S. Government Printing Office, 1953—1974 (https://books.google.ru/books?id=YkXjuVR9iN8C&hl=ru; дата обращения 18.07.2020); U. S. Census of Agriculture 1954—1969 / United States. Bureau of the Census, Wash.: U. S. Government Printing Office, 1957—1972 (https://books.google.ru/books?id=sgNIAQAAIAAJ&hl=ru&source=gbs_navlinks_s; дата обращения 18.07.2020).

деленных товарных групп (вплоть до полной закупки урожая) либо посредством предоставления займов под будущий урожай исходя из уровня поддерживаемых цен. При этом важно отметить, что если фермер не имел возможности реализовать произведенную им продукцию по выгодным ценам (с учетом необходимости погашения займа), то урожай становился государственной собственностью.

В заключение отметим, что результатом циклической экономики США, отразившейся в аграрном секторе в форме противоречий как хозяйственного, так и социального плана, подкрепленных участием страны во Второй мировой войне и внешней экспансионистской направленностью американского капитала, стало значительное сокращение объема производства сельскохозяйственной продукции и численности сельского, особенно фермерского населения, преимущественно на юге и западе. Тем самым усилились отраслевые и территориальные диспропорции, неизбежно способствующие возникновению нового кризиса и последующего перетекания кризисных явлений в очередную депрессию.

Необходимость государственного регулирования аграрного производства, учитывающего региональные особенности и специфику сельскохозяйственной отрасли как таковой (высокие риски урожайности, зависящие от агроклиматических и конъюнктурных факторов и т. д.), объективно «вызвали к жизни» новые формы организации и проведения (инструменты — займы, квоты) региональной сельскохозяйственной политики федерального правительства. При этом в основе ее осуществления, как и прежде, остались краеугольные камни либеральной экономической доктрины — выживаемость в условиях конкуренции (внутри аграрной отрасли, межотраслевой — с бурно развивающейся промышленностью, международной — с появившимися центрами конкуренции на мировом агрорынке). Правда, накопление в распоряжении федерального правительства значительных финансовых ресурсов позволило ему в критический момент эволюционирования аграрных отношений в стране применить инструменты прямого действия — *перераспределительные (дирижистские) методы региональной политики.*

Список литературы

1. Cunningham R. M. Economic History of the United States: Rises and Crises. Wash.: East Coast Economic Society, 1987. 580 p.

2. Fryer L. The American Farmer. His problems and his prospects. New York, 1947. 356 p.

3. Lieven G. Agriculture of the United States during and after world war: characteristics of labor resources. New York, 1965. 446 p.

4. Marani A. Economic assessment of crises in US history. Washington: Association for economic expertise, 1999. 744 p.

5. Mc Williams C. Ill fares the Land. New York, 1942. 288 p.

6. White G., Foscue E., Mc Knight T. Regional Geography of the United States. New York, 1977. 408 p.

7. Бархатов В. И., Плетнев Д. А. Конец «конца истории» и будущее экономики // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 2 (436). С. 7—8.

8. Боли А. Северная Америка / пер. и науч. ред. Н. Н. Баранского. М.: ОГИЗ, 1948. 548 с.

9. Джингарадзе В. З. Экономическая история США. М.: Высш. шк., 1973. 159 с.

10. Ленин В. И. Полное собрание сочинений. М.: Изд-во полит. лит., 1968. Т. 17. 678 с.

11. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. М.: Госполитиздат, 1960. Т. 17. 882 с.

12. Минат В. Н., Соколов А. С. Вторая мировая война — главная антикризисная мера развития американского капитализма (1929—1949 гг.) // Свободная мысль. 2020. № 3. С 63—76.

13. Минат В. Н., Чепик А. Г. Вторая мировая война как главная антикризисная мера развития американской промышленности (1939—1945 гг.) // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 3 (437). Экономические науки. Вып. 69.

14. Минат В. Н., Мостяев Ю. Н. Региональная политика федерального правительства США в 50-х — 60-х гг. XX в. // Федерализм. 2020. № 1 (97). С. 161—174. doi: 10.21686/2073-1051-2020-1-161-174.

15. Павлов Ю. М. Региональная политика капиталистических государств. М.: Наука, 1970. 388 с.

16. Чепик А. Г., Минат В. Н. О возможностях планового преодоления диспропорций и кризисов экономики США в 1920—1940 гг. // Экономист. 2020. № 6. С. 48—56.

Сведения об авторе

Минат Валерий Николаевич — кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры экономики и менеджмента Рязанского государственного агротехнологического университета им. П. А. Костычева, Рязань, Россия. minat.valera@yandex.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 166—176.

THE CRISIS NATURE OF US AGRICULTURE IN 1920—1945 AND ATTEMPTS TO ELIMINATE ITS CONSEQUENCES IN THE 1950s — 1960s

V. N. Minat

Ryazan State Agrotechnological University named after P. A. Kostycheva, Ryazan, Russia. minat.valera@yandex.ru

The purpose of this study is to identify the crisis nature of the development of American agriculture in 1920—1945, due to the existing contradictions of the cyclical capitalist economy of the United States in the specified 25-year period of time, including the years of World War II. The shown contradictions objectively formed the trends of disproportionate development of agricultural production and rural settlement in the United States. Based on the use of statistical data and their interpretation in the framework of economic-statistical and historical methods of research, the relationship between the accumulated problems in the us agricultural sector in the specified period of time and the need to solve them in the post-war decades through the direct intervention of the Federal government is shown.

Keyword: *US agriculture, economic crisis, World War II, agricultural commodity production, dynamics of agricultural production, rural settlement, farm population, Federal government subsidies.*

References

1. Cunningham R. M. (1987) Economic History of the United States: Rises and Crises. Wash., East Coast Economic Society. 580 p.

2. Fryer L. (1947) The American Farmer. His problems and his prospects. New York. 356 p.

3. Lieven G. (1965) Agriculture of the United States during and after world war: characteristics of labor resources. New York. 446 p.

4. Marani A. (1999) Economic assessment of crises in US history. Washington, Association for economic expertise. 744 p.

5. Mc Williams C. (1942) Ill fares the Land. New York. 288 p.

6. White G., Foscue E., Mc Knight T. (1977) Regional Geography of the United States. New York. 408 p.

7. Barhatov V. I., Pletnev D. A. (2020) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 2 (436), pp. 7—8 [in Russ.].

8. Boli A. (1948) Severnaya Amerika [North America]. Moscow, OGIZ, 1948. 548 p. [in Russ.].

9. Dzhingaradze V. Z. (1973) Ekonomicheskaya istoriya SShA [Economic history of the United States]. Moscow, Higher school. 159 p. [in Russ.].

10. Lenin V. I. (1968) Polnoe sobranie sochinenij [Complete works]. Moscow, Political literature publishing house, vol. 17. 678 p. [in Russ.].

11. Marks K., Engels F. (1960) Sochineniya [Essays]. Moscow, Gospolitizdat, vol. 17. 882 p. [in Russ.].

12. Minat V. N., Sokolov A. S. (2020) *Svobodnaya mysl'*, no. 3, pp. 63—76 [In Russ.].

13. Minat V. N., Chepik A. G. (2020) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 3 (437), *Ekonomicheskie nauki*, vol. 69 [in Russ.].

14. Minat V. N., Mostyayev Yu. N. (2020) *Federalizm*, no. 1 (97), pp. 161—174. doi: 10.21686/2073-1051-2020-1-161-174 [in Russ.].

15. Pavlov, Yu. M. (1970) Regional'naya politika kapitalisticheskih gosudarstv [Regional policy of capitalist States]. Moscow, Science. 388 p. [in Russ.].

16. Chepik A. G., Minat V. N. (2020) *Ekonomist*, no. 6, pp. 48—56 [in Russ.].

ОБЗОРЫ И ДИСКУССИИ
REVIEWS AND DISCUSSIONS

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 177—182.

УДК 338.1
ББК 65.050.17

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11020

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

В. И. Бархатов, О. В. Дьяченко
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Рассматривается процесс цифровизации как формы смягчения влияния кризиса, вызванного распространением пандемии на хозяйствующие субъекты. Объект исследования — домашние хозяйства, малый бизнес, крупные промышленные предприятия и государство в качестве активных субъектов цифровизации. Представлена идея о том, что цифровизация способствует развитию производственных отношений, вносит свой вклад вклад в экономический рост, а главное, минимизирует угрозы распространения пандемии, что в целом создает условия обеспечения экономической безопасности страны.

Ключевые слова: *цифровая экономика, цифровые платформы, промышленность, малый и средний бизнес, кризис, пандемия.*

Сегодня экономика многих стран, в том числе российская, попали в кризисный этап. Если прошедшие кризисы были закономерны, прогнозируемы и в определенной степени предсказуемы, то современный кризис мировой экономики носит достаточно уникальный характер. Его причина не связана с перепроизводством или падением спроса на товары и продукты, финансовой нестабильностью или технологическими факторами. Причиной современного экономического кризиса выступила пандемия. Если прежде кризисы и их последствия были предсказуемы и прогнозируемы, у правительств разных стран имелось представление, каким образом из них выходить и какими инструментами минимизировать их последствия, то сегодняшний кризис характеризуется неопределенностью как последствий, так и инструментов преодоления проблем, отразившихся на экономике.

Особенностью современного кризиса являются не столько естественные проблемы в экономике, связанные с покупательной способностью населения, нехваткой кредитных и финансовых ресурсов, устаревшими технологиями и несовершенными производственными отношениями, сложившимися в обществе, сколько искусственные ограничения. Под искусственными ограничениями имеем в виду те, что связаны с невозможностью (нежелательностью) для индивидов вступать в социальные взаимодействия в целях производства жизненно необходимых благ по причине распространения вируса, оказывающего летальное воздействие на человека.

Поскольку пандемия затронула практически все сферы жизнедеятельности современной цивилизации, от научного экономического сообщества можно видеть реакции в отношении предпринимаемых ими попыток описания того, с чем столкнулась мировая экономика. Ученые-экономисты начинают осмыслять то, каким образом этот кризис отразится на существующих экономических отношениях, насколько эффективны ответные действия правительств и каким образом будет реагировать на них мировая экономика. Предпринимаются бесчисленные попытки дать прогноз того, какой будет хозяйственная система в постпандемийный период.

Среди англолязычных авторов публикаций, посвященных проблемам экономического развития, проведению государственной экономической политики в период современного кризиса, выделим следующих: R. Baldwin, B. W. di Mauro [11]; V. Bratić, J. Franić [12]; F. Buera, A. Neumeyer, R. F Jaef, Y. Shin [13]; T. Cowen [14]; M. S. Eichenbaum, S. Rebelo, M. Trabandt [15]; J. Gans [16]; P. Gourinchas [17]; W. McKibbin, F. Roshen [19].

Среди отечественных ученых, предпринимающих попытки описать протекающие экономические явления, в частности цифровизацию, в новых хозяйственных условиях и представляющих прогнозы развития отечественной экономики, отметим Р. И. Акмаеву и Е. П. Карлину [1], К. А. Белокрылова [2], М. А. Гурову [3], В. В. Миронова [4], П. Н. Осипова [5], В. И. Салыгина, А. С. Маркина [6].

Одной из технологических форм преодоления глобальной проблемы выступает цифровая экономика, которая имеет в своем активе технологии дистанционного взаимодействия индивидов. Эти технологии позволяют организовывать взаимодействие между людьми, в том числе производственные отношения. Сегодня мы становимся свидетелями того, как целые отрасли испытывают в первую очередь финансовые трудности. В большей степени страдают отрасли, деятельность которых основывается на прямом взаимодействии производителя и покупателя, а именно: авиаперевозки, аэропортовая деятельность, автоперевозки; культура, организация досуга и развлечений; физкультурно-оздоровительная деятельность и спорт; деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма; гостиничный бизнес; общественное питание; деятельность организаций дополнительного образования, негосударственных образовательных учреждений; деятельность по организации конференций и выставок; деятельность по предоставлению бытовых услуг населению (ремонт, стирка, химчистка, услуги парикмахерских и салонов красоты) и др. [8]. Торгово-промышленная палата дает прогноз того, что результатом искусственных ограничений, установленных Правительством РФ, может стать уход с рынка около 3 млн малых предприятий [10]. Те компании, которые не переведут свой бизнес в цифровую сферу, очень вероятно, попадут в эту статистику. Таким образом, вызовом современного этапа для всех форм и сфер хозяйствования встает проблема приспособления к новым технологическим тенденциям.

Основной технологической тенденцией сегодня выступает цифровизация, которая пронизывает все сферы жизнедеятельности человека. С экономической точки зрения является интересным, каким образом освоение цифровых технологических ниш может выступить окном возможностей для хозяйствующих субъектов выйти из кризиса не с потерями, а, напротив, с возросшими конкурентными преимуществами.

Проблемы, с которыми столкнутся субъекты малого и среднего бизнеса, с одной стороны, серьезных рисков для экономической безопасности России не несут. С другой стороны, на этих предприятиях занято около 18 млн чел. [9]. Посмотрев на ситуацию под таким углом, можно разглядеть угрозы национальной безопасности, связанные с тем, что масса населения, столкнувшаяся с дефицитом средств к существованию, представляет собой риск роста волнений, беспорядков и возникновения других правонарушений. Тем не менее мы видим, что государство эффективно использует различные инструменты, начиная от финансовых и заканчивая административными, для сглаживания возникающих в обществе противоречий. Что касается трудоустроенного населения, подстраивание под требования цифровой экономики для хозяйственных нужд и роста конкурентоспособности предприятий, считаем, не их прямая инициативная задача. Население (в первую очередь занятое в частном мелком и среднем бизнесе) выступило заложниками ситуации с пандемией. Выводить их из этого статуса должны работодатели, которые как «игроки» обязаны предусматривать всевозможные риски, в том числе связанные с технологической гонкой, ростом конкуренции на рынке, всевозможного рода административными барьерами. Основная проблема в том, что прогнозируемые 3 млн потенциальных банкротов оказались не готовы к современным как административным преградам, так и технологическим вызовам. В связи с этим сегодня можно наблюдать, как бизнес перекладывает ответственность за свою технологическую, социальную, финансовую несостоятельность на государство, обязывая последнее брать на себя бремя потерь. Тем не менее даже в этих жестких административных и экономических условиях наиболее «подвижный» малый и средний бизнес смог адаптироваться к вызовам, найдя и пытаясь применять новые стратегии освоения местных и региональных рынков, в том числе при помощи интеграции цифровых технологий в бизнес-процессы, без серьезных рисков для финансов и персонала.

Можно говорить о том, что если не позитивный эффект, то минимальные потери от современного кризиса вынесут те субъекты хозяйствования, деятельность которых непосредственно основывается на принципах цифровой экономики: поставщики контента, торговые онлайн-площадки, IT-сектор. Так, например, сервисы, которые позволяют проводить видеоконференции, групповые звонки, в связи с актуальностью удаленной работы, демонстрируют рост спроса на свои услуги, что отражается на росте акций этих компаний. Также следует отметить сервисы доставки еды, онлайн-кинотеатры, образовательные платформы и т. д. Следует отметить, что социальная значимость этих отраслей сегодня в России не столь высокая по сравнению с теми же старопромышленными предприятиями, однако их стратегическую значимость в развитии экономики сложно переоценить. В качестве другого примера

можно рассмотреть компании, которые разрабатывают компьютерные игры. Достаточно сложно предугадать, какой синергетический эффект в период бурного развития цифровой экономики эти компании могут оказать на другие несмежные отрасли, такие как образование, здравоохранение, производство технологий виртуальной реальности и, наконец, ОПК. Развитие этих секторов определяется потребностью в первую очередь домашних хозяйств. Высвободившееся свободное время население тратит на ознакомление с информационным контентом, предоставляемым различными платформами в сети Интернет. Исходя из этого можно предположить, что одна из задач развития государственной программы «Цифровая экономика в Российской Федерации», заключающаяся в необходимости повышения цифровых компетенций населения, начала успешно реализовываться. Формируется новый потребитель — потребитель, существующий онлайн, взаимодействующий с другими покупателями, производителем опосредованно, при помощи современных цифровых технологий. Оцифровка меняет модель оказания услуг и торговых отношений. Досуг, образование, медицина, финансы, государственные услуги в условиях, когда субъект-субъектное взаимодействие становится опасным, приобретают новый качественный характер. Таким образом, глобальная пандемия создает условия и вынуждает современного человека пополнять «армию цифровых потребителей». Основные условия для этого сформированы: безопасность (информационная и социальная), экономия на посредниках, разнообразие продуктов, доступность.

Современные вызовы подталкивают и государство адаптироваться к ним. В силу необходимых мер самоизоляции населения цифровые государственные сервисы вынуждены предоставлять доступные и качественные услуги. Профильные ведомства внедряют высокотехнологичные разработки для мониторинга и идентификации нарушителей самоизоляции. Можно с уверенностью утверждать, что сервисы, технологии, освоенные на федеральном уровне, будут адаптироваться к условиям и масштабироваться на всю территорию России, а в перспективе использоваться в постпандемийный период. В свою очередь развитие среды цифрового государства формирует условия для развития высокотехнологичных секторов экономики, занятых производством как информационного обеспечения, так и технологических компонент [7].

Большую угрозу для экономики представляет сбой в работе крупнопромышленных градообразующих предприятий. Однако именно они в большей степени предрасположены реагировать на современные вызовы в организационном, финансовом, проектном ракурсах. В силу того что внедрение цифровых технологий требует крупных капитальных вложений, они доступны пока только крупным игрокам на рынке. На сегодняшний день уже имеются примеры запущенных инвестиционных проектов, направленных на внедрение цифровых технологических решений в производственную деятельность промышленных предприятий. Здесь следует отметить проекты по внедрению технологий Big Data, цифрового моделирования, нейронных сетей, искусственного интеллекта. В первую очередь эти технологии ориентированы на повышение эффективности крупных компаний за счет экономии на издержках, на оптимизацию организационной и производственной деятельности. Однако эти технологические решения не в силах обеспечить безлюдное производство (имеем в виду не сокращение персонала, а выведение производственного персонала на дистанционные работы) и тем самым безопасность трудящихся в условиях распространения вируса.

Государство вынуждено выдерживать баланс между ограничительными мерами в отношении деятельности малого бизнеса и необходимостью сохранить экономику региона за счет работы крупных промышленных предприятий. Данный подход объясняется следующим: во-первых, спонтанность возникающих торговых отношений между продавцом товаров (услуг) и множеством случайных конечных потребителей гораздо выше, чем на крупных предприятиях; во-вторых, на крупных предприятиях более качественно отлажена система производственной безопасности, которая позволяет проводить мониторинг, контроль социально-производственных контактов и управление ими; в-третьих, субъекты крупного промышленного бизнеса выступают основными налогоплательщиками; в-четвертых, крупные промышленные предприятия вовлечены в цепочку формирования добавленной стоимости, выбивание из которой одного субъекта может спровоцировать как финансовые потери на отдельном предприятии в рамках отрасли, так и снижение конкурентоспособности конечного продукта на внутреннем и международном рынках. Национальная экономическая безопасность хозяйственных систем, по крайней мере в тактическом плане, обеспечивается в реальных

(офлайновых) секторах, где занята высокая доля трудоспособного населения, а также формируются налоговые поступления в бюджет. В условиях распространения пандемии, промышленные гиганты попадают в особую рисковую зону, поскольку результат производства — это результат общего ручного и автоматизированного труда взаимодействующих между собой работников. Таким образом, современный кризис бьет по производственным отношениям.

Какие возможности в сложившихся условиях для промышленных гигантов может дать освоение цифровых технологий? Во-первых, такие обстоятельства позволят развивать внутреннюю кооперацию, в частности высокотехнологичных производителей с применением цифровых промышленных платформ. Во-вторых, большинство крупных добывающих и обрабатывающих компаний России ориентированы на мировые рынки, которые также находятся в условиях административных ограничений из-за сложившейся эпидемиологической обстановки. Важным ресурсом, который может сформироваться в конкурентное преимущество, выступает время, которое выделяется у производственных рабочих в связи с простоями производства, срывами контрактов и пр. Вопрос в том, как этим свободным временем воспользуется крупный промышленный капитал, имея при этом у себя человеческий, ресурсный, финансовый и технологический накопленный потенциал, будет ли он заниматься освоением или тестированием современного технологического тренда — внедрением цифровых технологий, оцифровкой производственных процессов, развитием цифровых навыков и компетенций, освоением рынка Tech-net и др.

Пандемия затронула экономику почти всех стран. Уже имеется приличный опыт международного государственного реагирования на данную проблему [18]. В странах с развитой и развивающейся экономикой повсеместно пришло осознание того, что одним из адекватных ответов на глобальный вызов выступает технологическое перевооружение фондов в ракурсе их цифровизации. Очевидным стало то, что использование «сквозных» цифровых технологий позволяет обеспечить достижение двух стратегических результатов: во-первых, дистанцировать субъектов хозяйствования без критического нарушения протекания производственных отношений; во-вторых, сделать вклад в будущий экономический рост и конкурентоспособность национальной экономики. Однако не совсем, считаем, очевидным является то, что в большей степени стратегических результатов добьются экономики, которые не имплантируют опыт оцифровки, то есть эксплуатируют цифровую инфраструктуру лидеров рынка, а, напротив, те экономики, которые формируют свой технологический задел или осваивают новые цифровые рынки-net. Иными словами, относительно высокий уровень добавленной стоимости в ВВП от использования цифровых технологий обеспечат себе в первую очередь технологические лидеры, которые формируют среду цифрового рынка, предоставляют технологические решения для развития бизнеса. Российская экономика в абсолютные лидеры развития цифровой экономики не входит. Тем не менее можно выделить как минимум две сферы, которые отмечаются высокими результатами цифровизации, в том числе способствуют охранительным мерам, препятствующим развитию пандемии: во-первых, банковская сфера, а также сфера предоставления государственных услуг населению. Эти сферы способствуют росту качества жизни населения, однако серьезного синергетического эффекта на цифровизацию имеющегося промышленного потенциала не окажут. Возможно, данный опыт, технические решения можно будет масштабировать на международном уровне, добиться коммерциализации идей, а также сформировать задел в освоении рынка Fintech.

Список литературы

1. Акмаева Р. И., Карлина Е. П. О возможных стратегиях развития российских компаний в посткризисный период // Вестник АГТУ. Сер.: Экономика. 2020. № 2. С. 7—18.

2. Белокрылов К. А. Постпандемическая стратегия цифровизации публичного сектора региона // Научные труды ВЭО. 2020. Т. 224. С. 235—249.

3. Гурова М. А. Дистанционная работа как тренд времени: результаты массового опыта // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2020. Т. 11, № 2. С. 128—147.

4. Миронов В. В. После пандемии. Векторы будущего развития // Научные труды ВЭО. 2020. Т. 223. С. 522—529.

5. Осипов П. Н. «Вирусная» цифровизация и ее последствия // Профессиональное образование и рынок труда. 2020. № 2. С. 75—77.

6. Салыгин В. И., Маркин А. С. Цифровая экономика в условиях пандемии // Научные труды ВЭО. 2020. Т. 223. С. 244—250.

7. Цифровая повестка и инициативы в области цифровых технологий в условиях COVID-19 (обзор практик Европейского Союза, Организации экономического сотрудничества и развития, а также других стран). М.: НИУ ВШЭ, 2020. 19 с.

8. Информация Министерства экономического развития РФ от 27 марта 2020 г. «Правительство определило 22 отрасли, которые первыми получат господдержку» // Гарант. URL: http://base.garant.ru/73812544/#ixzz6Kib8boqh (дата обращения 17.04.2020)

9. Назарова К. Сбербанк оценил долю занятых в малом и среднем бизнесе // РБК. 2019. URL: https://www.rbc.ru/economics/22/07/2019/5d3594ee9a79478645ac1102 (дата обращения 24.04.2020).

10. ТПП предупредила о риске разорения 3 млн предпринимателей из-за вируса // РБК. URL: https://www.rbc.ru/economics/21/03/2020/5e7490569a7947467949c77d (дата обращения 10.04.2020).

11. Baldwin R., Mauro B. W. di Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do What-ever it Takes. London, UK: Centre for Economic Policy Research. 2020.

12. Bratić V., Franić J. Public sector economics in the time of coronavirus // Institute of Public Finance. 2020. № 112. doi: 10.3326/pr.2020.112.

13. Buera F., Neumeyer A., Fattal Jaef R. N., Shin Y. The Economic Ripple Effects of COVID-19. Unpublished manuscript. Washington DC: The World Bank, 2020.

14. Cowen T. Plans for Economic Mitigation from the Coronavirus, Econfip Policy Brief. 2020. URL: https://econfip.org/policy-brief/plans-for-economic-mitigation-from-the-coronavirus/.

15. Eichenbaum M. S., Rebelo S., Trabandt M. The Macroeconomics of Epidemics. NBER Working Paper 26882. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, 2020.

16. Gans J. Economics in the Age of COVID-19. London, UK: MIT Press, 2020.

17. Gourinchas P. O. Flattening the pandemic and recession curves // Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever it Takes / eds. Baldwin and Weber di Mauro. London, UK: Center for Economic Policy Research, 2020.

18. Jackson J. K. Global Economic Effects of COVID-19. Congressional Research Service // Congressional Research Service. 2020. URL: https://fas.org/sgp/crs/row/R46270.pdf.

19. McKibbin W., Roshen F. The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios // Brookings. 2020. URL: https://www.brookings.edu/research/the-global-macroeconomic-impacts-of-covid-19-seven-scenarios/.

Сведения об авторах

Бархатов Виктор Иванович — доктор экономических наук, профессор, директор Института экономики отраслей, бизнеса и администрирования Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. ieo-science@csu.ru

Дьяченко Олег Вячеславович — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики отраслей и рынков Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. dyachenko@csu.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 177—182.

DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY OF RUSSIA IN THE CONDITIONS OF THE PANDEMIC

V. I. Barkhatov
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. ieo-science@csu.ru

O. V. Dyachenko
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. dyachenko@csu.ru

The article examines the process of digitalization as a form of mitigating the impact of the crisis caused by the spread of the pandemic to business entities. Households, small businesses, large industrial enterprises and the state as active subjects of digitalization are considered as the object of research. The idea is being developed that digitalization contributes to the development of industrial relations, provides a contribution to future

economic growth, and most importantly minimizes the threat of the spread of a pandemic, which generally creates conditions for ensuring the economic security of the country.

Keywords: *digital economy, digital platforms, industry, small and medium-sized businesses, crisis, pandemic.*

Reference

1. Akmaeva R. I., Karlina E. P. (2020) *Vestnik AGTU. Ser.: Ekonomika*, no. 2, pp. 7—18 [in Russ.].
2. Belokrylov K. A. (2020) *Nauchnyye trudy VEO*, vol. 224, pp. 235—249 [in Russ.].
3. Gurova M. A. (2020) *MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitiye)*, vol. 11, no. 2, pp. 128—147 [in Russ.].
4. Mironov V. V. (2020) *Nauchnyye trudy VEO*, vol. 223, pp. 522—529 [in Russ.].
5. Osipov P. N. (2020) *Professional'noye obrazovaniye i rynok truda*, no. 2, pp. 75—77 [in Russ.].
6. Salygin V. I. (2020) *Nauchnyye trudy VEO*, vol. 223, pp. 244—250 [in Russ.].
7. (2020) *Cifrovaya povestka i iniciativy v oblasti cifrovyh tekhnologij v usloviyah COVID-19 (obzor praktik Evropejskogo soyuza, Organizacii ekonomicheskogo sotrudnichestva i razvitiya, a takzhe drugih stran)* [Digital agenda and initiatives in the field of digital technologies in the context of COVID-19 (review of practices of the European Union, the Organization for Economic Cooperation and Development, as well as other countries)]. Moscow, NRU HSE. 19 p. [in Russ.].
8. Informaciya Ministerstva ekonomicheskogo razvitiya RF ot 27 marta 2020 g. «Pravitel'stvo opredelilo 22 otrasli, kotorye pervymi poluchat gospodderzhku» [Information from the Ministry of Economic Development of the Russian Federation dated March 27, 2020 «The Government has identified 22 industries that will be the first to receive state support]. Available at: http://base.garant.ru/73812544/#ixzz6Kib8boqh, accessed 17.04.2020 [in Russ.].
9. Nazarova K. (2019) *Sberbank ocenil dolyu zanyatyh v malom i srednem biznese* [Sberbank estimates the share of people employed in small and medium-sized businesses]. Available at: https://www.rbc.ru/economics/22/07/2019/5d3594ee9a79478645ac1102, accessed 24.04.2020 [in Russ.].
10. *TPP predupredila o riske razoreniya 3 mln predprinimatelej iz-za virusa* [The Chamber of Commerce warns of the risk of bankruptcy of 3 million entrepreneurs due to the virus]. Available at: https://www.rbc.ru/economics/21/03/2020/5e7490569a7947467949c77d, accessed 10.04.2020 [in Russ.].
11. Baldwin R., Mauro B. W. di (2020) Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do What-ever it Takes. A VoxEU.org Book. London, UK, Centre for Economic Policy Research.
12. Bratić V., Franić J. (2020) *Institute of Public Finance*, no. 112. doi: 10.3326/pr.2020.112.
13. Buera F., Neumeyer A., Fattal Jaef R. N., Shin Y. (2020) The Economic Ripple Effects of COVID-19. Unpublished manuscript. Washington DC, The World Bank.
14. Cowen T. (2020) Plans for Economic Mitigation from the Coronavirus, Econfip Policy Brief. Available at: https://econfip.org/policy-brief/plans-for-economic-mitigation-from-the-coronavirus/.
15. Eichenbaum M. S., Rebelo S., Trabandt M. (2020) The Macroeconomics of Epidemics. NBER Working Paper 26882. Cambridge, MA, National Bureau of Economic Research.
16. Gans J. (2020) Economics in the Age of COVID-19. London, UK, MIT Press.
17. Gourinchas P. O. (2020) Flattening the pandemic and recession curves. In Baldwin and Weber di Mauro (eds.). Mitigating the COVID Economic Crisis: Act Fast and Do Whatever it Takes. London, UK, Center for Economic Policy Research.
18. Jackson J. K. (2020) Global Economic Effects of COVID-19. Congressional Research Service. Available at: https://fas.org/sgp/crs/row/R46270.pdf.
19. McKibbin W., Roshen F. (2020) The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios. Available at: https://www.brookings.edu/research/the-global-macroeconomic-impacts-of-covid-19-seven-scenarios/.

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 183—186.

УДК 338.45
ББК 65.305.2; 65.291.92

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11021

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: ПРИБЫЛЬ КАК КРИТЕРИЙ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПАО «МАГНИТОГОРСКИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ КОМБИНАТ»

***Е. В. Балакин*[1], *Д. А. Балакин*[2]**

[1] *Территориальный фонд обязательного медицинского страхования Челябинской области, Челябинск, Россия*
[2] *Российская телевизионная и радиовещательная сеть, Челябинск, Россия*

Цель данного исследования — анализ и разработка драйверов повышения эффективности промышленного предприятия. Методология — рентабельность операционной прибыли по EBITDA (в соответствии с Международной системой финансовой отчетности). Задачи научного исследования: анализ показателей эффективности промышленного предприятия; выделение прибыли как критерия оценки деятельности предприятия; разработка драйверов повышения эффективности промышленного предприятия. Научная новизна и практическая значимость данной научной статьи состоит в разработке драйверов повышения эффективности промышленного предприятия и приоритетных стратегий развития бизнеса на основе анализа прибыли как критерия оценки эффективности деятельности предприятия.

Ключевые слова: *эффективность промышленного предприятия, прибыль как критерий оценки деятельности, международная система финансовой отчетности, рентабельность, Магнитогорский металлургический комбинат (ММК).*

Металлургия — одна из наиболее развитых отраслей российской экономики. Состояние и развитие предприятий металлургического комплекса оказывают существенное влияние на экономическую стабильность регионов России. В свою очередь социальная значимость металлургической промышленности обусловлена ее существенным вкладом в обеспечение занятости населения. Таким образом, эффективное функционирование металлургических предприятий России является важнейшим условием устойчивого экономического и социального развития регионов присутствия.

Обращает на себя внимание особенность металлургического производства: большинство предприятий работают полным циклом, выпускают сталь, чугун и прокат [4]. Несмотря на свою значимость, черная металлургия как специфичное, затратное и масштабное производство сталкивается с существенными трудностями, во многом тормозящими ее развитие. Первая проблема — это энергозатратность производства, находящаяся на высоком уровне в сравнении с конкурентными производствами. Вторая проблема — невысокий предполагаемый объем реализации продукции при установленной ценовой политике [3]. Кроме того, особенности черной металлургии тормозят модернизацию производственных процессов по причине жесткой привязки технологических процессов друг к другу. Модернизация технологических звеньев по отдельности — сложный, затратный и в конечном итоге невыгодный процесс.

В 2019 г. среди ключевых проблем, стоящих перед металлургической отраслью в России, основными были несовершенство государственного регулирования (25%), недостаток производственных мощностей (18%) и высокий уровень налогообложения (17%) [2]. Показатели использования металлургическим предприятием различных ресурсов анализируются в связи с существенным влиянием налоговых отчислений на формирование доходной части бюджета.

В 2019 г. ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» произвело 12,5 млн т стали и 11,3 млн т товарной металлопродукции [1]. Большой объем товарной продукции предприятия не реализуется и хранится на складах, что повышает стоимость складских издержек.

Цель исследования — анализ и разработка драйверов повышения эффективности промышленного предприятия. Объект научного исследования — ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат». Предмет — рентабельность операционной прибыли по EBITDA. Задачи научного исследования:

1) анализ показателей эффективности промышленного предприятия;

2) выделение прибыли как критерия оценки деятельности предприятия;

3) разработка драйверов повышения эффективности промышленного предприятия.

Научная новизна и практическая значимость статьи состоит в разработке драйверов повышения

эффективности промышленного предприятия и приоритетных стратегий развития бизнеса на основе анализа прибыли как критерия оценки эффективности деятельности предприятия.

Рассмотрим финансовые результаты деятельности ПАО «ММК» по консолидированной финансовой отчетности (в соответствии с Международной системой финансовой отчетности) за 2019 г. в рамках темы исследования — только рентабельность операционной прибыли, которая рассчитывается на основе EBITDA по каждому из операционных сегментов: сегмент по производству металлопродукции и сегмент по добыче угля. EBITDA рассчитывается на основе прибыли от операционной деятельности, скорректированной на амортизацию и убыток от выбытия основных средств, а также на долю в финансовых результатах зависимых предприятий, включая обесценение вложений в зависимые организации.

По состоянию на 31.12.2019 итоговая выручка ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» за 2019 г. снизилась на 4,8 % по сравнению с 2018 г. и составила 489,74 млрд руб., из которых 202,81 млрд руб. — горячекатаная сталь [4]. Прибыль от операционной деятельности ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» снизилась на 28,1 % (82,64 млрд руб. в 2019 г. против 114,97 млрд руб. в 2018 г.), рентабельность от операционной деятельности снизилась на 5,4 п. п. и составила в 2019 г. 16,9 % против 22,3 % в 2018 г. Показатель прибыли до вычета износа, налогов, расходов по выплате процентов и начисленной амортизации (EBITDA) ММК снизился на 23,1 % и составил за 2019 г. 116,54 млрд руб. (151,61 млрд руб. в 2018 г.). Таким образом, рентабельность по EBITDA ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» в 2019 г. снизилась на 5,7 п. п. и составляет 23,8 % против 29,5 % в 2018 г. (см. рисунок ниже).

Рентабельность по EBITDA ведущих российских металлургических компаний в 2019 г. находилась в интервале от 24 до 39 %. Рентабельность по EBITDA ПАО «Мечел» за 2019 г. составила 53,43 млрд руб., или 18,0 % [5].

Консолидированный показатель EBITDA за 2019 г. сократился на 29 % в сравнении с показателем 2018 г. Наибольшее влияние на его динамику оказало снижение EBITDA металлургического дивизиона в результате сокращения объемов производства и реализации стальной продукции на фоне масштабной программы реконструкции оборудования на Челябинском металлургическом комбинате, а также огромная закредитованность предприятия, сократившаяся, однако, на 31,0 млрд руб. — с 412,3 млрд до 381,3 млрд руб. Необходимо отметить, что проводимые мероприятия по обновлению мощностей в ближайшем будущем, безусловно, положительно отразятся как на объемах производства, так и на его рентабельности. На финансовый результат добывающего

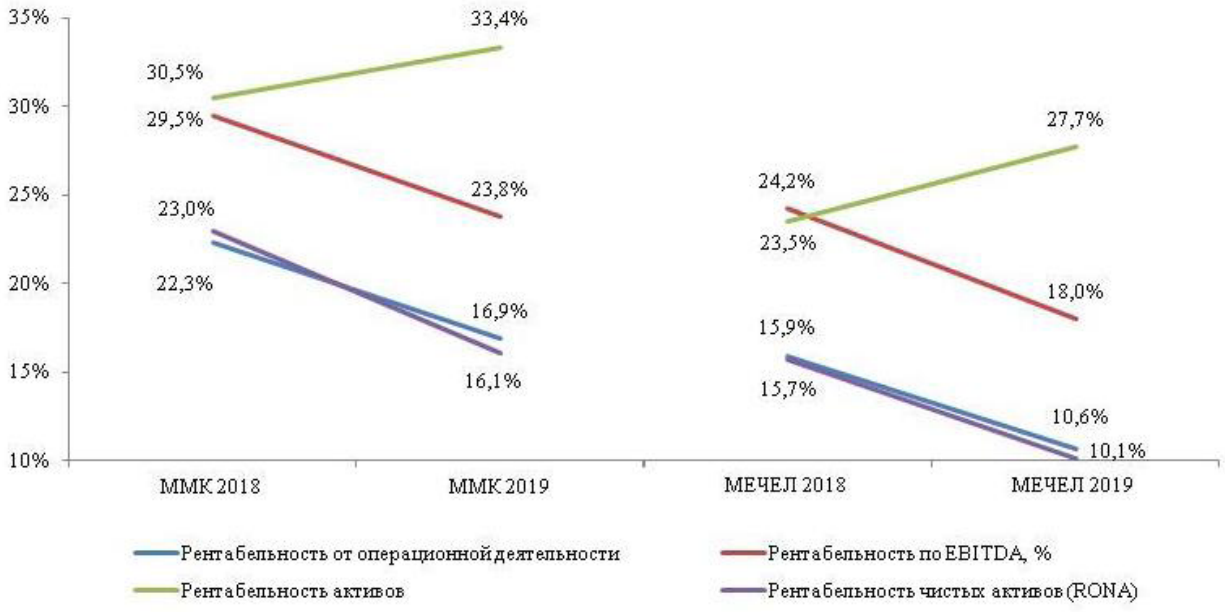


Рис. 1. Рентабельность по операционной прибыли

Источник: составлено авторами на основе данных консолидированной финансовой отчетности за 2018—2019 гг. ПАО «ММК» и ПАО «Мечел» (www.mmk.ru; www.mechel.ru).

дивизиона в первую очередь повлияла негативная динамика рынка углей для металлургии. Также на показателях отразилось сокращение объемов добычи угля в первом полугодии 2019 г. на фоне затоваривания складов, сформировавшегося в конце 2018 г. Прибыль, приходящаяся на акционеров ПАО «Мечел», по итогам 2019 г. снизилась на 10,2 млрд руб. по сравнению с прошлым годом, до 2,4 млрд руб. [Там же]. Значительное влияние на динамику показателя оказало сокращение валовой прибыли на 26,1 млрд руб. ввиду снижения выручки от реализации третьим лицам и роста себестоимости реализации.

Следует подчеркнуть, что рентабельность по сегментам сильно различается. Выручка металлургического сегмента примерно в два раза выше добывающего. При этом добывающий сегмент приносит больше прибыли. Данная ситуация является следствием колоссальной разницы в рентабельности сегментов. Сегмент по производству металлопродукции обычно не превышает 11—15 % рентабельности по EBITDA, что существенно меньше, чем у других сегментов черной металлургии. Рентабельность добывающего сегмента достигает 50 %. Очевидно, что хозяйственная деятельность ПАО «Мечел» направлена на увеличение добычи угля, потому что это самая выгодная часть бизнеса.

Финансовые расходы ПАО «Мечел» уменьшились за 2019 г. на 3,2 млрд руб., или 8 %, в сравнении с 2018 г., что связано со снижением ключевой ставки Банка России и других плавающих ставок, а также с проводимой ПАО «Мечел» работой по реструктуризации задолженности и снижению стоимости заемного финансирования [Там же].

В четвертом квартале финансовые расходы снизились на 0,1 млрд руб., до 9,4 млрд с 9,5 млрд руб. в третьем квартале 2019 г., что также связано со снижением ключевой ставки Банка России [Там же].

За 2019 г. активы ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» выросли на 12,11 млрд руб., и составили 512,78 млрд руб., в то время как обязательства группы компаний выросли на 18,50 млрд руб., до 171,14 млрд руб.

Рентабельность чистых активов (RONA) ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» за 2019 г., рассчитываемая как отношение прибыли до налогообложения (82,64 млрд руб.) к чистым активам предприятия (512,78 млрд руб.) уменьшилась на 6,8 п. п. по отношению к 2018 г. и составила 16,1 % по сравнению с 22,9 % в 2018 г.

На основании проведенного анализа можно сделать выводы, что рентабельность операционной деятельности по EBITDA ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» (в соответствии с Международной системой финансовой отчетности) за 2019 г. соответствует рентабельности ведущих российских металлургических предприятий и на 5,8 п. п. выше рентабельности операционной деятельности ПАО «Мечел» за тот же период. Из вышеизложенного следует, что снижение рентабельности операционной деятельности по EBITDA ПАО «ММК» в 2019 г. является драйвером повышения конкурентоспособности предприятия за счет:

1) повышения производственно-технического потенциала (ввод новых мощностей);
2) повышения спроса внутри России;
3) повышения спроса за пределами России;
4) вертикальной интеграции.

Основным фактором повышения конкурентоспособности ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» на мировом рынке является государственная поддержка в форме финансирования и субсидирования, тогда как среди факторов роста конкурентоспособности на внутреннем рынке ключевыми являются увеличение производственно-технического потенциала и повышение спроса внутри России.

Приоритетными стратегиями развития бизнеса в 2020 г. для ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» являются:

1) выход на новые рынки;
2) внедрение передовых технологий и инноваций;
3) техническое перевооружение и модернизация производства;
4) повышение производственно-технического потенциала (ввод новых мощностей, увеличение объемов производства);
5) замещение импортной продукции на российском рынке.

Для того чтобы отстоять лидирующие позиции на мировом и внутреннем рынках металлургической отрасли, необходимо изменение самого подхода к производственным процессам, получению прибыли, ведению бизнеса.

В целях поступательного развития металлургии не следует откладывать реструктуризацию производственных процессов. Однако этот путь осложняется тем, что российские предприниматели не оставляют погоню за длинным рублем при одновременном желании сэкономить на сырье и достойной оплате труда работников предприятий.

Список литературы

1. Рашников В. Ф. Развитие ОАО «ММК» как инновационного предприятия // Вестник Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова. 2008. № 1. С. 12—16.

2. Стратегия развития металлургической промышленности России на период до 2020 года // Министерство промышленности и торговли Российской Федерации.

3. Шайбакова Л. Ф., Новоселов С. В. Тенденции, особенности и проблемы развития черной металлургии России // Управленец. 2017. № 5 (69). С. 40—49.

4. ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»: сайт. URL: www.mmk.ru.

5. ПАО «Мечел»: сайт. URL: www.mechel.ru.

Сведения об авторах

Балакин Евгений Владимирович — ведущий специалист территориального фонда обязательного медицинского страхования Челябинской области, Челябинск, Россия. balakin84@mail.ru

Балакин Дмитрий Александрович — специалист ФГУП «Российская телевизионная и радиовещательная сеть», Челябинск, Россия. balakindimkagame@gmail.com

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 183—186.

THE RESEARCH OF THE EFFICIENCY OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE: PROFIT AS A CRITERION FOR EVALUATING ACTIVITIES PJSC MAGNITOGORSK IRON AND STEEL WORKS

E. V. Balakin

Territorial Fund for Mandatory Medical Insurance of the Chelyabinsk Region, Chelyabinsk, Russia. balakin84@mail.ru

D. A. Balakin

Russian Television and Radio Broadcasting Network, Chelyabinsk, Russia. balakindimkagame@gmail.com

The purpose of this study is to analyze and develop drivers for increasing the efficiency of an industrial enterprise. Research methodology — EBITDA operating profit margin (in accordance with the International Financial Reporting System). Research objectives are analysis of performance indicators of an industrial enterprise; allocation of profit as a criterion for assessing the activities of the enterprise; Development of drivers for increasing the efficiency of an industrial enterprise. The scientific novelty and practical significance of this scientific article lies in the development of drivers for increasing the efficiency of an industrial enterprise and priority business development strategies based on profit analysis as a criterion for assessing the efficiency of an enterprise.

Keywords: *industrial enterprise efficiency, profit as a criterion for evaluating activities, international financial reporting system, profitability, Earnings before taxes, interest, depreciation and amortization, driver for increasing the competitiveness of the enterprise, Magnitogorsk Iron and Steel Company.*

References

1. Rashnikov V.F. (2008). *Vestnik Magnitogorskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta im. G. I. Nosova,* no. 1, pp. 12—16 [in Russ.].

2. Strategiya razvitiya metallurgicheskoy promyshlennosti Rossii na period do 2020 goda [Development strategy of the metallurgical industry in Russia for the period up to 2020]. Ministerstvo promyshlennosti i torgovli Rossiyskoy Federatsii [Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation] [in Russ.].

3. Shaybakova L.F., Novoselov S. V. (2017) *Upravlenets*, no. 5 (69), pp. 40—49 [in Russ.].

4. PAO «Magnitogorskiy metallurgicheskiy kombinat» [PJSC Magnitogorsk Iron and Steel Company]. Available at: www.mmk.ru [in Russ.].

5. PAO «Mechel» [Mechel PAO]. Available at: www.mechel.ru [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 187—191.

УДК 331.104.2
ББК 88.8

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11022

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ДЕЛОВОГО УСПЕХА ОРГАНИЗАЦИИ

Ю. Г. Мальцев
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Исследуются психологические факторы достижения делового успеха организации, в частности психология собственников предприятия и роль корпоративной культуры в формировании личностных особенностей работников организации. Корпоративная культура для современных организаций — это способ объединения сотрудников для реализации целей организации и достижения делового успеха. Выделяют четыре типа корпоративной культуры: адхократическая, бюрократическая, клановая, рыночная. Каждый тип корпоративной культуры оказывает влияние на личность человека, участника данной корпоративной культуры. Деловой успех организации строится на личностных качествах сотрудников и способах их объединения. Следовательно, в организации важно формировать корпоративную культуру, способствующую ее деловому успеху. Исследование показывает, что для достижения делового успеха и высокой конкурентоспособности организации ей необходимы клановый или рыночный типы корпоративной культуры.

Ключевые слова: *деловой успех, корпоративная культура, личность, субъектность.*

Корпоративная культура для современных организаций — это способ объединения сотрудников для реализации целей организации и достижения делового успеха. Цель работы заключается в исследовании роли корпоративной культуры в достижении организацией делового успеха.

Э. Х. Шейн [1] приводит следующее определение корпоративной культуры: паттерн базовых представлений группы сотрудников, необходимых для успешной адаптации к изменяющимся условиям деятельности фирмы, как внешним, так и внутренним. Паттерн достаточно устойчив и эффективен и передается новым сотрудникам в качестве системы ценностей, правил и норм для решения адаптационных проблем.

Л. В. Карташова [2] приводит следующее определение корпоративной культуры: корпоративная культура представляет собой систему норм и правил, регулирующих взаимоотношения коллектива фирмы как между собой, так и с сотрудниками других фирм, что позволяет повышать эффективность деятельности фирмы в бизнесе. Рост эффективности основывается на процессах адаптации к новым условиям деятельности. Сотрудники организации принимают определенные нормы поведения, утвержденные в конкретной организации, разделяемые большинством ее членов.

Г. Л. Хает, О. Л. Еськов [11] определяют корпоративную культуру как систему ценностей, убеждений, верований, представлений, ожиданий, символов, а также деловых принципов, норм поведения, традиций, ритуалов, которые сложились в организации и ее подразделениях за время деятельности и принимаются большинством сотрудников.

По мнению И. В. Грошева [3], корпоративная культура имеет следующие структурные компоненты: слаженность работы сотрудников в команде, преданность организации, готовность соответствовать ее требованиям, готовность изменятся согласно требованиям времени для повышения качества и производительности труда. Корпоративная культура формирует поведение сотрудников организации, снижает текучесть кадров.

Н. С. Рынкевич, Т. В. Данилова в своей работе [9] говорят о том, что корпоративная культура регулирует деятельность сотрудников организации, формирует лояльность, следовательно, способствует повышению качества производимой продукции.

Г. Н. Николаева [10] говорит о необходимости эффективного управления человеческим капиталом организации посредством корпоративной культуры и ее системы ценностей.

С. А. Шапиро [12] определяет корпоративную культуру как «совокупность морально-этических принципов, социальных норм и правил поведения в организации, а также ценностных ориентаций, принимаемых и разделяемых работниками компании и представленных в виде ряда артефактов культуры, а с другой стороны — комплекс сознательных и подсознательных действий, как сотрудников, так

и руководства фирмы, образовавшихся в результате первоначальных установок основателей организаций и последующего... осмысления деятельности фирмы, направленной на достижение успешных результатов».

Л. Д. Гительман [13] определяет корпоративную культуру как «совокупность господствующих в данном коллективе ценностей, убеждений, установок, а также общий психологический климат, помогающие работникам понять назначение организации в целом (смысла их деятельности, во имя чего они работают), механизм ее функционирования и тем самым создать нормы деятельности и поведения, правила следования им».

В. В. Козлов [14] определяет корпоративную культуру как «систему формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников данной организации, стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества, идентифицирования работников с предприятием и перспективами его развития. Это сложный комплекс предположений, бездоказательно принимаемый всеми членами организации и задающий общие рамки поведения, принимаемые большей ее частью. Корпоративная культура проявляется в философии и идеологии управления, ценностных ориентациях, верованиях, ожиданиях, нормах поведения и представляет собой интегральную характеристику организации, ее ценностей, норм поведения, способов оценки деятельности, данные в языке определенной терминологии, понятной и разделяемой всеми членами организации».

Ф. Харрис и Р. Моран [См.: 4] выделяют следующие компоненты корпоративной культуры, свойственные любой организации:

1) Понимание сотрудником своего места в организации. Например, в одних организациях ценится эмоциональная поддержка, в других — сдерживание своих эмоций. В ряде компаний творчество — это совместная деятельность, в иных — индивидуальная.

2) Коммуникации между сотрудниками. Разнятся в зависимости от организации. В одних организациях акцент смещен на невербальное общение, в других — на вербальное.

3) Имидж сотрудников заключается в стиле одежды и различных аксессуаров.

4) Питание работников. Организации создают столовые для сотрудников, выделяют средства.

5) Отношение к времени как к ресурсу. Сотрудники организации имеют ориентации на прошлое, настоящее или будущее. Эффективность труда выше у сотрудников, ориентированных на будущее.

6) Межличностные отношения. Этикет, способы разрешения конфликтов.

7) Ценности и нормы поведения. Ожидания от сотрудников поведения в определенных рамках.

8) Мировоззрение. Вера в собственные силы, успех организации.

9) Самореализация. Достижение собственных целей работника в процессе реализации общих целей фирмы. Степень осознанности в профессиональной деятельности, рациональности мышления, креативности формируют самореализацию работника.

10) Мотивация. Отношение к деятельности как к ценности, ответственность, вознаграждение — как материальное, так и нематериальное.

Е. В. Смирнова [15] считает, что «погружение в корпоративную культуру позволяет увидеть и прочувствовать ее проявления, составить представление об историческом развитии организации, включиться в протекающие в ней процессы. Зачастую корпоративная культура проявляется в особенной лексике, употребляемой большинством коллектива, стиле одежды, неформальных правилах коммуникаций, принципах использования рабочего времени и пространства. Важным выражением корпоративной культуры является проведение особых ритуалов, с помощью которых группа подчеркивает свое особое положение, отличия от других социальных или профессиональных групп. Ритуалы также способствуют укреплению социальной и профессиональной солидарности сотрудников, являются выражением взаимного признания и уважения».

Таким образом, корпоративная культура организации затрагивает широкий спектр личностных качеств работника, участвует в их формировании. Рассмотрим различные типы корпоративной культуры с целью определить влияние типа корпоративной культуры на личность работника.

Корпоративная культура организации влияет на становление сотрудников, формирование качеств личности, моделей поведения, а так же на стиль и нормы отношений сотрудников организации. Сотрудник, вступивший в должность, оказывается под влиянием корпоративной культуры организации, носителем ее ценностей и норм.

Как считает В. А. Спивак [6], корпоративная культура организации включает следующие компоненты: ценности, нормы, ожидания и убеждения, лидерское видение, традиции, символика. Компоненты корпоративной культуры составляют различия между организациями, а также детерминируют мышление и деятельность сотрудников. Именно корпоративная культура служит скрепой для организации: широта и глубина взаимосвязи между членами организации, их восприятие себя как части единого целого, их способность к взаимодействию определяют способность организации к устойчивому долгосрочному развитию.

Эффективное управление организацией предполагает внесение изменений в корпоративную культуру. Корпоративная культура должна формировать конкурентоспособных сотрудников, которые смогут вносить и осваивать инновации. Исследование влияния корпоративной культуры на личностные качества сотрудников необходимо для обеспечения делового успеха организации и развития сотрудников.

Корпоративная культура представляет собой систему положений, разделяемых членами организации и выраженных в ценностях и символике организации. Положения направляют поведение сотрудников по общему ориентиру. Приведем классификацию типов корпоративной культуры К. Камерона и Р. Куинна [5]: клановый, рыночный, бюрократический и адхократический.

Клановая культура включает в себя верность традициям, сплоченность коллектива и благоприятный психологический климат, умение работать в команде, ответственность сотрудников. Все сотрудники разделяют ценности организации. Недостатком такой культуры является панибратство, интриги, межличностные конфликты.

Адхократическая культура основывается на инновациях и экспериментах, личной инициативе, свободе, креативности при решении проблем с неопределенностью. Организация с адхократической культурой ориентирована на рыночную ситуацию будущего. Минусом адхократической культуры является низкая структурная управляемость: такая организация управляется в «ручном режиме».

Бюрократическая культура характеризуется структурированностью и формализацией, процедуры управляют деятельностью сотрудников. Такая организация характеризуется плавностью деятельности, общими для всех правилами. Основная проблема организации с бюрократическим типом культуры — обеспечение стабильного и рентабельного выполнения показателей.

Рыночная культура характеризуется внешней направленностью (на окружение организации). Целью такой организации является достижение цели. Личностные отношения между сотрудниками не учитываются при принятии управленческих решений.

Таким образом, различные типы корпоративной культуры транслируют своим носителям различные типы ценностей, норм, моделей поведения, развивают в людях различные личностные качества.

Основной личностной характеристикой конкурентоспособного сотрудника организации, который может повысить эффективность деятельности, является самостоятельность. В основе человеческого капитала успешной компании стоят самостоятельные сотрудники.

Д. А. Циринг [7; 8] рассматривает самостоятельность как личностное качество человека, характеризующее его способность преобразовывать внешнюю среду. Самостоятельность формируется в процессе преодоления жизненных и профессиональных проблем, проявляется в виде поведенческих стратегий, позволяющих адаптироваться к новым условиям деятельности, в принятии обоснованных решений. Следовательно, самостоятельность является необходимым качеством личности успешного сотрудника и должно развиваться усилиями организации, посредством корпоративной культуры.

Корпоративная культура формирует ценностную систему сотрудника и поведенческие стратегии. Бюрократическая культура лишена творчества и строго структурирована, поэтому она не способствует формированию эффективного сотрудника с субъектной позицией. Адхократическая культура формирует «ручной» тип управления, что повышает контроль со стороны начальства, а это мешает проявлению субъектной позиции сотрудника. Рыночная и клановая культура за счет своей свободы коммуникаций и благодаря низкому уровню контроля со стороны руководства, теплому психологическому климату, соперничеству и инновациям формируют самостоятельность сотрудников. Как мы уже говорили выше, субъектность личности сотрудника повышает его конкурентоспособность, что ведет организацию к деловому успеху.

Список литературы

1. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство. СПб.: Питер, 2011. 336 с.
2. Карташова Л. В. Организационное поведение: монография. М.: ИНФРА-М, 2001. 220 с.
3. Грошев И. В. Организационная культура в системе менеджмента современного российского предпринимательства: автореф. дис. … д-ра экон. наук. Тамбов, 2007. 40 с.
4. Дафт Р. Л. Менеджмент. 10-е изд. СПб.: Питер, 2014. 655 с.
5. Камерон К. С., Куинн Р. Э. Диагностика и изменение организационной культуры: пер. с англ. / под ред. И. В. Андреевой. СПб.: Питер, 2001. 320 с.
6. Спивак В. А. Корпоративная культура: теория и практика. М.: Питер, 2001. 250 с.
7. Циринг Д. А. Психология личностной беспомощности: исследование уровней субъектности. М.: Академия, 2010. 410 с.
8. Zabelina E., Tsiring D., Chestyunina Y. Personal helplessness and self-reliance as predictors of small business development in Russia: pilot study results // The International Entrepreneurship and Management Journal. 2018. Vol. 14, № 2. С. 279—293.
9. Рынкевич Н. С., Данилова Т. В. Исследование влияния корпоративной культуры на организационную эффективность // Вестник ПДАБА. 2010. С. 59—66 с.
10. Николаева Г. Н. Развитие организационной культуры как фактор повышения эффективности управления персоналом // Известия Байкальского государственного университета. 2006. С. 68—70 с.
11. Хает Г. Л., Еськов О. Л. Корпоративная культура: учеб. пособие / Киев, 2003. 403 с.
12. Шапиро С. А. Инновационные подходы к процессу управления персоналом организации: монография. М.: РХТУ им Д. И. Менделеева, 2011. 152 с.
13. Гительман Л. Д. Преобразующий менеджмент: Лидерам реорганизации и консультантам по управлению: учеб. пособие для экон. специальностей вузов. М.: Дело, 1999. 145 с.
14. Козлов В. В. Корпоративная культура: опыт, проблемы и перспективы развития: монография. М.: Дело, 2001. 249 с.
15. Смирнова Е. В. Методы исследования организационной культуры // Факторы успеха. 2015. № 1 (4). С. 97—102.

Сведения об авторе

Мальцев Юрий Геннадьевич — ассистент кафедры экономической теории и регионального развития Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. Brazil.yura@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 187—191.

PSYCHOLOGICAL FACTORS OF THE ORGANIZATION'S BUSINESS SUCCESS

Y. G. Maltsev
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. Brazil.yura@mail.ru

The article examines the psychological factors of achieving business success of the organization, in particular, the psychology of the owners of the enterprise and the role of corporate culture in the formation of personal characteristics of the organization's employees. Corporate culture for modern organizations is a way of bringing employees together in order to achieve the goals of the organization and achieve business success. There are four types of corporate culture: adhocratic, bureaucratic, clan, market. Each type of corporate culture influences the personality of a person participating in this corporate culture. The business success of an organization is built on the personal qualities of its employees and the way they are united. Therefore, it is important for an organization to form a corporate culture that is conducive to its business success. The study shows that in order to achieve business success and high competitiveness, an organization needs a clan or market type of corporate culture.

Keywords: *business success, corporate culture, personality, subjectivity.*

References

1. Shane E. H. (2011) Organizatsionnaya kul'tura i liderstvo [Organizational culture and leadership]. St. Petersburg, Peter. 336 p. [in Russ.].

2. Kartashova L. V. (2001) Organizatsionnoye povedeniye [Organizational Behavior]. Moscow, INFRA-M. 220 p. [in Russ.].

3. Groshev I. V. (2007) Organizatsionnaya kul'tura v sisteme menedzhmenta sovremennogo rossiyskogo predprinimatel'stva [Organizational culture in the management system of modern Russian entrepreneurship: PhD thesis]. 40 p. [in Russ.].

4. Daft R. L. (2014) Menedzhment [Management]. 10th ed. St. Petersburg, Peter. 655 p. [in Russ.].

5. Cameron K., Kuinn R. (2001) Diagnostika i izmeneniye organizatsionnoy kul'tury [Diagnostics and change of organizational culture]. St. Petersburg, Peter. 320 p. [in Russ.].

6. Spivak V. A. (2001) Korporativnaya kul'tura: teoriya i praktika [Corporate culture: theory and practice]. Moscow, Peter. 250 p. [in Russ.].

7. Tsiering D. A. (2010) Psikhologiya lichnostnoy bespomoshchnosti: issledovaniye urovney sub''yektnosti [Psychology of personal helplessness: a study of the levels of subjectivity]. Moscow, Academy. 410 p. [in Russ.].

8. Zabelina E., Tsiring D., Chestyunina Y. (2018) *The International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 14, no. 2, pp. 279—293.

9. Rynkevich N. S., Danilova T. V. (2010) *Vestnik PDABA*, pp. 59—66 [in Russ.].

10. Nikolaeva G. N. (2006) *Izvestia of the Baikal State University*, pp. 68—70 [in Russ.].

11. Khayot G. L., Eskov O. L. (2003) Korporativnaya kul'tura [Corporate culture]. Kiev. 403 p. [in Russ.].

12. Shapiro S. A. (2011) Innovatsionnyye podkhody k protsessu upravleniya personalom organizatsii [Innovative approaches to the organization's personnel management process]. Moscow, RCTU named after D. I. Mendeleev. 152 p. [in Russ.].

13. Gitelman L. D. (1999) Preobrazuyushchiy menedzhment: Lideram reorganizatsii i konsul'tantam po upravleniyu [Transforming management: Leaders of reorganization and management consultants]. Moscow, Delo, 145 p. [in Russ.].

14. Kozlov V. V. (2001) Korporativnaya kul'tura: opyt, problemy i perspektivy razvitiya [Corporate culture: experience, problems and development prospects]. Moscow, Delo. 249 p. [in Russ.].

15. Smirnova E. V. (2015) *Faktory uspekha*, no. 1 (4), pp. 97—102 [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 192—198.

УДК 330.341
ББК 65.240; 65.495

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11023

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНВЕРГЕНЦИИ

Ю. Ш. Капкаев[1], П. Р. Кадыров[1], А. С. Исаева[1], Д. С. Руденко[1], С. Мотаги[2]

[1] Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

[2] Payme Noor University, Tehran, Iran

Возможности обеспечения экономической безопасности и России, и Ирана зависят прежде всего от степени развития инфраструктуры формирования человеческого капитала, как основы конкурентоспособности экономики, и на внутреннем рынке, и в международном взаимодействии. Взаимодействие Ирана и России в области услуг здравоохранения в целях экономического роста и развития возможно и актуально, также может привести к улучшению двусторонних и многосторонних отношений между Ираном и Россией. Научная новизна работы определяется тем, что впервые исследовано влияние такой сферы экономики, как услуги здравоохранения, на экономическую конвергенцию и экономический рост. Полученные результаты будут иметь значение для развития теории экономической конвергенции и теории экономического роста. Также результаты исследования могут использоваться для совершенствования национальной политики в области развития услуг здравоохранения, что положительно скажется на качестве жизни населения двух стран.

Ключевые слова: *конвергенция, экономическая конвергенция, человеческий капитал, структурные преобразования.*

Будучи двумя политическими и военными субъектами восточного блока, который ставит перед собой задачу достижения многополярности, Иран и Россия объединяются против односторонних мер и, по мнению большинства специалистов могут разработать свои перспективные концепции равновесия и баланса сил отношений в целях улучшения экономических выгод и региональной безопасности каждой страны.

Сложная политическая ситуация не вынудила Россию к расхождениям в целях взаимодействия из-за озабоченности по поводу диапазона влияния США в регионе, потери широких экономических и военных рынков Ирана, международных санкций, которым подвергается Иран, и низкой стоимости передачи технологий из России (по сравнению с другими странами).

Кроме того, на выбор темы исследования повлияло удачное географическое положение двух стран — Ирана и России, что несомненно будет способствовать развитию экономического сотрудничества. В соответствии с этим необходимо учесть возможные положительные факторы, такие как: снижение стоимости экспорта товаров между двумя странами, обращение газа между ними.

Это связано с тем, что более 40 % природных месторождений мира находятся в распоряжении этих двух стран (25 % в России, и 15 % принадлежит Ирану) (www.shana.ir) и обладающая высоким потенциалом экспорта газа Российская Федерация, а также отсутствие собственности на эту технологию со стороны Ирана могут повлечь за собой большее сближение, что привело к созданию «газовой организации ОПЕК» во главе с этими странами.

Согласно мнению некоторых теоретиков, политика, реализуемая странами с обоюдными интересами, должна формироваться либо на основе последующего взаимодействия, либо путем создания баланса во власти, что на практике не наблюдается. Взаимодействие и баланс практически незаметны в отношениях между двумя странами, так что, как правило, эти две великие страны с огромной, долгой историей еще не нашли своего фактического сближения, несмотря на существующие связи и предпринятые шаги в этом направлении. Например, в рамках действия ОПЕК взаимная торговля не показала положительных трендов. Кроме того, отсутствие роста в некоторых случаях может вызвать у Ирана и России отсутствие подходящего сотрудничества друг с другом. В таких условиях повышение темпов торговли товарами и услугами, интеграция потенциалов и объектов через улучшение регионального сотрудничества рассматриваются как одна из главных стратегий, принимаемых Ираном и Россией в русле снижения этих проблем и продвижения к экономическому росту и развитию в обеих странах. Однако среди них важное значение имеет тот факт, что обе страны в основном участвуют в торговле энергоресурсами, и данная энергия также имеет необратимый характер, в то время как обе

страны также обладают потенциалом во многих других областях, включая медицинские услуги с относительным преимуществом. Соответственно, представляется, что торговля услугами здравоохранения и их сближение в этой области могут рассматриваться как важные для обеих стран и соответствующие вышеупомянутым преимуществам.

На основе Генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС) осуществляется коммерческий обмен медицинскими услугами по следующим четырем видам контрактов на обслуживание:

1. Трансграничные поставки. В этом методе эти услуги предоставляются с помощью нескольких инструментов, например традиционных основных или электронных сообщений, и без перемещения обслуживающего персонала и получателей. Интересным примером метода являются телеобразование и телемедицина. Трансграничное снабжение медицинскими услугами осуществляется путем передачи лабораторных образцов, проведения диагностических и клинических консультаций через традиционные почтовые каналы и несколько медицинских телемедицин (например, патология, радиология, консультирование и т. д.), а также проведения дополнительных мероприятий, таких как документирование медицинских доказательств пациентов, составление финансовой отчетности по страховым искам и аналогичным случаям.

2. Потребление услуг за рубежом: в этой модели услуги предоставляются путем временного перемещения пользователей услуг в место их проживания. Согласно Блуину и др., различными группами получателей медицинских услуг являются:

а) люди, которые предпочитают получение медицинских услуг за территорией своей страны. Причины этого могут быть разными, а именно: медицинские услуги более высокого качества, стоимость медицинских услуг в разы меньше, высокая скорость предоставления медицинских услуг, незаконный характер предоставления медицинских услуг или/и отсутствие ряда медицинских услуг в стране, где они проживают, также в качестве распространенной ситуации бывает вариант временной смены места жительства для получения медицинских услуг;

б) лица, вышедшие на пенсию за рубежом (резиденты в стране назначения);

в) иммигранты и/или временные иностранные работники;

г) постоянные пассажиры, которые могут использовать различные варианты многонационального страхового покрытия.

3. Коммерческое присутствие: в этой технологии юридические лица или предприятия, оказывающие услуги, инвестируют в эти услуги (прямые иностранные инвестиции). Этот метод дает больше источников для инвестиций в улучшение инфраструктуры и технологий и снижает нагрузку на государственные ресурсы, а также создает профессиональные возможности и повышает стандарты ухода, а также управляет и предоставляет услуги. Внешняя торговля часто осуществляется путем создания некоторых видов юридических учреждений, например филиалов или представительств, совместных инвестиций и партнерства в области владения отечественными компаниями в другой стране или создания многонациональных компаний и/или управления существующими центрами без собственности иностранных предприятий. Следует отметить, что медицинские компании инвестируют средства главным образом в страны, где их капитал может быть возвращен, и часто в городские районы, а также для того, чтобы предоставлять медицинские услуги с опорой на современные и высокие технологии, и с использованием эффективного, опытного и обновленного персонала, и с дополнительными выплатами персоналу, особенно персоналу с квалификацией.

4. Перемещение физических лиц. Медицинские работники и специалисты переводятся и временно перемещаются в места проживания обслуживаемых лиц. Этот метод временной миграции охватывает тех лиц, которые действуют самостоятельно в другой стране, деловых туристов (с временным местом жительства), персонала иностранного предприятия, которое было создано в принимающей стране, и персонала, который был направлен иностранным предприятием для выполнения своих обязательств (подписал контракт с принимающей страной) в эту страну.

Перечисленное выше доказывает, что взаимодействие Ирана и России в области торговли услугами здравоохранения в целях экономического роста и развития данных стран возможно и исследование актуально, а также может привести к улучшению подходящих двусторонних и многосторонних отношений между Ираном и Россией и подготовить почву для укрепления связей.

Экономический рост в этой сфере будет обеспечен за счет сокращения миграции рабочей силы с образованием и опытом работы в секторе здравоохранения в европейские и американские страны, улучшение условий занятости для такой рабочей силы и предотвращение роста цен на услуги из-за

нехватки медицинского оборудования, новых разработок в технологиях.

Современные научные исследования, которые проводились зарубежными авторами по вопросам конвергенции в экономических системах, можно систематизировать следующим образом:

Наиважнейшим этапом стало исследование экономической конвергенции в условиях локальных и глобальных интеграционных процессов. Основную теоретическую базу составили изыскания следующих авторов: Ф. Махлуп [1], Е. Мансфилд [2], А. Хонси [3], М. Сойер [4], Г. Сантангело [5].

Положительный эффект от процесса социально-экономической интеграции в большей степени зависит от качества диалога участников интеграции, а именно: коллегиальный формат совместно принимаемых решений, наличие инициативы у обеих сторон к конструктивному двустороннему диалогу.

Теоретические аспекты изучены на основе работ Р. Кеохейна [6], Ф. Арестиса [7].

Наиболее удачно рассмотрены корреспондирующие регионалистские тенденции, реакции государств и регионов на глобализацию, попытки измерения региональной конвергенции в современных исследованиях таких авторов, как М. Есфахани [8], Д. Родерик [9], К. Сампхантхарак [10], Й. Виллаверде [11].

Объединяющая цель всех рассмотренных исследований — найти возможность достичь благополучия граждан. Был проанализирован ряд работ, связывающих экономическую конвергенцию и благополучие граждан, раскрывающих также проблему распределения благ: С. Чакраборти [12], Бажо-Рубио [13].

Большая часть исследований по регионализму сосредоточена на международной торговле (хотя были также предприняты усилия для анализа валютных рынков, потоков капитала и других аспектов международных экономических отношений). Различные недавние исследования показывают, решают ли государства войти в региональную торговлю.

Договоренности и экономические последствия этих договоренностей зависят от предпочтений национальных политиков и заинтересованных групп, а также от характера и силы национальных институтов. По ряду высказываний, правильная конвергенция — это залог роста в будущем (К. Голиер [14]).

Условия в РФ и Иране похожи. Две основные текущие экономические проблемы в России и Иране — это санкции Запада и скачки цен на нефть. С одной стороны, Запад ввел экономические санкции против этих двух стран, что сказалось на национальной экономике этих двух стран. С другой стороны, поскольку Иран и Россия сильно зависят от доходов от экспорта нефти, любые резкие изменения мировых цен на нефть существенно влияют на бюджеты этих двух стран.

Наш опыт связан условиями санкций и неблагоприятной конъюнктуры нефтяных цен. Подобную проблематику можно наблюдать в работах таких авторов, как У. Кэнг [15], М. Эсфахани [8].

Вероятные сценарии взаимодействия Ирана и России на основе идентичности. Такие наработки есть и в современных исследованиях: Э. Геранмай [16], Е. Расоулинежад [17].

Современные научные исследования, которые проводились отечественными авторами по вопросам конвергенции в экономических системах, можно систематизировать следующим образом:

— исследование конвергенции капиталистического и социалистического способов производства. Основную теоретическую базу составили труды Л. И. Абалкина [18], В. Х. Беленького [19], П. Сорокина [20], Л. А. Трубы [21];

— исследование происходящих конвергентных процессов внутри структуры экономической системы как развитых стран, так и стран развивающихся. Сущность данного процесса заключается в формировании идентичных элементов в институциональной структуре схожих по типу развития стран. Появление таких идентичных элементов становится возможным при совместном решении разнородных проблем схожими по уровню развития странами.

В рамках данных исследований авторами был выделен ряд задач экономической конвергенции, направленных:

— на стабилизацию (снижение) уровня издержек трансграничных трансакций;

— выход группы стран, объединенных экономической конвергенцией, на лидирующие позиции в глобальной институциональной конкуренции.

Основную теоретическую базу составили труды В. П. Клавдиенко [22], А. М. Либмана [23], В. М. Полтеровича [24].

• Исследования экономической конвергенции с позиции анализа факторов глобализации, продуцирующих структурные изменения, которые сближают экономики разных стран, вызывающие сходные процессы в их развитии. «Глобализационная» концепция экономической конвергенции основана

на сокращении вклада наиболее развитых стран в производстве мирового ВВП и его распределении между развитыми и развивающимися странами, которое прогнозируется растущим до середины XXI в. Основную теоретическую базу составили труды А. В. Григорьевой [25], Н. И. Диденко [26], В. Г. Зарецкой [27], А. А. Иодчина [28], М. В. Казаковой [29], Б. А. Рябова [30], С. Б. Сафронова [31], Е. А. Чувелевой [32], Е. А. Шильцина [33].

• Исследования, посвященные процессу конвергенции инновационно-технологической структуры экономики наиболее передовых промышленных стран.

Подробная характеристика процесса конвергенции инновационно-технологической структуры разных стран представлена в работах М. А. Гасанова и Э. А. Гасанова [34]. Сущность данного понятия заключается в ускорении диффузии инноваций в экономике ряда стран, схожих по типу и уровню развития. Такие группы стран схожи именно в техническом плане, то есть прослеживается некое техническое единство, основой которого является процесс повсеместной цифровизации. Основную теоретическую базу составили труды М. А. Гасанова, Э. А. Гасанова [34], Г. И. Идрисова [35], Е. Л. Логинова [36], В. Ф. Минакова [37], О. Ю. Челноковой [38].

Научная значимость результатов будущего исследования позволит использовать их для анализа развития конкурентоспособности в конвергентных условиях международного партнерства и интеграции. Результаты исследований позволят государственным органам разрабатывать и корректировать политику реформирования здравоохранения на основе возможностей развития конкурентоспособности. Представители частного бизнеса и инвесторы получат возможность опираться на прогноз для корректного принятия экономических решений.

В сфере развития международных отношений результаты исследований обеспечат формирование тесных связей между учеными Ирана и России, расширение возможностей дипломатических и экономических ведомств обеих стран для поиска интеграционных возможностей и взаимного усиления конкурентных позиции.

Список литературы

1. Machlup F. A. History of Thought on Economic Integration // The Theory of Economic Integration. 1977. Vol. 38, iss. 2. P. 323.

2. Mansfield E. D., Milner H. V. The new wave of regionalism // Inernational organization. 1999. Vol. 53, iss. 3. P. 589—627.

3. Hosny A. S. Theories of Economic Integration: A Survey of the Economic and Political Literature // International Journal of Economy, Management and Social Sciences. 2013. P. 133—155.

4. Sawyer M. The Vanishing Middle Class: Prejudice and Power in a Dual Economy // The European Legacy. 2018. Vol. 24. P. 1—3.

5. Santangelo G., Stucchi T. Internationalization through exaptation: The role of domestic geographical dispersion in the internationalization process // Journal of International Business Studies August 2018. Vol. 49, iss. 6. P. 753—760.

6. Keohane R. Perestroika and Global Politics // Perspectives on Politics. 2015. Vol. 13, iss. 2. P. 418—419.

7. Arestis Ph. Sawyer M. Economic Convergence and/or Political Integration // Economic and Monetary Union Macroeconomic Policies. 2013. P. 188—207.

8. Esfahani M., Rasoulinezhad, Eh. Iran's trade policy of Asianization and de-Europeanization under sanctions // Journal of Economic Studies. 2017. Vol. 44, no. 4. P. 552—567.

9. Rodrik D. The Future of Economic Convergence // Proceedings — Economic Policy Symposium. 2011.

10. Samphantharak K., Townsend R. Risk and Return in Village Economies // American Economic Journal: Microeconomics. 2018. Vol. 10 (1). P. 1—40.

11. Villaverde J. Maza A. Measurement of Regional Economic Convergence // The Regional Integration Manual. 2011. P. 147—178.

12. Chakraborty S. Economic Convergence and Real Dimensions: The Case of Shelter Deprivation // Handbook of Research on Global Indicators of Economic and Political Convergence. 2020. P. 338—363.

13. Bajo-Rubio O. Yan Ho-don. Globalization and Populism // Contemporary Issues in International Political Economy. 2019. P. 229—252.

14. Gollier Ch. Discounting, inequality and economic convergence // Journal of Environmental Economics and Management. 2015. Vol. 69. P. 53—61.

15. Kang W., Perez de Gracia F., Ratti R. A. Oil price shocks, policy uncertainly, and stock re-turns of oil and gas corporations // Journal of International Money and Finance. 2017. No. 70. P. 344—359.

16. Geranmayeh E. The Newest Power Couple: Iran and Russia Band Together to Support Assad // World Policy Journal. 2016. Vol. 33. P. 84—88.

17. Rasoulinezhad E., Sabri P. Future economic scenarios of Iran and Russia under sanctions and oil price shocks // RUDN Journal of Economics. 2019. Vol. 27. P. 479—491.

18. Абалкин Л. И. Россия: Поиск самоопределения: очерки. М., Наука, 2005. 463 с.

19. Беленький В. Х. Социальная конвергенция и исторический процесс. Опыт марксистского анализа // Социологические исследования. 2013. № 4 (336). С. 70—79.

20. Сорокин П. Новые материалы к научной биографии: сб. науч. тр. / отв. ред. Д. В. Ефременко, П. П. Кротов. М.: Изд-во РАН, 2012. 232 с.

21. Труба Л. А. Теоретические основы формирования смешанной экономики конвергентного типа // Региональные проблемы преобразования экономики. 2013. № 4 (38). С. 89—93.

22. Клавдиенко В. П. Институциональная конвергенция инновационных систем стран ЕС // Проблемы теории и практики управления. 2014. № 4. С. 24—31.

23. Либман А. М. Экономическая интеграция на постсоветском пространстве: институциональный аспект // Вопросы экономики. 2005. № 3. С. 58—72.

24. Полтерович В. М. Проектирование реформ: как искать промежуточные институты // Montenegrin journal of economics. 2012. Vol. 8, № 2. С. 25—44.

25. Григорьева А. В., Безгласная Е. А. Конвергенция экономического развития национальных экономик в условиях глобализации // Научный электронный архив РАЕ. URL: http://econf.rae.ru/article/6429 (дата обращения 22.09.2020).

26. Диденко Н. И. Анализ конвергенции-дивергенции в развитии демографических процессов в глобальной экономике // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2017. № 4. С. 1—7.

27. Зарецкая В. Г., Дремова Л. А., Осиневич Л. М. Отраслевая конвергенция производительности труда как залог восприимчивости экономики РФ к инновациям // Региональная экономика: теория и практика. 2013. № 33. С. 56—64.

28. Иодчин А. А. Эконометрическое моделирование межрегиональной конвергенции в России: дис. … канд. экон. наук. М., 2007.

29. Казакова М. В. Факторы конвергенции и дивергенции в мировой экономике: краткий обзор // Управленческое консультирование. 2018. № 7 (115). С. 96—100;

30. Рябов Б. А. Единая европейская валюта и макроэкономическая конвергенция: автореф. дис. … канд. экон. наук. М., 2004.

31. Сафронов С. Б. Финансовая конвергенция и финансовые конгломераты в мировом хозяйстве: дис. … канд. экон. наук. СПб., 2010.

32. Чувелева Е. А. Стимулирование стратегической корпоративной интеграции как фактор конвергенции реального и финансового секторов экономики // Проблемы учета и финансов. 2016. № 2 (22). С. 42—49.

33. Шильцин Е. А. Оценка конвергенции и дивергенции регионального пространства России и Сибири: дис. … канд. экон. наук. Новосибирск, 2010.

34. Гасанов М. А., Гасанов Э. А. Структурная конвергенция в экономике России и ее ограничения // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2014. № 1 (25). С. 5—16.

35. Идрисов Г. И., Княгинин В. Н., Кудрин А. Л., Рожкова Е. С. Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России // Вопросы экономики. 2018. № 4. С. 5—25.

36. Логинов Е. Л. Нооэкономика: генезис конструирования новой социально-экономической реальности // Финансы и кредит. 2011. № 39 (471). С. 16—25.

37. Минаков В. Ф., Шуваев А. В., Лобанов О. С. Эффект цифровой конвергенции в экономике // Известия СПбГЭУ. 2018. № 2 (110). С. 12—18.

38. Челнокова О. Ю. Взаимосвязь и взаимообусловленность конвергенции и интеграции в экономике // Известия Саратовского университета. Н. С. Сер.: Экономика. Управление. Право. 2016. № 2. С. 154—158.

Сведения об авторах

Капкаев Юнер Шамильевич — кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики отраслей и рынков Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. zam@csu.ru

Кадыров Павел Робертович — преподаватель кафедры экономики отраслей и рынков Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. pavel@csu.ru

Исаева Анна Сергеевна — старший лаборант учебно-научной лаборатории инновационного бизнеса и предпринимательства Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. isaeva@csu.ru

Руденко Дарья Сергеевна — старший лаборант учебно-научной лаборатории инновационного бизнеса и предпринимательства Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. eds@csu.ru

Мотаги Самира — доцент Университета Пайаме Нур, Тегеран, Иран. samira.motaghi@gmail.com

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 192—198.

ECONOMIC CONVERGENCE OF RUSSIA AND IRAN AS A SUBJECT OF SCIENTIFIC RESEARCH

Yu. Sh. Kapkaev
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. zam@csu.ru

P. R. Kadyrov
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. pavel@csu.ru

A. S. Isaeva
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. isaeva@csu.ru

D. S. Rudenko
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. eds@csu.ru

S. Motaghi
Payam Noor University, Tehran, Iran. samira.motaghi@gmail.com

The possibilities of ensuring economic security both Russian and Iranian, first of all, depend on the degree of development of the infrastructure for the formation of human capital, as the basis for the competitiveness of the economy, both in the domestic market and in international interaction. The interaction of Iran and Russia in the field of health services for the purpose of economic growth and development is possible and relevant, and can also lead to an improvement in bilateral and multilateral relations between Iran and Russia. The scientific novelty of the research is determined by the fact that for the first time the influence of such a sphere of the economy as health services on economic convergence and economic growth will be investigated. The results obtained will be important for the development of the theory of economic convergence and the theory of economic growth. Also, the results of the study can be used to improve the national policy in the development of health services, which will have a positive effect on the quality of life of the population of the two countries.

Keywords: *convergence, economic convergence, human capital, structural transformation.*

References

1. Machlup F. A. (1977) *The Theory of Economic Integration*, vol. 38, iss. 2, pp. 323.
2. Mansfield E. D., Milner H. V. (1999) *Inernational organization*, vol. 53, iss. 3, pp. 589—627.
3. Hosny A. S. (2013) *International Journal of Economy, Management and Social Sciences*, pp. 133—155.
4. Sawyer M. (2018) *The European Legacy*, vol. 24, pp. 1—3.
5. Santangelo G., Stucchi T. (2018) *Journal of International Business Studies* August, vol. 49, iss. 6, pp. 753—760.
6. Keohane R. (2015) *Perspectives on Politics*, vol. 13, iss. 2, pp. 418—419.
7. Arestis Ph. Sawyer M. (2013) *Economic and Monetary Union Macroeconomic Policies*, pp. 188—207.

8. Esfahani M., Rasoulinezhad Eh. (2017) *Journal of Economic Studies*, vol. 44, no. 4, pp. 552—567.

9. Rodrik D. (2011) *Proceedings — Economic Policy Symposium*.

10. Samphantharak, K., Townsend, R. (2018) *American Economic Journal: Microeconomics*, vol. 10, no. 1, pp. 1—40.

11. Villaverde J. Maza A. (2011) *The Regional Integration Manual*, pp. 147—178.

12. Chakraborty S. (2020) *Handbook of Research on Global Indicators of Economic and Political Convergence*, pp. 338—363.

13. Bajo-Rubio O. (2019) Yan Ho-don. *Contemporary Issues in International Political Economy*, pp. 229—252.

14. Gollier Ch. (2015) *Journal of Environmental Economics and Management*, vol. 69, pp. 53—61.

15. Kang W., Perez de Gracia F., Ratti R. A. (2017) *Journal of International Money and Finance*, no. 70, pp. 344—359.

16. Geranmayeh E. (2016) *World Policy Journal*, vol. 33, pp. 84—88.

17. Rasoulinezhad E., Sabri P. (2019) *RUDN Journal of Economics*, vol. 27, pp. 479—491.

18. Abalkin L. I. (2016) *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo*, no. 2, pp. 154—158. [in Russ.].

19. Belenky V. Kh. (2013) *Sociologicheskie issledovaniya*, no. 4, pp. 70—79 [in Russ.].

20. Sorokin P. (2012) RAN. INION. Moscow, RAS Publishing House. 232 p. [in Russ.].

21. Truba L. A. (2013) Regional'nye problemy preobrazovaniya ehkonomiki, no. 4 (38), pp. 89—93 [in Russ.].

22. Klavdienko V. P. (2014) *Problemy teorii i praktiki upravleniya*, no. 4, pp. 24—31 [in Russ.].

23. Liebman A. M. (2005) *Economic issues*, no. 3, pp. 58—72 [in Russ.].

24. Polterovich V. M. (2012) *Montenegrin journal of economics*, no. 2, pp. 25—44 [in Russ.].

25. Grigorieva A. V., Bezgasnaya E. A. Konvergenciya ekonomicheskogo razvitiya nacional'nyh ekonomik v usloviyah globalizacii [Convergence of economic development of national economies in the context of globalization]. Available at: http://econf.rae.ru/article/6429, accessed 22.09.2020 [in Russ.].

26. Didenko N. I. (2017) *Bulletin of the Volga University. V. N. Tatishcheva*, no. 4, pp. 1—7 [in Russ.].

27. Zaretskaya V. G., Dremova L. A., Osinevich L. M. (2013) *Regional economy: theory and practice*, no. 33, pp. 56—64 [in Russ.].

28. Iodchin A. A. (2007) Ekonometricheskoe modelirovanie mezhregional'noj konvergencii v Rossii [Econometric modeling of interregional convergence in Russia: PhD thesis]. Moscow [in Russ.].

29. Kazakova M. V. (2018) *Upravlencheskoe konsul'tirovanie*, no. 7 (115), pp. 96—100 [in Russ.].

30. Ryabov B. A. Edinaya evropejskaya valyuta i makroekonomicheskaya konvergenciya [A single European currency and macroeconomic convergence: abstract of PhD thesis.]. Moscow [in Russ.].

31. Safronov S. B. Finansovaya konvergenciya i finansovye konglomeraty v mirovom hozyajstve [Financial convergence and financial conglomerates in the world economy: PhD thesis]. Saint-Petersburg [in Russ.].

32. Chuveleva E. A. (2016) *Problemy ucheta i finansov*, no. 2 (22), pp. 42—49 [in Russ.].

33. Shiltsin E. A. Ocenka konvergencii i divergencii regional'nogo prostranstva Rossii i Sibiri [Assessment of the convergence and divergence of the regional space of Russia and Siberia: PhD thesis]. Novosibirsk [in Russ.].

34. Gasanov M. A., Gasanov E. A. (2014) *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika*, no. 1 (25), pp. 5—16 [in Russ.].

35. Idrisov G. I., Knyaginin V. N., Kudrin A. L., Rozhkova E. S. (2018) *Voprosy ekonomiki*, no. 4, pp. 5—25 [in Russ.].

36. Loginov E. L. (2011) *Finansy i kredit*, no. 39(471), pp. 16—25 [in Russ.].

37. Minakov V. F., Shuvaev A. V., Lobanov O. S. (2018) *Izvestiya SPbGEU*, no. 2, pp. 12—18 [in Russ.].

38. Chelnokova O. Yu. (2016) *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo*, no. 2, pp. 154—158 [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 199—202.

УДК 330.59
ББК 65-94

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11024

О ЛОВУШКАХ БЕДНОСТИ И ПУТЯХ ПРЕОДОЛЕНИЯ БЕДНОСТИ (О КНИГЕ «ЭКОНОМИКА БЕДНОСТИ. РАДИКАЛЬНОЕ ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ МЕТОДОВ БОРЬБЫ С ГЛОБАЛЬНОЙ БЕДНОСТЬЮ»)

Е. С. Силова

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Рассмотрены ключевые положения книги нобелевских лауреатов по экономике 2019 г. А. Банерджи и Э. Дюфло, ученых, известных своими исследованиями и достигнутыми практическими результатами в области борьбы с бедностью в развивающихся странах. Тема бедности актуальна сегодня для многих стран мира, в том числе для России, с учетом тех экономических проблем, которые последовали за пандемией коронавируса. В своей книге авторы предлагают рецепты борьбы с бедностью, которые не всегда связаны со значительной финансовой помощью, скорее речь идет о небольших, но важных изменениях в сознании, поведении, институтах, но именно небольшие изменения могут позволить выйти из ловушки бедности.

Ключевые слова: *бедность, ловушка бедности, способы преодоления бедности.*

Проблема бедности в современных развитых экономиках часто игнорируется, поскольку в современном западном обществе потребления кажется вполне реальным иметь достаточно много разнообразных благ (даже в кредит) и удовлетворять свои основные потребности. Однако если смотреть на мир шире, то бедность является широко распространенным явлением и характерна не только для слаборазвитых стран.

Проблема бедности актуальна и для нашей страны. В России для оценки бедности используется концепция абсолютной бедности, в рамках которой доходы соотносятся с уровнем прожиточного минимума. В 2018 г. прожиточный минимум составлял 10 287 руб., в 2019 — 10 890 руб., в 2020 — 11 731 руб. (для трудоспособных граждан). По информации издания РБК, основанной на данных Росстата, наибольший уровень бедности в России среди детей: по итогам 2018 г., 23 % детей жили в семьях с уровнем денежных доходов ниже прожиточного минимума, всего же за чертой бедности в 2018 г. проживало 18,4 млн чел. (12,6 % населения) [5]. Прогнозы, разработанные экспертами, предполагают увеличение бедности в России из-за ситуации с пандемией — до 13 %, а по пессимистичным прогнозам — до 15—16 % населения по итогам 2020 г., несмотря на те социальные выплаты, которые были сделаны правительством (приоритетными стали именно выплаты семьям с детьми). Проблемой России является не только бедность в семьях с детьми, но и так называемые «работающие бедные». Об этом свидетельствуют данные другого опроса, проведенные по заказу СК «Росгосстрах» и банка «Открытие»: более 63 % опрошенных россиян не имеют никаких сбережений и живут «от зарплаты до зарплаты», а основная часть остальных сможет прожить на накопления не более полугода [6]. И такая ситуация, на взгляд автора, связана не только с неправильным финансовым поведением и безграмотностью, но и с реально низкими доходами и заработной платой большинства категорий работников. Так, по данным Росстата, 80 % семей не могут купить себе необходимый минимум товаров в рамках своего бюджета, а 14,6 % имеют очень большие затруднения с этим [3]. Таким образом, тема бедности актуальна и для нашей страны, особенно в новых условиях, связанных с серьезным спадом экономики в целом (ВВП России снизился более чем на 8 % в 2020 г.) и крайне тяжелым состоянием некоторых отраслей (прежде всего сферы услуг, туризма, транспорта, общественного питания и торговли, где работают много предприятий малого бизнеса и микробизнеса). В статье Ю. Ш. Капкаева, А. С. Исаевой приводятся данные о том, что среди бедных в России — более 64 % работающих и только 2 % безработных, наиболее низкая оплата труда характерна для таких отраслей, как социальные услуги, образование и сельское хозяйство [2].

В связи с актуальностью проблемы бедности обратимся к работе нобелевских лауреатов 2019 г. в области экономики Абиджита Банерджи и Эстер

Дюфло «Экономика бедности: радикальное переосмысление методов борьбы с глобальной бедностью», которая была издана в 2011 г. по итогам многолетних эмпирических исследований ученых в странах Африки и в Индии [1].

В начале своей книги авторы приводят весьма шокирующую статистику о состоянии бедных стран и их жителей. В Индии черта бедности — 16 рупий, примерно такая же еще в 50 беднейших странах мира, что составляет примерно 36 центов, но с учетом покупательной способности — это примерно 99 центов для США, в то же время в США черта бедности — 14 долларов в день. В мире 865 млн чел. живут меньше чем на 99 центов в день. В 2001 г. 61,2% населения Мали жили менее чем на 1,25 долл. в день, при этом ожидаемая продолжительность жизни в Мали — 53 года, в Сьерра-Леоне — 41 год, в Швеции — 79 лет. 76% взрослого населения Мали безграмотны. Бедность — это системная проблема, которая выражается не только в низких доходах, бедность также означает плохое здоровье (9 млн детей ежегодно умирают в возрасте до 5 лет, хотя их заболевания могли быть успешно вылечены, 27 млн детей не получают прививок). Бедность означает плохое образование (50% детей в индийских школах не могут читать, несмотря на то что обучаются); низкий уровень жизни и невозможность самореализации. Основной вопрос, который задают себе исследователи Абиджит Банерджи и Эстер Дюфло, — какая помощь может действительно быть эффективной, а также что такое ловушки бедности и почему бедные ведут себя определенным образом, как это можно исправить, какие механизмы борьбы с бедностью наиболее эффективны.

Авторы изучают следующие параметры, на которые возможно влиять в рамках стратегии преодоления бедности. Во-первых, это домохозяйства — большое внимание уделяется в книге таким вопросам, как питание, здоровье, образование, проблемы дискриминации возрастной и гендерной, проблеме предрассудков и недостатка самых элементарных знаний в области безопасности жизнедеятельности, а также семье и ее роли в преодолении бедности. Во-вторых, авторы оценивают, как состояние отдельных рынков влияет на уровень бедности и возможности ее преодоления (возможности коллективной работы, возможности владения землей и состояние прав собственности на землю, состояние рынка земли в целом, рынки кредитных ресурсов, сбережения и инвестиции, рынок страхования). В-третьих, важным параметром авторы считают состояние институтов (в частности, это институты развития, направленные на стимулирование предпринимательской деятельности, а также институты, закрепляющие коррупцию в экономиках бедных стран, и сами по себе представляющие институциональную ловушку).

Большое внимание в книге уделяется проблеме ловушек бедности. Авторы подчеркивают, что ловушка бедности демонстрирует, что бедные люди становятся еще беднее, их доход не растет, а с каждым днем снижается, это связано в том числе с тем, что плохое питание снижает работоспособность и бедный работает все хуже и хуже и получает за свой труд все меньше. По мнению авторов, ловушка бедности дает возможность «большого толчка», то есть даже небольшое действие может принести большие результаты; авторы многократно приводят примеры, когда даже самые небольшие изменения могут помочь в борьбе с бедностью (установка противомоскитных сеток, удобрения для растений, хлорирование воды, разъяснение важности прививок для детей).

Используя в своей книге серьезный математический и статистический материал, исследователи доказывают существование сильной связи между доходом и питанием, между питанием и работоспособностью. Цены на продовольствие увеличивались в 2005—2008 гг., затем немного снижались, в последние годы снова начали расти, что связано с ростом спроса, ростом спроса на биотопливо, ростом затрат, в том числе на энергоносители и удобрения, а также с климатическими изменениями, которые приводят к снижению производства продовольствия.

В книге 10 глав, много внимания уделяется различным кейсам по конкретным людям и их жизненной ситуации. Особое внимание также уделено теме образования и здравоохранения. Значимость этих факторов в преодолении бедности подчеркивал в своих исследованиях и другой нобелевский лауреат, Т. У. Шульц, считавший, что именно вложения в развитие человеческого капитала через систему образования и здравоохранения позволят бедным иметь благоприятные экономические перспективы [9].

Абиджит Банерджи и Эстер Дюфло отмечают, что родители часто не заинтересованы и не понимают важности корректирующего образования. Дети из бедных семей меньше времени могут уделять учебе, так как вынуждены работать и помо-

гать родителям, их успехи в учебе зачастую ниже, чем у сверстников, родители не в состоянии нанимать репетиторов или оплачивать дополнительные уроки и учебники. Вследствие этого сами дети считают, что учеба не для них, и как результат — такое количество неграмотных детей, даже посещающих школы, хотя многие из них обладают определенными талантами. Учителя в общеобразовательных школах также часто демотивированы. Соответственно, необходимо корректировать учебные планы и программы, учить детей тому, что им будет необходимо, чтобы добиться более высоких результатов в жизни. Многие исследования показывают также связь между образованием и смертностью среди детей, а также уровнем рождаемости. Необходимыми мерами являются стимулирование спроса на образование, обучение учителей корректирующим программам, пересмотр методов и технологий обучения, чтобы дети могли обучаться в собственном темпе в зависимости от способностей.

Особое внимание в книге уделено состоянию системы здравоохранения, авторы подчеркивают, что здесь полезными могут стать также небольшие воздействия (например, информирование о важности и необходимости некоторых процедур).

В условиях частых стихийных бедствий и массовых заболеваний важным инструментом борьбы с бедностью, по мнению А. Банерджи и Э. Дюфло, может стать институт личного страхования (от болезни, неурожая, стихийного бедствия), который практически не развит в развивающихся бедных странах.

Также необходим иной тип финансового регулирования и доступа к финансовым ресурсам (более доступные и дешевые кредитные займы, поскольку довлеющим способами кредитования являются либо очень дорогие деревенские «ростовщики» (берут до 50%, но не имеют серьезных механизмов контроля сроков возврата), либо микрофинансовые организации.

К необходимым мерам по преодолению бедности авторы относят также следующие: информирование; новые программы стабилизации; субсидирование; использование разнообразных возможностей для достижения прогресса и изменение ожиданий.

Проблемой ловушек бедности занимаются многие авторы. Н. Н. Свиридов и О. Н. Грабова выделяют три группы причин возникновения этого типа ловушек: политические (нестабильная политическая ситуация, разрастание государственного сектора и силовых структур, коррупция, высокий уровень эмиграции), социальные (рождение в бедной семье, в сельской местности, в слишком молодой семье, низкий уровень образования и квалификации, ментальность безделья) и экономические (низкооплачиваемая работа, неравномерное распределение собственности, высокий уровень налогообложения) [7]. Д. А. Рубан подчеркивает влияние уровня образования и инвестиций в образование на уровень бедности в регионе на примере южных регионов России [4]. О. В. Федонина считает, что фактором возникновения ловушек бедности в России являются негативные демографические проблемы (старение населения и относительно высокая доля пенсионеров, низкая рождаемость в 1990-х гг.), также автор подчеркивает важность психологических факторов бедности (нежелание откладывать часть средств, низкая уверенность в будущем) [8].

Список литературы

1. Poor Economics. A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty. URL: https://web.archive.org/web/20180307135654/http://www.pooreconomics.com/about-book.

2. Исаева А. С., Капкаев Ю. Ш. Феномен «бедных рабочих» // Вестник Челябинского государственного университета. 2017. № 14 (410). С. 45—52.

3. Не умереть с голоду: сколько денег нужно россиянам // Газета.ру. URL: https://www.gazeta.ru/business/2019/04/03/12281539.shtml (дата обращения 14.08.2020).

4. Рубан Д. А. Динамика инвестиций в основной капитал сферы образования и «ловушка бедности» (на примере юга России) // Финансы и кредит. 2016. № 44 (716). С. 48—62.

5. Старостина Ю. Каждый пятый ребенок оказался за чертой бедности // РБК. 2020. URL: https://www.rbc.ru/economics/04/08/2020/5f27c9789a794792daa29177 (дата обращения 14.08.2020).

6. Старостина Ю. Большинство россиян оказались без сбережений в кризис // РБК. 2020. URL: https://www.rbc.ru/economics/31/03/2020/5e7dd7c59a7947c7f63c1e66 (дата обращения 14.08.2020).

7. Свиридов Н. Н., Грабова О. Н. «Ловушки бедности»: тенденции и трансформации // Экономика образования. 2015. № 2. С. 168—175.

8. Федонина О. В. «Демографическая яма» и проблема ловушки бедности: региональный аспект // Контентус. 2020. № 2 (91). С. 18—25.

9. Шульц Т. У. Экономика пребывания в бедности // Управление мегаполисом. 2009. № 6. С. 56—58.

Сведения об авторе

Силова Елена Сергеевна — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики отраслей и рынков Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. metod@csu.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 199—202.

ON POVERTY TRAPS AND WAYS TO OVERCOME POVERTY (ABOUT THE BOOK “POOR ECONOMICS: A RADICAL RETHINKING OF THE WAY TO FIGHT GLOBAL POVERTY”)

E. S. Silova

Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. metod@csu.ru

The presented article considers the key provisions of the book of Nobel laureates in economics in 2019 A. Banerjee and E. Duflo, scientists known for their research and practical results in the field of poverty alleviation in the developing countries of the world. The theme of poverty is relevant today for many countries of the world, including Russia, taking into account the economic problems that followed the coronavirus pandemic. In their book, the authors propose recipes for combating poverty, which are not always associated with significant financial assistance, rather, we are talking about small but important changes in consciousness, behavior, institutions, but it is small changes that can allow us to get out of the poverty trap.

Keywords: *poverty, poverty trap, ways to overcome poverty.*

References

1. Poor Economics. A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty. Available at: https://web.archive.org/web/20180307135654/http://www.pooreconomics.com/about-book.

2. Isaeva A. S., Kapkaev Yu. Sh. (2017) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 14 (410), pp. 45—52 [in Russ.].

3. Ne umeret’ s golodu: skol’ko deneg nuzhno rossiyanam [Do not die of hunger: how much money do Russians need]. Available at: https://www.gazeta.ru/business/2019/04/03/12281539.shtml, accessed 14.08.2020 [in Russ.].

4. Ruban D. A. (2016) *Finansy i kredit*, no. 44 (716), pp. 48—62 [in Russ.].

5. Starostina Yu. (2020) Kazhdyj pyatyj rebenok okazalsya za chertoj bednosti [Every fifth child was below the poverty line]. Available at: https://www.rbc.ru/economics/04/08/2020/5f27c9789a794792daa29177, accessed 14.08.2020 [in Russ.].

6. Starostina Yu. (2020) Bol’shinstvo rossiyan okazalis’ bez sberezhenij v krizis [The majority of Russians found themselves without savings during the crisis]. Available at: https://www.rbc.ru/economics/31/03/2020/5e7dd7c59a7947c7f63c1e66, accessed 14.08.2020 [in Russ.].

7. Sviridov N. N., Grabova O. N. (2015) *Ekonomika obrazovaniya*, no. 2, pp. 168—175 [in Russ.].

8. Fedonina O. V. (2020) *Kontentus*, no. 2 (91), pp. 18—25 [in Russ.].

9. Shul’c T. U. (2009) *Upravlenie megapolisom*, no. 6, pp. 56—58 [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 203—209.

УДК 339.138
ББК 65.291.3

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11025

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В 2020—2022 гг.

Е. А. Смирнова
ООО «БРАВО», Екатеринбург, Россия

Сформулирована проблема изменения маркетинговых коммуникаций в 2020 г. в сторону большего использования интернет-коммуникаций и digital-технологий. Цель исследования — представить обзор тенденций развития маркетинговых коммуникаций в 2020—2022 гг. В ходе исследования был представлен обзор тенденций развития маркетинговых коммуникаций в современной практике маркетинга. Трансформация маркетинговых коммуникаций дает основание сделать вывод об их комплексном динамичном развитии, о необходимости развития методов оценки для новых инструментов, что создает платформу для будущих исследований. Среди ограничений можно выделить динамичное изменение маркетинговых коммуникаций, что составляет сложность в отслеживании актуальных тенденций и затрудняет их интеграцию в маркетинговую деятельность компаний. Более того, узость развития тенденций не позволяет найти кадры, способы быстро адаптироваться к изменениям. Перспективными направлениями исследований будет создание базы для оценки новых маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: *маркетинговые коммуникации, digital-коммуникации, интернет-коммуникации, внешние маркетинговые коммуникации, система маркетинговых коммуникаций.*

Маркетинговые коммуникации в 2019—2020 гг. все больше диджитализируются, а пропорции использования средств коммуникаций в системе маркетинговых коммуникаций меняются в пользу интернет-коммуникаций и digital-технологий. Это обусловлено тем, что современное коммуникационное пространство виртуализируется вслед за переходом структуры потребления в онлайн, ростом потребительского спроса в digital. В свою очередь пандемия коронавируса выступила катализатором процессов перехода на новые пути взаимодействия с потенциальными клиентами и способами реализации своей деятельности. В период карантина способы взаимодействия с потенциальными потребителями были ограничены, что ускорило процессы интеграции цифровых маркетинговых коммуникаций в бизнес. Данные процессы модернизировали практику бизнеса и обусловили новые векторы развития на второе полугодие 2020 г. и до 2022 г. В статье рассмотрены ключевые изменения маркетинговых коммуникаций, дан обзор новейших маркетинговых методов и технологий, которые могут использовать маркетологи и практики бизнеса в своих дальнейших исследованиях.

Оптимизация продвижения компаний, фокус на онлайн-продаже их товаров и услуг, цифровизация маркетинговых коммуникаций продолжают набирать обороты по различным направлениям. В 2019—2020 гг. можно выделить динамичное развитие следующих направлений в структуре маркетинговых коммуникаций компании: маркетинг в социальных сетях (SMM — social media marketing), активное внедрение AR-технологий, рост цифровизации при оценке маркетинговых коммуникаций, перенос коммуникаций компании с клиентом на сторонние сервисы или самих пользователей, развитие инфлюенс-маркетинга, смещение акцентов на вовлекающие механики. Более того, ряд исследователей, например А. Е. Коваленко и Ю. Г. Кузменко отмечают, что существуют проблемы интеграции интернет-маркетинга в структуру классического маркетинга как элемента цифровой экономики [4].

Представим обзор основных трендов и тенденций развития маркетинговых коммуникаций в 2020—2022 гг. Пандемия коронавируса оказала существенное влияние на медиапотребление, что, в свою очередь, воздействует на выбор средств и инструментов маркетинговых коммуникаций у маркетологов и перераспредление бюджетов между средствами маркетинговых коммуникаций. Обратим внимание, на статистику изменившегося медиапотребления, подготовленную К. Ачкасовой [11]. Так, в период самоизоляции наблюдался рост телепросмотров во всех возрастных группах, что, в свою очередь, повысило спрос на размещение рекламных объявлений во время онлайн кинопоказов. Более того, нелояльная аудитория осталась приверженной

к телепросмотрам. Маркетологам, специалистам по продвижению на основе сформировавшейся приверженности к такому инструменту коммуникации, как телевидение, следует иметь в виду, что охваты аудитории будут выше, чем до периода самоизоляции. В случае выбора данного инструмента коммуникации рекламные сообщения стоит размещать вблизи следующих жанров: телесериалы, развлекательные программы и кинофильмы. Причины, по которым следует размещать рекламу рядом с этими жанрами:

• самая большая доля потребления данного вида контента, следовательно, самый большой охват аудитории;

• существенный прирост просмотров данных жанров;

• высокая степень приверженности к данным форматам;

• большой охват новых пользователей «не смотрели ТВ», «light-зрители». Данные категории не имели эффекта «отката», что говорит о степени привычки (рис. 1).

В свою очередь эксперты выделили топ-5 тематик в сети Интернет по приросту суточного охвата (представлены на рис. 2). Следует отметить, что послекарантинное потребительское поведение выросло в социальных сетях. Это должны учесть компании при распределении своих бюджетов.

Однако следует отметить, что маркетинговые коммуникации менялись не только в период пандемии. Изменения динамично происходили в 2016—2020 гг. Так, в этот период динамичное развитие получил SMM [6; 9] По данным Е. Курносовой, в материалах WebIndex на февраль 2019 г. среди аудитории в возрасте 12—64 года [12]:

• аудитория desktop (использование компьютерной версии социальных сетей) 30,2 млн чел., что составляет 56,7 % населения;

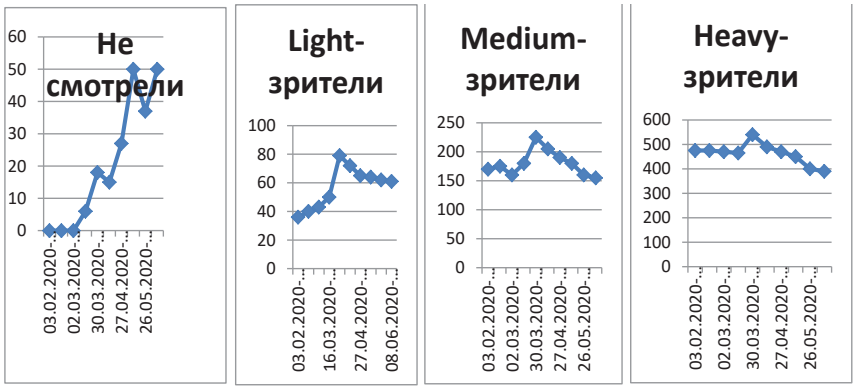
• mobile (использование мобильной версии социальных сетей) 36,2 млн чел., что составляет 68 % населения.

Маркетинг в социальных сетях становится главным каналом коммуникации для брендов, поскольку он имеет больше точек контакта с потребителем и направлен на вовлечение потребителя в процесс, а также способствует формированию лояльности потребителей. Так, С. В. Шиловский отмечает, что высокая вовлеченность потребителя в отношения с брендом ведет к росту удовлетворенности и лояльности к бренду [8]. Более того, основной задачей в 2020 г. является установление доверия с потребителями: путем репортажей в Stories (life-формат в Instagram), демонстрации «закулисья» компании, процессов производства и опыта использования товара другими пользователями. Другим трендом в социальных сетях стал перевод рекламных бюджетов на инфлюенсеров (influence — влияние), или «лидеров мнений». Так, А. В. Лебедев, Е. А. Щербаков отмечают, что с развитием социальных сетей ценность лояльных клиентов компании увеличилась [5].

Длительное время считалось, что маркетинг в социальных сетях работает только на молодежную аудиторию, и она воспринималась как низкоплатежеспособная. Некоторые исследователи, например М. Р. Душкина, фокусируются на том, что коммуникации в социальных сетях направлены только на молодежную аудиторию [2]. Однако исследование Mediascope опровергает это, представляя результаты аналитического исследования по «топам социальных сетей» в разновозрастных группах, где видно, что количество пользователей социальных сетей в возрасте 25—34 года незначительно уступает количеству пользователей 12—24 лет. Это свидетельствует о том, что в социальных сетях находится платежеспособная аудитория. Более того, аудитория социальных сетей в зависимости от вида используемой платформы «взрослеет» во времени и становится платежеспособной (рис. 3).

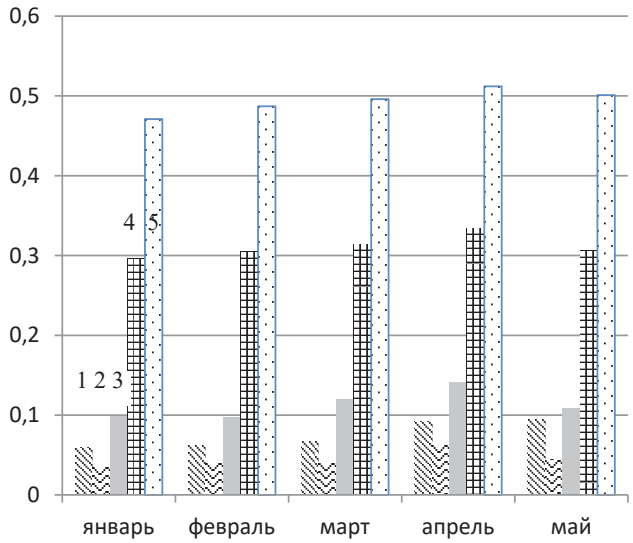
Следует отметить, что вне зависимости от возраста среди аудитории сейчас лояльность прослеживается не в отношении бренда, а к инфлюенсеру. «Лидер мнения», или инфлюенсер — эксперт в своей нише, имеющий влияние на группу людей, его аудитория ему доверяет и лояльна к нему и по его рекомендации готова приобретать любые товары или услуги, которые он использовал и будет рекомендовать.

Основная тенденция 2020—2021 гг. — это, с одной стороны, использование доверия инфлюенсеров для продвижения своих товаров и услуг, а с другой — разнонаправленность бюджетов как на мега-, макро- и микроинфлюенсеров. (где мега — более 1 млн аудитории, макро — до 1 млн, микро — до 10 тыс. подписчиков). Связь бренда и контактной аудитории усиливается, причем в 2020 г. будет выигрывать тот, кто выстроит связь с потребителем теснее. О. Ю. Винчук отмечает, что работа «лидеров мнения» для продвижения продукции компании позволяет повысить известность и узнаваемость компании, быстро реагировать на изменяющиеся интересы потребителей, взаимодействуя с клиентами напрямую, демонстрируя внимание к каждому из них [1]. Следует отметить,



Источник: по данным Mediascope в рамках конференции Digital Brand Day (https://mediascope.net/upload/iblock/864/Adindex%20City%2023.07.2020.pdf) [11].

Рис. 1. Приток новых зрителей к просмотру телевидения после окончания изоляции (группы зрителей отобраны с 01.02.2020 по 15.03.2020 и разделены по суммарному времени просмотра ТВ за период; контуром на графике выделен период не рабочих дней по всей стране)



1 Госуслуги (Gosuslugi, Mos, Pfrf)

2 Образование (Wikipedia, Znanija, Dnevnik)

3 Новости (Ria, Lenta, Rbc)

4 Видеоресурсы, тв (Youtube, IVI, NTV)

5 Социальные сети (VK, Instagram, Odnoklassniki)

Рис. 2. Тематические предпочтения (вся Россия, население 12+)

Источник: по данным в рамках конференции Digital Brand Day (https://mediascope.net/upload/iblock/864/Adindex%20City%2023.07.2020.pdf) [11].

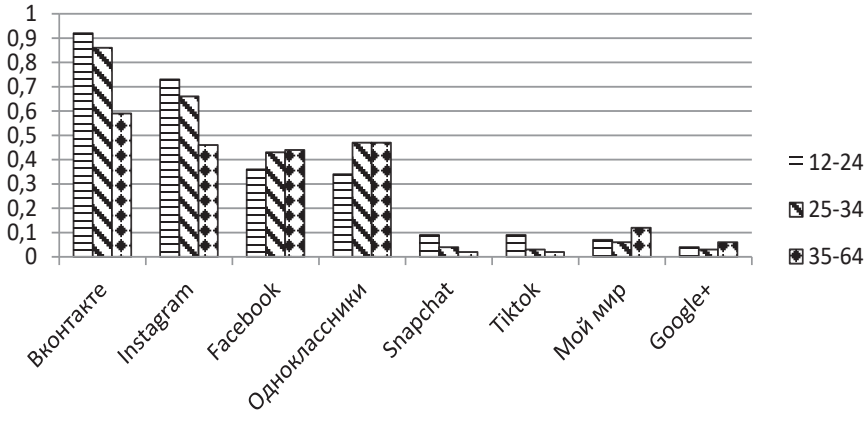


Рис. 3. Топ социальных сетей по возрастным группам (вся Россия, 12—64)

Источник: по данным РИФ + КИБ 2019 (https://ict.moscow/presentation/sotsialnye-seti-v-tsifrakh/) [12].

что вложения в продвижение через инфлюенсеров растут с 2015 г. и в 2020 г. имеют свое наибольшее значение. Данный тренд не потеряет актуальности и в 2021—2022 гг. (рис. 4).

Другой тренд — это AR-технологии, которые получают все большее развитие и используются как инструмент привлечения внимания потребителя не только к продукту, но и к бренду. В своей статье Д. А. Канарейко отмечает, что специалисты предполагают внушительное увеличение доли сегмента AR-технологий (годовой прирост 82 %) в период с 2018 по 2021 г. [3]

В свою очередь Д. А. Шевченко указывает, что с помощью AR- и VR-технологий можно визуализировать будущую квартиру, «примерить» одежду и обувь, не выходя из дома, анимированные

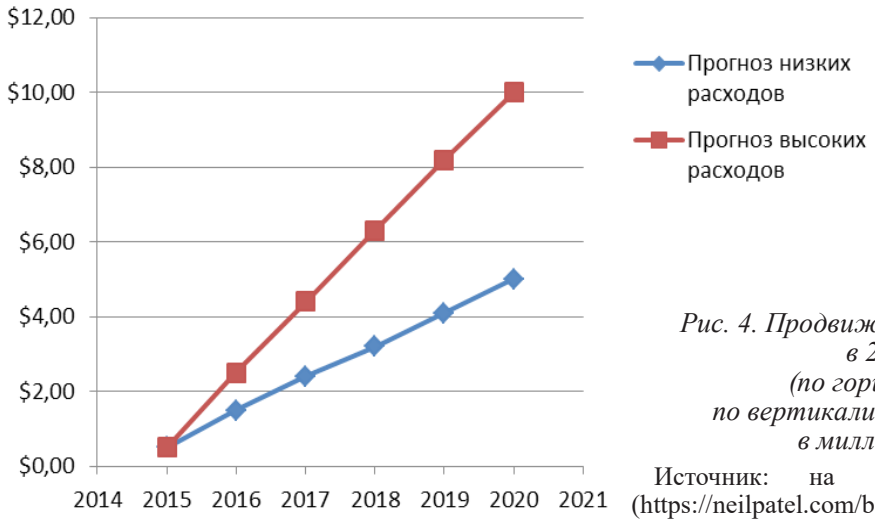


Рис. 4. Продвижение через лидеров мнений в 2015—2020 гг. (по горизонтали — годы, по вертикали — затраты на рекламу в миллиардах долларов)

Источник: на основе данных NEILPATEL (https://neilpatel.com/blog/marketing-trends/) [15].

маски и фильтры брендов с помощью геймификации работают на повышение интереса, ускорение процессов принятия решения о покупке, увеличение потребительской активности и создают эмоциональную связь потребителя с брендом [7]. Кроме того, AR снижает страхи потребителей и уменьшает барьеры, которые стоят на пути к онлайн-покупкам: отсутствие возможности увидеть товар в реальных размерах, снижение страха, что товар не подойдет, способствует визуализации будущего опыта использования товара и т. д.

Следующий тренд относится к переносу компаниями в 2019—2020 гг. коммуникаций с клиентом на сторонние сервисы или самих пользователей. Этому способствуют чат-боты и реферальные программы. Так, увеличение потребности в скорости реакций компании на запросы потребителей обусловило особую актуальность чат-ботов, которые выполняют часть коммуникативных функций компании во взаимодействии с клиентом. Более того, чат-боты берут на себя часть функций email-маркетинга. Так, у последнего в 2019 г. показатели открываемости писем остаются примерно на одном уровне, в связи со своевременной очисткой подписных баз, в то время как показатели кликабельности снизились на 9,4 % в 2019 г. [14]. Также чат-боты позволяют благодаря искусственному интеллекту отвечать на типовые запросы потребителей в любое время, что упрощает работу с потенциальным потребителем, ускоряет скорость ответов на запрос. В 2021—2022 гг. предполагается, что развитие чат-ботов выйдет на новый уровень, а именно с использованием технологий искусственного интеллекта они смогут консультировать клиентов, осуществлять продажи, решать проблемы клиентов. Вместе с тем появление чат-ботов сформировало новые проблемы, которые на данный момент не разрешены, такие как сложность персонификации сообщений для потребителя и усложнение работы с негативом или возражениями клиентов.

В свою очередь реферальные программы также получают развитие и выступают способом, когда бренд переносит коммуникативные функции на пользователей. Суть реферальных программ — расширение охвата бренда за счет привлечения пользователями других пользователей (друзей, родственников, аудитории из социальных сетей). Примером могут выступать компании Facebook и Dropbox[1]. Так, например, Dropbox вырос за счет реферального маркетинга со слоганом «пригласите больше друзей, получите больше свободного места». Facebook расширялся благодаря адресам электронной почты из ваших контактов. Соцсеть получала доступ к нему и приглашала людей в Facebook от имени пользователя [14].

В свою очередь рост цифровых технологий требует иного подхода к оцифровке данных, именно поэтому все больше компаний приходят к внедрению инструментов бизнес-аналитики и сквозной аналитики. На данном этапе многие из существующих решений работают недостаточно эффективно, поскольку есть ряд проблем: сложность настройки программ оцифровки, необходимость подготовленных кадров, которых практически нет на рынке, сложность в интеграции различных программ обеспечения. Н. Льдинова отмечает, что суть оцифровки данных заключается в том, что появляется возможность фиксировать единицу рекламы, затраченной на привлечение пользователя, и оценить, сколько прибыли в конечном итоге она принесла [13].

[1]Dropbox — компания, которая предоставляет облачное пространство для хранения данных.

В связи с растущей оцифровкой появляется больше возможностей для сбора поведенческих реакций каждого конкретного пользователя, что позволяет компаниям персонифицировать свои рекламные сообщения под конкретного пользователя, то есть формируется фрагментарность по отношению к целевому сегменту и происходит персонификация сообщений под него. Е. Курносова отмечает, что фактически с помощью Big Data происходит обработка и фиксирование больших массивов данных, с помощью которых возможно вести точечную работу с потенциальными потребителями [12]. Можно сказать, что поведенческое поведение и покупательские привычки необходимы для повышения конверсии и компании имеют возможность предложить то, что вы видите, или то, что, предполагается, вы хотите увидеть. Это касается, предложения интернет-магазинов, рекламных офферов и др.

Другой тренд можно определить как расширение инструментов вовлечения при решении бизнес-практики: опросные механизмы с помощью игровых механик, принятие решения о покупке с помощью quiz-тестов; даже сама реклама должна иметь элемент вовлечения — лид-форму, конкурс, опрос [14].

Рост доли пользовательского контента (UGC — user generated content) можно отнести к трендам последних лет. Пользовательский контент представляет собой отзывы, видеоролики пользователей, фото с конкурсов. Данный формат предлагает другим пользователям получить неповторимый «опыт пользователя», который формирует большее доверие, чем любая реклама и демонстрация товара самим брендом, а также формирует скрытое побуждение к покупке. Более того, пользовательский контент имеет уникальный феномен «саморепликации», то есть пользователь делится контентом дважды: сначала с брендом, а потом репостом от бренда, таким образом растет количество просмотров и упоминаний о себе.

Отдельное внимание хотелось бы уделить не только средствам маркетинговых коммуникаций, но и местам размещения рекламных сообщений, которые, согласно поведенческим данным, вызывают наибольший интерес у аудитории 12—64 по всей России (рис. 5).

На рис. 5 видно, что indoor реклама в местах размещения сохраняет свою актуальность, несмотря на динамический рост цифровых технологий. Именно поэтому, полностью исключать данные форматы не стоит.

Подводя итоги, хотелось бы отметить, что трансформация маркетинговых коммуникаций дает основания сделать вывод об их сложном, комплексном динамичном развитии. Именно поэтому на данном этапе необходимо уделить особое внимание данным изменениям, чтобы разработать правильные маркетинговые коммуникационные стратегии, эффективные методы оценки для новых инструментов, которые появляются в связи с новыми трендами и тенденциями развития маркетинговых коммуникаций. Среди ограничений исследования следует

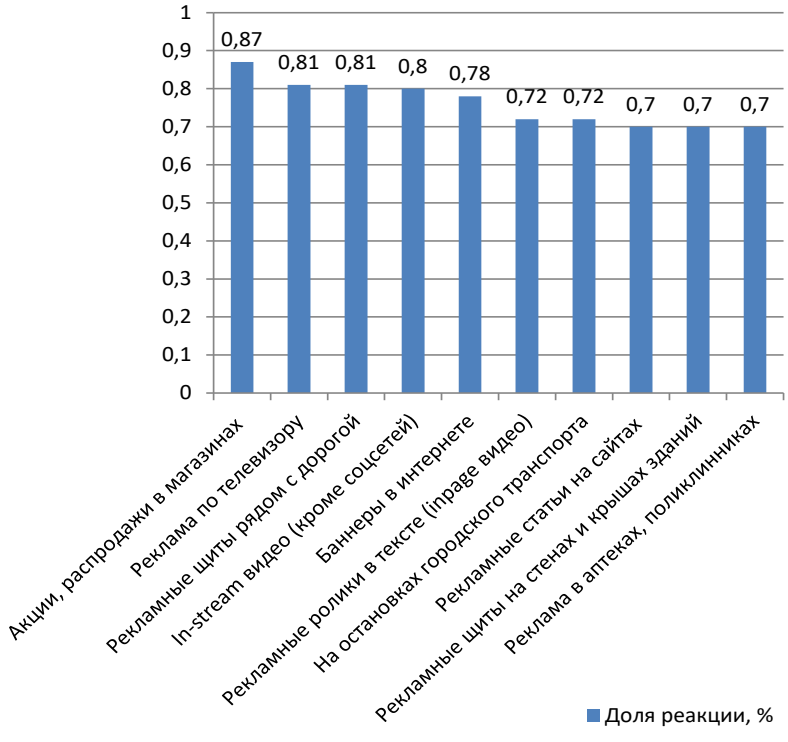


Рис. 5. Популярность рекламных сообщений, на которые больше всего реагирует аудитория (вся Россия, население 12—64)

Источник: по данным Mediascope в рамках конференции Digital Brand Day (https://mediascope.net/upload/iblock/864/Adindex%20City%2023.07.2020.pdf) [11].

отметить, что маркетинговые коммуникации динамично меняются, и в этой связи сложно оценивать актуальные тренды и тенденции. Более того, это усложняет оперативную интеграцию маркетинговых коммуникаций в практическую деятельность компаний. В свою очередь маркетинговые коммуникации меняются по отдельным направлениям, которые зачастую требуют разных компетенций от специалистов. Это также обусловливает то, что найти квалифицированные кадры на моменте развития трендов очень сложно. Однако выявленные сложности обусловливают возможности дальнейших исследований специалистов. Так, появление новых методов позволяет совершенствовать платформу маркетинговых коммуникаций, а также искать новые методы их оценки.

Список литературы

1. Винчук О. Ю. Выбор социальных сетей при разработке оптимальной технологии продвижения российских брендов профессиональной косметики // Практический маркетинг. 2020. № 7. С. 22—32.

2. Душкина М. Р. Массовые коммуникации с молодежью в социальных сетях на примере кампании самоизоляции из-за коронавируса // Маркетинговые коммуникации. 2020. № 2. С. 118—133.

3. Канарейко Д. А. VR-обучение в цифровой экономике // Общество, экономика, управление. 2020. Т. 5, № 1. С. 56—60.

4. Коваленко А. Е., Кузменко Ю. Г. Характеристика информационного потока в интернет-маркетинговой деятельности предприятий малого бизнеса // Практический маркетинг. 2020. № 02 (276). С. 20—31.

5. Лебедев А. В., Щербаков Е. А. Выбор эффективных каналов коммуникации для программы лояльности // Маркетинговые коммуникации. 2020. № 1. С. 56—67.

6. Неганова В. П., Смирнова Е. А. Взаимосвязь внутренних и внешних маркетинговых коммуникаций компании в контексте системного подхода // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и финансов в современных условиях: сб. науч. тр. III Междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 25 янв. 2016 г. СПб.: ИЦРОН, 2016. С. 22—32.

7. Шевченко Д. А. Рынок диджитал коммуникаций в России: ситуация и основных тренды // Системные технологии. 2018. № 26. С. 84—88.

8. Шиловский С. В. Влияние контента на вовлеченность потребителей розничной сети в отношениях с брендом (на примере Facebook) // Практический маркетинг. 2020. № 6. С. 9—15.

9. Шурчкова Ю. В. Методические подходы к оценке эффективности маркетинговых коммуникаций // Маркетинг, реклама и PR: теория и практика: сб. ст. по материалам междунар. науч.-практ. конф. Новосибирск: СибАК, 2011. С. 9—15.

10. Neganova V. P., Smirnova E. A. System of marketing communications in the mirror of marketing relationship // Fundamental and applied sciences today VII: Proceedings of the Conference. North Charleston, 21—22.12.2015. North Charleston, SC, USA: CreateSpace, 2015. P. 203—206.

11. Ачкасова К. Медиапотребление в период пандемии. 2020. URL: https://mediascope.net/upload/iblock/864/Adindex%20City%2023.07.2020.pdf (дата обращения 10.08.2020).

12. Курносова Е. Социальные сети в цифрах // ICT Moscow. 2019. URL: https://ict.moscow/presentation/sotsialnye-seti-v-tsifrakh/ (дата обращения 10.08.2020).

13. Льдинова Н. Оставаться на коне: каким будет интернет-маркетинг в 2020 году // Реальное время. 2020. URL: https://realnoevremya.ru/articles/161930-glavnye-trendy-internet-marketinga-v-2020-godu (дата обращения 01.06.2020).

14. Decker A. The Ultimate Guide to Marketing Trends in 2020 // Blog.HubSpot. 2019. URL: https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-trends/ (дата обращения 01.06.2020).

15. Patel N. Marketing Trends for 2020: Here's What Will Happen That Nobody is Talking About // The All-In-One SEO Tool. 2020. URL: https://neilpatel.com/blog/marketing-trends/ (дата обращения 01.06.2020).

Сведения об авторе

Смирнова Екатерина Алексеевна — маркетолог ООО «БРАВО», выпускница аспирантуры Института экономики УрО РАН, Екатеринбург, Россия. marketing.ekaterinasmirnova@gmail.com

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 203—209.

TENDENCIES OF DEVELOPMENT OF MARKETING COMMUNICATIONS IN 2020—2022

E. A. Smirnova
BRAVO LTD, Ekaterinburg, Russia. marketing.ekaterinasmirnova@gmail.com

This article presents a problem of changing essence of marketing communications in the direction of major usage of Internet communications and digital technologies in 2020. The purpose of the study is to provide an overview for tendencies of development of marketing communications in 2020—2022. An overview of the tendencies of development of marketing communications in modern marketing practices. Transformation of marketing communications and their complicated dynamic development leads to conclusion about necessity to create a platform of new evaluation methods and tools for future researches. Limitations of the study is a dynamic essence of changing of marketing communications, which leads to difficulties to fix current trends and tendencies and integrate them to marketing activities of companies on time. Moreover, specific of trend and tendencies does not allow to find qualified specialists quickly, make adaptation on time and develop necessary methods of evaluation of marketing communications. Promising areas of research will be the creation of a base for evaluating new marketing communications.

Keywords: *marketing communications, digital communications, internet communications, external marketing communications, system of marketing communications.*

References

1. Vinchuk O. Yu. (2020) *Prakticheskiy marketing*, no. 7, pp. 22—32 [in Russ.].
2. Dushkina M. R. (2020) *Marketingovyye kommunikatsii*, no. 2, pp. 118—133 [in Russ.].
3. Kanareyko D. A. *Obshchestvo, ekonomika, upravleniye*, vol. 5, no. 1, pp. 56—60 [in Russ.].
4. Kovalenko A. Ye., Kuzmenko Yu.G. (2020) *Prakticheskiy marketing*, no. 02 (276), pp. 20—31 [in Russ.].
5. Lebedev A. V., Shcherbakov Ye.A. (2020) *Marketingovyye kommunikatsii*, no. 1, pp. 56—67 [in Russ.].
6. Neganova V. P., Smirnova Ye. A. (2016) *Aktual'nyye voprosy ekonomiki, menedzhmenta i finansov v sovremennykh usloviyakh*, no. 3, pp. 22—32 [in Russ.].
7. Shevchenko D. A. (2018) *Sistemnyye tekhnologii*, no. 26, pp. 84—88 [in Russ.].
8. Shilovskiy S. V. (2020) *Prakticheskiy marketing*, no. 6, pp. 9—15 [in Russ.].
9. Shurchkova Yu. V. (2011) *Marketing, reklama i PR: teoriya i praktika*, no. 1, pp. 9—15 [in Russ.].
10. Neganova V. P., Smirnova E. A. (2015) *Fundamental and applied sciences today VII: Proceedings of the Conference*, pp. 203—206 [in Russ.].
11. Achkasova K. (2020) *Mediapotrebleniye v period pandemic* [Mediascope Report]. Available at: https://mediascope.net/upload/iblock/864/Adindex%20City%2023.07.2020.pdf, accessed 10.08.2020 [in Russ.].
12. Kurnosova Ye. (2019) *Sotsial'nyye seti v tsifrakh* [Social networks in numbers]. Available at: https://ict.moscow/presentation/sotsialnye-seti-v-tsifrakh/, accessed 10.08.2020 [in Russ.].
13. L'dinova N. (2020) *Ostavat'sya na kone: kakim budet internet-marketing v 2020 godu* [Staying on horseback: what will internet marketing be like in 2020]. Available at: https://realnoevremya.ru/articles/161930-glavnye-trendy-internet-marketinga-v-2020-godu, accessed 01.06.2020 [in Russ.].
14. Decker A. (2019) *The Ultimate Guide to Marketing Trends in 2020*. Available at: https://blog.hubspot.com/marketing/marketing-trends/, accessed 01.06.2020.
15. Patel N. (2020) Marketing Trends for 2020: Here's What Will Happen That Nobody is Talking About. Available at: https://neilpatel.com/blog/marketing-trends/, accessed 01.06.2020.

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 210—217.

УДК 338.48; 745 **DOI 10.47475/1994-2796-2020-11026**
ББК 65.43

СУБЪЕКТЫ НАРОДНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОМЫСЛОВ КАК ТУРИСТСКИЕ АТТРАКТОРЫ ТЕРРИТОРИИ

Е. В. Курилова, Е. Г. Радыгина
Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург, Россия

Народные художественные промыслы, являясь фактором региональной культуры, оказывают значительное влияние на маркетинг и брендинг территории, привлечение инвестиций в регион, создание дополнительных рабочих мест. Целью исследования является выявление перспектив сохранения и развития малого и среднего предпринимательства на основе комплексного описания истории и сегодняшнего дня бытования народных художественных промыслов на территории города Нижнего Тагила. Специфику исследования составляют культурно-исторический и семиотический подходы. В исследовании использовались идеографические и номотетические методы. Результаты исследования включают оценку состояния народных художественных промыслов Свердловской области, в частности Нижнего Тагила. Выявлены и оценены проблемы, с которыми сталкиваются субъекты народных художественных промыслов Нижнего Тагила, определены возможные «точки роста» и выявлены позитивные тенденции, на которые стоит направить меры государственной поддержки. Для включения субъектов народных художественных промыслов в число туристских аттракторов территории предлагается комплекс мер, которые позволят сохранять и продвигать традиционную народную культуру Среднего Урала.

Ключевые слова: *народные художественные промыслы, туристские аттракторы, традиционная народная культура, меры государственной поддержки.*

Народные художественные промыслы не только являются предметами домашнего обихода, но и выполняют функцию национальных символов, составляя основу отечественной культуры, и представляют собой один из лучших способов изучения традиций народа. Народные художественные промыслы Свердловской области становятся аттракторами туристских дестинаций и влияют на маркетинг территории.

Изделия народных художественных промыслов Нижнего Тагила являются одним из основных элементов создания образа территории. В них сохраняются художественные традиции, отражается самобытность культуры народов Свердловской области. Данное исследование, направленное на изучение состояния народных художественных промыслов Нижнего Тагила, дает возможность оценить проблемы, с которыми сталкиваются здесь субъекты народных художественных промыслов, выявить возможные «точки роста», позитивные тенденции, которые можно закрепить с помощью мер государственной поддержки в Свердловской области. Предметом исследования являются народные художественные промыслы Нижнего Тагила.

Цель исследования: комплексное описание истории и сегодняшнего дня бытования народных художественных промыслов на территории Нижнего Тагила.

В результате анализа данных предыдущих исследователей, публицистических текстов и исторических документов были собраны сведения о предпосылках появления художественных промыслов на территории Нижнего Тагила, об истории их бытования. Затем анализировалось актуальное состояние сферы народных художественных промыслов на территории и вырабатывалось возможные пути развития сложившейся ситуации.

Специфику исследования составляют культурно-исторический и семиотический подходы. В исследовании использовались идеографические методы, включающие рассмотрение проявлений и современного состояния народных художественных промыслов Нижнего Тагила, и номотетические методы, исследующие процессы формирования самобытной уральской культуры. Методы исследования: так как цель исследования максимально широка, основными методами, позволившими объединить задачи искусствоведческого, исторического и маркетингового анализа, стали наблюдение и описание. Комплексное описание особенностей бытования народных художественных промыслов на территории Нижнего Тагила проводится впервые, что определяет новизну исследования.

Практическая значимость исследования определяется потребностью в сведениях о состоянии

народных художественных промыслов территории как органов государственной и муниципальной власти, так и представителей бизнеса в данном секторе экономики. Выводы и рекомендации, сформулированные в результате данного исследования, должны лечь в основу разработки главных направлений развития народных художественных промыслов на территории Нижнего Тагила, а также выработки мер государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

По мнению В. А. Квартальнова [5. С. 158], соблюдение принципов устойчивого развития лежит в основе создания условий развития туристской индустрии региона, формирования инвестиционной привлекательности туристских дестинаций. При выполнении данных условий туризм становится сферой, стимулирующей развитие разных направлений экономики региона. Это связано с тем, что основная направленность развития туризма — не только достопримечательности, но также и виды деятельности, относящиеся к природной среде, культурному и историческому наследию, технологическим процессам в регионе.

По мнению В. С. Сенина [8. С. 73], развитие туризма необходимо строить на контролируемой, комплексной и устойчивой основе, с применением принципов эффективного и разумного планирования. Благодаря такому подходу туризм может способствовать значительному экономическому развитию региона, избегая возникновения неблагоприятных последствий, связанных с ухудшением экологической обстановки или нарушением социальной стабильности общества.

Большой практический интерес представляет оценка народных художественных промыслов и их влияния на уровень экономического развития территории их традиционного бытования. С этой точки зрения субъекты народных художественных промыслов можно рассматривать как один из инструментов обеспечения экономической безопасности. По мнению Г. В. Ганьшиной и Н. В. Чаус [3], отрасль народных художественных промыслов оказывает положительное влияние на конкурентоспособность территории и ее социально-экономическое развитие при помощи механизмов обеспечения занятости местного населения, предоставления дополнительных возможностей для развития смежных отраслей бизнеса, сохранения народных традиций и развития культурной самобытности дестинации, развития культурно-познавательного и других видов туризма.

Народные художественные промыслы оказывают специфическое воздействие на аттрактивность разных видов туризма в регионе. Например, для культурно-познавательного туризма значимыми являются создание исторического окружения, обращение к традиционным процессам изготовления изделий, продажа сувенирной продукции, предметов украшения костюма. Для экологического туризма актуально изготовление экологичных изделий утилитарного назначения (предметов домашнего обихода, письменных и туалетных принадлежностей). Для лечебно-оздоровительного туризма значение имеет дизайн пространств отдыха и рекреации в особом народно-художественном стиле, использование предметов украшения интерьера. Для делового туризма важно предложение стилизованной сувенирной продукции (письменные принадлежности, изделия декоративного назначения), использование символического или религиозного значения предметов. Стоит обратить внимание на взаимный эффект: развитие туризма влечет за собой развитие народных художественных промыслов, которые способствуют расширению производства и продажи сувенирной продукции, что напрямую влияет на удовлетворение потребностей туристов.

Народные ремесла и промыслы основаны на языческих верованиях русского народа, существовавших до принятия христианства, и показывают связь русского народа с природой. До реформ Петра I на Руси процветали различные формы народного творчества и декоративно-прикладного искусства. Большинство из них имели прикладное и утилитарное значение: фарфоровая посуда, глиняные игрушки, пуховые платки, плетение и вышивка, роспись и пр. Классическими предметами русской сувенирной отрасли являются изделия, широко известные за рубежом: росписи (гжель, городецкая, жостовская, палех, хохлома и др.), изделия из ткани (вологодское кружево, оренбургский пуховый платок, павловопосадский набивной платок, мценское кружево и др.), игрушки (матрешка, дымковская, романовская, филимоновская и др.), изделия из металла (златоустовская гравюра, скань, каслинское литье, тульские самовары и др.), резьба (абрамцево-кудринская, богородская, холмогорская и др.), плетение (шиловское лозоплетение, вятская береста).

Ко времени начала строительства заводов Уральский край был неплохо освоен. Уже начиная с XIV в. на Урал приходили русские: сначала новгородцы, позднее — переселенцы из Поморья, Северного Поволжья и районов Русского Севера, после реформ патриарха Никона и последовавшего

раскола Русской Православной церкви — противники нововведений, впоследствии названные старообрядцами. Демидовы привозили на строящиеся уральские заводы купленных крепостных крестьян. Сюда съезжались московские и тульские мастера, стекались опальные стрельцы, волжская вольница, раскольники, бежавшие от гонений за веру, пленные шведы, беглые крестьяне, солдаты, каторжники — люди, дерзкие духом и крепкие телом.

Так на Урале сложилась особая художественная культура, в которой сочетались разные потоки. Она впитала в себя искусство и быт русского Севера и Поволжья, которые принесли с собой переселенцы из этих земель в XVII в., горнозаводские промыслы и декоративную роспись Среднего Урала и Прикамья XVIII—XIX столетий. Именно горнозаводская культура определила специфику художественных промыслов, традиции которых сформировались в XIX и XX вв.

Необходимо также отметить тот факт, что в хозяйстве Демидовых, как в вотчинном, так и в заводском, активно использовались специалисты самых разных художественных и художественно-ремесленных профессий. Выполнение разнообразных работ силами собственных крепостных людей обходилось дешевле и было, соответственно, экономически более выгодно.

Одаренных и способных крепостных мастеров во владениях Демидовых было немало. Наряду с подготовкой специалистов горнотехнических, металлургических и других специальностей, связанных с горнозаводским производством, Демидовы начинают уделять большое внимание обучению мастеров творческих профессий: архитекторов, художников, специалистов декоративно-прикладного профиля. Особенно это касается деятельности сына Акинфия Демидова Никиты Акинфиевича, унаследовавшего нижнетагильскую часть заводов.

Этот факт также оказал немаловажную роль на развитие промыслов.

Значительное влияние на развитие промыслов оказывала и социально-экономическая обстановка. Вытеснение с мирового рынка российского железа в первой половине XIX в. приводит к необходимости расширить продажу железа внутри страны, в том числе и в самом Тагиле. В то же время введение технических новшеств на заводах, специализация заводских работ, высвободившая значительное количество рабочих рук, и низкая заработная плата заставляли рабочих искать возможности заработка. А высокая плотность населения в округе создавала для ремесленников неплохой рынок сбыта, позволяя развиваться кустарным производствам, в которых со временем все больше проявляется художественное начало.

Таким образом, искусство, ремесла и народные промыслы сложились и развивались на территории Нижнего Тагила в тесной связи с географическими и природно-климатическими особенностями (наличие большого количества природных ископаемых, железных и медных руд, драгоценных и поделочных камней и прочего, наличие леса и рек), под влиянием привнесенных из разных территорий страны традиций и социально-экономических факторов. Кроме того, специфику народных художественных промыслов определило развитие промышленности в XVIII — XIX вв. В Нижнем Тагиле развились лаковая роспись по металлу, камнерезное и ювелирное производство, берестяное дело, художественное литье и ковка металла.

В современных условиях проявляется увеличение интереса к материальному и нематериальному культурному наследию региона, что связано с переориентацией туристского потребления с внешнего туризма на внутренний, многие туристы обратили внимание на отдых в России. Исходя из этого развитие народных художественных промыслов, повышение их роли в социально-экономическом развитии региона, стимулирование экономической активности субъектов малого и среднего предпринимательства, создание благоприятных условий для развития туризма будут способствовать эффективному социально-экономическому росту региона и привлечению туристов [2].

Развивающийся рынок народных художественных промыслов и сувенирной продукции оказывает влияние на событийную индустрию. Значимыми событиями являются: фестиваль «Художественная керамика» (Гжель) и фестиваль сибирской керамики (Новосибирск), конференция ассоциации «Народные художественные промыслы России», межрегиональный конкурс «Филимоновское чудо» (Москва), международные выставки-ярмарки «Российский лен», «Серебряная коклюшка» и др. Создаются профессиональные сообщества. Например, некоммерческое партнерство «Русская ассоциация поставщиков и производителей сувениров».

В Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской

Федерации (2019—2025 годы)»[1] закрепляется важная роль индустрии туризма в решении социально-экономических проблем, обеспечении занятости населения и создании рабочих мест.

Однако в целом по России состояние народных художественных промыслов оценивается как кризисное. Этот факт определяется объемом народных художественных промыслов в ВВП менее 1 %, предпринимательской деятельности — ниже 0,02 %. Кроме того, многие самобытные технологии просто утрачены. Несмотря на значительный рост потока туристов, посещающих Свердловскую область, за последние несколько лет туры и экскурсии по народным промыслам не получили должного развития, и, как следствие, среди предложений турагентств можно лишь изредка встретить подобные программы. Тем не менее спрос на такие туры все же существует. Согласно специально проведенному опросу молодых людей в городе Орле в возрасте от 15 до 24 лет (данный сегмент был выбран как наиболее активный, любознательный и нетребовательный), 52 % респондентов изъявили желание посетить тур по народным промыслам и ремеслам. Также исследование показало, что большинство опрошенных пожелали включить в программу такие дополнительные услуги, как мастер-классы, поскольку они позволяют получить знания и навыки, понять тонкости определенного ремесла.

По мнению А. В. Кучумова с соавт. [1], для возрождения сферы народных художественных промыслов требуются значительные вложения в развитие инфраструктуры и подготовку специалистов.

Исходя из всего сказанного выше выделим основные тенденции развития сувенирной сферы:

1) укрепление исторической памяти территории;

2) возрождение исконно русских сувениров;

3) развитие ремесленных производств на основе народных художественных промыслов;

4) совмещение традиционной и новаторской культуры, усиление творческой составляющей и профессионализма в производстве сувенирной продукции;

5) развитие индустрии событий на основе народных художественных промыслов.

Особенностью конкуренции в сфере туризма является разноуровневость ее проявления. На микроуровне происходит конкурентная борьба между отдельными субъектами туристской индустрии (средствами размещения, туроператорами, турагентами). На мезоуровне конкуренция возникает между туристскими дестинациями, на мегауровне — между странами. Существует тесная взаимосвязь конкуренции на этих уровнях туризма. Это объясняется тем, что при принятии решения о путешествии турист сначала выбирает дестинацию, а уже затем расположенное в ней средство размещения. Мотивацией путешествия обычно выступают те уникальные туристско-рекреационные ресурсы, которыми обладают дестинации. В исключительных случаях основной целью путешествия может быть само средство размещения, если оно относится к категории необычных отелей. В классической теории конкуренции основными конкурентными силами являются покупатели, поставщики, субституты и потенциальные конкуренты [7]. В сфере туризма следует учитывать влияние на конкурентоспособность местного населения, и это еще одна важнейшая конкурентная сила. В процессе путешествия всегда происходит коммуникация туристов с местными жителями, что влияет на качество восприятия предоставляемых туристских услуг. В настоящее время общепризнан термин «экономика впечатлений», это еще раз подчеркивает важность учета отношения местного населения к туристам. Современный путешественник особо ценит комфорт пребывания в дестинации, который зависит и от отношения местного населения к туристам. Недаром при оценке туристской конкурентоспособности стран всегда учитывается данный фактор. Следовательно, местное население является важным звеном, влияющим на формирование возвратного туристского потока в дестинацию. Для Российской Федерации характерен крайне низкий уровень возвратности туристского потока, что неблагоприятно отражается на общих объемах туризма. Для создания благожелательной атмосферы пребывания путешественников в дестинации следует сформировать лояльное отношение к ним местного населения. С этой целью предлагаются следующие мероприятия по расширению участия местных жителей в туристской деятельности:

— создание новых рабочих мест в сфере туризма для трудоустройства местного населения (примером такой практики может служить опыт этнографического парка-музея «Этномир», расположенного в Калужской области);

[1] Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019—2025 годы)»: утв. Пост. Правительства РФ от 2 авг. 2011 г. № 644, с изм. от 7 февр. 2018 г. (http://docs.cntd.ru/document/902295121; дата обращения 04.09.2020).

— повышение материальной заинтересованности местного населения в развитии туризма за счет активизации предпринимательской деятельности, которая связана с обслуживанием туристов (предприятия питания, народные промыслы и т. п.);

— привлечение местного населения в коллективы, демонстрирующие туристам нематериальное культурное наследие дестинации: песни, танцы, ремесла и т. п. (успешным примером могут служить поселения староверов (семейских) в Бурятии, где практически все население участвует в туристской деятельности). Широкий охват местного населения туристской деятельностью позволит сформировать положительный социальный эффект; включение нематериального культурного наследия в туристский оборот и активное привлечение местных жителей для его воспроизведения и сохранения способствуют формированию взаимной толерантности местного населения и туристов.

Актуальным для региона является развитие ремесленного туризма, ориентированного на изучение народной художественной культуры, промыслов и ремесел, традиций народного искусства. В программу ремесленного туризма включается посещение сувенирных производств, авторских мастерских, знакомство с технологией производства. Ремесленный туризм имеет с культурно-историческую направленность и рассчитан прежде всего на небольшие группы туристов, однородные по интересам. Также ремесленный туризм связан с образовательным и детским видами туризма и может составить значимую долю в общем турпотоке, способствуя сочетанию культурных и социально-экономических приоритетов развития многих регионов России.

Особое внимание, по мнению В. П. Чичканова, Л. А. Беляевской-Плотник и П. А. Андреевой [9], следует уделить информационной поддержке ремесленного туризма и рекламе турпродуктов в интернет-пространстве. В этом случае продвижение образовательных и познавательных туров в центры народных промыслов будет не только приносить доход, но и способствовать возрождению и сохранению традиционно-бытовой культуры.

Во время посещения мастер-классов турист получает возможность не только узнать о промысле и его истории, но и попробовать свои силы в изготовлении изделия и раскрыть творческие способности. Это является главной отличительной характеристикой данной услуги от остальных. Реализация подобных программ будет полезна и интересна туристам всех возрастов, ведь они помогают понять историю, наших предков и, соответственно, нас самих. Такие туры могут многое рассказать об истории посещаемого края, нравах, обычаях и традициях, идеалах красоты его народа и удовлетворить следующий круг интересов: потребность в познании, просвещении (повышение общего уровня культуры и профессиональных навыков); потребность в новых ощущениях, впечатлениях (возможность увидеть нечто уникальное и экзотическое); желание приобрести или изготовить изделие самостоятельно, получить оригинальный сувенир, выполненный по заказу, или изделие с клеймом мастера. Кроме того, поддержка правительством такого вида туризма дает регионам возможность развития народных художественных промыслов как:

— отрасли производства, так как сегодня многие мастера организуют свою деятельность либо в форме индивидуального предпринимательства, либо в более крупных производственных формах;

— части национальной культуры и фактора формирования особого туристского кластера — наличие на территории области множества уникальных народных ремесел в совокупности со всевозможными этническими праздниками и фестивалями;

— присутствие многочисленных известных на всю страну центров и музеев, природных и развлекательных комплексов, что дает основания для разработки программ масштабных туристских маршрутов.

Перечисленные перспективы способны привлечь дополнительные денежные потоки, поскольку туризм на сегодняшний день является одной из самых прибыльных отраслей, а также послужить основанием для открытия новых предприятий сферы обслуживания, создания сотен новых рабочих мест и улучшения общей инфраструктуры регионов [6].

Сущность территориального маркетинга сводится к формированию, обеспечению и поддержанию конкурентоспособности территории во внешней среде на межтерриториальном уровне. Огромную роль в продвижении региона играют народные художественные промыслы.

Применительно к туризму под маркетингом туристского региона понимается деятельность, предпринимаемая с целью целенаправленного создания, поддержания или изменения определенного имиджа территории и/или поведения субъектов, внешних по отношению к данной территории [10].

Главный вопрос, на который необходимо ответить в существующих условиях: «Какой должна быть стратегия продвижения предприятий и мас-

теров, чтобы изделия народных художественных промыслов заняли достойное место среди визуальных репрезентантов бренда Урала, чтобы они по праву заняли свое место в списке обязательных подарков гостям нашего города и области, чтобы то, как обрабатывается камень, металл или дерево, знал и этим гордился каждый житель Урала?» [4].

Особенности изделий и услуг в сфере художественного производства:

1. Народные художественные промыслы становятся элементами бренда территории, а процесс их изготовления представляет ресурс для экономического роста и развития.

2. Традиционное декоративно-прикладное искусство является средством постижения исторического культурного наследия, формирования культурной идентичности жителей Урала, основой патриотического воспитания молодежи.

3. Утилитарное назначение изделия не является единственным. Например, нижнетагильский поднос уже не кухонная утварь, но произведение искусства.

4. Изделия мастеров высокого профессионального уровня сегодня являются, скорее, предметами роскоши.

Законом Свердловской области от 15 июля 2013 г. № 77-ОЗ «О народных художественных промыслах в Свердловской области»[1] определены новые шаги по продвижению народных художественных промыслов региона — здесь ведется работа по созданию единого портала народных художественных промыслов, что поможет не только продвижению мастеров и их изделий, но и повысит узнаваемость бренда «народные художественные промыслы Свердловской области».

Портал позволит узнать о том, как зарождался каждый промысел на Урале, какие мастера работают на территории Свердловской области. А также получить актуальную информацию о выставочно-ярмарочных мероприятиях, фестивалях, конференциях, семинарах, форумах, конкурсах, онлайн-мероприятиях. Портал создается в рамках государственной программы Свердловской области «Повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области до 2024 года»[2] (мероприятие «Поддержка народных художественных промыслов Свердловской области»).

Таким образом, изучение архивных материалов по вопросам истории города Нижний Тагил из библиотечных фондов, архивов профильных образовательных организаций показало, что горнозаводская культура, ассимилировавшая традиции переселенцев из различных территорий России, явилась базой культурной уникальности Нижнего Тагила и определила специфику художественных промыслов, традиции которых сформировались в XVIII—XX вв.

Бытовавшие в Тагиле промыслы можно разделить на несколько групп: художественная обработка камня, производство ювелирных изделий из поделочных камней, художественный метал (лаковая роспись по металлу, художественная ковка), деревообрабатывающие, гончарный, художественный текстиль, и др. Максимальный интерес туристов и гостей Свердловской области вызывают тагильские подносы, коллекции минералов и украшений из натуральных поделочных камней.

Для промыслов, характерных для Нижнего Тагила, выделены положительные и отрицательные направления развития: недооценивается значение народных художественных промыслов для территории как туристской дестинации; производство и реализация продукции народных художественных промыслов практически не растет (скорее, происходит их снижение); как следствие невысокой средней заработной платы в отрасли, не растет и количество квалифицированных специалистов, инфраструктура сбыта только начинает выходить на современный уровень.

[1] Закон Свердловской области «О народных художественных промыслах в Свердловской области» от 15 июля 2013 г. № 77-ОЗ (с изм. на 4 авг. 2020 г. (http://docs.cntd.ru/document/453128796; дата обращения 04.09.2020).

[2] Государственная программа Свердловской области «Повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области до 2024 года»: утв. Пост. Правительства Свердловской обл. от 17 нояб. 2014 г. № 1002-ПП) (с изм. на 25 июня 2020 г.) (http://docs.cntd.ru/document/423841173; дата обращения 04.09.2020).

Список литературы

1. Kuchumov A. V., Zigern-Korn N., Testina Ya.S., Boykova Yu. M. Development Trends of the Tourism Clusters in the Russian Federation // IOP Conference Series Earth and Environmental Science. 2018. № 204 (1). URL: https://www.researchgate.net/publication/329812388_Development_Trends_of_the_Tourism_Clusters_in_the_Russian_Federation (дата обращения 04.09.2020).

2. Yakovenko N. V., Komov I. V. Folk crafts as an innovative factor of tourism development in the region (using an example of Voronezh region) // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2016. № 3 (9).

3. Ганьшина Г. В., Чаус Н. В. Народные художественные промыслы как средство активизации событийного туризма в России // Современные проблемы сервиса и туризма. 2012. № 2.

4. Иванова О. Л., Паньшина О. С. Стратегия продвижения предприятий народных художественных промыслов Урала // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 18—20 апр. 2016 г. в 2 т. Т. 1. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. С. 264—267.

5. Квартальнов В. А. Туризм: учебник. М.: Финансы и статистика, 2002. 320 с.

6. Кулешова М. Н., Козлова В. А. Народные художественные промыслы как фактор развития туризма в регионе // Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: материалы 5-й Межрегион. науч.-практ. конф. с междунар. участием. 2018. С. 34—37.

7. Морозова Н. С., Морозов М. М. Конкурентные преимущества в туризме и гостиничном бизнесе в условиях глобальной цифровизации // Вестник Российского нового университета: Человек и общество. 2020. № 1. С. 60—64.

8. Сенин В. С. Введение в туризм. М.: РИПРИКТ, 1993. 365 с.

9. Чичканов В. П., Беляевская-Плотник Л. А., Андреева П. А. Моделирование оценки влияния отраслевых факторов на уровень социально-экономического развития и экономической безопасности территорий // Экономика региона. 2020. Т. 16, вып. 1. С. 7—13.

10. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма: учеб. пособие. 4-е изд., перераб. и доп. М.: РДЛ, 2007. 480 с.

Сведения об авторах

Курилова Елена Владимировна — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туристического бизнеса и гостеприимства Уральского государственного экономического университета, Екатеринбург, Россия. elenak.64@mail.ru

Радыгина Евгения Геннадьевна — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туристического бизнеса и гостеприимства Уральского государственного экономического университета, Екатеринбург, Россия. radygina@bk.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 210—217.

SUBJECTS OF FOLK ARTS AS TOURIST ATTRACTORS OF THE TERRITORY

E. V. Kurilova
Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia. elenak.64@mail.ru

E. G. Radygina
Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia. radygina@bk.ru

Folk arts and crafts, as a factor of regional culture, have a significant impact on the marketing and branding of the territory, attracting investment to the region, and creating additional jobs. The purpose of the research is to identify the prospects for the preservation and development of small and medium-sized businesses based on a comprehensive description of the history and current existence of folk arts and crafts in the city of Nizhny Tagil. The specifics of the research are cultural-historical and semiotic approaches. The study used ideographic and nomothetical methods. The results of the study include an assessment of the state of folk arts and crafts in the Sverdlovsk region, in particular the city of Nizhny Tagil. The problems faced by the subjects of folk arts and crafts in Nizhny Tagil are identified and evaluated, possible «growth points» are identified, and positive trends are identified that should be addressed by state support measures. To include subjects of folk arts and crafts in the number of tourist attractions of the territory, a set of measures is proposed that will allow preserving and promoting the traditional folk culture of the Middle Urals.

Keywords: *folk arts and crafts, tourist attractions, traditional folk culture, state support measures.*

References

1. Kuchumov A. V., Zigern-Korn N., Testina Ya. S., Boykova Yu. M. (2018) *IOP Conference Series Earth and Environmental Science*, no. 204 (1). Available at: https://www.researchgate.net/publication/329812388_Development_Trends_of_the_Tourism_Clusters_in_the_Russian_Federation, accessed 04.09.2020.

2. Yakovenko N. V., Komov I. V. (2016) *Nauchnyj rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa*, no. 3 (9). Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/folk-crafts-as-an-innovative-factor-of-tourism-development-in-the-region-using-an-example-of-voronezh-region, accessed 04.09.2020 [in Russ.].

3. Gan'shina G. V., Chaus N. V. (2012) *Sovremennye problemy servisa i turizma*, no. 2. Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/narodnye-hudozhestvennye-promysly-kak-sredstvo-aktivizatsii-sobytiynogo-turizma-v-rossii, accessed 04.09.2020 [in Russ.].

4. Ivanova O. L., Pan'shina O. S. (2016) *Strategii razvitiya social'nyh obshchnostej, institutov i territorij*. Ekaterinburg. Pp. 264—267 [in Russ.].

5. Kvartal'nov V. A. (2002) Turizm [Tourism]. Moscow, Finansy i statistika, 320 p. [in Russ.].

6. Kuleshova M. N., Kozlova V. A. (2018) *Tendencii i problemy razvitiya industrii turizma i gostepriimstva: Materialy 5-j Mezhregional'noj nauchno-prakticheskoj konferencii s mezhdunarodnym uchastiem*. Pp. 34—37.

7. Morozova N. S., Morozov M. M. (2020) *Vestnik Rossijskogo novogo universiteta: Chelovek i obshchestvo*, no. 1, pp. 60—64 [in Russ.].

8. Senin B.C. (1993) Vvedenie v turizm [Introduction to tourism]. Moscow, RIPRIKT. 365 p. [in Russ.].

9. Chichkanov V. P., Belyaevskaya-Plotnik L. A., Andreeva P. A. (2020) *Ekonomika regiona*, vol. 16, no. 1, pp. 7—13 [in Russ.].

10. Yakovlev G. A. (2007) Ekonomika i statistika turizma [Economy and tourism statistics]. Moscow, RDL. 480 p. [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 218—222.

УДК 334.02
ББК 65.291.21

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11027

ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕННАЯ ЛОГИКА ПРИНЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ РЕШЕНИЙ

Д. А. Плетнев, Т. В. Левикова
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Цель статьи — изучить, насколько важна причинно-следственная логика (causation logic) при принятии решений в процессе создания или развития предприятия. Рассмотрены несколько компаний. Первая — новое польское международное предприятие, работающее в индустрии аудиокниг. В результате изучения трех основных этапов его развития выявлено, что данная логика принятия решений используется на втором этапе, а на третьем этапе она применяется только для внутреннего рынка. Вторая организация — компания Apple с ее руководителем Стивом Джобсом, благодаря решениям которого она стала одной из самых востребованных в мире. Третьим примером взят всемирно известный мессенджер Telegram с его разработчиком Павлом Дуровым, которому удалось не только создать приложение, сделать его известным, но и сохранить его главную особенность, состоящую в том, что после любого скандала или посягательства приложение становится еще более популярным.

Ключевые слова: *принятие решений, причинно-следственная логика, эффектуация, международные предприятия, логика предпринимателей, С. Д. Сарасвати.*

У большинства людей есть привычка выбирать цель и затем искать способы достигнуть ее. Мы выбираем пункт назначения перед тем, как взять карту, чтобы найти маршрут, по которому можно добраться. Это очень логично и просто. Тем не менее это не всегда так, если речь заходит о предпринимательской деятельности. Предприниматель может начать с того, что проанализирует, какие средства есть в его распоряжении. И только затем определяет цель, достижимую при помощи выявленных средств. Вместе с тем существуют предприниматели, которые используют рациональное, целеустремленное поведение и придерживаются причинно-следственной логики принятия решений. В статье представлено описание причинно-следственной логики принятия решений (causation logic), ее места в системе принятия предпринимательских решений.

Многие исследователи предполагают, что при реализации предпринимательских возможностей используется рациональное, целеустремленное поведение [2]. Эта модель упоминается С. Сарасвати как модель причинно-следственной связи. Будущее рассматривается как прогнозируемое, предсказуемое и управляемое при помощи активных действий предпринимателя. Основное внимание уделяется достижению желаемой цели с помощью определенного набора средств. Целеполагание опосредует поиск и выбор тактики, лежит в основе большинства теорий управления. Приверженцы данного способа считают, что «если я могу предсказать будущее, я могу его контролировать» [8]. Такая стратегия требует постоянного планирования с иерархической структурой от главной цели до подцелей, при этом всегда принимается во внимание ожидаемая отдача от достижения каждой цели.

Опираясь на аргументы, представляющие две противоположные идеи рациональности (то есть неограниченная рациональность против ограниченной), С. Сарасвати [1] предложила логику причинно-следственной связи при принятии решений, определяемую следующим образом: «Причинные процессы принимают конкретный эффект как данное и сосредоточиваются на выборе между средствами для создания этого эффекта». Принципы причинно-следственной логики: 1) максимизация ожидаемой отдачи и фокус на оптимальном решении, 2) конкурентный анализ, 3) использование ранее существовавших знаний и 4) фокус на предсказуемых аспектах неопределенного будущего. Сравнение двух логик — эффектуальной и причинно-следственной — представлено в таблице (с. 219).

С. Сарасвати подразумевает, что логика лиц, принимающих решения, вытекает из их убеждений и представлений о будущем. Если они воспринимают будущее как предсказуемое, они будут склонны применять причинно-следственную логику. Связывая результаты с существующими теориями, С. Сарасвати утверждает, что это резонирует с аргументом Г. Минцберга [3] о том, что

Сравнение эффектуальной и причинно-следственной логики принятия решений

Критерий	Эффектуация	Причинно-следственная логика
Данность	Средства и инструменты достижения результата	Эффект (цель)
Особенности принятия решений	Выбор между возможными результатами, создаваемыми имеющимися средствами. В основе выбора — допустимые убытки или приемлемый риск. Зависимость от лица, принимающего решение	Выбор средств для достижения цели. Главный критерий выбора — ожидаемый доход. Зависимость от цели
Применяемые компетенции	Использование непредвиденных обстоятельств	Использование имеющихся знаний
Актуальность	Данная логика чаще встречается в действиях людей, предполагает динамичное развитие	Данная логика чаще применима в линейных моделях в условиях независимой окружающей среды
Неопределенность	Фокусировка на контролируемых аспектах	Фокусировка на предсказуемых аспектах
Логика, лежащая в основе принятия решений	В той степени, в которой мы можем контролировать будущее, оно не нуждается в предсказании	В той степени, в которой мы можем предсказать будущее, можно его контролировать
Результаты	Создание новых рынков через альянсы и другие стратегии объединения	Доля на существующем рынке через конкурентную борьбу

стратегическое планирование — это не формирование стратегии и что принятие решений необязательно связано с анализом и предсказаниями, а скорее, с действием и синтезом, а также с теорией К. Вейка [4], в которой говорится, что сотрудники в организациях вовлечены в ретроспективный анализ своих действий.

А. Риальп-Криадо, И. Гальван-Санчез и С. М. Суарез-Ортега [5] предполагают, что процесс формирования стратегии и логика принятия решений развиваются на разных этапах развития организации, причинно-следственная логика в большей степени характерна для более поздних стадий развития компании. К похожим выводам пришли В. И. Бархатов и Д. А. Плетнев [6]. Однако этот сдвиг логики принятия решений (и процесса формирования стратегии) является не разовым событием, а скорее, долгосрочным процессом, в течение которого логика принятия решений колеблется. Кроме того, С. Андерссон [7] и М. Чижевска-Млинарич с коллегами [8; 10] полагают, что успешные предприниматели могут переключаться между логикой принятия решений, применяя процессы действий по средствам или причинно-следственной логики; однако они связывают эти сдвиги с непредсказуемостью или предсказуемостью ситуаций, с которыми они сталкиваются. Кроме того, К. Гровс, С. Вэнс, Д. Чой [9] обнаружили, что вопреки распространенному мнению предприниматели предпочитают нелинейное мышление, предприниматели и старшие менеджеры имеют сходные предпочтения в отношении сбалансированного использования линейных и нелинейных способов принятия решений.

В качестве подтверждения успешного применения причинно-следственной логики принятия решений, в том числе на начальных этапах деятельности компаний, было рассмотрено три кейса: ведущей мировой компании Apple, международной IT-компании со штаб-квартирой в Польше (Audioteka) и популярного мессенджера Telegram.

Первая компания для анализа причинно-следственной логики принятия решения — компания Apple, ее основатель — Стив Джобс. Над созданием первого iPhone трудилось много людей, так как после никудышной презентации в 2005 году «первого iTunes Phone» — Motorola Rokr Джобс поставил задачу создать абсолютно новый телефон, на котором работать можно при мощи пальца. Стив Джобс ненавидел стилусы и говорил своим сотрудникам: «Если ты предлагаешь стилусы, ты покойник». Это показывает, что Джобс стремился к поставленной цели, не считаясь с другим мнением.

Как опытный менеджер и маркетолог, в 2007 г. Стив Джобс настоял на реальной, или живой презентации устройства, которую восприняли бы лучше записи. Опять же цель была поставлена, но сам девайс еще не был окончательно готов и работал нестабильно. Стив ставил перед работниками задачи и требовал результат. И его не интересовало, каким образом инженеры избавятся от проблемы или какой технологией реализуют его видение. Тогда инженеры придумали «Золотой путь», благодаря которому девайс не глючил и продержался

90 минут презентации. Стив Джобс был осведомлен о трюках, которые использовались для обмана зрителей в 2007 г. А на сцене Macworld Conference & Expo Джобс отыгрывал роль, демонстрируя неготовый продукт.

Вторая компания, Audioteka была основана в феврале 2008 г. и подписала свой первый контракт с издательством через три месяца ([8]). 6 ноября 2008 г. компания запустила интернет-сервис, предлагающий 120 аудиокниг. Это был первый этап, предпусковой запуск, или создание предприятия, на котором была использована эффектуальная логика принятия решений. При анализе было выявлено, что на данном этапе были использованы первоначальные ресурсы (знания и опыт в области звукозаписи и создания стартапов, личные связи предпринимателей и устоявшаяся компания в качестве стратегического партнера), которые позволили основателям сосредоточиться на контроле некоторых аспектов, чтобы снизить непредсказуемость будущего.

Важным событием в истории компании Audioteka, повлекшим за собой существенное изменение ориентации фирмы на рост, стало сотрудничество с Nokia. В июне 2009 г. мобильное приложение фирмы вместе с одной из аудиокниг было предварительно установлено на 250 000 телефонов Nokia e52. Идея сотрудничества с более крупным партнером из отрасли мобильной связи / телекоммуникаций была осознанным выбором. В самом начале существования фирмы были поставлены две цели. Первая — привлечение большего число пользователей — была сформулирована в результате ранее имевшихся знаний (прошлого опыта) основателя. Также на основе ранее накопленных экспериментальных знаний (важность владения контентом, правила шоу-бизнеса и гласность; отсутствие желаемых результатов от традиционной рекламы) была поставлена вторая цель — повысить узнаваемость аудиокниг. И тогда предприниматель решил инвестировать в производство, одолжив бизнесу свои личные деньги. Логика, характеризующая принятие решений на этом этапе, была причинно-следственной.

«Глобальное видение» Audioteka не было реализовано на этапе создания предприятия. В то время не было никакого плана для международной экспансии, и разработанные изначально технологические решения не подходили для этой цели. На третьем этапе роста компании, когда внутренний рост сопровождался и международным ростом, применялись две логики принятия решений. Во внутренних операциях принятие решений основывалось на причинно-следственной логике, возникшей в результате вступления в должность сетевого партнера и последующего найма нового генерального директора с высокими аналитическими навыками. Тем не менее процесс принятия решений в международном росте был основан на эффективной логике. На начальном этапе у предпринимателя не было четкой цели выйти на международный уровень. Вместо этого он хотел создать что-то «большое»; по его словам, «была такая надежда — что если?». Его процесс принятия решений основывался на эксплуатации непредвиденных обстоятельств; то есть превращение непредсказуемых событий в позитивные сюрпризы. С ростом компании и появлением новых рынков организация также продолжает использовать причинно-следственную логику принятия решений, но только для внутреннего рынка. Зарубежные рынки воспринимаются как «новые предприятия» и управляются предпринимателем, который следует эффектуальной логике, чтобы удержать компанию на лидирующих позициях.

Рассмотрим становление известного и нашумевшего в мире мессенджера Telegram. Разрабатывая идею и концепцию мессенджера, создатель Павел Дуров понимал, что, чтобы стать заметным на рынке, ему нужно громко заявить о себе, так как уже существовали такие приложения, как WhatsApp и Viber, которые были популярны по всему миру. Поэтому в ситуации, случившейся в 2013 г., когда вокруг опубликованных бывшим сотрудником ЦРУ Сноуденом разгорелся скандал, Павел решил сконцентрироваться на защищенности общения. Ставка на защищенность и «сверхсекретный протокол» сыграла важную роль. К мессенджеру присоединялись по всему миру, за первый год работы приложения его скачали 35 млн чел. За то, что у различных государственных служб не было доступа к просмотру переписок, Павлу Дурову пришлось поучаствовать в огромном количестве судебных разбирательств, но он все равно продолжал разрабатывать и модернизировать данное приложение. Даже заявления о блокировке Telegram идут на пользу приложению: мессенджер обретает приверженцев среди борцов за свободу. Мы видим, как поставленная цель — защита информации — привела компанию разработчиков приложения к успеху, и любое посягательство на Telegram делает его еще более популярным.

В действительности для крупных компаний причинно-следственная логика принятия решений применяется довольно часто, однако и для стартапов

и небольших компаний во многих случаях именно такая логика может привести к прорывным результатам. Такие разнородные примеры, относящиеся к своеобразному «айтишному мейнстриму», говорят о широких возможностях использования причинно-следственной логики в принятии бизнес-решений.

Список литературы

1. Sarasvathy S. D. Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift From // Academy of Management Review. 2001. Vol. 26, no. 2. P. 243—263.

2. Бархатов В. И., Плетнев Д. А., Биткулова З. С. К вопросу об идеологии, методологии и технологиях разработки управленческих решений в российских корпорациях // Вестник Челябинского государственного университета. 2013, № 32 (323). С. 69—76.

3. Mintzberg H. The Fall and Rise of Strategic Planning // Harvard Business Review. 1994. Vol. 72, no. 1. P. 107—114.

4. Weick K. The social psychology of organizing (2nd ed.). McGraw-Hill, Inc. 1979.

5. Rialp-Criado A., Galvan-Sanchez I., Suarez-Ortega S. Configuration-holistic Approach to Born Global Firms' Strategy Formation Process // European Management Journal. 2010. Vol. 28, no. 2. P. 108—123.

6. Бархатов В. И., Плетнев Д. А. Интеграция теорий жизненных циклов в эволюционную теорию корпорации // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 3 (119). С. 150—157.

7. Andersson S. International entrepreneurship, born globals and the theory of effectuation // Journal of Small Business and Enterprise Development. 2011. Vol. 18, no. 3. P. 627—643.

8. Ciszewska-Mlinaric M., Obloj K., Wasowska A. Effectuation and causation: Two decision-making logics of INVs at the early stage of growth and internationalization // Journal for East European Management Studies. 2016. Vol. 21, iss. 3. P. 275—297.

9. Groves K., Vance C., Choi D. Examining Entrepreneurial Cognition: An Occupational Analysis of Balanced Linear and Nonlinear Thinking and Entrepreneurship Success // Journal of Small Business Management. 2011. Vol. 49, iss. 3. P. 438—466.

10. Gabrielsson M., Kirpalani V. H.M., Dimitratos P., Solberg C. A., Zucchella A. Born globals: Propositions to help advance the theory // International Business Review. 2008. Vol. 17, iss. 4. P. 385—401.

Сведения об авторах

Плетнев Дмитрий Александрович — доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики отраслей и рынков Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. pletnev@csu.ru

Левикова Татьяна Владимировна — студентка Института экономики отраслей, бизнеса и администрирования Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. tata_levikova2000@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 218—222.

CAUSATION LOGIC OF ENTREPRENEURIAL DECISION-MAKING

D. A. Pletnev
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. pletnev@csu.ru

T. V. Levikova
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. tata_levikova2000@mail.ru

The article aims to study how vital causation logic in decision-making is in creating or developing an enterprise. For this purpose, several different companies were analyzed. The first is a Polish international new venture operating in the audiobook industry. As a result of studying the three main stages of development of this organization, it was revealed that this decision-making logic is used in the second stage, and in the third stage, it is used only in the domestic market. The second organization was Apple and its head Steve Jobs, thanks to whose solutions the company became one of the most popular globally. The third example was the world-famous Telegram messenger and its developer Pavel Durov, who managed to develop the application and make it famous and preserve its main feature, making it so that any scandal or encroachment makes the application even more popular.

Keywords: *decision making, effectuation, causation, international enterprises, the logic of entrepreneurs, S. D. Saraswati.*

References

1. Sarasvathy S. D. (2001) *Academy of Management Review*, vol. 26, no. 2, pp. 243—288.
2. Barkhatov V. I., Pletnev D. A., Bitkulova Z. S. (2013) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 32 (323), pp. 69—76 [in Russ.].
3. Mintzberg H. (1994) *Harvard Business Review*, vol. 72, no. 1, pp. 107—114.
4. Weick K. (1979) The social psychology of organizing (2nd ed.). McGraw-Hill, Inc.
5. Rialp-Criado A., Galvan-Sanchez I., Suarez-Ortega S. (2010) *European Management Journal*, vol. 28, no. 2, pp. 108—123.
6. Barkhatov V. I., Pletnev D. A. (2013) *Vestnik Tambovskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye nauki*, no. 3 (119), pp. 150—157 [in Russ.].
7. Andersson S. (2011) *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 18, no. 3, pp. 627—643.
8. Ciszewska-Mlinaric M., Obloj K., Wasowska A. (2016) *Journal for East European Management Studies*, vol. 21, iss. 3, pp. 275—297.
9. Groves K., Vance C., Choi D. (2011) *Journal of Small Business Management*, vol. 49, no. 3, pp. 438—466.
10. Gabrielsson M., Kirpalani V. H.M., Dimitratos P., Solberg C. A., Zucchella A. (2008) *International Business Review*, vol. 17, no. 4, pp. 385—401.

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 223—229.

УДК 338.45; 332.12
ББК 65.301; 65.04

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11028

КРУПНЫЙ ПРОМЫШЛЕННЫЙ БИЗНЕС ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Д. С. Бенц

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

Статья посвящена анализу присутствия крупного бизнеса Челябинской области во всех отраслях промышленности в соответствии с общероссийским классификатором видов деятельности (ОКВЭД 2). Все разделы промышленного производства (а это разделы B, C, D и E) имеют общую черту — абсолютное доминирование крупного бизнеса. Это касается и добывающей, обрабатывающей промышленности остальных двух разделов. Приведен полный перечень крупных промышленных предприятий разделов B, D, E. В связи с тем что обрабатывающая промышленность (раздел C) представлена 72 предприятиями, здесь показан топ-10 крупных предприятий. Добывающая промышленность региона представлена главным образом горно-обогатительными и горнорудными комбинатами, обрабатывающая — металлургическими.

Ключевые слова: *крупный бизнес, промышленные предприятия, Челябинская область, металлургия, ОКВЭД 2.*

Исторически сложившаяся индустриальная база сделала Челябинскую область одним из крупнейших промышленных центров России. Развитие промышленности было предопределено экономико-географическим положением, природно-ресурсным потенциалом, развитой научной базой [1]. Сегодня Челябинская область — это 88,5 тыс. кв. км территории, что составляет 5,2 % территории России. По состоянию на 1 января 2020 г. численность населения равна чуть меньше 3,5 млн чел[1]., что составляет 2,36 % населения страны. Среднегодовая численность занятых на 2018 г. — 1756,2 тыс. чел., а это 2,45 % общей численности занятого населения в масштабах национальной экономики[2]. Инвестиции в основной капитал, по итогам 2018 г., составили лишь 1,47 % общенационального значения. Немногим выше является доля стоимости основных фондов региона — 1,53 %.

В статье речь пойдет об отличительных чертах региона с точки зрения присутствия на его территории крупного промышленного бизнеса. Еще в военное время, во второй половине 1941 г., Советским правительством была организована срочная эвакуация промышленности с прифронтовых территорий в тыл. Основными направлениями эвакуации были Поволжье, Урал, Средняя Азия, Сибирь [2]. Удобное географическое положение, наличие железнодорожных узлов, огромный запас полезных ископаемых — все это предопределило дальнейшее развитие Урала как промышленной территории. База для приема эвакуированной промышленности в Челябинской области к самому моменту эвакуации уже была сформирована. Еще накануне войны в области были созданы новые производства — предприятия металлургической, машиностроительной отраслей. По информации секретного отчета, который был подготовлен отделом промышленности и вторым секретарем обкома Челябинской области, в регион были эвакуированы 178 предприятий. Это были и полноценные заводы, и отдельные цеха. Примерно треть были восстановлены как самостоятельные предприятия, а 110 промышленных единиц вошли в состав действующих предприятий. Постепенно промышленность области преодолела все обрушившиеся сложности, главными из которых были, во-первых, колоссальный рост потребляемой электроэнергии и, во-вторых, огромное количество бракованной продукции (до 40 %) и достигла 4,5-кратного роста производства в послевоенное время в сравнении с довоенным [2].

Сегодня на основании ст. 3 ФЗ от 31.12.2014 № 488-ФЗ «О промышленной политике» к промышленным относят те предприятия, виды деятельности которых представлены разделами «добыча полезных ископаемых, обрабатывающее производство, обеспечение электрической энергией, газом и паром, кондиционирование воздуха, водоснабжение, водоотведение, организация сбора и утилизация отходов, а также ликвидация загрязнений» [3]. Иными словами, в соответствии с ОКВЭД 2 это

[1] По данным Челябинскстата (https://chelstat.gks.ru/).

[2] По данным Росстата (https://rosstat.gov.ru/bgd/regl/b19_14p/Main.htm).

предприятия четырех разделов: B — добыча полезных ископаемых, C — обрабатывающие производства, D — обеспечение электрической энергией, газом и паром, кондиционирование воздуха, E — водоснабжение, водоотведение, организация сбора и утилизация отходов, а также ликвидация загрязнений.

По данным Челябинскстата на 1 января 2020 г., общее число предприятий, учтенных в статистическом реестре хозяйствующих субъектов, составило 80 405[1]. Из них 9632 являются промышленными. В добывающей промышленности функционируют 418 предприятий (4,3 % общего числа промышленных предприятий); 8097 предприятий представляют обрабатывающую промышленность (84,06 %); 573 — отнесены к виду деятельности «обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха» (5,95 %); 544 — к «водоснабжению; водоотведению, организации сбора и утилизации отходов, деятельности по ликвидации загрязнений» (5,95 %).

В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 04.04.2016 № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» к крупному бизнесу будем относить предприятия с валовой выручкой выше 2 млрд руб. [5]. Таких предприятий по состоянию на конец 2019 г. в регионе действует 187, из которых промышленными являются 96 [4].

[1] Источник: https://chelstat.gks.ru/storage/mediabank/%D0%BF%D0%BE%20%D0%9E%D0%9A%D0%92%D0%AD%D0%94(1).pdf.

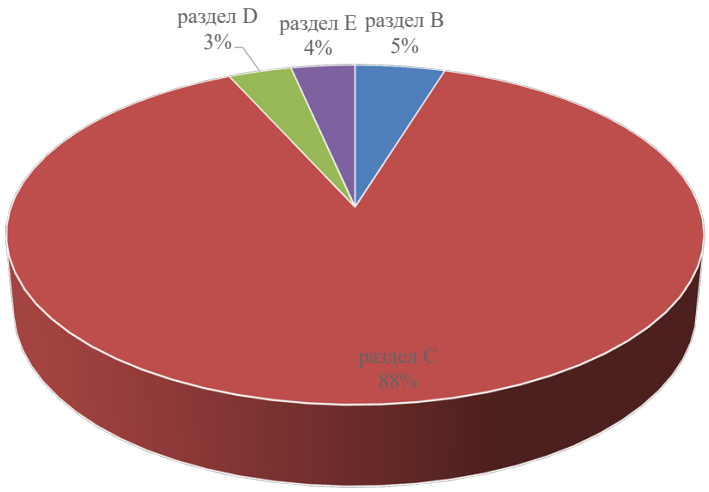


Рис. 1. Распределение валовой выручки крупных промышленных предприятий Челябинской области по разделам ОКВЭД 2, 2019 г.

Источник: рассчитано автором по данным FIRA.RU [5].

Список крупных промышленных предприятий Челябинской области по разделам ОКВЭД 2 приведен в табл. 1—4.

Общий объем отгруженной продукции добывающей промышленности за 2019 г. составил 84,206 млрд руб.[2] Указанные в табл. 1 предприятия генерируют 65,925 млрд руб. выручки, по итогам 2019 г. Иными словами, на долю крупного бизнеса раздела B приходится 78,29 % производимой продукции. На крупных предприятиях добывающей промышленности работают 6665 чел. [1]. В табл. 1 предприятия приведены по степени убывания валовой выручки. Что же касается числа работников, лидером здесь является АО «Южуралзолото группа компаний». По состоянию на 2018 г. здесь работали 3110 сотрудников. Второе и третье места по численности персонала занимают АО «Александринская горно-рудная компания» (1064 чел.) и АО «Михеевский ГОК» (1034 чел.).

Общее число крупных промышленных предприятий обрабатывающей промышленности составляет 72. Десять самых крупных приведены в табл. 2.

Общий объем отгруженной продукции обрабатывающей промышленности в регионе, по итогам 2019 г., составил 1457,920 млрд руб. На долю крупного бизнеса (суммарное производство 72 предприятий) приходится 1110,199 млрд руб., а это 76,15 % производимой продукции. На крупных предприятиях обрабатывающей промышленности трудоустроены 120 753 сотрудника [1]. Распределение валовой выручки по разделам ОКВЭД 2, относящимся к категории «промышленное производство», приведено на рис. 1.

Примерно в той же пропорции разделены и работники между промышленными отраслями. Несколько отличается лишь раздел D: если с точки зрения валовой выручки этот раздел генерирует 3,43 % крупного промышленного производства, то среднесписочная численность сотрудников этой отрасли составляет 6,24 % от общего числа сотрудников, трудоустроенных на крупных промышленных предприятиях. Распределение среднесписочной численности работников крупных промышленных предприятий

[2] По данным Челябинскстата (https://chelstat.gks.ru/storage/mediabank/%D0%9E%D0%B1%D1%8A%D0%B5%D0%BC%20%D0%BE%D1%82%D0%B3%D1%80%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC.%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%2012-19.pdf).

Таблица 1

Крупные промышленные предприятия Челябинской области, раздел B

№	Наименование	Вид деятельности (классификатор 2014)	Валовая выручка по итогам 2019 г., млрд руб.	Дата первичной регистрации
1	МИХЕЕВСКИЙ ГОРНО-ОБОГАТИТЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ, АО	Добыча и обогащение медной руды	23,750	16 января 2003 г.
2	ЮЖУРАЛЗОЛОТО ГРУППА КОМПАНИЙ, АО	Добыча руд и песков драгоценных металлов (золота, серебра и металлов платиновой группы)	20,314	19 июня 2007 г.
3	ИНВЕСТ РАЗВИТИЕ, ООО	Добыча абразивных материалов, асбеста, кремнеземистой каменной муки, природных графитов, мыльного камня (талька), полевого шпата и т. д.	10,909	5 февраля 2016 г.
4	ПНК-УРАЛ, ООО	Добыча декоративного и строительного камня, известняка, гипса, мела и сланцев	4,562	12 августа 2009 г.
5	АЛЕКСАНДРИНСКАЯ ГОРНО-РУДНАЯ КОМПАНИЯ, АО	Добыча и обогащение медной руды	4,100	29 декабря 1999 г.
6	ВИШНЕВОГОРСКИЙ ГОРНО-ОБОГАТИТЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ, АО	Добыча абразивных материалов, асбеста, кремнеземистой каменной муки, природных графитов, мыльного камня (талька), полевого шпата и т. д.	2,290	26 мая 1993 г.

Источник: сгенерировано автором по данным FIRA.RU за 2019 г. [5].

Таблица 2

Топ-10 крупных промышленных предприятий Челябинской области, раздел C

№	Наименование	Вид деятельности (классификатор 2014)	Валовая выручка по итогам 2019 года, млрд руб.	Дата первичной регистрации
1	МАГНИТОГОРСКИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ КОМБИНАТ, ПАО	Производство чугуна, стали и ферросплавов	434,869	17 октября 1992 г.
2	ЧЕЛЯБИНСКИЙ ТРУБОПРОКАТНЫЙ ЗАВОД, ПАО	Производство стальных труб, полых профилей и фитингов	139,229	21 октября 1992 г.
3	ЧЕЛЯБИНСКИЙ ЭЛЕКТРОМЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ КОМБИНАТ, АО	Производство ферросплавов	55,614	25 декабря 1992 г.
4	ЧЕЛЯБИНСКИЙ ЗАВОД ПО ПРОИЗВОДСТВУ КОКСОХИМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ, ООО	Производство кокса	27,575	8 июня 2006 г.
5	ГРУППА «МАГНЕЗИТ», ООО	Производство огнеупорных изделий	26,987	31 января 2004 г.
6	АШИНСКИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ ЗАВОД, ПАО	Производство листового горячекатаного стального проката	26,908	30 октября 1992 г.
7	ЧЕЛЯБИНСКИЙ ЦИНКОВЫЙ ЗАВОД, АО	Производство свинца, цинка и олова	26,546	25 июня 2002 г.
8	МАГНИТОГОРСКИЙ МЕТИЗНО-КАЛИБРОВОЧНЫЙ ЗАВОД «ММК-МЕТИЗ», АО	Производство проволоки методом холодного волочения	23,705	11 декабря 1992 г.
9	АВТОМОБИЛЬНЫЙ ЗАВОД «УРАЛ», АО	Производство грузовых автомобилей	23,667	22 июня 2020 г.
10	КОНАР, АО	Обработка металлических изделий механическая	14,125	23 июня 1997 г.

Источник: сгенерировано автором по данным FIRA.RU за 2019 год [5].

Челябинской области по разделам ОКВЭД 2 приведено на рис. 2.

В табл. 3 и 4 показаны крупные предприятия разделов D и E. Оба раздела представлены девятью предприятиями. Среднесписочная численность сотрудников раздела D составляет 4688 чел., раздела E — 7738.

Вопреки расхожему мнению о том, что крупный промышленный бизнес на территории региона представлен исключительно предприятиями, рожденными в постсоветский период, крупные предприятия появляются и регистрируются постоянно. Число предприятий, созданных в соответствующий пятилетний период, в разрезе промышленных разделов ОКВЭД 2, приведено на рис. 3.

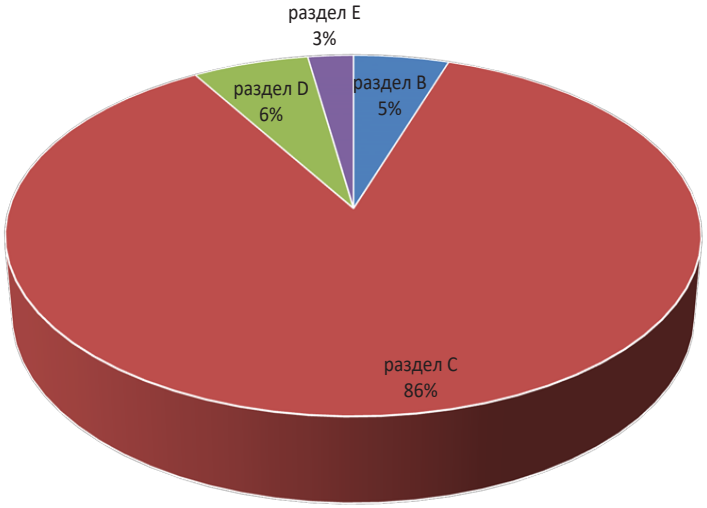


Рис. 2. Распределение среднесписочной численности работников крупных промышленных предприятий Челябинской области по разделам ОКВЭД 2

Источник: рассчитано автором по данным FIRA.RU [5].

Из рис. 3 видно, что в каждый из рассматриваемых пятилетних периодов промышленные предприятия время от времени создаются. Наибольший рост приходится на период с 2001 по 2005 г. За последние пять лет зарегистрировано девять крупных промышленных предприятий.

Итак, сегодня для Челябинской области характерны следующие особенности:

— в каждом из разделов ОКВЭД 2, относящихся к категории «промышленность», доминирует крупный бизнес;

— это 76% и 78% валовой выручки крупных предприятий в добывающей и обрабатывающей промышленности;

— 64% в отрасли «обеспечение электрической энергией, газом и паром, кондиционирование воздуха»;

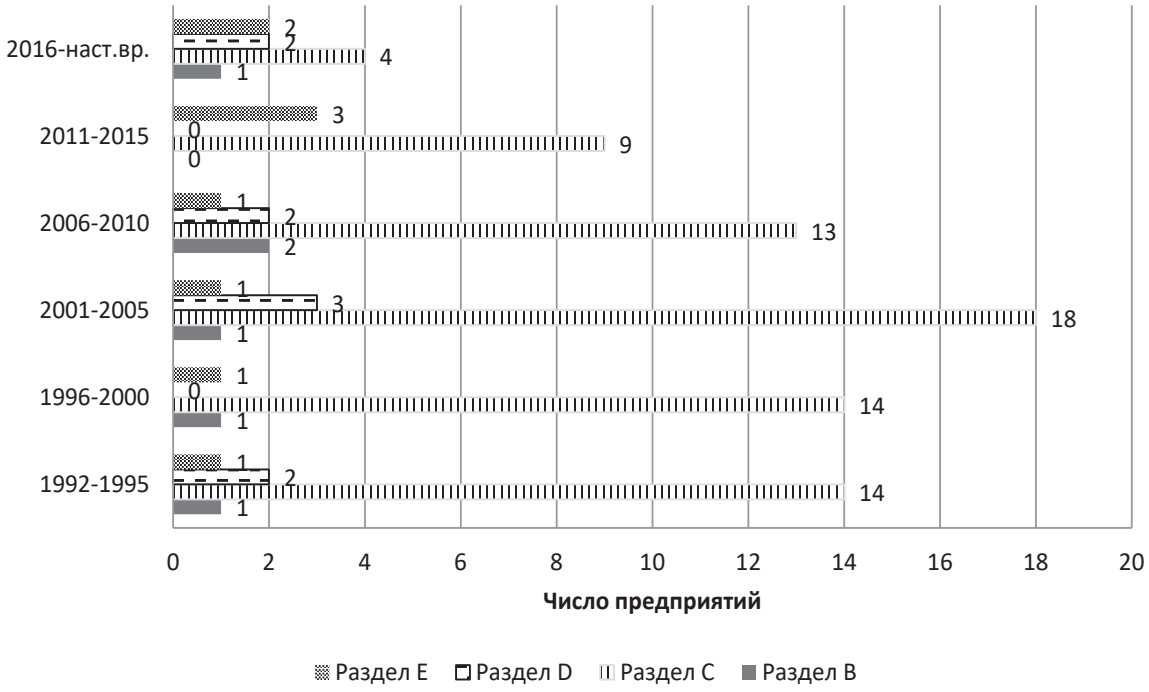


Рис. 3. Количество крупных промышленных предприятий Челябинской области по разделам ОКВЭД 2, созданных в соответствующие пятилетние периоды

Источник: рассчитано автором по данным FIRA.RU [5].

Таблица 3

Крупные промышленные предприятия Челябинской области, раздел D

№	Наименование	Вид деятельности (классификатор 2014)	Валовая выручка по итогам 2019 года, млрд руб.	Дата первичной регистрации
1	УРАЛЬСКАЯ ЭНЕРГОСБЫТОВАЯ КОМПАНИЯ, ООО	Торговля электроэнергией	216,899	9 августа 2017 г.
2	МЕЧЕЛ-ЭНЕРГО, ООО	Торговля электроэнергией	17,512	24 мая 2001 г.
3	МАГНИТОГОРСКАЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ, ООО	Торговля электроэнергией	13,621	27 июня 2002 г.
4	УРАЛО-СИБИРСКАЯ ТЕПЛОЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ-ЧЕЛЯБИНСК, АО	Производство пара и горячей воды (тепловой энергии)	10,723	22 марта 2018 г.
5	ЭНЕРГОСБЫТ, АО	Торговля электроэнергией	5,885	16 марта 2010 г.
6	ТЕПЛОФИКАЦИЯ, МУНИЦИПАЛЬНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ ТРЕСТ	Распределение пара и горячей воды (тепловой энергии)	3,232	29 ноября 1993 г.
7	КАПИТАЛ-СИТИ, ООО	Производство электроэнергии тепловыми электростанциями, в том числе деятельность по обеспечению работоспособности электростанций	2,925	22 ноября 2010 г.
8	ЧЕЛЯБИНСКИЕ КОММУНАЛЬНЫЕ ТЕПЛОВЫЕ СЕТИ, МУП	Обеспечение работоспособности тепловых сетей	2,782	4 января 2003 г.
9	ЧЕЛЯБОБЛКОММУНЭНЕРГО, АО	Производство пара и горячей воды (тепловой энергии) котельными	2,054	25 марта 1994 г.

Источник: составлено автором по данным FIRA.RU за 2019 год [5].

Таблица 4

Крупные промышленные предприятия Челябинской области, раздел E

№	Наименование	Вид деятельности (классификатор 2014)	Валовая выручка по итогам 2019 года, млрд руб.	Дата первичной регистрации
1	ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ ВОДОСНАБЖЕНИЯ И ВОДООТВЕДЕНИЯ Г. ЧЕЛЯБИНСКА, МУП	Забор, очистка и распределение воды	4,440	15 мая 1995 г.
2	МЕТА-ЧЕЛЯБИНСК, ООО	Обработка отходов и лома черных металлов	4,375	1 июня 2009 г.
3	ЧЕЛЯБВТОРМЕТ, ОАО	Обработка отходов и лома черных металлов	3,982	23 июля 1996 г.
4	ГЕФЕСТ, ООО	Обработка отходов и лома цветных металлов	3,911	26 апреля 2016 г.
5	МАГМЕТКОМ, ООО	Обработка отходов и лома черных металлов	3,678	24 февраля 2015 г.
6	МЕТАЛЛПРОМ, ООО	Обработка отходов и лома цветных металлов	3,464	17 марта 2015 г.
7	ШЛАКСЕРВИС, ООО	Обработка прочего вторичного неметаллического сырья	2,667	27 апреля 2005 г.
8	ПРИНЦЕПС, ООО	Обработка отходов и лома драгоценных металлов	2,623	28 марта 2016 г.
9	ЦЕНТР КОММУНАЛЬНОГО СЕРВИСА, ООО	Сбор отходов	2,356	28 мая 2015 г.

Источник: составлено автором по данным FIRA.RU за 2019 год [5].

— три четверти рынка отрасли «водоснабжение, водоотведение, организация сбора и утилизация отходов, а также ликвидация загрязнений» приходится на долю крупного бизнеса;

— доминирование тяжелой промышленности предопределило специфическое размещение научного потенциала, который главным образом сконцентрирован на закрытых территориях [1];

— основной объем инвестиций приходится на обрабатывающие производства (металлургическое и машиностроительное производство), производство и распределение электроэнергии, газа и воды, транспорт, связь, добычу полезных ископаемых [6].

Список литературы

1. Калашникова Ю. А. Адаптация промышленности региона к тенденциям развития мирового хозяйства (на примере Челябинской области) // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 5 (334). С. 115—120.

2. Чуриков А. В. Эвакуированные предприятия тяжелой промышленности в экономической ситуации Челябинской области 1941—1946 годов // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 9 (224). С. 63—67.

3. Федеральный закон от 31 декабря 2014 года № 488-ФЗ «О промышленной политике». URL: https://base.garant.ru/70833138/5ac206a89ea76855804609cd950fcaf7/ (дата обращения 15.09.2020).

4. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_196415/ (дата обращения 15.09.2020).

5. База данных Первого рейтингового агентства FIRA PRO. URL: https://pro.fira.ru/search/index.html#company (дата обращения 15.09.2020).

6. Стратегия социально-экономического развития челябинской области на период до 2035 года (проект). URL: https://mineconom74.ru/sites/default/files/field_downloads/1145/strategiyasocialno-ekonomicheskogorazvitiyachelyabinskoyoblastinaperioddo2035goda.pdf (дата обращения 15.09.2020).

Сведения об авторе

Бенц Дарья Сергеевна — кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики отраслей и рынков Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. benz@csu.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 223—229.

LARGE INDUSTRIAL BUSINESS OF CHELYABINSK REGION

D. S. Benz
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. benz@csu.ru

The article presents the analysis of large business in the Chelyabinsk region in all industries in accordance with the All-Russian classifier of activities. All sections of industrial production (these are sections B, C, D and E) share a common feature, namely the absolute dominance of large businesses. This also applies to the mining, manufacturing and other two sections. The author shows a complete list of large industrial enterprises in the sections B, D, E. Due to the fact that the manufacturing industry (section C) is presented by 72 enterprises, the author shows not all, but the top 10 large enterprises of this section. The mining industry of the region is presented mainly by mining and processing plants and mining and ore mills. The manufacturing industry is presented mainly by metallurgical enterprises.

Keywords: *large business, industrial enterprises, Chelyabinsk region, metallurgy, All-Russian classifier of activities.*

References

1. Kalashnikova Yu. A. (2014) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 5 (334), pp. 115—120 [in Russ.].

2. Churikov A. V. (2011) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 9 (224), pp. 63—67 [in Russ.].

3. Federal'nyj zakon ot 31 dekabrya 2014 goda № 488-FZ «O promyshlennoj politike» [Federal Law No. 488-FZ of 31 December 2014 «On Industrial Policy»]. Available at: https://base.garant.ru/70833138/5a-c206a89ea76855804609cd950fcaf7/, accessed 15.09.2020 [in Russ.].

4. Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 04.04.2016 № 265 «O predel'nyh znacheniyah dohoda, poluchennogo ot osushchestvleniya predprinimatel'skoj deyatel'nosti, dlya kazhdoj kategorii sub»ektov malogo i srednego predprinimatel'stva» [The resolution of the Government of the Russian Federation of 04.04.2016 No. 265 «About extreme values of income gained from implementation of business activity for each category of subjects of small and average business». Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_196415/, accessed 15.09.2020 [in Russ.].

5. Baza dannykh Pervogo reytingovogo agentstva FIRA PRO [Database of the First rating agency FIRA PRO]. Available at: https://pro.fira.ru/search/index.html#company, accessed 15.09.2020 [in Russ.].

6. Strategiya social'no-ekonomicheskogo razvitiya chelyabinskoj oblasti na period do 2035 goda (proekt) [Strategy for the socio-economic development of the Chelyabinsk region for the period until 2035 (project)]. Available at: https://mineconom74.ru/sites/default/files/field_downloads/1145/strategiyasocialno-ekonomich-eskogorazvitiyachelyabinskoyoblastinaperioddo2035goda.pdf, accessed 15.09.2020 [in Russ.].

Вестник Челябинского государственного университета.
2020. № 10 (444). Экономические науки. Вып. 70. С. 230—235.

УДК 332.12
ББК 65.04

DOI 10.47475/1994-2796-2020-11029

УРОВЕНЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ РЕГИОНОВ РОССИИ

Р. Р. Садыртдинов
Казанский федеральный университет, Казань, Россия

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-31655.

Цифровизация является одним из основных приоритетов государства и бизнеса в современной России. При этом организации в России сталкиваются с необходимостью серьезной цифровой трансформации. Значительная социально-экономическая дифференциация регионов России только увеличивает остроту вызова. Целью работы является ранжирование регионов России по уровню цифровизации организаций за период 2013—2018 гг. на основе построения интегрального индекса. Полученные результаты будут в дальнейшем использованы для сопоставления с цифровым активизмом населения этих субъектов РФ. Ранжирование регионов по уровню цифровизации осуществляется по четырем блокам: цифровая мобильность, цифровое равенство, цифровая экономика, цифровое взаимодействие. По итогам анализа в числе десяти лидеров рейтинга оказались представители всех федеральных округов, кроме Сибирского. Лидеры рейтинга — Москва и Санкт-Петербург, аутсайдеры — Дагестан и Чечня. В числе десяти аутсайдеров отсутствуют представители Северо-Западного и Южного федеральных округов.

Ключевые слова: *цифровизация, рейтинг, регион, Россия.*

Цифровизация — это культурные, организационные и процессные изменения в организации, отрасли, или экосистеме, посредством интеллектуальной интеграции цифровых технологий, процессов и компетенций на всех уровнях и функциях поэтапным и стратегическим способом. По мнению Е. Бриньолфссона и Б. Кахина [11], при цифровизации используются технологии для создания ценности и новых услуг для различных заинтересованных сторон, внедрения инноваций и приобретения возможностей для быстрой адаптации к меняющимся обстоятельствам.

Хотя цифровизация преимущественно используется в бизнес-контексте, Дж. Халтивангер и Р. Ярмин [12] считают, что она также влияет на другие организации. Это правительства, учреждения государственного сектора и организации, которые участвуют в решении социальных проблем, таких как загрязнение окружающей среды и бедность населения, за счет использования одной или нескольких из этих существующих и новых технологий.

Цифровизация связана не только с проблемами или технологиями. Речь идет о ценности, людях, оптимизации и способности быстро адаптироваться, когда это необходимо, за счет разумного использования технологий и информации. По мнению Р. Бухта и Р. Хикса [2], развитие новых цифровых компетенций связано со способностью быть более гибким, ориентированным на людей, инновационным, эффективным и способным реализовывать возможности для изменения статус-кво и использования больших данных (биг дата).

Цифровизация является одним из основных приоритетов государства и бизнеса в России. По мнению Б. Моултона [15], цифровизация имеет значимую взаимосвязь с экономическим ростом. При этом организации в России сталкиваются с необходимостью серьезной цифровой трансформации. Р. Клинг и Р. Лэмб [14] считают, что цифровая трансформация — это не только цифровизация, но и управляемая потребителями стратегическая эволюция организации (как частной, так и государственной), которая включает в себя внедрение цифровых технологий, а также организационные изменения.

Конечная цель, по мнению Р. Хикса [13], — сблизить организации с гражданами, обеспечивая более эффективное предоставление товаров, работ и услуг. В то же время организации должны поддерживать действующие процедуры и процессы, что может создать ожидания, которые они не смогут удовлетворить. Желание использовать новые цифровые технологии может войти в противоречие с внутренней рутиной организации, что, скорее всего, приведет к неудачному внедрению. Конечным результатом будут недовольные потребители. Особенно это актуально для такой страны, как Россия, в которой существует значительная региональная дифференциация, как экономическая, так и социальная.

Вопросы цифровизации регионов рассматриваются в ряде научных работ. Так, в работе В. Свистунова, В. Лобачева, В. Антонова, Б. Аникина и М. Траченко [8] показано, что многие регионы и организации России не в полном объеме используют возможности цифровых технологий. К числу основных причин отказа руководства регионов и организаций от их использования отнесены высокий объем дополнительных инвестиций, значительный экономический ущерб при неудачном внедрении и дефицит ИТ-специалистов.

По мнению Т. Селищевой и С. Асалхановой [9], цифровой разрыв регионов выступает одной из форм пространственной дифференциации, которая снижает эффективность экономики. В числе основных причин такого неравенства субъектов Российской Федерации ими видятся значительная социально-экономическая дифференциация, неэффективные институты, географическая протяженность страны, разрывы в уровне образования и цифровой грамотности населения регионов, а также ряд других факторов.

С. Дятлов и Т. Селищева [3] считают, что интенсификация внедрения информационно-коммуникационных технологий в регионах позволит повысить качество жизни людей, а также эффективность экономики и управления. По их мнению, значительную роль в устранении цифрового неравенства играет электронное правительство, представляющее организационную форму реализации управленческого интеллектуального капитала общества на всех уровнях экономики.

В работе О. Кауровой, А. Малолетко, Л. Матраевой, Н. Корольковой [4] предлагается подход к созданию индекса цифровизации российских регионов на основе 48 индикаторов, объединенных в три подгруппы: восприятие процессов цифровой трансформации, готовность цифровой среды и эффекты цифровой трансформации для экономики и социальной сферы региона. Данный индекс позволяет учесть стратегические приоритеты России в области цифровизации и транслировать их на уровень субъектов РФ при использовании для мониторинга региональными властями.

Н. Новикова и Е. Строгонова [1] апробируют свою методику расчета интегрального показателя цифровизации региональной экономики на примере Уральского макрорегиона. В основе методики лежат 12 показателей проникновения цифровых технологий на региональный уровень. В результате анализа сделаны выводы для Уральского макрорегиона о существенном территориальном различии в уровне цифровизации, дифференциации потенциала регионов в области развития цифровой экономики и наличии взаимосвязи между ростом экономики и уровнем ее цифровизации.

По мнению В. Печаткина [6], существует прямо пропорциональная взаимосвязь между уровнем конкурентоустойчивости региона и его цифровизацией. Также им проведена типологизация регионов по уровню конкурентоустойчивости, информатизации и цифровизации. В работе М. Квасниковой [5] приведен рейтинг 10 субъектов РФ — лидеров по объему бюджета, выделяемого на цифровые технологии, включая расходы на душу населения. В числе путей преодоления цифрового разрыва М. Квасникова выделяет снижение удельной стоимости передачи трафика, повышение информационной культуры населения и развитие ИТ-инфраструктуры.

По мнению А. Чугреева [10], есть взаимосвязь между уровнем информатизации регионов России и уровнем их экономического развития, зависящим, в свою очередь, от человеческого капитала. В работе Р. Садыртдинова [7] показано влияние крупномасштабного проекта (игр Универсиады-2013 в Казани) на ускорение развития цифровых технологий в регионе (на примере Республике Татарстан).

Целью данной работы является ранжирование регионов России по уровню цифровизации организаций за период 2013—2018 гг. на основе построения интегрального индекса. Полученные результаты будут в дальнейшем использованы для сопоставления с цифровым активизмом населения этих субъектов Российской Федерации.

Ранжирование регионов по уровню цифровизации осуществляется по четырем блокам:

— цифровая мобильность (ЦМ);
— цифровое равенство (ЦР);
— цифровая экономика (ЦЭ);
— цифровое взаимодействие (ЦВ).

Для оценки цифрового равенства берется показатель доли организаций, использовавших широкополосный доступ к сети Интернет, от числа обследованных организаций. Степень цифровой мобильности определяется на основе показателя доли организаций, использующих облачные сервисы, в процентах от числа обследованных организаций. Для оценки цифровой экономики применяется показатель доли организаций, задействующих специальные программные средства для осуществления финансовых расчетов в электронном виде, от общего числа обследованных организаций. Степень цифрового взаимодействия определяется на основе

показателя доли организаций, использующих электронный обмен данными между своими и внешними информационными системами, от числа обследованных организаций.

Данные для анализа за 2013—2018 гг. берутся из статистических сборников Федеральной службы государственной статистики РФ. Первый сборник — «Регионы России: социально-экономические показатели». Второй — «Информационное общество: основные характеристики субъектов Российской Федерации».

Для построения интегрального индекса цифровизации регионов сначала необходимо найти частные индексы для каждого региона по четырем блокам, указанным выше. Для этого показатели нормируются. Так как они все рассчитаны в процентах, нормирование производится по формуле

$$И_{ij} = X_{ij} / 100,$$

где $И_{ij}$ — частный индекс i-го блока для j-го региона; X_{ij} — показатель i-го блока для j-го региона.

Так как для анализа используются данные за 2013—2018 гг., после нормирования показателей за все годы рассчитывается средний частный индекс для каждого региона за шесть лет как среднее арифметическое. Для получения интегрального индекса цифровизации региона (ИЦ) средние частные индексы, полученные по четырем блокам, суммируются. Далее регионы ранжируются исходя из полученного значения общего индекса цифровизации. Чем оно больше, тем выше в рейтинге субъект Российской Федерации.

Оценивая результаты расчетов интегрального индекса цифровизации по федеральным округам, можно ранжировать их следующим образом:

1. Северо-Западный федеральный округ.
2. Центральный федеральный округ.
3. Уральский федеральный округ.
4. Приволжский федеральный округ.
5. Дальневосточный федеральный округ.
6. Сибирский федеральный округ.
7. Южный федеральный округ.
8. Северо-Кавказский федеральный округ.

Результаты ранжирования десяти регионов — лидеров по уровню цифровизации представлены в табл. 1. Здесь выделены их частные индексы по блокам цифровизации: цифровая мобильность, цифровое равенство, цифровая экономика, цифровое взаимодействие — и интегральный индекс цифровизации.

В лидерах рейтинга оказались представители всех федеральных округов кроме Сибирского федерального округа. Больше всего представителей (по три региона) — из Северо-Западного и Приволжского федеральных округов. У несомненных лидеров рейтинга — городов Москвы и Санкт-Петербурга — наибольшие значения индексов по всем четырем блокам. В остальных регионах-лидерах высокие значения индекса по одному из блоков сочетаются со средними значениями индекса по другим блокам.

В рамках статьи не представляется возможным дать результаты по всем 85 субъектам РФ. Поэтому наряду с регионами-лидерами рассмотрим регионы-аутсайдеры. Результаты ранжирования 10 регионов-аутсайдеров по уровню цифровизации представлены в табл. 2. Как видим, замыкают рейтинг две республики Северо-Кавказского федерального округа. Также среди аутсайдеров три региона Дальневосточного федерального округа,

Таблица 1

Ранжирование 10 регионов-лидеров по уровню цифровизации

Место	Субъект РФ	ЦМ	ЦР	ЦЭ	ЦВ	ИЦ
1	Москва	0,30	0,95	0,74	0,69	2,675
2	Санкт-Петербург	0,24	0,91	0,69	0,66	2,509
3	Ставропольский край	0,23	0,86	0,67	0,66	2,420
4	Республика Крым	0,22	0,89	0,63	0,63	2,376
5	Ленинградская область	0,20	0,87	0,64	0,61	2,321
6	Республика Карелия	0,15	0,86	0,61	0,69	2,297
7	Пермский край	0,20	0,81	0,61	0,67	2,296
8	Республика Татарстан	0,24	0,84	0,57	0,63	2,282
9	Хабаровский край	0,18	0,84	0,68	0,57	2,281
10	Нижегородская область	0,21	0,84	0,62	0,60	2,278

Источник: рассчитано автором с использованием данных Федеральной службы государственной статистики РФ.

Таблица 2

Ранжирование регионов-аутсайдеров по уровню цифровизации

Место	Субъект РФ	ЦМ	ЦР	ЦЭ	ЦВ	ИЦ
76	Республика Тыва	0,14	0,64	0,50	0,54	1,823
77	Чукотский автономный округ	0,14	0,67	0,53	0,44	1,783
78	Тверская область	0,15	0,74	0,45	0,44	1,779
79	Еврейская автономная область	0,07	0,71	0,54	0,45	1,779
80	Республика Саха (Якутия)	0,16	0,61	0,54	0,46	1,770
81	Самарская область	0,16	0,70	0,46	0,44	1,758
82	Костромская область	0,07	0,69	0,50	0,50	1,752
83	Курганская область	0,15	0,68	0,48	0,44	1,745
84	Чеченская Республика	0,12	0,73	0,39	0,32	1,564
85	Республика Дагестан	0,12	0,66	0,37	0,37	1,513

Источник: рассчитано автором с использованием данных Федеральной службы государственной статистики РФ.

два региона Центрального федерального округа и по одному представителю от Сибирского, Приволжского и Уральского федеральных округов. В числе 10 регионов-аутсайдеров отсутствуют представители Северо-Западного и Южного федеральных округов.

Все больше и больше субъектов Российской Федерации осознают важность цифровой трансформации и преимущества, которые она приносит. Многие предпринимают трансформацию. Процесс сложный, потому что он требует изменений в масштабах всей социально-экономической системы и должен быть ориентирован на потребителя. У каждого региона свой путь к цифровой трансформации и цифровой зрелости: то, что подходит одному субъекту РФ, может не подходить другому. Однако использование передового опыта регионов-лидеров может помочь в успешной цифровизации. Усилия по цифровой трансформации должны учитывать то, что делают другие регионы РФ, чего ожидают потребители и на что способен нынешний развивающийся технологический ландшафт. Поэтому субъекты РФ должны использовать цифровые технологии для преобразования традиционного опыта в положительный цифровой опыт, отвечающий этим новым ожиданиям населения.

Список литературы

1. Novikova N. V., Strogonova E. V. Regional aspects of studying the digital economy in the system of economic growth drivers // Journal of New Economy. 2020. Vol. 21, № 2. P. 76—93.

2. Бухт Р., Хикс Р. (2018). Определение, концепция и измерение цифровой экономики // Вестник международных организаций. 2018. Т. 13, № 2. С. 143—172.

3. Дятлов С., Селищева Т. Регионально-пространственные характеристики и пути преодоления цифрового неравенства в России // Экономика образования. 2014. № 2. С. 48—52.

4. Каурова О. В., Малолетко А. Н., Матраева Л. В., Королькова Н. А. Определение состава показателей оценки уровня развития цифровой экономики в регионе (региональной цифровой среды) // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2020. № 1. С. 138—149.

5. Квасникова М. А. Цифровое неравенство и его влияние на социально-экономическое развитие регионов в России // Социально-политические исследования. 2020. № 1 (6). С. 43—58.

6. Печаткин В. В. Цифровизация экономики как фактор конкурентоустойчивости региона в условиях глобальных вызовов // Региональная экономика: теория и практика. 2020. № 8 (479). С. 1478—1495.

7. Садыртдинов Р. Р. Влияние игр Универсиады на ускорение развития информационно-коммуникационных технологий и вовлеченность общества в культурную жизнь в Республике Татарстан и городе Казани // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 2.

8. Свистунов В. М., Лобачев В. В., Антонов В. Г., Аникин Б. А., Траченко М. Б. Оценка развития цифровой экономики в регионах Российской Федерации // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. № 11-1. С. 32—41.

9. Селищева Т. А., Асалханова С. А. Экономические проблемы регионов и отраслевых комплексов // Проблемы современной экономики. 2019. № 3 (71). С. 230—234.

10. Чугреев А. С. Роль человеческого капитала в условиях развития цифровой экономики региона // Московский экономический журнал. 2020. № 7.

11. Brynjolfsson E., Kahin B. Introduction, in Understanding the Digital Economy. Cambridge: MIT Press, 2000. P. 1—10.

12. Haltiwanger J., Jarmin R. S. Measuring the Digital Economy. Understanding the Digital Economy. Cambridge: MIT Press, 2000. P. 13—33.

13. Heeks R. Information and Communication Technology for Development. Abingdon: Routledge, 2017. 410 p.

14. Kling R., Lamb R. IT and Organizational Change in Digital Economies. Understanding the Digital Economy. Cambridge: MIT Press, 2000. P. 295—324.

15. Moulton B. R. GDP and the Digital Economy, in Understanding the Digital Economy. Cambridge: MIT Press, 2000. P. 34—48.

Сведения об авторе

Садыртдинов Руслан Раисович — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры государственного и муниципального управления Казанского федерального университета, Казань, Россия. s_ryslan@mail.ru

Bulletin of Chelyabinsk State University.
2020. № 10 (444). Economic Sciences. Iss. 70. Pp. 230—235.

THE LEVEL OF DIGITALIZATION OF THE REGIONS OF RUSSIA

R. R. Sadyrtdinov
Kazan Federal University, Kazan, Russia. s_ryslan@mail.ru

The reported study was funded by RFBR and EISR, project number 20-011-31655.

Digitalization is one of the main priorities of the government and business in modern Russia. At the same time, organizations in Russia are faced with the need for a serious digital transformation. Significant socio-economic differentiation of Russian regions only increases the severity of the challenge. The purpose of the work is to rank Russian regions by the level of digitalization of organizations for the period 2013—2018 based on the construction of an integral index. The obtained results will be further used to compare with the digital activism of the population of these Russian regions. The ranking of regions by the level of digitalization is carried out in four blocks: digital mobility, digital equality, digital economy, digital interaction. According to the results of the analysis, representatives of all federal districts except the Siberian Federal District were among the 10 leaders in the rating. The leaders of the rating are Moscow and St. Petersburg, the outsiders are Dagestan and Chechnya. Among the 10 outsiders, there are no representatives of the Northwestern and Southern Federal Districts.

Keywords: *digitalization, rating, region, Russia.*

References

1. Novikova N. V., Strogonova E. V. (2020) *Journal of New Economy*, vol. 21, no. 2, pp. 76—93.

2. Bukht R., Khiks R. (2018) *Vestnik mezhdunarodnykh organizatsiy*, vol. 13, no. 2, pp. 143—172 [in Russ.].

3. Dyatlov S., Selishcheva T. (2014) Ekonomika obrazovaniya, no. 2, pp. 48—52 [in Russ.].

4. Kaurova O.V., Maloletko A. N., Matrayeva L. V., Korol'kova N.A. (2020) *Fundamental'nyye i prikladnyye issledovaniya kooperativnogo sektora ekonomiki*, no. 1, pp. 138—149 [in Russ.].

5. Kvasnikova M. A. (2020) *Sotsial'no-politicheskiye issledovaniya*, no. 1 (6), pp. 43—58 [in Russ.].

6. Pechatkin V. V. (2020) *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika*, no. 8 (479), pp. 1478—1495 [in Russ.].

7. Sadyrtdinov R. R. (2013) *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya*, no. 2. [in Russ.].

8. Svistunov V. M., Lobachev V. V., Antonov V. G., Anikin B. A., Trachenko, M. B. (2019) *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra*, no. 11-1, pp. 32—41 [in Russ.].

9. Selishcheva T. A., Asalkhanova S. A. (2019) *Problemy sovremennoy ekonomiki*, no. 3 (71), pp. 230—234 [in Russ.].

10. Chugreyev A. S. (2020) *Moskovskiy ekonomicheskiy zhurnal*, no. 7, pp. 14 [in Russ.].

11. Brynjolfsson E., Kahin B. (2000) Introduction, in Understanding the Digital Economy. Cambridge, MIT Press. Pp. 1—10.

12. Haltiwanger J., Jarmin R. S. (2000) Measuring the Digital Economy. Understanding the Digital Economy. Cambridge, MIT Press. P. 13—33.

13. Heeks R. (2017) Information and Communication Technology for Development. Abingdon, Routledge. 410 p.

14. Kling R., Lamb R. (2000) IT and Organizational Change in Digital Economies. Understanding the Digital Economy. Cambridge, MIT Press. Pp. 295—324.

15. Moulton B. R. (2000) GDP and the Digital Economy, in Understanding the Digital Economy. Cambridge, MIT Press. Pp. 34—48.