Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н.Ельцина
Институт экономики и управления

Материалы VIII Международной научно-практической конференции (Екатеринбург, 18–19 апреля 2022 г.)

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ОБЩНОСТЕЙ, ИНСТИТУТОВ И ТЕРРИТОРИЙ

Том 1

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ОБЩНОСТЕЙ, ИНСТИТУТОВ И ТЕРРИТОРИЙ

Материалы VIII Международной научно-практической конференции
Екатеринбург, 18–19 апреля 2022 г.
В двух томах
Том 1

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2022

УДК 316.334.3(063)
ББК 60.54я431
С 833

Рецензенты:
доктор социологических наук Ч. И. Ильдарханова
(директор Центра семьи и демографии Академии наук Республики Татарстан);
доктор экономических наук, доцент А. А. Шабунова
(директор Федерального государственного бюджетного учреждения науки
«Вологодский научный центр Российской академии наук»)

Редакционная коллегия:
председатель: **Багирова А. П.** — д-р экон. наук, проф., зам. директора по науке и инновациям Школы государственного управления и предпринимательства Института экономики и управления УрФУ (науч. ред. сб.).
Члены редколлегии:
Акбердина В. В. — чл.-корр. РАН, д-р экон. наук, проф. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Банных Г. А. — канд. социол. наук, доц. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Боронина Л. Н. — канд. филос. наук, доц. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Бритвина И. Б. — д-р социол. наук, проф. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Вишневский Ю. Р. — д-р филос. наук, проф. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Власов М. В. — канд. экон. наук, доц. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Воронина Л. И. — канд. социол. наук, доц. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Дидковская Я. В. — д-р социол. наук, проф. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Зайцева Е. В. — канд. социол. наук, доц. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Кульминская А. В. — канд. социол. наук, доц. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Леонтьева Т. В. — д-р филол. наук, зав. кафедрой ЯМК Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Никитина Н. Ю. — канд. экон. наук, доц. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Певная М. В. — д-р социол. наук, зав. кафедрой СиТ ГМУ Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Полбицын С. Н. — д-р экон. наук, проф. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Резер Т. М. — д-р пед. наук, проф. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Телепаева Д. Ф. – канд. социол. наук, ст. преп. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Шкурко В. Е. — ст. преп. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ;
Якимова О. А. — канд. социол. наук, доц. Школы ГУиП ИнЭУ УрФУ.

С833 Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий : материалы VIII Международн. научн.-практ. конф. Екатеринбург, 18–19 апреля 2022 г. : в 2-х т. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2022. Т. 1. — 484 с.
ISBN (общий) 978-5-7996-3497-1
ISBN (т. 1) 978-5-7996-3498-8

В два тома материалов конференции включены публикации, посвященные исследованию процессов трансформации институтов и региональных сообществ в период пандемии и после нее. Представлены результаты исследования широкого спектра социальных, экономических процессов по нескольким научным трекам: новые вызовы публичного управления; исследования региональных практик активизма; трансформация предпринимательства в постковидную эпоху; демографическая политика и демографические факторы в трансформации социально-экономических процессов; образовательные сообщества и институты; социальные коммуникации в трансформирующемся обществе.

Адресовано ученым, преподавателям, практикам, студентам и аспирантам, чья область исследовательских и профессиональных интересов связана с представленной в сборниках тематикой.

УДК 316.334.3(063)
ББК 60.54я431

ISBN (общий) 978-5-7996-3497-1
ISBN (т. 1) 978-5-7996-3498-8

©Уральский федеральный университет, 2022

ПРЕДИСЛОВИЕ 9

РАЗДЕЛ 1. ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ПОСТКОВИДНУЮ ЭПОХУ

1.1. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СИСТЕМ: ИННОВАЦИИ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Алтунина Т. М., Царевникова М. О. Основные тренды трансформации арендного бизнеса в пандемийную и постпандемийную эпохи 10

Вегнер-Козлова Е. О., Постникова Я. А., Салтыкова А. А. Специфика обеспечения экономической безопасности предприятия медицинской отрасли 14

Ильенкова К. М. Трансформация покупательского поведения в условиях пандемии и адаптация категорийного менеджмента к новым экономическим реалиям 19

Качайнов Д. В., Султанов А. С. Сбор и анализ данных по транспортно-энергетической инфраструктуре территорий 24

Ковалев Т. С., Шкурко В. Е. Необходимость развития импортозамещения нефтегазового оборудования в условиях кризиса 2022 г. 28

Колотовкина П. Д., Вегнер-Козлова Е. О. Аудит в системе экономической безопасности предприятия 34

Копырин С. И., Грачева Ю. В., Мантуров А. Д. Анализ и оценка тенденций развития промышленности России в условиях цифровой трансформации 37

Коркина Г. М., Смирнова О. П. Налоговая безопасность региона и проблемы ее оценки 42

Макаров К. С. Экономическая выживаемость кинотеатров в условиях кризиса 47

Мантурова Е. В., Веретенникова А. Ю. Методический инструментарий оценки экономической безопасности продовольственных предприятий 51

Нечёса А. А. Предпринимательские экосистемы в условиях цифровой экономики 58

Петрова Е. А. Кризисы отечественной электроники и проблемы импортозамещения 62

Святкин П. П., Веретенникова А. Ю. Тенденции развития электромашиностроительной отрасли в российской экономике 66

Сучкова В. Е. Импортозамещение в отрасли электроэнергетики как один из ключевых факторов экономической безопасности государства 72

Тихоньких А. Ю., Дунаева А. К., Веретенникова А. Ю. Оценка предрасположенности индустриальных регионов к технологической трансформации 77

Шалина Д. С., Тихонов В. А., Степанова Н. Р. ESG как обеспечение стабильности и надежности компаний в нестабильных условиях 83

Штульберг М., Арышева В. В., Шкурко В. Е. Города-миллионники в современных условиях 88

1.2. МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Бочков П. В. Малое предпринимательство на современном этапе: новые ориентиры и пути развития 93

Гусев Р. О. Современная международная логистика: проблемы и перспективы развития 96

Коновалов Д. А. Основные политико-экономические принципы формирования и воспроизводства капитализма в африканских странах начала XXI в. 99

Никитина Н. Ю., Гугнина А. В. Перспективы развития сферы торговли парфюмерно-косметическими изделиями в условиях санкционного давления 104

Никитина Н. Ю., Попова П. В. Влияние пандемии короновируса на малый и средний бизнес 108
Прыгунова М. И. Современное развитие самостоятельной занятости: региональный аспект 112
Худякова Ю. Влияние ковидной и кризисной конфигураций на состояние современного институционального развития крестьянских (фермерских) хозяйств 116

1.3. ENTREPRENEURSHIP INSTITUTE IN THE TIME OF MULTICRISIS

Fuda Mohamed Reda M. M. Impact of social media on customer relationship 121
Khramtsova K. Assessment of the impact of digitalization processes on the development of international trade 124
Kungurov A. The genesis and content of entrepreneurial ecosystem category introduction 128
Lyakisheva S. Entrepreneurial culture 133
Polbitsyn S. Digitalization as the concept for the development of the entrepreneurial ecosystem 136
Priya D. Impact of COVID-19 on retail sector in India 139
Selezneva D., Shekera I. Social-responsible entrepreneurship recognition: contemporary issues and practical approaches 143
Shiriaev K. Methods of evaluating innovative companies in Russia at their early stages of development by venture capitalists 147
Tavernier Morales M. P. Digital marketing a tool to increase the donor intention and fundraising in NPO 152
Tran Bao N. Application of artificial intelligence for business in the hospitality industry 158
Yacovenco Farias A. V. Artificial intelligence: legal status in different legislations 161

РАЗДЕЛ 2. ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА И ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ В ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

2.1. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА РФ

Василенко Е. В. Экосистемный подход как инструмент для развития человеческого капитала 165
Гилязова Д. И. Основные причины инвестирования в человеческий капитал 168
Захарова В. В. Формирование инновационной образовательной среды (кампусов) как одного из механизмов интенсификации инновационной деятельности в России 172
Клыкова В. А., Козяева А. А., Овчинникова С. Ю., Вельмина А. О. Оценка влияния развития цифровых технологий на развитие инновационных систем 176
Кулькова И. А. Исследование научного интереса к волонтерству как форме социальной активности 181

2.2. ИНСТИТУТЫ ПОДДЕРЖКИ РОЖДАЕМОСТИ И РОДИТЕЛЬСТВА: РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОСТПАНДЕМИЙНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Багирова А. П. Факторы активизации прародительского труда: сравнительный анализ мнений двух поколений уральских семей 187
Саитова Д. Г. Интенсификация родительского труда бабушек и дедушек: детерминанты и механизмы 191
Сапожникова К. А. Потенциал социально ориентированных некоммерческих организаций в поддержке российской пронаталистской политики 197

Шмарова И. В. Изучение затрат прародительского труда: их классификация и методы анализа 202
Шубат О. М. Региональные особенности включенности российских бабушек в процессы заботы и ухода за внуками: статистические оценки 207
Янь Д. Анализ взаимосвязи опыта пребывания в статусе «оставленных детей» с представлением о результатах родительского труда: опыт исследования в Китае 212

2.3. МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ СЕГОДНЯ: РИСКИ, ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Банных Г. А., Баранова М. Е., Режецкая А. И. Информированность молодежи о технологиях коммуникации в органах власти в условиях цифровизации 217
Бушуева Т. Н. Снижение миграции молодежи из малых городов посредством развития системы среднего профессионального образования 221
Давыдов И. Д., Налимова Е. Д., Степанова Н. Р. Влияние цифровизации на рынок жилья для молодежи 227
Карасева Н. В. Показатели информационной грамотности старшеклассников Карагандинской области 232
Лиджиева А. М. Молодежь Элисты в пространстве города в период COVID-19 238
Лугин Д. А., Дидковская Я. В. Креативность как условие инновационной деятельности молодого поколения: теоретический обзор и анализ современных концепций 241
Семёнов М. Ю., Коровин С. А., Бородина В. А., Кочеткова К. В. Интернет-вещей в повседневности поколения Z 246

РАЗДЕЛ 3. АКТИВИЗМ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ: ИССЛЕДОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРАКТИК

3.1. СОЦИАЛЬНОЕ УЧАСТИЕ МОЛОДЕЖИ: ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ И ПРОЕКТЫ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ И ГОРОДОВ

Бикметов Е. Ю., Лукьянов А. В. Духовно-культурный потенциал становления социальности молодежи 249
Быстрова Т. Ю. Вовлечение молодежи в социокультурный школьный проект: между научной методологией и стереотипами аудиторий 253
Ижик А. В., Кострова Е. А., Тарасова А. Н. Проблемы и перспективы проведения внешней экспертизы социальных проектов некоммерческих организаций 257
Минченко Д. В., Певная М. В. Потенциал культурного волонтерства молодежи Свердловской области 262
Некрасова Д. В., Урасова А. А. Социально-экономическая эффективность некоммерческих организаций региона в межсекторном взаимодействии 266
Пашинина Е. И. Конструирование исторической памяти средствами молодежного активизма на примере Саратовской области 270

3.2. ПРОЕКТНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ: НОВЫЕ ИДЕИ И ПРАКТИКИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ

Кульчихина А. С., Кульминская А. В. Применение проектных технологий при формировании системы взаимодействия избирательной комиссии региона с населением ... 276
Ольховикова С. В., Яковлева С. В. Внедрение одноуровневой модели местного самоуправления на территории Пермского края 280

Полянская А. С., Боронина Л. Н. Проектное обучение как инновационная технология инклюзивного образования в высшей школе 283
Якубова Э. Р., Боронина Л. Н. Активизация участия молодежи в городских культурных проектах 288

РАЗДЕЛ 4. ИССЛЕДОВАНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА И ИНСТИТУТЫ

4.1. УНИВЕРСИТЕТЫ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ: ЧЕЛОВЕК ИЛИ "ЦИФРА" ?

Барейчева М. А., Кубина Е. А., Дайнеко Л. В. Цифровые инструменты как возможность освоения новых компетенций 292
Гончарова Н. В., Ворожцова А. В. Особенности внутриорганизационных коммуникаций в условиях цифровой трансформации 296
Гончарова Н. В., Голоднова А. И. Особенности коммуникации при реализации различных форматов обучения 302
Зайцева Е. В., Воронина Л. И. Кадровый потенциал университетов: что дальше? 307
Запарий В. В. Особенности преподавания курса истории науки для аспирантов инженерных специальностей в условиях пандемии 312
Сивоволов Д. Л., Зайцева Е. В. Киберспорт. есть ли ему место в университете? 316
Соколов С. В., Еробкин И. Е., Васьков Д. А., Рябов С. М. Опыт создания и развития массового открытого онлайн-курса в условиях цифровизации (на примере курса УрФУ «История») 320
Шуняков Д. В. Организация учебного процесса ВУЦ УрФУ в условиях пандемии: новые возможности и ограничения 325

4.2. ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Берзин А. Б. Профессиональная общность «учительство» в условиях трансформации российского образования 328
Васева А. В. Адаптационные возможности преподавателей высшей школы при реализации педагогической деятельности в условиях неопределенности на основе критериев психологического здоровья 333
Владыко А. В. Оценивание как обучающий цифровой инструмент 337
Резер Т. М. Трансформации преподавательской деятельности в период пандемии 340
Резер Т. М., Дочилова А. А. Реализация антикоррупционной политики в вузах 343

РАЗДЕЛ 5. ПУБЛИЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ

5.1. ПУБЛИЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССАМИ ФОРМИРОВАНИЯ НОВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРАКТИК РОССИЯН В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аношина А. Д., Бисеров Э. А. Актуальные вопросы осуществления государственных закупок товаров, работ, услуг в Оренбургской области 349
Ануфриева Е. В., Чевтаева Н. Г. Инновации государственного управления: алгоритм создания проектов социального воздействия 353
Баранова М. Е., Сычева М. Д. Влияние инфодемии и социальных сетей на принятие решений молодежью о вакцинировании 358
Буторина Н. И., Радченко Т. Е. Повышение качества и доступности государственных и муниципальных услуг, предоставляемых в многофункциональных центрах 363

Воронина Л. И., Зайцева Е. В., Касьянова Т. И. Профилактическая работа с пожилыми гражданами как инновация в деятельности некоммерческих и государственных организаций в сфере социального обслуживания 365
Гаврилова В. С., Саитова Д. Г. Приемлемость французской модели управления качеством услуг в сфере ЖКХ для России 371
Григоренко Я. А. Обеспечение прав пожилых граждан в условиях ограничений в период пандемии: региональный и общероссийский аспекты 375
Касьянова Т. И., Мальцев А. В., Чаликов С. А. Социально-психологические последствия COVID-19 как фактор корректировки управленческих действий органов публичного управления 380
Коршунова Е. А., Медведев И. Е., Изменение социальных практик здоровьесбережения и труда в условиях инфодемии и пандемии COVID-19: региональный аспект 385
Малкова В. Д. Продвижение русского языка за рубежом: анализ правовых основ взаимодействия, управленческих механизмов и инструментов, используемых в Свердловской области 390
Режецкая А. И., Стахеева А. О. Трансформация досуговых практик уральцев в период пандемии 394
Томильцев А. В. Подготовка муниципальных служащих как условие установления доверия в решении межнациональных и межконфессиональных проблем 399
Усолкина В. В. Виртуальные музеи как новые социально-культурные практики граждан в деятельности государственных музеев: региональный аспект 404

РАЗДЕЛ 6. СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕМСЯ ОБЩЕСТВЕ

6.1. ТРАНСФОРМАЦИЯ ТРЕНДОВ И ЦЕННОСТЕЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ: МЕДИА, РЕКЛАМА, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Бражина Е. И., Шляпникова Ю. О. Маркетинговые коммуникации в трансформирующемся обществе 410
Громова Н. С. Коммуникативные тренды в условиях трансформации современных реалий 415
Кремешкова Е. М. Маркетинг футбольного клуба: анализ официальных сайтов клубов футбольных лиг России и США 418
Пястолов С. С., Тепомес Ю. А. СМИ как источник получения достоверной информации в восприятии студенческой молодежи 423

6.2. СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Домрачев М. Е., Степанова Н. Р. Нахождение баланса граничных условий развития и освоения городских территорий в Березовском 428
Полякова Н. В., Поляков В. В., Ча-Ин-Дай Т. В., Белоброва Я. К. Общественные пространства города глазами молодежи (на примере г. Иркутска) 432
Попова М. А. Профессиональные сообщества, как ключевой участник развития отраслей и территорий 436
Черепанова К. М. Направления корпоративной социальной ответственности компаний-недропользователей на северных территориях 441
Шашкин Д. И., Щетина В. И., Костко Н. А. Социальная инфраструктура города: современное состояние и функции 445

6.3. COMMUNICATING DIVERSITY: PARADOXES, CHALLENGES & OPPORTUNITIES

Iufereva A. The challenges facing journalism in the era of post-truth 451
Kurashov R. Customer decision-making process in the digital era: the models' overview and its future development 455
Ranches J. Gastrodiplomacy: cultural promotion versus political tools 461
Дингес М. Д. Инструменты расширенной реальности в брендинге компаний игровой индустрии 465

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ 471

ПРЕДИСЛОВИЕ

Настоящий сборник издан по результатам организованной Школой государственного управления и предпринимательства Института экономики и управления Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина VIII Международной научно-практической конференции «Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий» (18–19 апреля 2022 г.).

В двух томах сборника представлены результаты исследований, лежащих в области социальной сферы и социальной политики, государственной службы и государственного управления, общественных коммуникаций и СМИ, финансово-экономических и организационных проблем публичного управления. На конференции выступили российские ученые из Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Омска, Владивостока, Казани, Перми, Тюмени, Челябинска, Уфы, Саратова, Иркутска, Нижнего Новгорода, Элисты, Пскова и Вологды. Международный уровень конференции был представлен в этом году учеными из Китая, Индии, Беларуси и Казахстана.

В течение двух дней прошло 25 мероприятий: было организовано 17 секций, 6 круглых столов, мастер-класс и подиумная дискуссия. Активное участие в организации и проведении мероприятий конференции приняли партнеры Школы государственного управления и предпринимательства. В рамках конференции состоялось заседание Общественного совета Министерства социальной политики Свердловской области, соорганизатором секции для молодых ученых выступило Российское общество социологов, а круглого стола по проблемам взаимодействия университетов и родителей – Свердловское областное отделение Национальной родительской ассоциации. Круглый стол «Исследовательские фокусы проблем трансформации университетов» был проведен в рамках благотворительной программы «Стипендиальная программа Владимира Потанина» Благотворительного фонда Владимира Потанина.

Открыла конференцию подиумная дискуссия о процессах трансформации институтов и региональных сообществ в период пандемии и после неё, в которой приняли участие ведущие российские учёные – академик РАН, доктор юридических наук, главный научный сотрудник Института философии и права УрО РАН Виктор Николаевич Руденко, доктор социологических наук, профессор Омского государственного университета им. Ф. М. Достоевского Олег Михайлович Рой, доктор философских наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Северо-Западного института управления РАНХиГС Алексей Викторович Чечулин. Модерировал эту дискуссию директор Школы государственного управления и предпринимательства ИнЭУ УрФУ Алексей Константинович Клюев. В ходе дискуссии участники представили свои позиции по вопросам о том, какие региональные процессы ускорила или замедлила пандемия, как прошли проверку пандемией региональные сообщества, стала ли пандемия для региональных сообществ и институтов полем новых возможностей и развития. Отдельно в ходе дискуссии обсуждалось видение ведущих ученых относительно перспективных исследовательских тематик.

На страницах двух томов представлены результаты научных исследований процессов трансформации институтов и региональных сообществ в период пандемии и после нее, которые обсуждались на заседаниях секций и круглых столов. В сборник включены публикации по нескольким научным трекам: публичное управление: новые вызовы; активизм как социальное явление: исследования региональных практик; трансформация предпринимательства в постковидную эпоху; демографическая политика и демографические факторы в трансформации социально-экономических процессов; исследования высшего образования: образовательные сообщества и институты; социальные коммуникации в трансформирующемся обществе.

Два тома сборника могут будут интересны и полезны опытным и молодым исследователям, преподавателям, практикам, работающим в органах государственного и муниципального управления, некоммерческом и реальном секторах. Надеемся, что обмен научными результатами и мнениями, который состоялся в рамках конференции, позволит ученым увидеть перспективы дальнейших исследований и приобрести новых партнеров – как в сфере академической, так и практической деятельности.

А. П. Багирова, профессор,
д.э.н., к.с.н., зам. директора по науке и инновациям
Школа государственного управления и предпринимательства
Институт экономики и управления УрФУ

РАЗДЕЛ 1. ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ПОСТКОВИДНУЮ ЭПОХУ

1.1. УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СИСТЕМ: ИННОВАЦИИ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ СТРАТЕГИИ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

УДК 338.46

Т. М. Алтунина, М. О. Царевникова

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ ТРАНСФОРМАЦИИ АРЕНДНОГО БИЗНЕСА В ПАНДЕМИЙНУЮ И ПОСТПАНДЕМИЙНУЮ ЭПОХИ

Аннотация

Пандемия оказалась спусковым крючком для трансформации бизнес-моделей предприятий во многих отраслях экономики. Эти изменения назревали давно, но пандемия и связанные с ней ограничения заставили бизнес быстрее переходить с традиционных моделей на гораздо менее привычные для каждого предприятия. Пандемия затронула почти все сферы бизнеса, в том числе сферу услуг, досуга и развлечений, красоты и моды, общественного питания, фитнес- и спорт-индустрию, образование, торговлю непищевыми товарами, и другие сферы, и в первую очередь, пандемийные ограничения ударили по малому и среднему бизнесу. Арендный бизнес, связанный с предоставлением коммерческой недвижимости в большей степени именно таким небольшим предприятиям, ощутил этот удар в полной мере, так как останавливающиеся предприятия стали отказываться от договоров аренды, либо перезаключать договоры на помещения меньшей площади, либо помещения с другим назначением. Многие предприятия перешли на удаленную работу, либо на гибридный формат, а многие торговые предприятия вынуждены были переориентироваться на онлайн-торговлю. В связи с этим арендный бизнес тоже вынужден трансформироваться, изменять формат и стоимость своего предложения, пересматривать назначения и оборудование предлагаемых в аренду помещений.

Ключевые слова: трансформация бизнес-модели, арендный бизнес, пандемия, постпандемийная эпоха, малый и средний бизнес.

В экономических отношениях, как и в других областях социальных взаимодействий, уже давно, как минимум последние три-четыре десятилетия, наблюдается масштабная трансформация самых различных процессов, образующих эти отношения. Причем подобные изменения наблюдаются на всех уровнях социально-экономических взаимодействий – как на уровне межгосударственных отношений, так и на мезо- и микроуровнях – бизнес-процессов предприятий, отношений между предприятиями, а также между предприятиями и их работниками.

Например, на уровне предприятия меняется порядок и критерии найма работников, организация рабочих мест и рабочих процессов, виды и способы взаимодействия с клиентами, партнерами, конкурентами и государством. Идет общая перестройка экономики и, поскольку противостоять общему потоку практически невозможно, то именно в этом общем русле перестройки приходится лавировать каждому отдельному предприятию. Арендный бизнес находится на гребне этой трансформационной волны, и для того, чтобы удержаться на гребне, ему требуется перестраиваться быстрее остальных отраслей в силу его специфики [12, с. 257-259], иначе, в случае запаздывания, волна изменений погребет его под собой.

Пандемия, как мощный прожектор, высветила и обнажила как основные проблемы, так и направления трансформации современной экономики. Во-первых, за это время в РФ вырос уровень безработицы. Если в целом по России он увеличился на 1,2 % (в 2019 году он составлял 4,6 %, в 2020 году 5,8 %), то в Свердловской области уровень безработицы вырос на 1,6 %, что превышает средний показатель по стране [10]. Снижение количества

© Алтунина Т. М., Царевникова М. О., 2022

работников при прочих равных условиях ведет в том числе к снижению спроса на рабочие офисы.

Во-вторых, количество организаций с 2019 года так же снижается. Если в 2019 году в России осуществляло свою деятельность 96 тысяч предприятий, то в 2021 году их число сократилось на 5 тысяч [5], что также не способствует увеличению спроса на арендуемые помещения.

В-третьих, в попытке предотвратить распространение COVID-19 были введены государственные ограничительные меры, которые обязывали большинство предприятий в отдельные периоды полностью или частично перейти на удаленную работу. Все эти факторы способствовали снижению объема рынка аренды коммерческой недвижимости во время пандемии [8].

Во время пандемии стал очевидным общий тренд на стремительное расширение онлайн-коммуникации – перевод продаж, бизнес-встреч, организация договорного процесса и внутренних рабочих процессов (в первую очередь, офисных) в виртуальный формат.

С другой стороны, пандемия изменила предпочтения офисных работников к организации рабочего дня, увеличив процент работников, желающих работать удаленно, либо выбирающих гибридный формат (часть времени в офисе, часть – удаленно) [13, с. 89-90], а также показала работодателям дополнительные способы снижения издержек за счет сокращения рабочего пространства [6, с. 144-145], что тоже способствовало снижению дохода арендодателей. Кроме этого, арендодатель был обязан предоставить отсрочку по оплате арендных платежей некоторым арендаторам [7], что еще более снизило выручку арендного бизнеса. Именно с этих точек зрения и следует рассматривать основные направления трансформации арендного бизнеса в пандемийную и постпандемийную эпохи.

Итак, первый тренд – стремление работников либо к удаленному, либо к гибридному формату работы. В этом случае основное назначение офиса вместо места, где происходят основные бизнес-процессы, трансформируется в место, куда работники время от времени приходят для необходимого им по работе общения, места мозгового штурма и обсуждения появляющихся вопросов [4]. Как правило, в таком случае общий метраж офиса снижается (поскольку одновременно в офисе присутствуют не все работники, а только часть, и не все рабочее время, а только необходимое для общения) [6, с. 144-145].

С другой стороны, требования к комфорту и оснащенности офиса, как правило, не только не снижаются, а даже растут. Следовательно, спрос на офисы концентрируется в области относительно небольших, но хорошо оснащенных офисах с выгодной локацией. К таким офисам относятся помещения группы А, либо помещения, приспособленные под требования конкретного заказчика (built-to-suit) [3], [11].

Второй явно выраженный тренд, показавший взрывной рост в пандемию – это все большее перемещение торговли в онлайн [2], возникновение новых и расширение имеющихся сервисов доставки. Для этих целей нужны логистические помещения, либо помещения, гибко меняющие свое назначение, а также множество относительно небольших складских помещений с хорошей локацией (складов «последней мили»). В последние два года росло количество колл-центров, дата-центров для обработки заказов и общения с заказчиками, которым также требовались относительно небольшие, хорошо оснащенные помещения, обычно типа А или В. На рис. 1 представлено изменение спроса на аренду по разным типам помещений за период пандемии в городах-миллионниках.

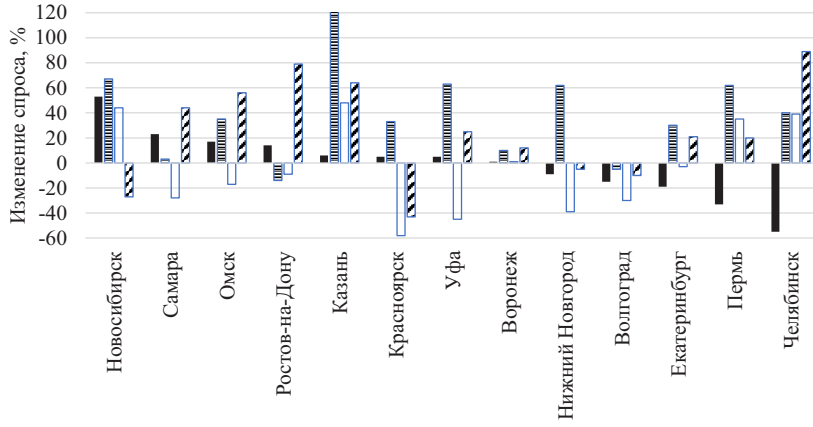


Рис. 1. Изменение спроса на аренду помещений разных типов коммерческой недвижимости в крупнейших городах РФ в 2021 году по сравнению с началом 2020 года (рассчитано: [11])

В период локдауна в 2020 году и осенью 2021 года, когда вновь были введены ограничительные меры в ряде регионов, происходил рост спроса на аренду офисов классов А и В, спрос на офисы класса С сократился. В самом невыгодном положении в период пандемии, пожалуй, оказались торговые центры, которые из-за неблагоприятной эпидемиологической обстановки были вынуждены ограничить свою деятельность [11].

В пандемию и после нее наблюдается резкое снижение спроса на помещения под гостиничный и туристический бизнес в некурортных городах, снижается также спрос на помещения в гигантских торгово-развлекательных центрах, и в какой-то мере, на помещения для стрит-ритейла. В связи с санкциями, наложенными на Россию в настоящее время, не приходится ожидать восстановления спроса на аренду в указанных сферах в ближайшие пару лет. Падение спроса на аренду торговой недвижимости в торговых центрах, происходило в том числе благодаря резкому росту рынку онлайн-торговли. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), только по итогам 2020 года относительно 2019-го объем рынка интернет-торговли вырос на 59 % [2]. А поскольку одним из конкурентных преимуществ любого маркетплейса является скорость доставки товаров, интернет-магазины заинтересованы в расширении географии своих складов и пунктов выдачи, что простимулировало резкий рост спроса на складские помещения в 2020 году. Исследования показывают, что предприниматели по-прежнему предпочитают аренду подобных помещений гибкого назначения вместо их покупки [3].

Резкое изменение политико-экономической ситуации весной 2022 года лишь усугубило общий тренд на снижение издержек предпринимателей за счет уменьшения площади арендуемых помещений. Скорее всего, в ближайшее время, за счет ухода множества зарубежных брендов с российского рынка, будет наблюдаться снижение объема продаж на популярных маркетплейсах, а значит, снижение спроса на аренду помещений под пункты самовывоза. Однако, со временем, при переориентации на отечественных

поставщиков и установлении новых логистических цепочек с некоторыми зарубежными поставщиками, спрос на логистическую недвижимость вновь вырастет [1, с. 65-69], [9, с. 177-179].

Поэтому арендодателям, испытывающим затруднения со сдачей в аренду помещений большой площади, особенно типа С или D, имеет смысл переформатировать и/или переоснастить имеющиеся помещения в формат гибких офисов. Для примера можно рассмотреть реальное предприятие ООО «ИНВЕСТ-КОМПАНИ», сдающее в аренду помещения с 1 по 3 этаж в офисном здании по адресу г. Екатеринбург, ул. Восточная, 52. Для Екатеринбурга это – центр, причем буквально в шаговой доступности имеется платформа электрички, несколько остановок общественного транспорта, вокруг множество жилых домов, подобная локация офиса считается очень выгодной. Компания имеет основного крупного государственного арендатора, который арендует 2/3 общей площади сдаваемых помещений. Тем не менее, в 2020 году компания потеряла часть выручки (8,5 %) из-за ухода ряда арендаторов (предприятий малого и среднего бизнеса), которые прекратили свою деятельность во время пандемии.

Для адаптации к новым условиям рынка арендодателю имеет смысл перевести часть чисто офисных помещений в гибкий формат, позволяющий часть помещений использовать под склады, а часть – в помещения для пунктов выдачи интернет-заказов. Кроме этого, компании надо предоставить арендаторам возможность брать в аренду не отсеки общим метражом 60-70 кв. м., а отдельные комнаты (площадью 30-35 кв. м). В этом случае, как ожидается, возможно, привлечение в течение месяца 3-4 новых арендаторов, связанных с логистикой, которым потребуются небольшие офисы, что позволит получить дополнительной выручки порядка одного млн. руб. в год (по стоимости аренды на начало 2022 года).

Если ничего не менять, то компания по-прежнему будет недополучать указанную выручку, так как вплоть до настоящего времени на освободившиеся площади не удалось найти новых арендаторов. Таким образом, трансформация арендного бизнеса в настоящее время – не прихоть, а условие выживания бизнеса, и арендодателям необходимо постоянно подстраиваться к стремительно меняющимся условиям рынка, чтобы иметь возможность держаться на плаву.

Библиографический список

1. Акифьев С. Н., Бибаева Р. А., Семенова Ю. К. Прогнозирование рынка коммерческой недвижимости // Образование и наука в современном мире. Инновации. 2021. № 2. С. 62-70.

2. Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ). Режим доступа: https://www.akit.ru/ (дата обращения: 23.03.2022).

3. Доля аренды коммерческой недвижимости в общем спросе и предложении в 2020 году в России. // СберБизнес. Режим доступа: https://sberbusiness.live (дата обращения: 27.03.2022).

4. Исследование Фонда Росконгресс «Удалённая работа: обзор за 2020 год» // Фонд Росконгресс. Режим доступа: https://roscongress.org/materials/udalyennaya-rabota-obzor-za-2020-god-/ (дата обращения: 25.03.2022).

5. Количество организаций по данным государственной регистрации// Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: https://showdata.gks.ru/finder/descriptors/277354 (дата обращения: 30.03.2022).

6. Новоселова Д. В. Влияние коронавируса на исполнение договора аренды: проблема форс-мажора в условиях вынужденной самоизоляции // Актуальные проблемы науки и практики: Гатчинские чтения – 2020: Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. 22 мая 2020 года. Гатчина: Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, 2020. С. 143-145.

7. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций:

Федеральный закон от 01.04.2020 № 98-ФЗ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349080/3f30b673efce96c7eae8e3d78c44ad34994ffa3c/ (дата обращения: 21.03.2022).

8. Падение объема российского рынка аренды коммерческой недвижимости. // Росбизнесконсалтинг (РБК). Режим доступа: https://marketing.rbc.ru/articles/12346/ (дата обращения: 27.03.2022).

9. Пирогова О. Е. Прогнозирование развития рынка коммерческой недвижимости в пост-ковидный период // Наука и бизнес: пути развития. 2021. № 12. С. 177-181.

10. Уровень безработицы населения в возрасте 15 лет и старше по субъектам Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/labour_force (дата обращения: 19.03.2022).

11. Что происходит со спросом на офисы, склады и торговую недвижимость в столицах и регионах // ЦИАН. Режим доступа: https://www.cian.ru/stati-chto-proishodit-so-sprosom-na-ofisy-sklady-i-torgovuju-nedvizhimost-v-stolitsah-i-regionah-321881/ (дата обращения: 27.03.2022).

12. Ablasanov R. R. Processes for forming and development of the real estate market of Azerbaijan // Theoretical & Applied Science. 2018. № 3 (59). Pp. 257-262. DOI 10.15863/TAS.2018.03.59.44.

13. Hosogaya N. Development of Telework and its Effects on Japan's Human Resource Management: Artificial Sociality as a Focus // Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. 2021. № 1. Pp. 71-90. DOI 10.14515/monitoring.2021.1.1840. (дата обращения: 22.03.2022).

T. Altunina, M. Tsarevnikova

MAIN TRENDS IN THE TRANSFORMATION OF THE RENTAL BUSINESS IN THE PANDEMIC AND POST-PANDEMIC ERA

Abstract

The pandemic turned out to be a trigger for the transformation of business models of enterprises in many sectors of the economy. These changes have been long overdue, but the pandemic and its associated restrictions have forced businesses to quickly move from traditional models to much less familiar ones for each enterprise. The pandemic has affected almost all areas of business, including the service sector, leisure and entertainment, beauty and fashion, catering, fitness and sports industries, education, non-food trade, and other areas, and first of all, pandemic restrictions have hit small and medium business. The rental business, which is associated with the provision of commercial real estate to a greater extent precisely to such small enterprises, felt this blow in full, as the stopping enterprises began to refuse lease agreements, or renegotiate contracts for premises of a smaller area, or premises with a different purpose. Many enterprises have switched to remote work or to a hybrid format, and many retail enterprises have been forced to reorient themselves to online trading. In this regard, the rental business is also forced to transform, change the format and cost of its offer, reconsider the purpose and equipment of the premises offered for rent.

Keywords: business model transformation, rental business, pandemic, post-pandemic era, small and medium businesses.

УДК 338.46

Е. О. Вегнер-Козлова, Я. А. Постникова, А. А.Салтыкова

СПЕЦИФИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИТИЯ МЕДИЦИНСКОЙ ОТРАСЛИ

Аннотация

Проблематика обеспечения экономической безопасности организаций приобрела особую актуальность в настоящее время. Текущие макроэкономические риски, пандемия COVID-19, реализация беспрецедентных санкций в отношении экономики РФ заставляют

© Вегнер-Козлова Е. О., Постникова Я. А., Салтыкова А. А., 2022

предприятия совершенствовать и специфицировать механизмы защиты и обеспечения экономической безопасности. В статье рассмотрена специфика механизма обеспечения экономической безопасности коммерческого предприятия медицинской отрасли. В работе уточнено определение экономической безопасности по отношению к медицинской организации; выявлены основные внешние и внутренние факторы, влияющие на уровень экономической безопасности медицинского предприятия; определены пути повышения эффективности обеспечения экономической безопасности медицинской организации. Научная значимость результатов работы заключается в уточнении знаний об особенностях обеспечения экономической безопасности коммерческого предприятия медицинской отрасли.

Ключевые слова: экономическая безопасность, медицинская организация, здравоохранение, маркетинг, онлайн-управление маркетингом.

Сфера здравоохранения всегда привлекала к себе пристальное внимание, которое явно обострилось в эпоху пандемии. Современная экономика предъявляет все новые требования, а изменчивость конъюнктуры рынка медицинских услуг, рост степени неопределенности требуют оперативных мер по воздействию на возникающие угрозы. Поэтому вопросы обеспечения и управления экономической безопасностью предприятий медицины являются наиболее актуальными.

В литературных источниках, посвященных проблематике экономической безопасности предприятия, наблюдается большое количество определений (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительный анализ толкования термина «экономическая безопасность»

Автор	Определение «экономичекой безопасности»
Е. Л. Олейников	Экономическая безопасность предприятия – это состояние наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для предотвращения угроз и для обеспечения стабильного функционирования предприятия в настоящее время и в будущем.
Г. Б. Клейнер	Экономическая безопасность предприятия – это такое состояние хозяйственного субъекта, при котором жизненно важные компоненты структуры и деятельности предприятия характеризуются высокой степенью защищенности от нежелательных изменений.
О. А. Грунин, С. О. Грунин	Экономическая безопасность предприятия – это такое состояние хозяйственного субъекта, при котором он при наиболее эффективном использовании корпоративных ресурсов добивается предотвращения, ослабления или защиты от существующих опасностей и угроз или других непредвиденных обстоятельств и обеспечивает достижение целей бизнеса в условиях конкуренции и хозяйственного риска.
А. П. Судоплатов, С. В. Пекарев	Безопасность предприятия – это такое состояние его правовых экономических и производственных отношений, а также материальных, интеллектуальных и информационных ресурсов, которое выражает способность предприятия к стабильному функционированию.
С. Л. Меламедов	Экономическая безопасность предпринимательской структуры – защищенность ее жизненно важных интересов от внутренних и внешних угроз, т. е. защита предпринимательской структуры, ее кадрового и интеллектуального потенциала, информации, технологий, капитала и прибыли, которая обеспечивается системой мер специального правового, экономического, организационного, информационно-технического и социального характера.

Составлено авторами по источникам: [13, с. 3; 7, с. 11-12; 11, с. 34; 2, с.37-38; 6, с. 288; 9, с. 138; 8, с. 58-61]

Для медицинского предприятия как для любого коммерческого предприятия в числе целей присутствует получение прибыли. Но медицина и ее философия существенно отличается от, например, банковской или военно-промышленной отраслей. Идеология и ценности медицины, в том числе частной, исходят из общих морально-этических принципов поведения врача, описанных в Клятве Гиппократа «Я направляю режим больных к их выгоде сообразно с моими силами и моим разумением, воздерживаясь от причинения всякого вреда и несправедливости» [15, с. 4]. Ценности медицины подчеркивают социальную значимость безопасности, а коммерциализация деятельности – экономический аспект.

Поэтому под экономической безопасностью коммерческой медицинской организации будем понимать такое состояние защищенности предприятия, которое при эффективном использовании своих ресурсов способно удовлетворить такие социальные потребности общества, как повышение доступности оказания медицинской помощи, повышение качества жизни и здоровья населения, и одновременно способно обеспечить повышение прибыльности своей деятельности, устойчивости к внешним и внутренним угрозам, и имеет возможность развития и достижения целей в условиях конкуренции и риска.

Помимо специфики свое влияние оказывает и имеющаяся законодательная база, материально-технические и финансовые ресурсы предприятия, человеческий капитал и функционирующая система менеджмента и маркетинга. Поэтому в структуре экономической безопасности выделяют [14] финансовую, интеллектуально-кадровую, технико-технологическую, нормативно-правовую, экологическую, информационную, рыночную (маркетинговую), силовую составляющие.

Анализ и оценка составляющих экономической безопасности позволяет определить уровень экономической безопасности, наметить комплекс мероприятий по противодействию угрозам, а также повышению устойчивости предприятия к изменчивости условий ведения деятельности.

Маркетинговая составляющая экономической безопасности здесь играет значимую роль, так как специфичность рынка платных медицинских услуг заключается в экономических отношениях между производителями и потребителями, где ценность для потребителей в сохранении и укреплении его здоровья [1, с. 429].

Медицинские услуги вообще представляют собой совокупность методов и технологий, основывающихся на исследовании спроса потребителей и создании предложения платных услуг здравоохранения.

Все вышесказанное объединил Ф. Котлер, выделив четыре характерных черты медицинских услуг, которые следует учесть в маркетинговой деятельности [5, с. 578-581]:

1) Неосязаемость медицинских услуг – потребтели не могут заранее узнать результат, поэтому до обращения в конкретное коммерческое медицинское учреждение ищут подтверждения того, что оказываемые услуги там действительно высокого качества, обращая внимание на персонал, место, уровень цен, наличие современного оборудования и т. д.

2) Неотделимость медицинских услуг от источника – например, ЭКГ или осмотр врачом-неврологом не могут быть проведены в отсутствии пациента. Следовательно, взаимодействие производителя и потребителя является особой частью системы маркетинга в медицине.

3) Непостоянство качества медицинских услуг – зависимость качества от персонала, их квалификации, времени обслуживания, оборудования, сложности построения системы контроля качества, человеческого фактора в целом.

4) Непостоянство спроса на медицинские услуги.

Характерные черты медицинских услуг позволяют выделить факторы влияния, на которые следует обратить внимание при управлении и обеспечении экономической безопасности медицинского предприятия. В числе основных инструментов – PR (Public Relations, связи с общественностью) через event management, внутрикорпоративный PR, коммуникации B2B, mediarelations, ORM [16, с. 4].

Event management имеет целью привлечение внимания общественности к деятельности и продукции организации с помощью конференций, семинаров, дней открытых дверей, презентаций. Проведение мер сводится к организации самостоятельно или участия в мероприятиях отрасли, тематике деятельности организации.

Внутрикорпоративный PR способствует формированию и поддержанию репутации внутри организации путем создания идеологии и объединения персонала, поддержке высокого уровня профессионализма, контроля за мотивированностью, благоприятным психологическим и моральным климатом.

Коммуникации B2B (business to business – бизнес с бизнесом) – коммуникации между контрагентами, конкурентами, представителями бизнес-сообщества. Формирование и управление репутацией через данный метод предполагает работу с репутацией в глазах предпринимательской среды за счет аккуратности выполнения партнерских соглашений и обязательств, участии компании в общественно значимых акциях и мероприятиях.

Mediarelations – отношения с представителями прессы через встречи с журналистами, приглашение их на значимые для организации события (открытие филиалов, обзор новейшего оборудования) [16, с. 11]. От того, как будут выстроены эти отношения, во многом зависит отношение общественности к компании.

В эру информационных технологий выделяют ORM – онлайн-управление репутацией (управление в сети Интернет). Оно объединяет вышеперечисленные мероприятия и становится универсальным способом, поскольку Интернет является быстрым способом сообщить информацию о себе, создать информационное поле, корректировать его в целях управления репутацией.

Мониторинг и управление упоминаний о компании – SERM (search engine reputation management) – управление репутацией организации в поисковике по запросам, связанным с названием компании. Цель – увеличение количества контролируемых ресурсов на ведущих позициях выдачи поисковых систем, продвижение положительных информационных материалов о предприятии, вытеснение негативных ресурсов с первых страниц результатов поиска.

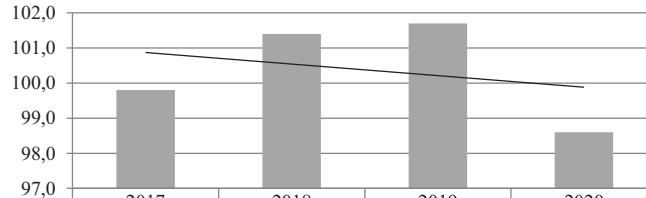
Работа с претензиями и отзывами – предполагает оперативную, адекватную реакцию на опубликованные негативные отзывы о компании и претензии контрагентов. Цель этого инструмента заключается в выводе конфликтов из информационного пространства и нейтрализации их негативного влияния на репутацию медицинского предприятия.

SMRM (socialmedia reputation management) – управление репутацией компании в социальных медиа и сообществах по интересам. Цель этого инструмента – продвижение информационных источников, характеризующих предприятие с положительной стороны. В рамках данного направления сейчас активно развивается представление бренда медицинской организации в социальных сетях и на геосервисах.

Совершенствование законодательства по части оказания медицинских услуг, востребованность частной медицины способствовали формированию современного рынка платных медицинских услуг (рис. 1).

Рис. 1. Динамика объема рынка платных медицинских услуг в России за 2006-2020 гг., млрд. руб., % (Источник: [10])

Рис. 1 показывает и спад объема платных медицинских услуг в 2020 г., что связано с возникновением новой короновирусной инфекции COVID-19, рынок коммерческой медицины составил около 738 млрд. руб., что сопоставимо с уровнем 2012 года.



	2017	2018	2019	2020
Объем реальных доходов населения	99,8	101,4	101,7	98,6

Рис. 2. Динамика объема реальных доходов населения в России за 2017-2020 гг., % к соответствующему периоду (рассчитано: [3])

Эксперты РБК спад объема медицинских услуг в 2020 г. обосновывают резким сокращением в 2 раза спроса на услуги в апреле-мае 2020 г., когда были введены нерабочие недели, следовательно, сократились доходы населения (рис. 2). Только с середины июля показатели взяли курс на восстановление уровня января-февраля 2020 г., сохраняя тенденцию до конца года [12].

Проведенный обзор показывает актуальность и высокую значимость обеспеченности экономической безопасностью коммерческих предприятий медицинской отрасли, а для ее достижения необходима экономически безопасная деятельность каждой отдельно взятой медицинской организации, направленная на повышение доступности оказания медицинской помощи, повышение качества жизни и здоровья населения, повышение прибыльности деятельности медицинских организаций. Всё это возможно путем быстрого перепрофилирования рынка, своевременных оперативных корректирующих мер по нейтрализации возникающих угроз и снижению последствий возможного риска. Таким образом, одним из важнейших факторов для принятия и реализации решений по обеспечению экономической безопасности коммерческих предприятий медицинской отрасли являются повышение качества маркетинговых процессов и реализация маркетинговых возможностей.

Библиографический список

1. Бабенко А. А. Специфика организации маркетинговой деятельности в сфере платных медицинских услуг // Главврач. 2017. № 1. С. 73-77.

2. Грунин О. А., Грунин С. О. Экономическая безопасность организации. СПб.: Питер, 2002. С. 37-38.

3. Денежные доходы и расходы населения // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13270 (дата обращения: 23.03.2022)

4. Карпов И. А., Хорват К. В. Маркетинг в системе здравоохранения // Современная наука: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей IV Междунар. науч.- практ. конф. Пенза, 2018. С. 59-62.

5. Котлер Ф. Основы маркетинга. М., 2002.

6. Клейнер Г. Б. Стратегии бизнеса: Аналитический справочник. М.: КОНСЭ-КО, 2010. 331 с.

7. Меламедов С. Л. Экономическая безопасность. СПб.: Питер, 2000. С. 11-12.

8. Моденов А. К., Белякова Е. И., Власов М. П., Лелявина Т. А. Экономическая безопасность предприятия. СПб.: СПбГАСУ. 2019. 550 с.
9. Основы экономической безопасности (государство, регион, предприятие, личность) // Под ред. Е. Л. Олейникова. М.: Интел-Синтез, 1997. 138 с.
10. Платное обслуживание населения России // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Режим доступа: https://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/plat17.pdf (дата обращения: 23.03.2022)
11. Половнев К. С. Механизм обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия … дис. канд эк. наук, Екатеринбург, 2002. С. 34.
12. Рынок частной медицины в России // РБК Режим доступа: https://marketing.rbc.ru/articles/11332/ (дата обращения: 27.03.2022)
13. Судоплатов А. П., Лекарев С. В. Безопасность предпринимательской деятельности. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2001. С. 3.
14. Экономическая безопасность предприятия // Международная организация. 2022. Режим доступа: http://mpaantiterror.ru/obespechenie_bezopasnosi.php (дата доступа: 23.03.2022)
15. Мелик-Гайказян И. В., Мещерякова Т. В. Клятва Гиппократа: трансформация семантики и возрождение прагматики // Schole, СХОЛЭ. 2015. № 1.
16. James K. Elrod and John L. Fortenberry Jr. Marketing communications in health and medicine: perspectives from Willis-Knighton Health System James K. 2020.

E. Wegner-Kozlova Y. Postnikova A. Saltykova

SPECIFICITY OF ENSURING ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE OF THE MEDICAL INDUSTRY

Abstract

The issue of ensuring the economic security of organizations has taken on urgency at the present time. Current macroeconomic risks, the COVID-19 pandemic, and the implementation of unprecedented sanctions against the Russian economy force enterprises to improve and specify mechanisms for protecting and ensuring economic security. The article considers the specificity of the mechanism for ensuring economic security of a commercial enterprise in the medical industry. The definition of economic security in relation to medical organization is specified in the work; the basic external and internal factors influencing level of economic security of medical enterprise are revealed; the ways of increase of efficiency of economic security of medical organization are determined. Scientific significance of results of work consists in specification of knowledge about features of maintenance of economic safety of the commercial enterprise of medical branch.

Keywords: economic security; medical organization; healthcare; marketing, online marketing management.

УДК 659.1 (07), 339.138, 339.3

К. М. Ильенкова

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ И АДАПТАЦИЯ КАТЕГОРИЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТА К НОВЫМ ЭКОНОМИЧЕСКИМ РЕАЛИЯМ

Аннотация

Целью проведенного нами исследования является выявление и обоснование основных изменений категорийного менеджмента, обусловленный изменением покупательского поведения в ковидную и постковидную эпоху. В рамках поставленной цели решались следующие задачи: раскрытие сути понятия «категорийный менеджмент»; выявление преимуществ категорийного менеджмента; выделение и обоснование факторов, определивших необходимость перехода от традиционного категорийного менеджмента к категорийному менеджменту, ориентированному на удовлетворение потребностей покупателей; сформулировать задачи, которые решает категорийный менеджмент,

© Ильенкова К. М., 2022

ориентированный на удовлетворение потребностей покупателей. В статье рассматривается суть понятия категорийного менеджмента и формулируются основные преимущества данного подхода. На основании анализа существующей литературы выделены основные факторы, определяющие необходимость перехода от традиционного категорийного менеджмента к категорийному менеджменту, ориентированному на удовлетворение потребностей покупателей. Обосновывается необходимость выявления и анализа потребностей покупателей с целью формирования положительного покупательского опыта. Формулируются основные задачи, которые решает категорийный менеджмент, ориентированный на удовлетворение потребностей покупателей, в условиях новых реалий. Результаты данного исследования будут полезными как отечественным и зарубежным ученым, так и бизнес-практикам, принимающим решения о выборе и реализации новой версии категорийного менеджмента. Методы исследования: наблюдения, сбор информации, систематизации данных, категориальный анализ, обобщения, сравнения, группировки, сопоставления, системный анализ, синтез.

Ключевые слова: категорийный менеджмент, покупатель, потребитель, шоппер-маркетинг, ритейл, торговая сеть, ассортиментная политика, омниканальность.

Категорийный менеджмент начал активно развиваться в начале 1990-х гг., когда торговые сети при управлении ассортиментом систематизировали его по поставщикам, брендам и иным параметрам, но не по товарным категориям [25]. С тех пор данный подход продолжает развиваться, трансформироваться и внедряться все большим количеством торговых компаний в различных сферах бизнеса [5; 13; 15]. Основными факторами, определившим развитие категорийного менеджмента были: острая конкуренция, развитие новых форматов розничной торговли, изменение покупательского поведения, цифровизация и др. [3; 10; 18].

В тоже время несмотря на то, что данный подход применяется более тридцати лет, он по-прежнему сохраняет свою актуальность и как показала пандемия, на фоне изменения потребительского поведения, меняется и сам категорийный менеджмент, смещая все больше фокус в сторону потребителя, концентрируя все больше усилий всех участников в цепочке создания потребительской ценности на формировании лояльности и удовлетворении потребностей покупателей.

Целью проведенного нами исследования является выявление и обоснование основных изменений категорийного менеджмента, обусловленный изменением покупательского поведения в ковидную и постковидную эпоху.

В связи с динамичным ростом онлайн-продаж в период ковидной и постковидной эпохи ведет к тому, что многие покупатели, начавшие совершать покупки через интернет-магазины и маркетплеймы, ощутили преимущества данных каналов продаж и намерены в будущем продолжать совершать покупки, находясь в любом месте, в любое время, не тратя время на посещение традиционных магазинов. В тоже время, интернет дает возможность покупателям сравнивать предложения различных компаний и производителей, предлагаемые цены, наличие товар, срок поставки, а также заказывать и получать желанный товары удобным для него способом [19].

Категорийный менеджмент – стратегический подход к управлению товарными категориями, который выступает инструментом реализации ассортиментной политики торговой компании. В его основе лежит удовлетворение потребностей покупателей посредством создания совместной с поставщиками потребительской ценности, и как следствие увеличение прибыли и выручки компании [1].

В основе категорийного менеджмента лежит понятие «товарная категория». Товарная категория – это группа товаров, которые покупатели и/или потребители воспринимают как взаимосвязанные или/и взаимозаменяемые между собой [20].

Важно отметить, что категорийный менеджмент позволяет всем участникам цепочки создания потребительской ценности выявлять и удовлетворять потребности потребителей [18]. Соответственно, с целью достижения данных целей в 1992-1995 гг.

The partnering Group, ECR и Nielsen предложили махизмы внедрения категорийного менеджмента (пять-восемь этапов).

Категорийный менеджмент позволяет управлять ассортиментной политикой компании, базируясь на потребностях покупателей, предлагая им те товары, которые им, действительно, нужны в условиях изменения потребительского поведения и потребностей покупателей [5]. Несмотря на то, что эффективность применения во многом зависит от товарной категории [6], данный подход имеет большое количество преимуществ [1; 2; 8; 9; 13; 14; 16; 17; 18; 21; 25; 26]:

1. При формировании ассортимента стремление торговой компании и ее партнеров (производителей) удовлетворить запросы покупателей.
2. За счет формирования лояльности покупателей категорийный менеджмент позволяет увеличить выручку и прибыль компании и ее партнеров.
3. Сокращение издержек и экономия ресурсов компании и ее партнеров.
4. Развитие и усиление долгосрочных взаимоотношений между производителями и торговой компанией, ориентированные на достижение общих целей, в частности, повышение потребительской ценности товаров.
5. Усиление совместного планирования торговой компании и производителей/ поставщиков.
6. Принятие максимально взвешенных и последовательных бизнес-решений, в том числе выявление новых возможностей и повышение эффективности цепочки поставок.
7. Соответствие структуры товарных категорий тенденциям рынка.

В связи со всеми изменениями, произошедшими в покупательском поведении на фоне пандемии, важность понимания потребностей покупателей значительно возрастает [7; 15]. При этом использование категорийного менеджмента позволяет выявлять и использовать значительный потенциал компании, который ранее не использовался. Анализ данных о потребителях / покупателях, а также статистики продаж торговой компании дает возможность выявлять потребности покупателей, которые компания ранее не удовлетворяла [4]. Данные изменения обусловлены растущей важностью формирования положительного покупательского опыта в торговой сети [11]. Поэтому выделим и обоснуем факторы необходимости использования компанией категорийного менеджмента, ориентированного на удовлетворение потребностей покупателей [24]:

– развитие новых предпочтений в питании (ЗОЖ, безглютеновое, органическое питание), что меняет поведение покупателей в различных товарных категориях;
– развитие информационных технологий и наличие большого количества информации о потребителях и покупателях (BigData), позволяющих ответить на вопрос «почему» покупатель совершает покупку;
– развитие различных форматов торговли;
– динамичное развитие цифровых технологий, дающих возможность потребителям комфортно совершать покупки онлайн, а также активное развитие омниканльного маркетинга.

Необходимость перехода от традиционного категорийного менеджмента на категорийный менеджмент, ориентированный на удовлетворение потребностей покупателей, была обусловлена тем, что существующая методика была скорее ориентирована на управление ассортиментом, чем покупательским поведением и выявление его потребностей [18]. Соответственно, предложенная ранее методика, по сути своей осталась той же самой, но была адаптирована по текущие тренды и стала более ориентированной на удовлетворение потребностей покупателей [18; 23]. В основе данных изменений лежит маркетинг покупателей (shopper-marketing), который базируется на планировании и реализации всех маркетинговых мероприятий, оказывающих положительное влияние на покупателя и его поведение на протяжении всего пути начиная с момента возношения потребности и мотивации к совершению покупки, консультации, совершения покупки, а также послепродажное обслуживание [22].

Соответственно, адаптированная методика категорийного менеджмента решает следующие задачи [12; 25]:

1. Максимальный акцент на покупателе и его потребностях при анализе и разработке ролей, стратегий и тактик (обзор на 360 на всех этапах пути покупателя к совершению покупки).
2. Смещение акцента с эффективности товарной категории на формирование покупательского опыта и удовлетворения его потребностей.
3. Кросс-категориальный анализ, позволяющий сформировать комплексные решения для покупателя.
4. Оптимизация бизнес-процессов, позволяющая снизить текущие затраты и перераспределить данные бюджеты на маркетинговые мероприятия.
5. Перевод категорийного менеджмента из статуса проекта в статус центрального бизнес-процесса.
6. Более эффективное использование возможностей Интернета, цифровых технологий и мобильных устройств.
7. Усиление взаимовыгодного сотрудничества торговой сети с производителями и поставщиками с целью обмена информацией и совместного планирования.

Таким образом, пандемия значительно ускорила многие процессы в области цифровизации, маркетинга, розничной торговли и покупательского поведения. Это обусловило необходимость торговых компаний реагировать на происходящие изменения, в том числе путем адаптации существующей методики категорийного менеджмента, в которой акцент делается на покупателей и потребителей. Кроме того, адаптированная методика учитывает покупательские миссии [24] и позволяет понять, как покупатели воспринимают процесс совершения покупок и потребления [24], каковы его миссии, мотивы, привычки, каким образом он использует покупаемый товар и его отношение к данному товару.

Библиографический список

1. Ильенкова К. М. Особенности и основные проблемы внедрения категорийного менеджмента в России // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2019. № 2. С. 151-164.
1. Bandyopadhyay S., Rominger A., Basaviah. S. Developing a framework to improve retail category management through category captain arrangements // Journal of Retailing and Consumer Services. 2009. Pp. 315-319.
2. Benoun M. & Héliès-Hassid M. Category Management, myths et réalités // Revue Française du Marketing. 2004. Vol. 198 (3/5). Pp. 73-86.
3. Desrochers D. M., Nelson P. Adding consumer behavior insights to category management: Improving item placement decisions // Journal of Retailing 2006. Vol. 82 (4), p. 357-365.
4. Dewsnap B. & Hart C. Category management: A new approach for fashion marketing? // European Journal of Marketing. 2004. Vol. 38 (7). Pp. 809-834.
5. Dhar S., Hoch S. & Kumar N. Effective category management depends on the role of the category // Journal of Retailing. 2001. Vol. 77. Pp. 165-184.
6. ECR Europe. The Consumer and Shopper Journey Framework. ECR Europe. 2011.
7. Ferreira J. Joint Category Management. In J. Crespo de Carvalho (Ed.). e-Business e Distribuição: setores em mudança. Bertrand. Lisboa, 2001. Pp. 163-182.
8. Gajanan S. Basuroy S. & Beldona S. Category management, product assortment, and consumer welfare // Marketing Letters. 2007. Vol. 18 (3). Pp. 135-148.
9. Gooner R. Managing Product Categories. Phd Thesis. University of North Carolina. Chapel Hill. 2001.
10. Grewal D. Levy M. & Kumar V. Customer Experience Management in Retailing: An Organizing Framework // Journal of Retailing. 2009. Vol. 85 (1). Pp. 1-14.

11. Gruen T.The evolution of category management // ECR Journal. 2002. Vol. 2 (1). Pp. 17-18.
12. Guissoni L. Consoli M. & Rodrigues J. Is category management in small supermarkets worth the effort? // Revista de Administração de Empresas. 2013. Vol. 53 (6). Pp. 592-603.
13. Harris J. Swatman P. & Kurnia S. Efficient consumer response (ECR): a survey of the Australian grocery industry // Supply Chain Management: An International Journal. 1999. Vol. 4 (1). Pp. 35-42.
14. Harris B. Bringing shopper into category management. In M. Stahlberg & V. Maila (Eds.), Shopper Marketing: how to increase purchase decisions at the point of sale (28-32). Kogan Page. London. 2010.
15. Hoch S. & Pomerantz J. How effective is category management?.// ECR Journal. 2002. Vol. 2 (1). Pp. 26-34.
16. Kahler B & Lingenfelder M. Category Management: when 1+1=3 // ECR Journal. 2006. Vol. 6 (1). Pp. 64-69.
17. Karolefski J., & Heller A. Consumer-Centric Category Management: How to Increase Profits by Managing Categories based on Consumer Needs. Wiley. 2005.
18. Min H. Exploring Omni-Channels for Customer-Centric e-Tailing. Logistics. 2021. Vol. 5. Pp. 31. https://doi.org/10.3390/logistics5020031
19. Nielsen. Category management: Positioning your Organization to Win. Chicago: American Mar-keting Association and NTC Business Book, 1992. 175 p.
20. Nielsen. Category Management: Positioning Your Organization to Win. NTC & American Marketing Association. Chicago. 1993.
21. Shankar V., Inman J., Mantrala M., Kelley E. & Rizley R. Innovations in Shopper Marketing: Current Insights and Future Research Issues // Journal of Retailing. 2011. Vol. 87S (1). Pp. 29-42.
22. Silveiraab P. D., Marreiros C. G. Shopper Centric Category Management in Convenience Stores: a Qualitative Study // BE-ci 2016: 3rd International Conference on Business and Economics, 21-23 September, 2016.
23. From category management to shopper-centric retailing. Deloitte Development LLC. 2015.
24. Weber T., Compernolle T., Baum M., Walsh P., Christman P. & Fally J. M. From category management to shopper-centric retailing. Deloitte Development LLC. 2015.
25. Zenor M. The profit benefits of category management // Journal of Marketing Research. 1994. Vol. 31 (2). Pp. 202-213.

K. Ilenkova

TRANSFORMATION OF PURCHASING BEHAVIOR IN A PANDEMIC AND ADAPTATION OF CATEGORY MANAGEMENT TO NEW ECONOMIC REALITIES

Abstract

The purpose of our research is to identify and substantiate the main changes in category management caused by changes in consumer behavior during COVID-19 and post-covid era. Within the framework of this goal, the following tasks were solved: disclosure of the essence of the concept of "category management"; identification of the advantages of category management; identification and justification of the factors that determined the need to move from traditional category management to category management focused on meeting the needs of customers; to formulate the tasks that category management solves, focused on meeting the needs of customers. The article examines the essence of the concept of category management and formulates the main advantages of this approach. Based on the analysis of the existing literature, the main factors determining the need to move from traditional category management to category management focused on customer satisfaction are identified. The necessity of identifying and analyzing the needs of customers in order to form a positive customer experience is substantiated. The main tasks that are solved in the new realities by category management, focused on meeting the needs of

customers, will be highlighted. The results of this study will be useful for both domestic and foreign scientists and business practitioners who make decisions about the choice and implementation of a marketing strategy. Research methods: observations, information collection, data systematization, comparisons, generalizations, groupings, comparisons, categorical analysis, system analysis, synthesis.

Keywords: category management, shopper, consumer, shopper marketing, retail, assortment policy, omnichannel.

УДК 330.3

Д. В. Качайнов, А. С. Султанов

СБОР И АНАЛИЗ ДАННЫХ ПО ТРАНСПОРТНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЕ ТЕРРИТОРИЙ

Аннотация

Предметом исследования является влияние социально-экономических факторов на транспортно-энергетическую инфраструктуру. Цель выявить тенденцию развития в транспортно-энергетической инфраструктуре Российской Федерации. Проведение научного исследования. Создание статистической базы данных по транспортно-энергетической инфраструктуре России. Анализ статистической информации на предмет влияния социально-экономических факторов на транспортно-энергетическую инфраструктуру. Составлена статистическая база данных по социально-экономическим показателям России. Для удобной и быстрой работы с базой данных, статистическая информация оформлена в виде дашборда. Проанализированы статистические данные на тенденцию развития в транспортно-энергетической инфраструктуре. В результате анализа литературы были выделены проблемы зависимости экономического сектора страны от состояния транспортно-энергетической инфраструктуры, использование устаревшего оборудования и отказ от модернизации инфраструктуры, которые в последствии приведут к социально-экономическому краху. Проанализировав базу данных, была выявлена отрицательная тенденция развития транспортно-энергетической инфраструктуры, а значит для решения проблем необходимо прибегнуть к следующим действиям привлечение новых инвестиций и субсидирований в сектор, модернизация.

Ключевые слова: транспортно-энергетическая инфраструктура, транспорт, энергетика, инфраструктура, социально-экономические показатели.

Транспортно-энергетическая инфраструктура представляет собой совокупность двух направлений: транспорта и энергетики. Транспортная инфраструктура – разновидность инфраструктуры, совокупность всех отраслей и предприятий транспорта, как выполняющих перевозки, так и обеспечивающих их выполнение и обслуживание. В свою очередь, энергетическая инфраструктура – это организационная структура, которая позволяет осуществлять крупномасштабную транспортировку энергии от производителя к потребителю, а также направление и управление потоком энергии.

Тема исследования является актуальной на сегодняшний день, так как имеет ряд проблем, требующих решения. В последнее время потребности в транспортных услугах только растут. Однако существующая инфраструктура уже не в состоянии обеспечить потребности экономики. Значительная часть объектов инфраструктуры выходит из строя, стала технически непригодной, морально устаревает. Только несколько примеров: за последние 15 лет количество действующих аэропортов в стране сократилось в четыре раза. Большая часть железнодорожного парка, воздушных и речных судов выработали предельные сроки эксплуатации. Износ основных фондов речных портов составляет от 50 до 70 %. А сеть аэропортов приблизилась к критической отметке в 80 %.

Основные на сегодня источники энергии не возобновляемы. Из-за чего одни страны испытывают дефицит и вынуждены тратить значительную часть бюджета на покупку энергоресурсов, становясь при этом зависимыми от своих поставщиков. Другие же,

© Качайнов Д. В., Султанов А. С., 2022

наоборот, могут подсесть на легкий заработок, что грозит таким государствам стать сырьевыми придатками стран, выбравших инновационный путь развития.

Исходя из всего этого целями данного исследования являются выявление проблем транспортно-энергетической инфраструктуры, создание статистической базы данных и ее анализ на выявление тенденций развития в транспортно-энергетической инфраструктуре Российской Федерации.

В статье В. В. Бушуев показывает влияние транспортной системы и электроэнергетики на всю Евразию. Также здесь описываются задачи для развития транспортно-энергетической инфраструктуры вплоть до 2050 года и способы их достижения [1].

В. В. Первухин в своей работе рассматривает энергетическую безопасность в целом, и выделяет надежность инфраструктуры, как важнейший элемент системы безопасности. Для улучшения надежности всей системы он предлагает ряд проектов, таких как построение и улучшение различных газопроводов и водопроводов на территории РФ [2].

О. А. Макаров и Е. А. Барбашина в своей работе пришли к выводу, что для совершенствования и наиболее эффективного функционирования электроэнергетики в первую очередь необходимо принять конкретные меры по улучшению работы в данной отрасли. Прежде всего, ограничить использование устаревшего оборудования или вывести его из эксплуатации полностью, если оно не отвечают необходимым требованиям и понесло физический и моральный износ. Необходимо проводить аудит состояния электросетевого комплекса и создать систему мониторинга распределительных электрических сетей [3].

В. С. Чекалин, М. Ю. Ермакова и И. С. Ковальчук считают, что для повышения эффективности транспортной отрасли в России особое внимание стоит уделить именно созданию "умных" дорог и соответствующей инфраструктуры. Так, по их мнению, необходима срочная модернизация всей инфраструктуры [4].

Таким образом, настоящее исследование, направленное на выявление тенденций развития транспортно-энергетической инфраструктуры, не имеет аналогов в научной литературе и обладает высокой актуальностью. Анализ научной литературы позволил выявить основные проблемы, поднимаемые исследователями в данной области, а именно:

1. Надежность экономической безопасности страны во многом зависит от транспортно-энергетической инфраструктуры, а значит для поддержания стабильности и роста экономического сектора необходимо постоянно улучшать и поддерживать качество инфраструктуры.
2. Качество транспортно-энергетической инфраструктуры находится в упадке, из-за использования устаревшего оборудования и отказа от модернизации всей отрасли в целом.

С целью выявления тенденции развития в транспортно-энергетической инфраструктуре было проведено научное исследование. Основной исследования стала база статистических данных о социально-экономических показателях. База данных была создана в ходе сбора данных по 49-ти социально-экономических показателях, представленных в сборнике Федеральной службы государственной статистики «Регионы России. Социально-экономические показатели» за 2020 год. В ходе исследования было проанализировано 27 социально-экономических показателей отражающих статистику изменений в транспортно-энергетической инфраструктуре. Представленная выборка дает полноценную картину о тенденции развития отрасли.

Результатами исследования является анализ 27 социально-экономических показателей отражающих статистику изменений с 2010 г. по 2019 г. в транспортно-энергетической инфраструктуре. Исследованием было выявлено соотношение положительных социально-экономических показателей к отрицательным как 16 к 11 соответственно. Социально-экономическое состояние инфраструктуры считается прогрессирующим при полном или частичном отсутствии отрицательной динамики что в данном случае не наблюдается. Транспортно-энергетическая обладает множеством проблем, требующих немедленного решения, поэтому были подробно рассмотрены показатели с отрицательной динамикой, для

выявления причинит спада и создания мер по их ликвидации с целью дальнейшего роста развития транспортно-энергетической инфраструктуры.

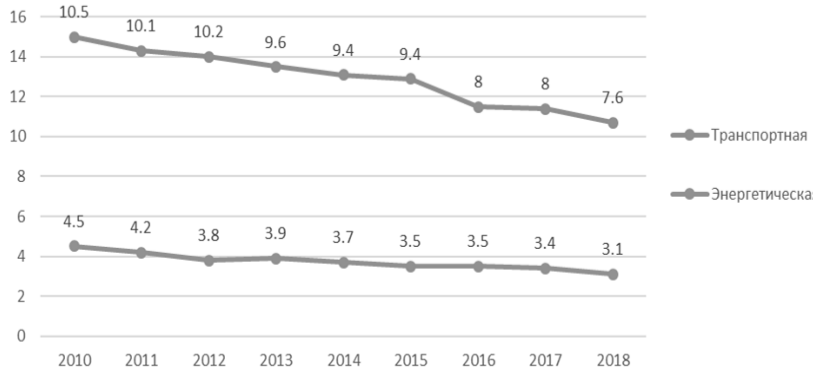


Рис. 1. Отраслевая структура валовой добавленной стоимости, %

Среди показателей с отрицательной тенденцией выделаются: отраслевая структура валовой добавленной стоимости; среднегодовая численность занятых; структура инвестиций в основной капитал; инвестиции в основной капитал. Отрицательная тенденция практически половины показателей свидетельствует о значительной деградации отрасли в целом. Во-первых, это связано с увеличением количества устаревшего оборудования, и отсутствием своевременной амортизацией и модернизацией.

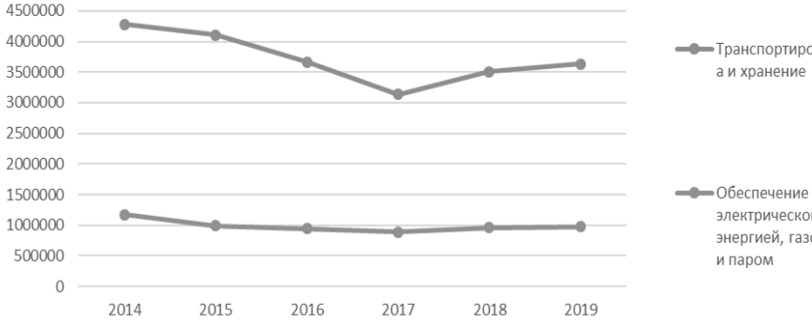


Рис. 2. Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности, млн. руб.

Во-вторых, это связано с отсутствие значительного увеличения количества инвестиций в инфраструктуру. Динамика инвестиционного показателя является положительной, однако это не говорит об увеличении количества инвестиций. Транспортная и энергетическая инфраструктура в совокупности обладает изменением инвестиций в основной капитал с 3134115,5 млн. руб. в 2017 году до 3635441,6 млн. руб. в 2019 году. Увеличение количества инвестиций на 501326,1 тыс. р. не характеризует рост, на самом деле это увеличение связано с ростом инфляции и мировой экономики. Помимо этого, отрицательная динамика отраслевой структуры валовой добавленной стоимости показывает, что транспортно-энергетическая инфраструктура не только деградирует, но еще и отстаёт в развитии относительно других инфраструктур. К сожалению, отрицательная тенденция является долгосрочной и в перспективе только увеличивается, поэтому исправлять ситуацию

необходимо незамедлительно. Необходимо привлечение большого количества инвестиций в сектор, а также безотлагательно проводить модернизацию всей транспортно-энергетической инфраструктуры.

В результате проведенного исследования был осуществлен анализ социально-экономических показателей, характеризующих динамику развития транспортно-энергетической инфраструктуры с целью выявления тенденций развития в транспортно-энергетической инфраструктуре Российской Федерации, и получен ряд выводов.

1. Транспортно-энергетическая инфраструктура оказывает серьезное влияние на весь сектор экономики страны.

2. Транспортно-энергетическая инфраструктура обладает отрицательной тенденцией развития, из чего следует деградация сектора.

В основе отрицательной тенденции развития транспортно-энергетической инфраструктуры лежат следующие проблемы:

1. Использование устаревшего оборудования.

2. Отсутствии качественной амортизации и своевременной модернизации.

3. Отсутствие сильного инвестиционного фона.

С целью решения выявленных проблем были составлены следующие меры:

1. Привлечение новых инвестиций в сектор.

2. Произвести субсидирования предприятий, оказывающих ключевую роль в Транспортно-энергетической инфраструктуре.

3. Провести постепенную модернизацию транспортно-энергетической инфраструктуры.

Представленный в статье анализ социально-экономических показателей, характеризующих динамику развития транспортно-энергетической инфраструктуры, сделанные выводы и предложения применимы для государственного регулирование экономики, крупных корпораций.

Теоретическая значимость проведенного исследования заключается выделении и комплексном анализе социально-экономических показателей, характеризующих динамику развития транспортно-энергетической инфраструктуры.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в авторских предложениях, которые могут использоваться для государственного регулирование экономики.

Библиографический список

1. Бушуев В. В. Транспортно-энергетическая инфраструктура Евразии как основа ее устойчивого развития // Экономика региона. 2013. № 4. С. 142-150.

2. Первухин В. В. Надежность транспортно-энергетической инфраструктуры // Энергетическая безопасность: новые вызовы и риски. 2017. № 1. С. 95-101.

3. Макаров О. А. Барбашина Е. А. Анализ проблем современной электроэнергетической отрасли и стратегические пути их решения в соответствии с концепцией Энергетической стратегией до 2035 года // Вестник ВГУИТ. 2016. № 2.

4. Чекалин В. С. Ермакова М. Ю. Ковальчук И. С. Повышение энергетической эффективности транспортной инфраструктуры России в условиях цифровизации // Экономический вектор. 2020. № 2 (21). С. 58-61.

5. Регионы России. Социально-экономические показатели // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204 (дата обращения: 1.10.2021).

D. Kachainov, A. Sultanov

COLLECTION AND ANALYSIS OF DATA ON THE TRANSPORT AND ENERGY INFRASTRUCTURE OF TERRITORIES

Abstract

The subject of the study is the influence of socio-economic factors on the transport and energy infrastructure. The purpose is to identify the development trend in the transport and energy infrastructure of the Russian Federation. Conducting scientific research. Creation of a statistical database on the transport and energy infrastructure of Russia. Analysis of statistical information on the impact of socio-economic factors on the transport and energy infrastructure. A statistical database on socio-economic indicators of Russia has been compiled. For convenient and fast work with the database, statistical information is designed in the form of a dashboard. Statistical data on the development trend in the transport and energy infrastructure are analyzed. As a result of the analysis of the literature, the problems of dependence of the country's economic sector on the state of transport and energy infrastructure, the use of outdated equipment and the refusal to modernize infrastructure, which will subsequently lead to socio-economic collapse, were highlighted. After analyzing the database, a negative trend in the development of transport and energy infrastructure was revealed, which means that to solve the problems, it is necessary to resort to the following actions: attracting new investments and subsidies to the sector, modernization.

Keywords: transport and energy infrastructure, transport, energy, infrastructure, socio-economic indicators.

УДК338.27

Т. С. Ковалев, В. Е. Шкурко

НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НЕФТЕГАЗОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА 2022

Аннотация

Сложившаяся в начале 2022 года геополитическая ситуация способна изменить политику и экономику России коренным образом. Важнейшие отрасли могут пострадать от введения санкций и приостановке поставок продукции в нашу страну. В работе проведен анализ проблем импортозамещения насосного оборудования, играющем значительную роль в нефтегазовом секторе, который в настоящее время является основной российской экономики. Кроме того, в работе рассмотрена концепция энтропийной экономики и методика оценки энтропии как показателя неопределенности и индикатора нарастающих кризисных процессов.

Ключевые слова: нефтегазовая отрасль, насосное оборудование, импортозамещение, энтропийная экономика, энтропия, кризис.

Актуальность темы данной статьи обусловлена геополитическими конфликтами России, на фоне спецоперации в Украине. Сложившаяся ситуация обостряет уже и без того серьезную проблему импортозамещения и конкурентоспособности отечественных товаров на международном рынке. В тяжелом положении оказалась нефтяная отрасль, являющаяся локомотивом экономики. Для добычи нефти, ее транспортировки и переработки необходимо высокотехнологичное оборудование. Так, для перекачки и транспортировки нефтепродуктов, таких как мазут, бензин, керосин используют насосное оборудование, которое обеспечивает безопасность и эффективность работы.

Для написания статьи была проанализирована ситуация на рынке насосного оборудования для нужд нефтяной отрасли в досанкционный период, а именно с 2013 по 2021 год на основе данных сайта «Экспорт и импорт России по товарам и странам» [1]. Выбор данного оборудования обусловлен тем, что, несмотря на снижение доли нефти и нефтепродуктов в российском экспорте с 53,8 % в 2013 году до 35,6 % в 2021 году, пока нельзя сказать, что экономика России перестала быть сырьевой. Также, категория «Машины и оборудование», включающая в себя насосы, сильно зависит от импорта (см. рис. 1), а

© Ковалев Т. С., Шкурко В. Е., 2022

значит, если на фоне ситуации на Украине сократятся поставки оборудования, то и экспорт нефти значительно сократится, а значит экономика страны, зависящая от нефти, может оказаться под угрозой.

Нами также был проведен корреляционный анализ для выявления зависимости импорта нефти и нефтяных продуктов от поставок насосного оборудования. Коэффициент линейной корреляции R^2 составил 0,89. Связь достаточно тесная, что свидетельствует о высокой степени зависимости импорта нефти и нефтепродуктов от поставок иностранного насосного оборудования.

Тем не менее, стоит отметить, что проблема импортозамещения неоднозначна, по той причине, что в условиях современной экономики невозможно развиваться, используя только свои собственные ресурсы и пренебрегая импортными товарами, потому что в процессе производства также используются иностранные детали и запчасти. До кризисного 2014 года проблема импортозамещения не была ярко выраженной, а впоследствии в 2015 году было принято решение о создании правительственной комиссии по импортозамещению [2].

Важно отметить, что увеличение экспорта способствует росту производительности труда, повышению качества товаров до международных стандартов, ускорению роста капитала, повышению заработной платы и появлению новшеств [10, с. 196].

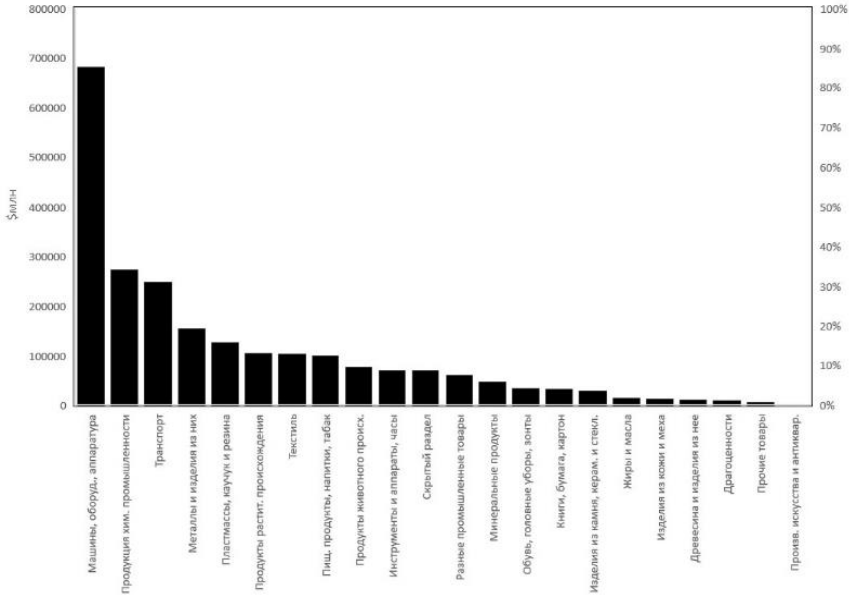


Рис. 1. Импорт по категориям товаров (рассчитано:[1])

Анализ импорта и экспорта насосного оборудования за период 2015-2021 гг. показал, что было импортировано 983 млн. шт. оборудования весом 763,91 млн. тонн и стоимостью $10,05 млрд, а на экспорт ушло 27 млн шт., весом 763,91 млн тонн и суммарной стоимостью $3,19 млрд. (см. Рис. 2).

Рис. 2. Импорт насосного оборудования (рассчитано:[1])

По результатам исследования экспорта и импорта насосного оборудования были выявлены страны-импортеры, от которых зависит наша страна на рынке насосного оборудования (см. Рис. 2). Несмотря на то, что основным поставщиком является Китай (29,17 %), доля стран, приостановивших из-за санкций поставки насосного оборудования в Россию, составила около 67 %. Наиболее сильная зависимость от таких стран, как Германия (23,3 %), Италия (11,4 %) и США (8,83 %), а также Украина (5,85 %), Франция (5,48 %), Япония (4,26 %), Южная Корея (4,23 %) и Чехия (3,68 %).

Так, как нефтегазовая отрасль чувствительна к изменениям в экономике, то в период кризиса мы имеем дело с неопределенностью или энтропией. Энтропийный подход пришел в научный оборот из термодинамики, но в дальнейшем нашел свое применение в ряде наук, в том числе и в экономике. Разберемся в теории самой дефиниции «Энтропия». Энтропия – количественный показатель беспорядка, мера излишней работы при достижении поставленной цели, доля неполезных побочных процессов или явлений, сопровождающих какую-либо деятельность [9]. В экономике данное понятие используется для абстрактного выражения процессных аномалий и определяет меру хаоса и непредсказуемость экономики, стабильность которой обратно пропорциональна значению энтропии [6, с. 27-29]. Энтропия позволяет научно объяснить непредвиденные аномалии социально-экономического развития. Данную неопределенность можно рассчитать по формуле 1.

$$Si = \frac{(Yi - T)}{Yi} \qquad (1)$$

где: S_i – энтропия текущего параметра потенциальной функции; Y_i – значение текущего параметра потенциальной функции; T – значение тренда потенциальной функции.

Мы имеем количественные значения экспорта и импорта насосного оборудования по годам (2013-2021 гг.), данные представлены в табл. 1.

Таблица 1

Данные по экспорту и импорту насосного оборудования

Год	Экспорт, $млн.	Импорт, $млн.
2013	382,4	2261,6
2014	330	1914
2015	251,5	1304
2016	272	1262

Продолжение таблицы 1

Год	Экспорт, $млн.	Импорт, $млн.
2017	362	1691
2018	381	1538
2019	312,8	1544
2020	384	1526
2021	470	1844

Рассчитано: [1].

Функции экспорта и импорта насосного оборудования являются интегральными, так как зависят от множества факторов: стратегии политики импортозамещения, геополитики, курса доллара, спроса на сырье [8]. График функций, их полиномиальный тренд и степень энтропии представлены на рис. 3.

На рис. 3 мы видим колебания энтропии от положительных к отрицательным значениям. На графике энтропии можно заметить цикличный характер неопределенности во временной период около 2-х лет. Кроме того, мы видим, что тренд энтропии по экспорту и по импорту одновременно идет в одинаковом направлении, но с разной амплитудой. Таким образом, колебания в изменении энтропии могут иметь прогностический характер надвигающихся кризисных процессов.

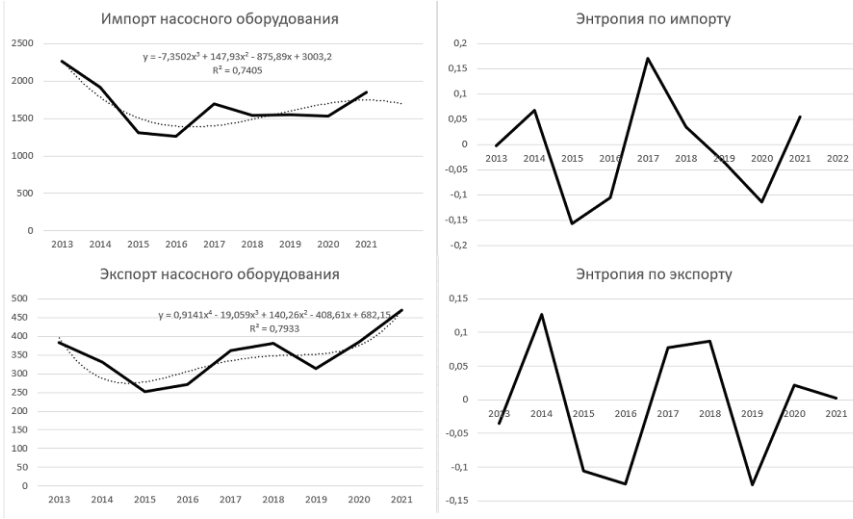


Рис. 3. Функции, энтропия экспорта, импорта насосного оборудования (рассчитано: [1; 9])

Чтобы наладить производство в отрасли, необходимо следовать принципам политики импортозамещения, заключающейся в росте производительности труда, временных рамках, а также стратегическом характере реализации политики импортозамещения [4, с. 147-157].

Выделим три модели политики импортозамещения: внутриориентированное, внешнеориентированное и смешанное импортозамещение, которое объединяет два предыдущих. В условиях кризиса 2022 года, учитывая санкции, веденные множеством стран, с которыми мы сотрудничали раннее, наиболее приемлемой на первое время является внутриориентированная стратегия импортозамещения. Данная стратегия заключается в

развитии внутреннего рынка. Стратегия делится на две фазы, на первом этапе государство стимулирует внутреннее производство потребительских товаров, а на втором выпуск товаров для производственных целей. Например, для осуществления данной политики можно вести протекционистские меры совместно с предоставлением льгот. Безусловно, данная стратегия обладает рядом недостатком, но она сможет сгладить, образовавшиеся проблемы в экономике [3, с. 398-402].

В качестве основных проблем в нефтегазовом секторе после введения санкций следует выделить рост издержек, снижение конкурентоспособности компаний в нефтегазовой отрасли, а также запрет на поставку технологий, что противоречит интересам государства по разработке новых месторождений. К тому же, наиболее тяжелыми являются санкции, связанные с финансовым сектором, так угроза отключения России от системы SWIFT значительно затруднит операции, связанные с экспортом отечественной продукции. Также, введение санкций вынудит Россию остановить нефтепровод Дружба, по которому идет до 50 млн тонн нефти. Но, с другой стороны, санкции могут положительно повлиять на нефтегазовую отрасль. Так, если мы начнем сами производить детали и насосы, необходимые в нефтегазовой сфере, это поможет российским компаниям сократить издержки на транспортировку [5, с. 85-95].

Несомненно, санкции против России являются предпосылкой дефицита энергоресурсов и самое верное решение – это направить имеющиеся энергоресурсы на развитие нашей страны, ведь низкая цена и гарантированная энергия дает большое преимущество. В последние годы снизилась рентабельность нефтепереработки в РФ на фоне налогового маневра, а значит и замедлилась модернизация. Цель налогового маневра заключается в повышении цен на энергии до мирового уровня, т. е. к минимизации нашего основного преимущества. Конечно, необходимо отказать от налогового маневра и вернуться к пониженным ценам на нефть внутри страны. Для стимулирования внутреннего производства нефтепродуктов государству важно кредитовать строительство на льготных условиях, разработать экспортную стратегию взять на себя риски и, безусловно, стимулировать производство необходимого оборудования [7, с. 18-23].

Разберемся в том, какие насосы мы можем заменить собственным производством на основе данных с сайта «Экспорт и импорт России по товарам и странам» [1]. Одними из самых востребованных импортных насосов являются «Насосы центробежные, многоступенчатые», импорт которых (2015-2021) составляет $425,55 млн. Данное оборудование нам поставляли такие страны, как Германия (32,69 %), Украина (27,73 %), Франция (19,24 %), Италия (12,44 %). За период 2015-2021 гг. на экспорт ушло $33,48 млн центробежных, многоступенчатых насосов. Безусловно, соотношение экспорт/импорт показывает низкие значения, а, значит, наше производство способно лишь частично осуществить импортозамещение данного оборудование. В табл. 4 приведены данные по наиболее популярному оборудованию.

Таблица 4

Импорт и экспорт по видам насосного оборудования.

Название	Импорт, $млн	Экспорт, $млн
Насосы центробежные, многоступенчатые	425,55	33,48
Насосы масляные или для охлаждающей жидкости для ДВС	543,56	71,4
Насосы объемные, возвратно-поступательные, насосы поршневые	523,41	50,34
Насосы поршневые, гидравлические, силовые	479,02	49,89
Насосы топливные	707,35	198,84

Рассчитано: [1]

Таким образом, анализ показал, что мы можем перекрыть только 15 % ввозимого в нашу страну оборудования. Это довольно низкие значения, а значит государству необходимо

спонсировать и развивать производство насосов для обеспечения бесперебойной работы нефтегазовой отрасли. В заключении отметим, что несмотря на политику импортозамещения, начавшуюся в 2014-2015 годах, наша страна остается импортозависимой, что на фоне кризиса может привести к стагнации и ослабеванию национальной экономики и безопасности.

Библиографический список

1. Насосы жидкостные с расходомерами или без них; подъемники жидкостей // Экспорт и импорт России по товарам и странам. Режим доступа: https://ru-stat.com/ (дата обращения: 01.04.2022).
2. О создании Правительственной комиссии по импортозамещению и её составе: Постановление от 4 августа 2015 года № 785, распоряжение от 4 августа 2015 года № 1492-р. Режим доступа: http://government.ru/docs/19160/ (дата обращения: 01.04.2022).
3. Алишер Ш. Субхонбердиев. Стратегии импортозамещения в мировой экономике: уроки для России // Вестник ВГУИП. 2018. Т. 80. № 4. С. 398-402.
4. Ершов П. А. Импортозамещение и политика импортозамещения: теоретический подход к определению понятий // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2017. № 2. С. 147-157.
5. Игнатова Ю. В. Санкции в России: развитие экономики в сложных условиях // Проблемы и вопросы современной науки. 2019. С.85-95.
6. Коровникова Н. А. Концепция энтропийной экономики в контексте современной России // Россия: тенденции и перспективы развития. 2017. С. 27-29.
7. Огородников Е. Осушая «Дружбу» // Эксперт. № 13. 28 марта – 3 апреля 2022 г. С. 18-23. Режим доступа: https://expert.ru/expert/2022/13/ (дата обращения: 05.04.2022)
8. Чаленко А. Ю. Гипотеза о потенциале экономики. Режим доступа: http://www.kapital-rus.ru/index.php/articles/article/198707 (дата обращения: 07.04.2022)
9. Чаленко А. Ю. Самоорганизация и энтропия в природе и экономике // Капитал страны: федеральное Интернет-издание. Режим доступа: http://kapital-rus.ru/articles/article/samoorganizaciya_i_entropiya_v_prirode_i_ekonomike/ (дата обращения: 04.04.2022)
10. Чарыкова О. Г. Ключевые направления развития экспорта в сельском хозяйстве России: региональный аспект. // Экономика региона. 2022. С. 193-207.

T. Kovalev, V. Shkurko

THE NEED TO DEVELOP IMPORT SUBSTITUTION OF OIL AND GAS EQUIPMENT IN THE CONTEXT OF THE 2022 CRISIS

Abstract

The geopolitical situation that emerged at the beginning of 2022 is capable of fundamentally changing the politics and economy of Russia. The most important industries may suffer from the imposition of sanctions and the suspension of the supply of products to our country. The paper analyzes the problems of import substitution of pumping equipment, which plays a significant role in the oil and gas sector, which is currently the main Russian economy. In addition, the paper considers the concept of the entropy economy and the methodology for estimating entropy as an indicator of uncertainty and an indicator of growing crisis processes.

Keywords: Oil and gas industry, pumping equipment, import substitution, entropy economy, entropy, crisis**.**

УДК 338

П. Д. Колотовкина, Е. О. Вегнер-Козлова

АУДИТ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация

Эффективность работы системы экономической безопасности обеспечивает возможность устойчивого развития предприятия. На сегодняшний день, для разработки стратегии управления хозяйствующим субъектом, необходимо учитывать состояние внешнего и внутреннего контроля его деятельности в целях минимизации различных угроз. Оптимальным способом мониторинга состояния предприятия является аудит. В данной статье определено место аудита в системе экономической безопасности предприятия, рассмотрено его использование для обеспечения экономической безопасности в разрезе различных угроз.

Ключевые слова: экономическая безопасность, аудит, внешний аудит, внутренний аудит, угрозы.

Сегодня, вопрос аудита занимает значительную роль в системе экономической безопасности предприятия. Так, аудиторские процедуры являются ключевым инструментом получения данных о достоверности финансовой отчетности, что, в свою очередь, является важным фактором контроля состояния экономической безопасности предприятия.

Основной задачей любого предприятия является поддержка оптимального состояния экономической безопасности функциональных составляющих своей хозяйственной деятельности. Выделяют следующие функциональные составляющие экономической безопасности [2, с. 33]:

– Финансовая (оптимальное использование корпоративных ресурсов);

– интеллектуальная (сохранение и развитие интеллектуального потенциала предприятия);

– кадровая (эффективное управление персоналом);

– технико-технологическая (степень соответствия применяемых на предприятии технологий текущим тенденциям развития в разрезе оптимизации затрат ресурсов);

– нормативно-правовая (правовое обеспечение деятельности предприятия);

– экологическая (соблюдение действующих экологических норм, минимизация потерь от воздействия на окружающую среду);

– информационная (эффективное информационно-аналитическое обеспечение финансово-хозяйственной деятельности предприятия);

– рыночная (степень соответствия внутренних возможностей развития предприятия внешним факторам, складывающимся в рыночной среде);

– силовая (обеспечение безопасности персонала предприятия и сохранность его имущества).

Одним из факторов обеспечения экономической безопасности предприятия является контроль состояния всех вышеперечисленных составляющих, который, в свою очередь, включает в себя аудиторскую проверку бухгалтерской, финансовой и прочей документации.

Аудит разделяют на внутренний и внешний:

Внутренний аудит, по определению международного Института внутренних аудиторов – это деятельность по предоставлению независимых и объективных гарантий и консультаций, направленных на совершенствование деятельности предприятия. Внутренний аудит помогает организации достичь поставленных целей, используя систематизированный подход к оценке и повышению эффективности процессов управления рисками, контроля и корпоративного управления [3, с. 47].

Внешний аудит проводится отдельными аудиторскими фирмами. Внешние аудиторы

© Колотовкина П. Д., Вегнер-Козлова Е. О., 2022

не работают в организации, подвергающейся аудиту, не участвуют в ее хозяйственной деятельности. Основной обязанностью внешних аудиторов является оценка регулярной финансовой деятельности предприятия. Аудиторы дают качественную оценку деятельности, эффективности, результативности работы организации. Внешний аудит, при этом, может быть добровольным (по желанию предприятий-клиентов) или обязательным (в соответствии с законодательными актами). Обязательный аудит может быть организован также по решению суда или следственных органов.

Оба вида аудиторских проверок объединяют способы их проведения. Как правило, и внутренний, и внешний аудит проводится при помощи следующих инструментов [4, с. 60]:

– Опрос сотрудников организации;
– проведение инвентаризации;
– экспертная оценка текущего состояния деятельности предприятия, его уровня экономической безопасности;
– экономический анализ;
– сверка документации.

Необходимо отметить, что не все предприятия малого и среднего бизнеса способны обеспечить содержание отдела внутреннего аудита и финансирование систематических аудиторских проверок – как правило, подобные службы создаются на крупных предприятиях, где необходимость в системе мониторинга их финансово-хозяйственной деятельности носит срочный характер. Поэтому, для малых и средних предприятий в таких случаях целесообразным считается обращение в сторонние, аутсорсинговые компании.

Наиболее часто с вопросом экономической безопасности соприкасается такой инструмент, как инвентаризация, поскольку этот процесс носит обязательный характер для предприятия любой формы собственности. Ее основной целью является выявление расхождений и недостач.

Различают несколько видов инвентаризаций:

– Инвентаризация материально-производственных запасов;
– инвентаризация основных средств;
– инвентаризация дебиторской и кредиторской задолженности.

С помощью данного инструмента можно проследить тесную связь службы экономической безопасности предприятия и службы внутреннего аудита: появляется возможность корректного отражения и отнесения недостач на виновных лиц, что позволяет сформировать систему предотвращения угроз экономической безопасности в области противоправности деятельности персонала предприятия.

Тем не менее, необходимо учитывать, что аудит как средство обеспечения экономической безопасности организации может инициировать ряд угроз. Как правило, аудиторская организация, проводящая проверку, опирается на пожелания представителя собственника предприятия: при этом, личный интерес руководства компании и цели собственника при проведении аудиторской проверки могут не совпадать, что, в свою очередь, может повлечь определенные риски – например, риск искажения отчетности предприятия. С точки зрения аудита, инициированного не самим предприятием, а, например, акционерами или другими заинтересованными лицами, со стороны аудиторов существует риск выдачи фиктивного заключения: однако, стоит отметить, что признать заключение заведомо ложным может только суд, например, по заявлению компании-клиента (п. 6 ст. 6 Федерального закона от 30.12.08 № 307-ФЗ) [1]. В этом случае аудитора смогут привлечь к административной либо уголовной ответственности.

Такой инструмент как аудит способен обеспечить экономическую безопасность предприятия в разрезе следующих рисков:

1. Налоговые риски. Поскольку в результате искажения бухгалтерской, управленческой и налоговой отчетности вероятен существенный риск нанесения ущерба предприятию посредством взыскания налогов, штрафов и пеней, оптимизация

налогообложения является важной частью хозяйственной деятельности организации.

2. Финансовые риски. И внутренний, и внешний аудит позволяют отследить правовые последствия финансовых сделок предприятия, что обеспечивает гарантию точности и целесообразности принимаемых в этом вопросе решений.

3. Экономико-правовые риски. Данный аспект рассматривается в разрезе внутреннего аудита, поскольку риски подобного типа, в сущности, возможно минимизировать с помощью создания системы внутренних нормативных актов на предприятии – унифицированных, структурированных и не противоречащих нормативно-правовым актам Российской Федерации.

4. Имущественные риски. С помощью проведения инвентаризаций и ревизий, как инструментов внутреннего аудита, появляется возможность борьбы с хищениями и кражами. Также, такой инструмент как инвентаризация полезен для выявления расхождений в бухгалтерском учете по российским и международным стандартам.

5. Информационные риски. Система учета на предприятии является основой для программного, технического, организационного обеспечения, поэтому, необходимо систематически проводит аудит информационных систем организации.

6. Кадровые риски. Поскольку именно сотрудники предприятия обеспечивает остальные структурные элементы экономической безопасности предприятия, необходимо поддерживать систему трудовых отношений в надлежащем состоянии. В случае недостатка финансовых ресурсов, являющегося, первой видимой угрозой экономической безопасности, нередки случаи экономии на издержках – в первую очередь, как правило, на персонале предприятия. В конечном итоге, теряется основной ресурс – персонал, который обладает необходимым уровнем знаний и навыков [5, с. 830]. Поэтому, диагностировать кризисные явления в сфере трудовых отношений на предприятии возможно с помощью проведения процедур аудита – например, опроса сотрудников о выбранной профессии, условиях труда, проводимого и при внутреннем, и при внешнем аудите.

Положительное влияние аудита в системе управления рисками экономической безопасности предприятия заключается в следующем:

– Проведение мероприятий по оценке и проверке надежности контрагентов организации;

– проведение анализа обоснованности расходов, их производственной необходимости и достоверности документального подтверждения;

– проведение текущего контроля о величине дебиторской и кредиторской задолженности, выявление сомнительных долгов и помощь при взыскании задолженности и др.

Так, аудит позволяет оценить состояние хозяйственной деятельности предприятия, а именно ее количественные и качественные показатели. Поэтому, аудит является своего рода превентивной мерой, позволяющей противостоять ряду рисков на ранней стадии их развития: например, в качестве борьбы с организационными рисками искажения отчетности и других показателей эффективности деятельности предприятия, можно использовать риск-консалтинг руководителей по вопросам управления предприятием. Для текущего контроля состояния функциональных составляющих экономической безопасности предприятия возможно использовать инструменты внутреннего аудита.

Таким образом, применение аудита имеет важную роль в системе обеспечения экономической безопасности предприятия. Для своевременного реагирования на возникающие угрозы состоянию финансово-хозяйственной деятельности предприятия, необходимо применять инструменты внутреннего аудита, а также применять консалтинговые инструменты сторонних аудиторских фирм.

Библиографический список

1. Закон Российской Федерации "Федеральный закон "Об аудиторской деятельности" " от 30.12.2008 № 307-ФЗ // Официальный интернет-портал правовой

информации. 2022 г. с изм. и допол. в ред. от 01.01.2022 (дата обращения: 30.03.2022)
3. Козивкин В. В. Экономическая безопасность промышленного предприятия // Бизнес, менеджмент и право: научно-практический экономико-правовой журнал. 2016. № 4. Режим доступа: http://www.bmpravo.ru/show_stat.php?stat=297 (дата обращения: 01.04.2022)
4. Сонин А. Внутренний аудит как важнейший элемент системы управления компанией // Финансовый директор, 2009. № 9-10. С. 47-55. (дата обращения: 03.04.2022)
5. Подолянчук О. А. Процедуры получения аудиторских доказательств // Економічний часопис-XXI. 2014. № 1-2 (2). С. 60-63.

P. Kolotovkina E. Vegner-Kozlova

AUDIT IN THE SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE

Abstract

The article describes how efficiency of the economic security system ensures the possibility of sustainable progress of the enterprise. Today, in order to develop a management strategy for the enterprise, it seems necessary to pay attention to external and internal monitoring services of the enterprise, in order to minimize various threats. The best way to monitor the state of an enterprise is an audit. This article defines the significance of an audit in the system of economic security of the enterprise, including its use to ensure economic security in the context of various threats.

Keywords: economic security, audit, external audit, internal audit, threats.

УДК 330.3

С. И. Копырин, Ю. В. Грачева, А. Д. Мантуров

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Аннотация

В статье были проанализированы тенденции развития промышленности России в условиях цифровой трансформации, выделяемые разными авторами. Были проведены оценки развития промышленности РФ на сегодняшний день. Представлен краткий обзор степени воздействия цифровизации на промышленную политику.

Ключевые слова: инвестиции, промышленная политика, цифровизация, производство, промышленность, факторы, экономика предприятия.

В наше время остро стоит вопрос конкурентоспособности России на мировой арене. В то время, как страны, занимающиеся инвестированием в инновации, занимают лидирующие позиции, Россия придерживается старой модели ведения промышленности. Необходимо сменить вектор развития промышленности в сторону цифровизации. Реализация этой политики способствует повышению экономического благосостояния и формированию конкурентных преимуществ национальной экономики в долгосрочной перспективе.

Статья посвящена оценке влияния деятельности Фонда промышленного развития как ключевого финансового института промышленной политики Российской Федерации. Основываясь на анализе тенденций нынешней политики промышленного развития, объектом нашего детального изучения стала промышленность в России. Предметом нашего исследования стал процесс влияния цифровой трансформации на промышленность в России.

Чтобы комплексно понять отношение ученых к процессу цифровизации и его внедрению в промышленность, рассмотрим выводы, к которым они пришли в своих исследованиях. Так, исследования К. Шваба показали, что мы стоим у истоков революции, которая фундаментально изменит то, как мы живем, работаем и общаемся друг с другом. Нам предстоит увидеть ошеломляющие технологические прорывы в самом широком спектре областей, включая искусственный интеллект, роботизацию, автомобили-роботы, трехмерную печать, нано технологии, биотехнологии и многое другое [11].

© Копырин С. И., Грачева Ю. В., Мантуров А. Д., 2022

Результаты работ другого исследователя Пикетте Т. основаны на том, что необходима политика дотаций для поддержания молодых проектов также он видит необходимость реструктуризации системы, нацеленность на более прогрессивные методы производства [5]. Исследователь Тапскотт Д. предвосхитил следствия цифровизации промышленности – появления новых форм бизнеса, исключение посредников и прямое взаимодействие потребителя и поставщика. Его главный вывод – перемещение бизнеса из традиционных фирм в медиа – следует непосредственно из теории фирмы [7, 8].

Многие исследователи пытаются прогнозировать будущее развитие технологий и предугадать вектор их направленности. По этому поводу Родрик Д. пришел к выводам о том, что мы, общество, должны интересоваться не только тем, как много совершается инноваций, но и тем, какие именно типы новых технологий находятся в разработке. Также в своих работах он подчеркнул, что мы обязаны добиваться, чтобы наши инвестиции направлялись в такие технологии, которые будут безопасными и экологически разумными, а также будут помогать труду человека (а не просто заменять его) и будут соответствовать демократическим ценностям и правам человека [6].

Результатами исследований Бека У. стали его суждения на тему того, что нужно переходить от нынешнего прагматического типа цифровизации к гуманистически ориентированным цифровым технологиям, только в таком ключе развитие будет плодородным считает автор [1]. В своих исследованиях В. М. Володин показал важность формирования инновационной инфраструктуры цифровой экономики на предприятиях РФ, выявил важность процесса глобальной цифровизации [2]. В. Ф. Уколов выявил, что средства, направляемые на развитие цифровизации немалые, но кроме них, предстоит найти эффективные модели, сценарии, способы их вложения и использования. Необходимо искать пути решения развития инфраструктуры цифровизации, способные удержать место в мире на уровне конкурентоспособных возможностей [8]. Также на эту тему высказались Г. Я Белякова, А. Н. Дулесов им принадлежит мыль о том, что высокая конкурентоспособность с приходом цифровой экономики является необходимым условием развития сферы промышленного производства [4]. В. С. Усков пришел к выводу о том, что для значительного совокупного экономического эффекта внедрение цифровых решений должно проводиться на фоне соразмерного развития материального сектора [10].

С целью выявления тенденции развития внедрения цифровизации в российскую промышленность была создана база статистических данных по всем направлениям инвестиций в период с 2016 по 2021 год. В ходе исследования были проанализированы социально-экономические показатели, отражающие статистику изменений в промышленности РФ. Были рассмотрены вопросы конкурентоспособности российской промышленности.

Промышленность имеет огромное значение для экономики страны. Она обеспечивает инновации, рост уровня жизни населения, рост производительности труда. Темпы роста промышленного производства напрямую влияют на экономический рост. Россия активно начала заниматься развитием промышленной политики с 2016 года, учредив Фонд Развития Промышленности (ФРП). ФРП классифицируется как финансовый инструмент промышленной политики и реализует широкий спектр мер поддержки инвестиционных проектов на российских предприятиях: софинансирование и предоставление льготных займов для проектов, направленных на разработку новой высокотехнологичной продукции, импортозамещение, лизинг производственного оборудования, развитие станкостроения, цифровизацию действующих производств и т.д. [3, с. 16]. Эта инициатива направлена на субсидирование стратегически важных для государства проектов. За 5 лет фондом развития промышленности было профинансировано и реализовано всего 819 проектов по 14 программам (рис. 1).

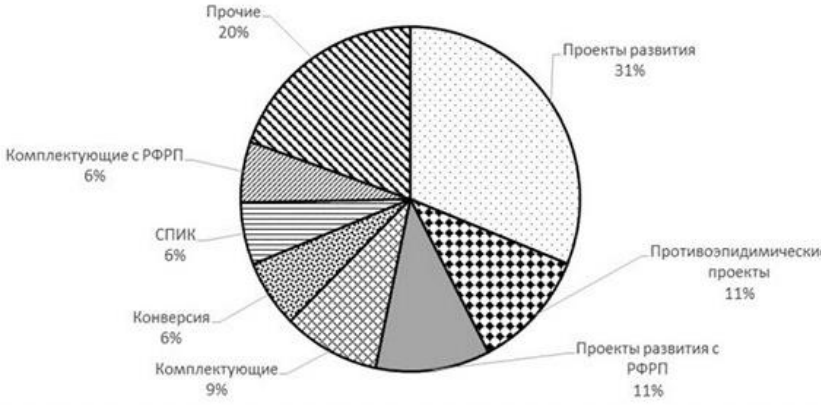


Рис. 1. Количество проектов по программам

Наибольшее число проектов реализованы по программе «Проекты развития». Проекты реализованы в 58 разных регионах (рис. 2, 3). Наибольшее число проектов профинансировано из Московской области.

Рис. 2. Регионы

Самые мало задействованные регионы из тех, где реализованы проекты фонда развития промышленности: Республика Ингушетия, Карачаево-Черкесская Республика, Вологодская область, Омская область и Тверская область.

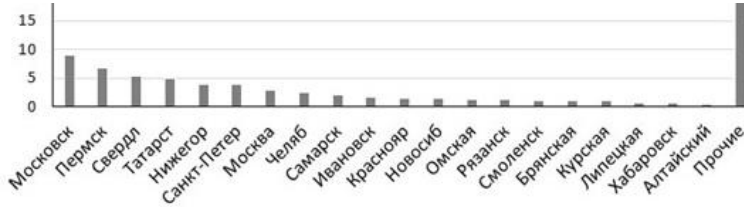


Рис. 3. Количество проектов по регионам, %

Проекты затронули 16 отраслей (рис. 4). Наибольшее число проектов реализованы в машиностроительной отрасли.

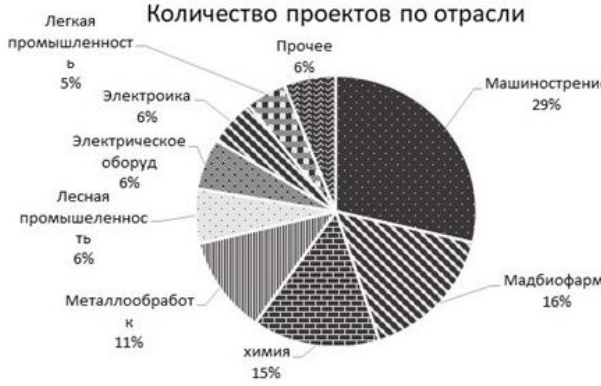


Рис. 4. Количество проектов по отраслям

Все проекты были реализованы на общую сумму 1 240 млрд. руб.; фонд развития промышленности профинансировал проекты на общую сумму 1 972,8 млрд. руб.; прогнозируемая сумма выручки по проектам составляет 2 717,6 млрд. руб; ожидаемый объем налоговых поступлений по проектам составляет 1 324,2 млрд. руб; в результате реализации проектов было сформировано всего 22 841 рабочее место (рис. 5).

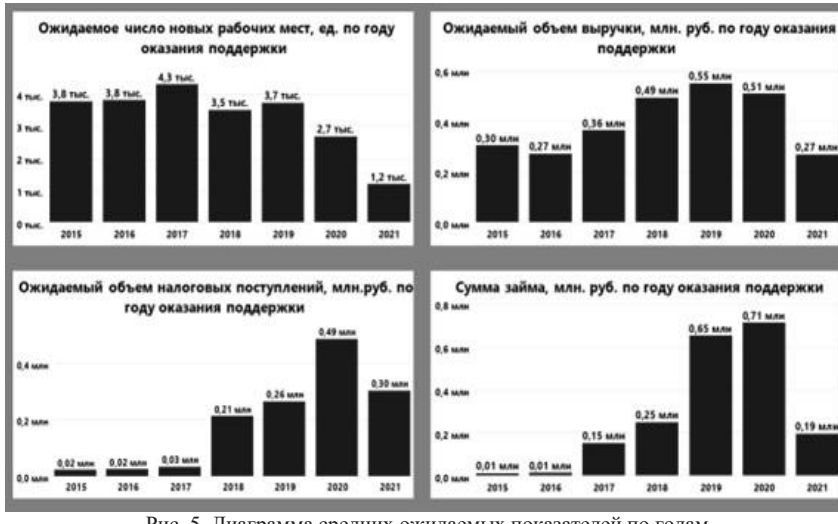


Рис. 5. Диаграмма средних ожидаемых показателей по годам

Проект программы «СПИК» реализованный организацией «ПАО "УРАЛКАЛИЙ"» (Пермский край), имеет самую высокую стоимость – 117,8 млрд. руб. По программе «Электроника» у проекта, реализованного в 2019 году организацией «ООО "ПЛАНАР"»

одна из крупнейших сумм займа, она составляет 44,4 млрд. руб. По программе «Конверсия» у проекта, реализованного в 2018 году организацией «АО "ПОЗИС"» (Республика Татарстан) высокий объем ожидаемой выручки, он составляет 29,3 млрд. руб. Самый высокий объем налоговых поступлений ожидается по проекту, реализованному в 2021 году организацией ООО «ИЗТТ» на сумму 2,9 млрд. руб. У проекта, реализованного в 2015 году организацией АО «СиГМА» (Камчатский край) в отрасли металлообработка/металлургия 750 новых рабочих мест – это самое высокое количество рабочих мест среди всех проектов.

В данный момент конкурентоспособность России на мировом рынке снижается из-за низкой эффективности промышленной политики. Если Российская Федерация не начнет в быстром темпе наращивать «промышленную мощь» посредством цифровизации, то ситуация может сильно ухудшиться. Нефть и газ – это непостоянный ресурс, со временем ему придумают лучшую альтернативу и тогда Российской экономике будет нанесен тяжелый удар, после которого будет тяжело восстановиться.

В настоящей работе было проведено исследование влияние Фонда развития промышленности на уровень технологического развития промышленных экосистем индустриально развитых регионов РФ. Было выявлено, что с каждым годом ФРП усиливает свою активность в данном направлении и осуществляет новые инвестиции, что положительно сказывается на реализации промышленной политики в РФ, а также на росте конкурентоспособности России.

Библиографический список

1. Бек У. Власть и ее оппоненты в эпоху глобализма. Новая всемирно-политическая экономия // Ульрих Бек, 2007. 284 с. Режим доступа: http://kyiv-heritage-guide.com/sites/default/files/БЕК%20- (дата обращения: 01.04.2022).
2. Володин В. М., Надькина Н. А. Формирование инновационной инфраструктуры цифровизации производства на предприятиях промышленности и АПК // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. 2018. № 2 (8). С. 3-12. DOI 10.21685/2309-2874- 2018-2-1.
3. Евсеева М. В., Стариков Е. Н., Воронов М. П. Уровень технологического развития индустриальных регионов: экосистемный подход // Управленец. 2021. Т. 12. № 3. С. 13-30. DOI: 10.29141/2218-5003-2021-12-3-2
4. Мюллерсон А. А., Белякова Г. Я., Дулесов А. Н., Фаскевич Н. В. Перспективы цифровизации промышленного производства // Московский экономический журнал. 2020. № 6. С. 27.
5. Пикетте Т. Капитал в 21 веке // Томас Пикетте, 2013. 704 с. Режим доступа: https://crystalbook.ru/wp-content/uploads/2021/05/kapital-v-xxi-veke-tomas-piketti.pdf (дата обращения: 01.04.2022).
6. Родрик Д. Парадокс глобализации. Демократия и будущее мировой экономики. 2014. 387 с. Режим доступа: http://odysseus.prometeus.nsc.ru/acquisitions/15-01-13/cont33.ssi (дата обращения: 01.04.2022).
7. Тапскотт Д. Викиномика. Как массовое сотрудничество меняет все. 2020. 455 с. Режим доступа: https://bzbook.ru/Vikinomika-Kak-massovoe-sotrudnichestvo-izmenyaet-vsyo.html (дата обращения: 01.04.2022).
8. Тапскотт Д. Цифровая экономика // Дон Тапскотт 1994. 237 с. Режим доступа: https://vawilon.ru/wp-content/uploads/2018/03/Tehnologiya-blokchejn.pdf (дата обращения: 01.04.2022)
9. Уколов В. Ф., Афанасьев В. Я., Черкасов В. В. Ключевые эффекты цифровизации и возможные потери // Вестник университета. 2019. № 8. С. 55-58
10. Усков В. С. Проблемы формирования государственной промышленной политики в условиях цифровизации экономики // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2020. № 6. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/

article/n/problemy-formirovaniya-gosudarstvennoy-promyshlennoy-politiki-v-usloviyah-tsifrovizatsii-ekonomiki (дата обращения: 01.04.2022).

11. Шваб К. Четвертая промышленная революция. 2016. 138 с. Режим доступа: http://ncrao.rsvpu.ru/sites/default/files/library/k._shvab_chetvertaya_promyshlennaya_revolyuciya_2016.pdf (дата обращения: 01.04.2022).

S. Kopyrin, Y.Gracheva, A. Manturov

ANALYSIS AND ASSESSMENT OF TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN INDUSTRY IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Abstract

The article analyzes the trends in the development of Russian industry in the context of digital transformation, highlighted by different authors. Assessments of the development of the industry of the Russian Federation to date have been carried out. A brief overview of the degree of impact of digitalization on industrial policy is presented.

Keywords: investment, industrial policy, digitalization, production, industry, factors, enterprise economics.

УДК 338

Г. М. Коркина, О. П. Смирнова

НАЛОГОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РЕГИОНА И ПРОБЛЕМЫ ЕЕ ОЦЕНКИ

Аннотация

Неэффективная налоговая политика, которая находится под влиянием множества внутренних и внешних факторов, способствует усилению угроз экономической безопасности государства и регионов. Вопросы идентификации угроз в рамках управленческих и контрольно-аналитических элементов налогового механизма становятся все более значимыми. Проблема управления налоговой безопасностью региона характеризуется недостаточной разработанностью: в дискуссионном поле исследований находится и понятийный аппарат, и методический инструментарий, развитие которого позволит продвинуться по пути практического решения задачи обеспечения налоговой безопасности субъектов Российской Федерации. Статья посвящена рассмотрению теоретических и методических аспектов организации управления налоговой безопасностью региона. Предпринята попытка систематизации основных понятий в сфере налоговой безопасности региона. Выделены базовые управленческие функции, на которых основано авторское понимание реализации региональной налоговой политики в ее практическом преломлении. Ключевым объектом исследования в системе налоговой безопасности является анализ и оценка эффективности функционирования налогового механизма с целью принятия необходимых управленских решений на региональном уровне. Данное обстоятельство предопределяет необходимость практического осмысления имеющегося методического инструментария для оценки уровня налоговой безопасности региона. Авторами проведен аналитический обзор накопленных в современной экономической литературе и нормативных документах методических подходов к оценке налогового потенциала региона, уровня налоговой нагрузки и качества налогового администрирования, результаты которого позволяют делать вывод о необходимости синтеза их наиболее рациональных элементов и дальнейшего совершенствования оценочных методик.

Ключевые слова: налоговая безопасность, регион, финансовая безопасность, угрозы.

Экономическая безопасность региона во многом определяется эффективностью проводимой налоговой политики и зависит от политической и социально-экономической ситуации в стране и в мире и степени комфортности налоговых условий для ведения бизнеса в рамках постоянно растущих угроз и рисков внешней среды.

Современные налоговые угрозы можно разделить на несколько групп: – угрозы сокращения налогового потенциала из-за ухудшения условий предпринимательской

© Коркина Г. М., Смирнова О. П., 2022

Статья выполнена в соответствии с планом НИР для ФГБУН Институт экономики УрО РАН.

деятельности; – угрозы недополучения налоговых доходов по причине их сокрытия налогоплательщиками; – угрозы проведения неэффективной налоговой политики и налогового администрирования.

Налоговая система, включая совокупность налогов и сборов, а также принципов, способов, форм, и методов их взимания, является основой финансовой системы государства и его регионов [7]. Как базовый регулятор, она использует налоговую политику в качестве инструмента воздействия на формирование бюджетов всех уровней.

Региональная налоговая политика, не имея сегодня законодательного определения, рассматривается чаще всего, как составная часть социально-экономической политики региона и направлена на результативное применение налоговых инструментов, которые должны стимулировать налоговые поступления и их рациональное использование.

Формирование региональной налоговой политики базируется на принципах стабильности, полноты и своевременности налоговых платежей при условии сохранения предпринимательской активности хозяйствующих субъектов.

Проведение эффективной налоговой политики на уровне региона предполагает учет отраслевой специфики, кадрового потенциала, географического положения, климатических условий и других особенностей, а также соотношения траекторий федерального и регионального направлений использования налогового механизма.

В спектре взаимосвязанных понятий категория «налоговый механизм» принята к широкому употреблению, однако с представленными в экономических исследованиях трактовками бывает трудно согласиться.

Термин «механизм» в толковых словарях означает устройство для передачи и преобразования движений, способ организации взаимодействия отдельных сторон явления или явления с внешней средой.

С нашей точки зрения, наиболее приемлемым является определение налогового механизма как совокупности способов организации взаимодействия налоговой системы с предпринимательской средой, предполагающего взаимное согласование действий в процессе налогообложения и взаимообусловленное изменение характеристик [15].

Мы понимаем под налоговым механизмом совокупность способов, обеспечивающих организацию взаимодействия участников налоговых правоотношений и элементов налоговой системы в рамках действующего законодательства.

Налоговый механизм позволяет функционировать налоговой системе и поводить соответствующую налоговую политику с целью обеспечения налоговой безопасности.

Понятие налоговой безопасности является достаточно устоявшимся и правомерно рассматривается в качестве структурной составляющей финансовой и экономической безопасности как фактор реализации бюджетно-налоговой политики государства и регионов; как система мер в сфере налогового администрирования, направленных на устойчивое пополнение налоговыми платежами бюджета определенного уровня [14; 8; 11]. Недостаточное обеспечение бюджета налоговыми доходами расценивается экономическим сообществом как основная угроза налоговой безопасности.

Оценка эффективности, проводимой в регионе налоговой политики и функционирования налогового механизма производится на основании определенных показателей. К числу аналитических инструментов специалисты относят налоговый потенциал, налоговую нагрузку и налоговое администрирование.

Понятие налогового потенциала определено Бюджетным кодексом РФ [3]. Это показатель налоговых доходов, возможных к получению бюджетом, исходя из уровня экономического развития, отраслевых особенностей и имеющейся на этой территории налоговой базы в рамках действующей налоговой системы.

В экономической литературе налоговому потенциалу региона посвящены многочисленные публикации, в которых выделены подходы к пониманию этой категории: факторы, влияющие на его структуру и величину и, что самое важное – сложились методы его оценки [1; 4]. Они базируются на макроэкономических показателях, либо основаны на

построении репрезентативной налоговой системы и оценках федеральной налоговой службы. Второму методы отдается предпочтение, так как он считается достаточно точным и наиболее объективным.

Возможность сформировать налоговый потенциал, достаточный для устойчивого развития региона, определяется уровнем налоговой нагрузки, которая реализуется через применяемые режимы налогообложения, налоговые ставки, льготы, санкции.

Налоговая нагрузка ассоциируется в экономических исследованиях с терминами «налоговое давление», «налоговый пресс», «налоговые изъятия» и правомерно рассматривается применительно к уроню государства (макроуровень), региона (мезоуровень), предприятия (микроуровень), индивидуума (наноуровень). На мезоуровне она трактуется как доля поступивших в бюджет с территории конкретного региона налоговых платежей в валовом региональном продукте (ВРП).

Налоговая нагрузка как количественная характеристика налогового механизма является законодательно установленной и зависит от видов экономической деятельности и режима налогообложения для юридических лиц, от уровня и источников доходов для физических лиц и других факторов.

Методический инструментарий оценки уровня налоговой нагрузки представлен несколькими методиками, которые различаются по перечню включаемых в расчет налогов и по базовым показателям, с которыми сравнивается размер уплаченных налогов. При этом используются как суммовые, так и мультипликативные методы. В рамках суммовых методов налоговая нагрузка определяется по каждому виду налогов. Мультипликативные методы предусматривают расчет интегральных показателей.

Официальная методика ФНС позволяет определить налоговую нагрузку по предприятию, отрасли, региону в сравнении с ее средним уровнем по видам экономической деятельности, публикуемым ФНС за конкретный отчетный период [9].

Авторские методики предлагают оценивать налоговую нагрузку как отношение суммы поступивших в бюджет налогов к валовому региональному продукту или к валовой добавленной стоимости с учетом соотношения ВРП и общей численности населения региона или численности занятого населения [2; 10].

Одним из основных элементов налогового механизма является налоговое администрирование, недостаточно высокая эффективность которого создает угрозы налоговой безопасности региона.

Под налоговым администрированием принято понимать деятельности государственных органов в сфере налогообложения, которые выполняют управленческие функции. Первоначально в состав функций традиционно включались планирование, регулирование и контроль. Позже они были дополнены учетом, анализом и мониторингом [6]. Считаем, что функция мониторинга входит в состав налогового контроля и выделять ее в качестве самостоятельной не имеет смысла.

Точка зрения авторов на состав и содержание функций налогового администрирования представлена на рис. 1.

Налоговое планирование определяет потенциальные размеры налоговых поступлений в региональный бюджет за определенный период времени с учетом факторов политического и социально-экономического развития, предусматривая необходимые способы, формы, методы и инструменты их взимания в рамках действующего федерального и регионального законодательства.

Налоговое регулирование имеет своей целью обеспечение сбалансированности интересов участников налоговых правоотношений. Оно реализует систему мер по мобилизации налоговых доходов регионального бюджета при условии сохранения платежеспособности и финансовой устойчивости налогоплательщиков.

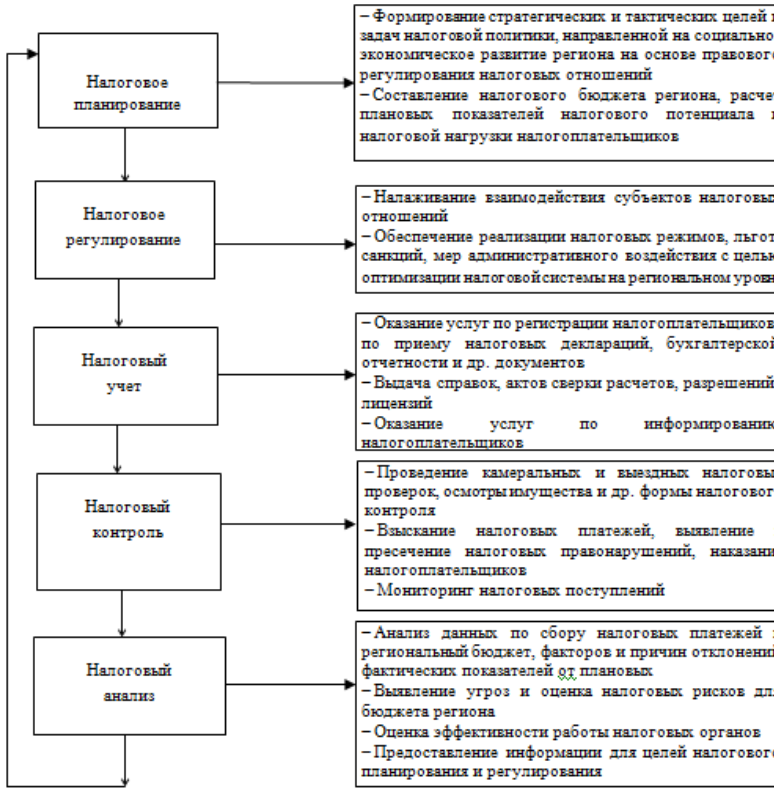


Рис. 1. Характеристика функций налогового администрирования

Налоговый учет, контроль и анализ призваны решать фискальные задачи, связанные с проверкой правильности составления налогоплательщиками налоговой документации, взысканием налоговых платежей, проведением аналитических и оценочных процедур и представлением их результатов для корректировки параметров и действий в системе управления налоговой безопасностью региона.

Для оценки качества налогового планирования региона используются традиционные налоговые индикаторы, в состав которых в экономической литературе при отсутствии официальной методики включены показатели налогового потенциала и налоговой нагрузки, а также собираемости налогов, налоговой обеспеченности, автономии, активности, налоговой дисциплины [5; 13].

Качество контрольной деятельности региональных налоговых органов оценивается ФНС РФ на основе официальной методики, которая содержит ряд индикаторов: обобщающий показатель эффективности контрольной работы, коэффициент начисления пеней, коэффициент выявления ошибок при заполнении налоговых деклараций, коэффициент применения санкций за нарушения законодательства [12]. Кроме того, существует ряд авторских методик, где дается критический анализ существующих показателей, однако они являются в основном теоретическими разработками.

Для обеспечения наибольшей достоверности расчетов при оценке уровня налогового потенциала, налоговой нагрузки региона и качества налогового администрирования, с нашей точки зрения, целесообразно применять несколько методик, сравнивая полученные по ним результаты.

Таким образом, проблематика налоговой безопасности региона является активно разрабатываемой и в теоретическом, и в методическом направлениях. Методический инструментарий основных элементов налогового механизма региона многообразен и представлен различными методиками, отражающими как официальную позицию налоговых органов, так и точки зрения экономистов-аналитиков. Его дальнейшее развитие будет способствовать устранению внешних и внутренних угроз и обеспечению налоговой безопасности региона.

Библиографический список

1. Арлашкин И. Ю. Сравнительная оценка подходов к расчету налогового потенциала регионов // Финансовый журнал. 2020. Т. 12. № 1. С. 58-67.
2. Белостоцкая В. А. Системный подход к измерению налоговой нагрузки // Финансы. 2003. № 3. С. 36-37.
3. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 26.03.2022) // Собрание законодательства РФ. 03.08.1998. № 31. Ст. 3823. Режим доступа: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 04.03.2022).
4. Давыдова Л. В., Фокина О. Г. Сравнительная характеристика и выбор метода оценки налогового потенциала региона // Финансы и кредит. 2010. № 5 (389). С. 14-22.
5. Золочевская Е. Ю. Система налоговых индикаторов в налоговом анализе // Управленческий учет. 2011. № 2. С. 67-71.
6. Налоговая безопасность: монография для магистров вузов, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Юриспруденция» / Под ред. О. А. Мироновой. М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2017. 463 с.
7. Налоговый кодекс Российской Федерации (части 1 и 2) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 26.03.2022). Режим доступа: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 04.03.2022).
8. Никулина Е. В., Чистникова И. В., Орлова А. В. Моделирование и прогнозирование бюджетно-налоговой безопасности регионов России: монография. Белгород: Эпицентр, 2015. 100 с.
9. Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок (ред. от 10.05.2012) // Приказ ФНС России от 30.05.2007 № ММ-3-06/333@ Режим доступа: http://www.consultant.ru/ (дата обращения: 04.03.2022).
10. Перекрестова Л. В., Иризепова М. Ш., Татаренко Н. Н. Методика экономико-статистической оценки региональной системы налогообложения субъектов малого и среднего предпринимательства // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6. С. 422.
11. Слепнева Ю. В. Налоговая безопасность: сущность и факторы, ее определяющие на уровне региона // Наука и бизнес: пути развития. 2017. № 1 (67). С. 40-45.
12. Создание единого механизма оценки результатов эффективности деятельности территориальных органов ФНС России, их структурных подразделений, эффективности работы федеральных государственных гражданских служащих и качества исполнения ими должностных обязанностей: приказ ФНС России № ББ-425/31 от 15 ноября 2007 г.
13. Солодовникова Е. В. Филиппова Н. А. Оценка качества налогового планирования и прогнозирования // Системное управление. 2013. № 1. С. 45.
14. Тимофеева И. Ю. Основные принципы налоговой безопасности // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2010. Т. 6. № 13 (70). С. 59-64.
15. Энциклопедия теоретических основ налогообложения / И. А. Майбуров, Ю. Б. Иванов, Е. В. Балацкий, и др.: под ред. И. А. Майбурова, Ю. Б. Иванова. М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2016. 503 с.

G. Korkina, O. Smirnova

TAX SECURITY OF THE REGION AND PROBLEMS OF ITS ASSESSMENT

Abstract

Inefficient tax policy, which is influenced by many internal and external factors, contributes to increased threats to the economic security of the state and regions. The issues of identifying threats within the framework of managerial and control-analytical elements of the tax mechanism are becoming increasingly important. The problem of managing the tax security of the region is characterized by insufficient development: the conceptual apparatus and methodological tools are in the discussion field of research, the development of which will allow us to advance along the path of practical solutions to the problem of ensuring the tax security of the subjects of the Russian Federation. The article is devoted to the consideration of theoretical and methodological aspects of the organization of tax security management in the region. An attempt was made to systematize the basic concepts in the field of tax security in the region. The basic managerial functions are identified, on which the author's understanding of the implementation of regional tax policy in its practical interpretation is based. The key object of research in the system of tax security is the analysis and evaluation of the effectiveness of the functioning of the tax mechanism in order to make the necessary management decisions at the regional level. This circumstance predetermines the need for practical understanding of the available methodological tools for assessing the level of tax security in the region. The authors carried out an analytical review of the methodological approaches to assessing the tax potential of the region, the level of the tax burden and the quality of tax administration, accumulated in modern economic literature and regulatory documents, the results of which allow us to conclude that it is necessary to synthesize their most rational elements and further improve the assessment methods.

Keywords: tax security, region, financial security, threats.

УДК 791.45

К. С. Макаров

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ВЫЖИВАЕМОСТЬ КИНОТЕАТРОВ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Аннотация

В статье раскрывается проблема экономической выживаемости кинотеатров в условиях кризиса. Производится анализ общего экономического состояния кинотеатров. Исследуется последствия кризиса COVID-19 2020-2021 годов и последствия кризиса в связи со специальной военной операции. Анализируется структура кинопроката и последствия ухода крупных международных кинокомпаний с российского рынка. Проведение досуга в кинотеатрах было частью отдыха многих российских граждан.

Ключевые слова: кризис, кинотеатры, военная специальная операция, кинопрокат.

Кинотеатры находятся в затруднительном положении с 2020 года. В феврале 2020 года началась пандемия COVID-19 в РФ. Важной проблемой является то, что в условиях кризисов в период 2020-2022 гг. кинотеатры в РФ оказались в затруднительном финансовом положении. Студии переносили свои премьеры, а правительство РФ ограничивала посещаемость общественных мест, в том числе кинотеатров. Политическая ситуация в РФ февраля 2022 года привела к экономическому кризису и к санкциям со стороны некоторых иностранных государств. В 2014 году санкции вводили только правительства различных стран, в 2022 году санкции ввели и частные компании. Многие компании ушли с российского рынка. В частности, в киноиндустрии главные мировые студии пока приостановили свою деятельность на территории РФ: Warner Bros. Entertainment, Sony, Disney, Paramount и Universal [1]. Данные студии отменили уже запланированные к прокату фильмы: «Бэтмен», «Я краснею», «Доктор Стрэндж», «Морбиус» [1].

Целью данного исследования является анализ состояния индустрии кинотеатров в условиях кризиса. Задачи исследования:

– Анализ статистических показателей кинотеатров до кризисов и вовремя;

© Макаров К. С., 2022

– анализ причин возможного ухудшения финансового состояния кинотеатров;
– рассмотрение методов государственной поддержки кинотеатров.

Из-за приостановки работы студий кинотеатры явно пострадают. В данной статье рассмотрим, насколько зависимы кинотеатры в РФ от иностранных фильмов, как кинотеатры справлялись с пандемией COVID-19 и какие меры принимало правительство для поддержки кинотеатров.

В 2020 году по информации советника президента РФ по культуре Владимир Толстой закрылось около 15 % кинотеатров [2]. Главная причина – пандемия короновируса. Но по данным аналитической компании «Невафильм Research» на май 2021 года закрылось всего 7-8 % кинотеатров. В январе 2020 года работало 2090 кинотеатров с 5585 экранами, а в мае 2021 года работу возобновили 2078 точек с 5569 кинозалами [3].

Рассматривая же совокупные кассовые сборы в РФ в годовом периоде, можно сравнить 2018-2021 годы.

Таблица 1

Кассовые сборы в РФ по годам

Год	Кассовые сборы, млн. долларов
2018	812,4
2019	846,5
2020	312,7
2021	552

Рассчитано: [5]

По таблице выше можно увидеть, что сборы значительно просели в 2020 и 2021 годах. Кассовые сборы кинотеатров в 2020 году снизились на 64,15 % по сравнению с 2019 годом.

Стоит проанализировать и общую посещаемость кинотеатров за период 2018-2021 гг.

Таблица 2

Посещаемость кинотеатров РФ за период 2018-2021 гг.

Год	Посещаемость, млн. людей
2018	200,6
2019	216,7
2020	87,3
2021	145,7

Рассчитано: [6]

Посещаемость в 2020 году ожидаемо упала на 60 %. Снижение посещаемости кинотеатров у них снизилась выручка примерно в тех же значениях.

С 2010 года, когда Фонд кино и Министерство культуры разделили полномочия по финансированию кинематографии, и в среднем отечественные кинокомпании получали ежегодно по 6 млрд. руб., которые в равных частях разделялись между Фондом кино и Министерством культуры. В 2016 году на подпрограмму «Сохранение и развитие кинематографа» было выделено 7,036 млрд. руб., а в 2017 г. – 7,025 млрд. руб. [4]. В основном, меры государственный поддержки оказывались кинокомпаниям, которые именно производят фильмы [8].

Меры государственной поддержки во время пандемии были следующие. Правительство выделило субсидии кинотеатрам в размере 2,1 млрд. рублей. Субсидии выделялись пропорционально сборам российских фильмов в январе-марте 2020 г.[5]

Министр культуры Российской Федерации Ольга Любимова утверждала, что субсидии получили 643 кинотеатра.

Проанализируем, какие самые кассовые фильмы в РФ были за период 2018-2021 годы, чтобы понять, насколько сильно повлияет уход иностранных компаний из России. Возьмем для анализа из каждого года по 20 самых кассовых фильмов.

Таблица 3

Самые кассовые фильмы в российском прокате за период 2018-2021 годы

Номер	Фильм	Сборы, млн. дол.	Студия производитель
1	Холоп (2019)	49 738 373	Российская
2	Мстители: Финал (2019)	47 450 130	Disney
3	Король Лев (2019)	47 106 883	Disney
4	Человек-паук: Нет пути домой (2021)	46 118 695	Disney
5	Т-34 (2018)	36 220 872	Российская
6	Малефисента: Владычица тьмы (2019)	35 340 977	Disney
7	Мстители: Война бесконечности	34793936	Disney
8	Холодное сердце 2 (2019)	34 025 392	Disney
9	Веном 2 (2021)	32 904 656	Sony
10	Веном (2018)	32 747 628	Sony
11	Джокер (2019)	31 418 225	Warner Bros.
12	Последний богатырь: Посланник Тьмы (2021)	30 139 919	Российская
13	Последний богатырь: Корень зла (2020)	28 654 198	Российская
14	Как приручить дракона 3 (2019)	28 653 422	Paramount
15	Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел (2018)	26 838 231	Российская
16	Лёд (2018)	26 065 491	Российская
17	Тайная жизнь домашних животных 2 (2019)	25 052 143	Universal
18	Фантастические твари: Преступления Грин-де-Вальда (2018)	23 528 478	Warner Bros.
19	Лёд 2 (2020)	22 383 481	Российская
20	Дэдпул 2 (2018)	21 985 670	20 century fox (сейчас – Disney)

Из 80 проанализированных фильмов, всего 19 фильмов российского производства, то есть всего 23,75 % от проанализированных. Из 61 иностранных фильмов 59 из них выпустили компании, которые приостановили свою деятельность на территории РФ.

Рассмотрим распределение самых кассовых фильмов по студиям за период 2018-2021 гг.

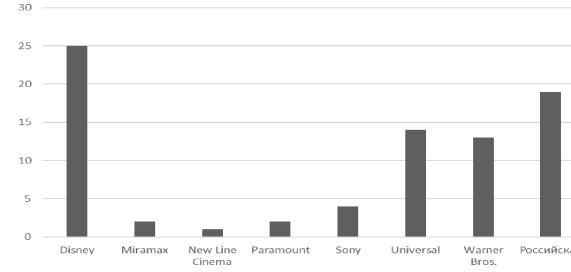


Рис. 1. Количество самых кассовых фильмов за период 2018-2021 гг. по студиям

По диаграмме видно, что большинство из проанализированных фильмов – иностранные.

Можно сделать вывод, что кинотеатры могут потерять значительную часть своей выручки в будущем. Эти данные подтверждают и медиа эксперт Яндекса Ксения Болецкая, она говорит о потери 70 % выручки кинотеатров [1].

Безусловно, финансовое состояние российских кинотеатров зависит от двух факторов: когда закончится приостановка деятельности студий и государственной поддержки.

Представители Ассоциации владельцев кинотеатров в марте 2022 года обратились к правительству с просьбой о выделении поддержки в размере 4,2 млрд. рублей на ближайшие несколько месяцев. По прогнозам данной ассоциации, чтобы сохранить кинотеатральную отрасль до конца года может потребоваться до 10 млрд. суммарно [7].

Данные меры поддержки в совокупности с сокращением персонала кинотеатрам может спасти наиболее финансово устойчивые кинотеатры. Такие, как наиболее крупные кинотеатральные сети: «Синема Парк», «Каро фильм», «Киномакс», «Формула кино», «Премьер зал». Но скорее всего выживаемость кинотеатров в большей степени зависят от того вернутся ли иностранные студии на российский рынок.

Библиографический список

1. В России из-за пандемии закрылись почти 15 % кинотеатров. Тасс. Режим доступа: https://tass.ru/kultura/9837637?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (Дата обращения 10.04.2022)

2. В РФ спрогнозировали закрытие половины кинотеатров к лету без мер поддержки. Режим доступа: https://www.interfax.ru/business/831214 (Дата обращения 10.04.2022)

3. Вместо «Бэтмена» – «Холоп», а «Анна К» заморожена. Что будет с киноиндустрией? Режим доступа: https://www.kinopoisk.ru/media/news/4005904/ (Дата обращения 10.04.2022)

4. Правительство определилось с получателями субсидий в киноиндустрии. Режим доступа: https://www.vedomosti.ru/media/articles/2020/11/20/847691-pravitelstvo-opredelilos-v-kinoindustrii (Дата обращения 10.04.2022)

5. Исследование NEVAFILM. Режим доступа: https://research.nevafilm.ru/research/statistika/topcircuit/ (Дата обращения 10.04.2022)

6. Исследование NEVAFILM. Режим доступа: https://research.nevafilm.ru/research/statistika/topcircuit/ (Дата обращения 10.04.2022)

7. Колобова Е. Ю. Система государственной поддержки кинематографии как условие развития рыночной среды кинозрелищных услуг // Петербургский экономический журнал – М. 2017. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-gosudarstvennoy-podderzhki-kinematografii-kak-uslovie-razvitiya-rynochnoy-sredy-kinozrelischnyh-uslug (Дата обращения 10.04.2022)

8. Правдина М. А. Современный рынок советского кино: социокультурный анализ способов позиционирования PYP-продукции // Экономическая социология. 2010. № 5. С. 91-110. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-rynok-sovetskogo-kino-sotsiokulturnyy-analiz-sposobov-pozitsionirovaniya-dvd-produktsii/viewer (Дата обращения 10.04.2022)

K. Makarov

ECONOMIC SURVIVAL OF CINEMAS IN A CRISIS

Abstract

The article reveals the problem of economic survival of cinemas in a crisis. The analysis of the general economic condition of cinemas is carried out. The consequences of the COVID-19 crisis of 2020-2021 and the consequences of the crisis in connection with a special military operation are being investigated. The structure of film distribution and the consequences of the withdrawal of major international film companies from the Russian market are analyzed. Spending leisure time in cinemas was part of the recreation of many Russian citizens.

Keywords: crisis, cinemas, military special operation, film distribution.

УДК 338.27

Е. В. Мантурова, А. Ю. Веретенникова

МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация

Актуальность данного исследования обусловлена важностью обеспечения экономической безопасности для эффективного функционирования всех системных составляющих предпринимательства. Целью исследования является разработка методического инструментария оценки экономической безопасности групп продовольственных предприятий. В ходе исследования был проведен сравнительный анализ существующих методик оценки. При разработке методического инструментария были использованы результаты сравнительного анализа и данные, представленные проектом TestFirm. Новизна предложенного инструментария состоит в том, что он, может быть, применим для оценки групп предприятий. Теоретическая значимость полученных результатов состоит в расширении методического инструментария применительно к оценке экономической безопасности групп продовольственных предприятий с учетом их размера. Практическая значимость заключается в возможности использования полученных данных для создания мер поддержки предприятия данной отрасли на региональном и федеральном уровнях.

Ключевые слова: экономическая безопасность, методический инструментарий, индикаторы, оценка экономической безопасности.

Актуальность данного исследования заключается в необходимости постоянного мониторинга обеспечения экономической безопасности предприятий продовольственной отрасли, определяющих национальную продовольственную безопасность страны. В связи с этим, необходимо сформировать методический инструментарий оценки экономической безопасности групп предприятий продовольственной отрасли.

Достижение цели осуществлялось путем проведения сравнительного анализа авторских методик, выявления особенностей продовольственной отрасли и проведения оценки экономической безопасности групп предприятий относительно их размера. Для оценки уровня экономической безопасности в научной литературе используются индикаторный подход, ресурсно-функциональный подход, подход на основе оценки экономических рисков, комплексный подход. В табл. 1 описаны методики авторов.

В методике М. А. Бендиков оцениваются финансовые, социальные и производственные индикаторы экономической безопасности, применима к предприятиям

© Мантурова Е. В., Веретенникова А. Ю., 2022

промышленной отрасли [1]. Методика А. И. Примакина и Л. В. Большаковой применима к различным хозяйствующим субъектам. Она основана на ресурсно-функциональном подходе и подразумевает группировку индикаторов, которые должны соответствовать пороговым значениям [6]. И. Н. Ермакова, Н. Б. Михеева, Д. С. Хандогина ссылались на методические указания А. Яниогло, применима к промышленным и сельскохозяйственным предприятиям [4]. В методике А. В. Шохнеха делается акцент на влиянии зависимости предприятия от заемных средств на его экономическую безопасность [8]. Методика М. Т. Гильфанова включает как внутренний, так и внешний анализ, учитывает отраслевые особенности предприятия, применима к любой отрасли [5].

При оценке экономической безопасности предприятий продовольственной отрасли была использована методика И. Н. Ермаковой, Н. Б. Михеевой, Д. С. Хандогиной, адаптирована с учетом особенностей продовольственной отрасли. Особенность авторской оценки состояла в применении данной методики к группам предприятий продовольственной отрасли с учетом их размера. В качестве информационной базы выступили данные проекта TestFirm, где официальная база бухгалтерской отчетности ФНС и Росстата, обрабатывается и сравнивается со среднеотраслевыми финансовыми коэффициентами. Вместе с тем, набор показателей был скорректирован, что обусловлено перечнем данных, имеющихся в базе TestFirm. Для оценки усредненной экономической безопасности групп предприятий учтены три составляющих экономической безопасности: финансовая, производственно-сбытовая, технико-технологическая. В табл. 2 представлен перечень учтенных показателей, а также их пороговые значения для продовольственной отрасли.

Согласно данной методике, исходя из степени соответствия нормативному значению, показателю экономической безопасности присваивается оценка. Оценка 1 присваивается при абсолютном соответствии нормативу, оценка 0,5 присваивается при нейтральном соответствии, а оценки 0 свидетельствует о критическом значении показателя. Для определения коэффициента экономической безопасности производятся расчеты сводных интегральных коэффициентов как среднее арифметическое по каждой из составляющей. В завершении определяется уровень экономической безопасности: критический (<0,25), низкий (0,26-0,50), средний 0,51-0,75, высокий (0,76-1).

Таким образом, новизна предложенного инструментария состоит в том, что он учитывает не только особенности продовольственной отрасли, а также может быть применим для оценки групп предприятий, что позволяет сформировать более общую картину развития отрасли. А в последующем появится возможность провести инерционный анализ экономики в целом, который предполагает, что будущие изменения происходят в рамках определенных тенденций [2]. Апробация предложенной методики была проведена на базе нанопредприятий, микропредприятий, малых предприятий, средних и крупных предприятий продовольственной отрасли (табл. 2). В табл. 3 показателям присваиваются оценки исходя из соответствия нормативу, а также рассчитываются сводные интегральные коэффициенты составляющих и сводный коэффициент экономической безопасности по каждой группе с 2018 по 2020 годы.

Определив уровень экономической безопасности предприятий, сгруппированных по размерам, можно сделать вывод, что наиболее стабильными являются малые предприятия, уровень экономической безопасности данной группы с 2018 по 2020 год находился на высоком уровне. Микропредприятия имеют стабильное состояние, такие группы средние и крупные предприятия имеют тенденцию роста уровня экономической безопасности. Наиболее нестабильными являются нанопредприятия.

Теоретическая значимость полученных результатов состоит в расширении методического инструментария применительно к оценке экономической безопасности групп продовольственных предприятий с учетом их размера. Практическая значимость заключается в возможности использования полученных данных для создания мер поддержки предприятия данной отрасли на региональном и федеральном уровнях.

Таблица 1

Сравнительный анализ методик оценки экономической безопасности

Автор	Подходы к оценке	Отрасль применения	Составляющие экономической безопасности	Специфика применения
Бендиков М. А. [1]	Индикаторный	Промышленность	Финансовые, социальные индикаторы, индикаторы производства.	Графическое представление интегральных показателей на соответствие пороговым значениям.
Примакин А. И., Большакова Л. В. [6]	Ресурсно-функциональный	Различные хозяйствующие субъекты	Технико-технологическая, финансовая, ресурсная, интеллектуально-кадровая, информационная, социальная, политико-правовая, экологическая, силовая безопасность.	Применение множественной линейной регрессии; экспертной оценки, средневзвешанных значений.
Ермакова И. Н., Михеева Н. Б., Хандогина Д. С. (на основании методики Яниогло А.) [4] [9]	Ресурсно-функциональный	Сельскохозяйственные и промышленные предприятия	Финансовая, производственно-сбытовая составляющая, технико-технологическая составляющая, кадровая составляющая.	Вычисляется итоговая средневзвешенная оценка, используются корректирующие коэффициенты в зависимости от степени соответствия пороговым значениям.
Шохнех А. В. [8]	Оценка рисков	Различные хозяйствующие субъекты	Зависимость предприятия от заемных средств.	Применение мультипликативной двухфакторной модели.
Гильфанов М. Т. [5]	Комплексный	Различные хозяйствующие субъекты	Микроуровень (фин., интел.-кадр.; технико-технол., информ., ресурсно-производственная; управленч, сбыт.сосотавляющие); Мезоуровень (характеристики сферы деятельности; характеристики территории); Макроуровень (полит., эконом., соц. технол. институциональные; природно-эколог. факторы)	На микроуровне используется систему индикаторов, а на макро- и мезоуровне экспертную оценку с анализом рисков.

Составлено автором по: [2]

Таблица 2

Значения показателей составляющих экономической безопасности по группам предприятий за 2018-2020 годы

Показатель экономической безопасности	Значения показателей групп предприятий															Оценка в зависимости от степени соответствия нормативу по отрасли		
	Нанопредприятия			Микропредп-риятия			Малые предприятия			Средние предприятия			Крупные предприятия			Абсолют.-1	Нейтр.-0,5	Крит.-0
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020			
Финансовая составляющая																		
Коэф. автономии	0,18	0,16	0,15	0,31	0,32	0,32	0,23	0,25	0,27	0,29	0,28	0,28	0,32	0,34	0,32	>0,5	0,3-0,5	<0,3
Коэф. обеспеч. собст. оборот. средств.	0,07	0,05	0,04	0,14	0,15	0,15	0,05	0,05	0,08	0,04	0,04	0,04	0,01	0,02	0,03	>0,10	0,05-0,10	<0,05
Коэф. фин. левериджа	0,62	0,52	0,43	0,9	0,97	0,88	1,98	1,82	1,67	1,97	1,96	1,99	1,85	1,72	1,78	<1,0	1,0-2,3	>2,3
Коэф. абсол. ликвид.	0,04	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06	0,03	0,04	0,05	0,05	0,05	0,05	0,08	0,07	0,09	>0,03	0,01-0,03	<0,01
Коэф. тек. ликвид.	1,28	1,31	1,33	1,43	1,54	1,59	1,34	1,4	1,42	1,4	1,37	1,41	1,37	1,47	1,44	>1,3	0,8-1,3	<0,8

Составлено автором по: [6]

Продолжение таблицы 2

Показатель экономической безопасности	Значения показателей групп предприятий															Оценка в зависимости от степени соответствия нормативу по отрасли		
	Нанопредприятия			Микропред-приятия			Малые предприятия			Средние предприятия			Крупные предприятия			Абсолют.-1	Нейтр.-0,5	Крит.-0
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020			
Производственно-сбытовая составляющая																		
Коэф. рентабельности продаж	0,42	0,39	0,36	0,35	0,36	0,34	0,30	0,29	0,29	0,4	0,37	0,41	0, 57	0,48	0,56	>0,2	0,1-0,2	<0,1
Коэф. рентабельности активов	0,27	0,19	0,15	0,46	0,45	0,41	0,31	0,35	0,33	0,3	0,4	0,45	0,47	0,48	0,56	>0,3	0,15-0,30	<0,15
Оборачиваемость оборот. активов, дни	169	202	223	104	110	117	102	98	104	106	102	101	116	114	113	0,9-1	0,5-0,9	<0,5
Оборачиваемость деб. задолженности, дни	61	79	85	44	46	47	44	42	45	43	42	40	54	49	48	<115	115-230	>230
Оборач. активов, дни	231	263	303	145	149	157	139	139	143	170	152	156	190	187	187	<45	45-90	>90
Оборач. запасов, дни	39	46	46	30	32	35	33	34	35	38	37	38	37	36	40	<160	160-200	>200
Технико-технологическая составляющая																		
Фондоотдача	4,8↑	4,1↓	3,3↓	12,9↓	14,1↑	13,8↓	14,2↑	15,1↑	15,5↑	10,0↓	10,6↑	10,2↓	7,8↓	8,2↑	8,1↓	>44,3	15-44,3	<15

Составлено автором по: [6]

Таблица 3

Присвоение оценок показателям составляющих экономической безопасности по группам предприятий, расчет сводных интегральных коэффициентов и коэффициента экономической безопасности за 2018-2020 годы

Показатель экономической безопасности	Значения показателей групп предприятий														
	Нанопредприятия			Микропредприятия			Малые предприятия			Средние предприятия			Крупные предприятия		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Сводный интегральный коэффициент финансовой составляющей, Кф = (Ка+Ксос+Кфл+Кал+Ктл)/5															
Коэф. автономии	0	0	0	0,5	0,5	0,5	0	0	0	0	0	0	0,5	0,5	0,5
Коэф. обеспеченности собств. оборот. средствами	0,5	0,5	0	1	1	1	0,5	0,5	0,5	0	0	0	0	0	0
Коэф. фин. левериджа	1	1	1	1	1	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Коэф. абсолютной ликвид.	1	1	1	1	1	1	0,5	1	1	1	1	1	1	1	1
Коэф. текущей ликвид.	0,5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Сводный интегральный коэффициент производственно-сбытовой составляющей, Кп = (Крп+Кра+Кооб+Кодз+Коа+Коз)/6															
Коэф. рентабельности продаж	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Коэф. рентабельности активов	0,5	0,5	0,5	1	1	1	1	1	1	0,5	1	1	1	1	1
Оборачив. оборотных активов, дни	0,5	0,5	0,5	1	1	0,5	1	1	1	1	1	1	0,5	1	1
Оборачиваемость деб. задолженности, дни	0,5	0,5	0,5	1	0,5	0,5	1	1	0,5	1	1	1	0,5	0,5	0,5
Оборач. активов, дни	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0,5	1	1	0,5	0,5	0,5
Оборач. запасов, дни	0,5	0,5	0,5	1	1	0,5	1	1	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
Сводный интегральный коэффициент технико-технологической составляющей, Кт = Кф															
Фондоотдача	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0
Сводный коэффициент экономической безопасности предприятий, Кэбп=(Кф+Кп+Кт)/3															
Кэбп	0,70	0,40	0,37	0,63	0,94	0,55	0,83	0,87	0,81	0,42	0,81	0,47	0,42	0,78	0,45

Составлено автором по: [6]

Библиографический список

1. Бендиков М. А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития // Менеджмент в России и за рубежом. 2000. № 2. С. 19-29.
2. Воронцовский А. В., Вьюненко Л. Ф. Прогнозирование развития экономики с учетом нескольких точек поворота: индикаторы, калибровка модели, имитационные расчеты. Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2021. Т. 37. Вып. 4. С. 513-545.
3. Вякина И. В. Экономический анализ: теория и практика. 2020. Т. 19. Вып. 5. С. 835-859.
4. Ермакова И. Н., Михеева Н. Б., Хандогина Д. С. Методические подходы к оценке уровня экономической безопасности сельскохозяйственного предприятия // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. 2018. № 4. С. 43-54.
5. Гильфанов М. Т. Организационно-методический инструментарий оценки детерминантов и обеспечения экономической безопасности предприятия // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 8 (054). Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionno-metodicheskiy instrumentariy-otsenki-determinantov-i-obespecheniya-ekonomicheskoy bezopasnosti-predpriyatiya.
6. Примакин А. И., Большакова Л. В. Модель оценки уровня экономической безопасности хозяйствующего субъекта // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. 2012. № 4. С. 139-145.
7. Финансовый анализ по отраслям и видам деятельности. Режим доступа: https://www.testfirm.ru/rating/10_89_6/.
8. Шохнех А. В. Математические методы оценки экономической безопасности хозяйствующих субъектов // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 6 (42). С. 2.
9. Яниогло А. Комплексная система обеспечения экономической безопасности предприятий (на примере АТО Гагаузия): дис. д-ра экон. наук. Кишинев, 2017. 188 с.

E. Manturova, A. Veretennikova

METHODOLOGICAL TOOLS FOR ASSESSING THE ECONOMIC SECURITY OF FOOD ENTERPRISES

Abstract

The relevance of this study is due to the importance of ensuring economic security for the effective functioning of all systemic components of entrepreneurship. The purpose of the study is to develop methodological tools for assessing the economic security of groups of food enterprises. In the course of the study, a comparative analysis of existing assessment methods was carried out. When developing methodological tools, the results of a comparative analysis and data presented by the TestFirm project were used. The novelty of the proposed toolkit lies in the fact that it can be used to evaluate groups of enterprises. The theoretical significance of the results obtained lies in the expansion of methodological tools in relation to the assessment of the economic security of groups of food enterprises, taking into account their size. The practical significance lies in the possibility of using the data obtained to create measures to support the enterprise of this industry at the regional and federal levels.

Keywords: economic security, methodological tools, indicators, economic security assessment, food enterprises.

УДК 334

А. А. Нечёса

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ ЭКОСИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация

В реалиях XXI в. в цифровой формат переходят различные субъекты общественной, экономической и иных сфер жизни и деятельности человека, такие как, например: электронное правительство, транспорт, электронное образование, электронная коммерция, социальные сети и т. д. Актуальность предпринимательских экосистем сегодня всё больше набирает обороты, а социальные институты и цифровые системы всё чаще подвергаются влиянию данного явления. Экосистему в предпринимательской отрасли часто рассматривают не просто как совокупность действующих лиц и факторов, а как полноценную модель управления, выполняющую функции регулирования и контроля её субъектов. В связи с тем, что актуальность данной темы связана с анализом влияния институтов и их взаимодействия с предпринимательскими экосистемами, в рамках данного научного исследования были более подробно рассмотрены определения «экосистема» и «предпринимательская экосистема» с учётом существующих трактовок данных понятий разными авторами. В настоящей статье рассматриваются цифровые бизнес-платформы, предпринимательские структуры, которые сегодня существуют за счёт использования электронных платформ, Интернет-ресурсов. Под цифровыми бизнес-платформами понимается ряд организаций, которые работают в виртуальном, электронном пространстве с целью удовлетворения запросов пользователей. В статье более детально рассмотрены следующие процессы: анализ трактовки определения «экосистема» разными авторами, в том числе зарубежными; анализ определения «предпринимательская экосистема» разными авторами; сравнение определений и выделение преимуществ и недостатков данных определений; формулирование авторской интерпретации определений, обозначенных выше.

Ключевые слова: предпринимательство, экосистема, цифровая экономика, предпринимательская экосистема, цифровизация.

Определение экосистем в сфере предпринимательства было заимствовано из биологии. Так, данный термин в 1930-х годах ввёл британский ботаник Артур Тэнсли. Экосистемой он обозначил локальные сообщества организмов, которые взаимодействуют друг с другом и окружающей средой. Чтобы функционировать, данные организмы пользуются принципами конкуренции и сотрудничества, при этом совместно эволюционируя и адаптируясь к внешним потрясениям.

В современном мире экосистемы описывают как динамичные и постоянно развивающиеся коммуны, которые создают новую ценность через принципы сотрудничества и конкуренции. Причём именно общенаправленность целей и интересов, а главное, необходимость отвечать на растущие запросы потребителей, делают сотрудничество основой экосистемного бизнеса.

На основе анализа имеющейся на сегодняшний день литературы были проанализированы интерпретации определения «экосистема», основываясь на авторской трактовке. Были выявлены основные преимущества и недостатки данных определений, а также раскрыта специфика каждого из них (табл. 1).

Таблица 1

Анализ определения «экосистема»

Автор	Интерпретация экосистемы	Преимущества и недостатки
1. Овчинникова А. В.	Сложные сообщества или взаимосвязанные системы [3, с. 1497]	Узконаправленность, ограниченность интерпретации

© Нечёса А. А., 2022

Продолжение таблицы 1

Автор	Интерпретация экосистемы	Преимущества и недостатки
2. Фадейкина Н. В.	Открытые системы, которые включают в себя акторов инновационных процессов, связанных между собой трансфером знаний, информацией, технологиями, являющимися для данных участников энергией [4, с. 107]	Интерпретация носит общий характер, а также не учитывается роль предпринимательской инфраструктуры
3. Иванович М. Н.	Самая жизнеспособная модель ведения бизнес-процессов [1, с. 49]	Ограниченная интерпретация без уточнения ключевых функций экосистемы
4. Adner R.	Соглашения о сотрудничестве, посредством которых фирмы объединяют свои индивидуальные предложения в согласованное решение, которое ориентировано на клиента [6, с. 99]	В определении нет ссылки на предпринимательскую среду как один из основных компонентов экосистем
5. Jacobides M.	Группа организаций в разных позициях по сектору или набору секторов, которая имеет взаимную совместную специализацию на уровне группы и не управляется в одностороннем порядке иерархически [7, с. 2]	В определении нет ссылки на предпринимательскую среду как один из основных компонентов экосистем

На основе изученного выше отечественного и зарубежного опыта изучения экосистем выведем новую дефиницию данной категории.

Экосистема – схема взаимодействия субъектов экономической (предпринимательской) деятельности с участием иностранных партнёров, обусловленная объединением данных субъектов и их видов деятельности с целью образования новых форм ведения бизнеса, создания инновационных продуктов и благоприятной интеграции и коммуникации общества с государством, имеющая долгосрочный характер действия и максимально ориентированная на потребности потребителей. В процессе исследования данной темы были выявлено, что концепция экосистем для отечественной практики является относительно новой, тогда как в зарубежной практике активно используется как в научной, так и в практической деятельности. Об этом свидетельствует объективно меньшее количество публикаций, а также тот факт, что по результатам анализа научной литературы можно прийти к выводу об отсутствии отличных от зарубежных отечественных трактовок сущности такой категории, как экосистема.

Что касается предпринимательских экосистем, то данный термин впервые был применён в 1993 г. Джеймсом Муром, который является экспертом по проблемам управления, как бизнес-экосистемы. Под бизнес-экосистемами он подразумевает сеть, которая состоит из организаций и отдельных представителей делового сообщества, которые, в свою очередь, в совокупности не только образуют систему взаимной поддержки, но и совместно развиваются. Компании, объединяя усилия с одними организациями, и на конкурентной основе с другими ведут совместную деятельность над поиском новых решений для удовлетворения потребностей клиентов. Обеспечение такого процесса обмена информацией запускает следующий инновационный раунд, повторяющийя на регулярной основе.

Авторы Wulf A. и Butel L. определяют предпринимательскую экосистему как структуру, которая состоит из нескольких различных сетевых систем, каждая из которых создаёт различные группы организаций, причём взаимосвязи между этими организациями могут быть как формализованными, так и неформальными [9, с. 1409]. Очевидно, что в такой формулировке понятия всецело не раскрыта природа сетевых структур в рамках функционирования экосистемы, учитывая, что это немаловажный фактор при исследовании подобного рода систем.

Авторы Mathew J Manimala, Kishinchand в своей книге особое внимание уделяют процессу предпринимательской экосистемы в странах с развивающейся экономикой. Ими была предпринята попытка представить различные способы содействия предпринимательству в странах с развивающейся экономикой посредством подборки исследовательских работ из шести разных стран (Индии, Китая, Сингапура, Гонконга, Нигерии и Новой Зеландии), принадлежащих к классу с формирующейся рыночной экономикой [8, с. 105]. Стоит отметить, что в их научном труде предпринимательская экосистема представлена как ядро коммуникаций между следующими сферами: межкультурное взаимодействие, вопросы прав интеллектуальной собственности, государственная политика в отношении МСП, социальное предпринимательство, выявление возможностей, зелёное предпринимательство, предпринимательство наемных работников и др.

Надо сказать, что в условиях современного мира, включая взаимодействие и влияние цифровой экономики, термин «предпринимательские экосистемы» всё чаще трактуют как систему, в которую входят все элементы, которые необходимы социальным предпринимателям для достижения успеха и получения прибыли. Нередко в эту экосистему включены четыре элемента: личностные структуры поддержки, финансовые структуры поддержки, структуры поддержки в сфере коммерции и структуры поддержки в наружной среде [5]. Преимуществом данной трактовки автора является факт того, что обозначен характер взаимной связи всех субъектов предпринимательской экосистемы, а также общая траектория их развития.

Цифровая экономика, в свою очередь, предполагает, прежде всего, деятельность, которая базируется на принципах цифровизации и цифровых технологиях. Этим принципам сегодня отвечают такие сферы как электронный бизнес, электронная коммерция, обобщённо говоря, экономическая деятельность в электронном формате. Не так давно в структуру цифровой экономики вошло понятие «цифровая валюта», с помощью которой обеспечиваются процессы и операции по выплатам за товары и услуги в условиях цифровой экономики.

Всё вышеперечисленное требует наличия определённого алгоритма, который обеспечит успешное создание и развитие организаций в условиях взаимодействия друг с другом, включая взаимодействие нескольких процессов [2, с. 1]. О таком наборе условий в качестве определения предпринимательских экосистем писал И. В. Мошкин. Ключевой особенностью такого объединения и преимуществом данной трактовки является основная характеристика этой категории – самоорганизация, что предполагает функционирование экосистем в предпринимательской сфере.

На основе проанализированных интерпретаций сформулируем авторское определение предпринимательской экосистемы.

Предпринимательская экосистема – динамично развивающееся, самоорганизованное множество предпринимательских звеньев, объединённых общей экономической деятельностью с целью устремления хозяйствующих субъектов к взаимной деятельности, кооперации и взаимопомощи с повсеместным развитием инфраструктуры, бизнеса и социальных институтов.

Подводя итог, необходимо отметить, что в настоящее время экосистемный подход выступает теоретической базой социально-экономических исследований в различных областях, в том числе в предпринимательской области.

Отечественные учёные, базируясь на результатах зарубежных коллег, во-первых, расширяют сферу применения экосистемного подхода, изучая экосистемы различных видов предпринимательской деятельности, во-вторых, учитывают пространственную иерархичность экосистем, и, наконец, смещают акценты, уделяя особое внимание рассмотрению отдельных элементов в структуре экосистем.

Библиографический список

1. Иванович М. Н. Экосистема ПАО Сбербанк. Продукты экосистемы для юридических лиц // Достижения науки и образования. 2020. № 14 (68). С. 49-51.
2. Мошкин И. В. Предпринимательская экосистема инновационного университета // Проблемы и перспективы развития предпринимательства в России. 2014. Режим доступа: http://viperson.ru/articles/igor-moshkin-predprinimatelskaya-ekosistema-innovatsionnogo-universiteta (дата обращения: 03.04.2022).
3. Овчинникова А. В. Рождение концепции предпринимательских экосистем и её эволюция // Journal of Economics, Entrepreneurship and Law. 2021. Т. 11. № 6. С. 1497-1514.
4. Фадейкина Н. В. Развитие теоретических представлений на категории «экосистема» и «инновационная экосистема» // Инвестиции и инновации. 2021. С. 103-111.
5. Черякова М. Социальное предпринимательство // Белорусский сценарий. С. 1-39. Режим доступа: https://by.odb-office.eu/files/research_ecosystem_of_social_entrepreneurship_in_belarus_ru.pdf (дата обращения: 06.04.2022).
6. Adner R. Match Your Innovation Strategy to Your Innovation Ecosystem // Harvard Business Review. April 2006. Vol. 84. No. 4. Pp. 98-107. PMID: 16579417
7. Jacobides M. Industries, Ecosystems, Platforms, and Architectures: Rethinking our Strategy Constructs at the Aggregate Level // Working paper. January 2015. Pp. 1-49. DOI:10.5465/AMBPP.2015.11552symposium
8. Mathew J Manimala. Entrepreneurial Ecosystem // Web of Science. Springer New Delhi. 2015. No. 1. Pp. 390. DOI: 10.1007/978-81-322-2086-2
9. Wulf A. Knowledge sharing and collaborative relationships in business ecosystems and networks // A definition and a demarcation. Industrial Management & Data Systems. 2017. Vol. 117. No. 7. Pp. 1407-1425. DOI:10.1108/IMDS-09-2016-0408

A. Nechyosa

ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEMS IN THE DIGITAL ECONOMY

Abstract

In the realities of the XXI century. various subjects of social, economic and other spheres of human life and activity, such as, for example, e-government, transport, e-education, e-commerce, social networks, etc., are moving into digital format. The relevance of entrepreneurial ecosystems today is increasingly gaining momentum, and social institutions and digital systems are increasingly being influenced by this phenomenon. The ecosystem in the business industry is often considered not just as a set of actors and factors, but as a complete management model that performs the functions of regulating and controlling its subjects. Due to the fact that the relevance of this topic is related to the analysis of the influence of institutions and their interaction with entrepreneurial ecosystems, within the framework of this scientific study, the definitions of "ecosystem" and "entrepreneurial ecosystem" were considered in more detail, taking into account the existing interpretations of these concepts by different authors. This article discusses digital business platforms, business structures that exist today through the use of electronic platforms, Internet resources. Digital business platforms are understood as a number of organizations that work in a virtual, electronic space in order to satisfy user requests. The article discusses the following processes in more detail: analysis of the interpretation of the definition of "ecosystem" by different authors, including foreign ones; analysis of the definition of "entrepreneurial ecosystem" by different authors; comparing definitions and highlighting the advantages and disadvantages of these definitions; formulation of the author's interpretation of the definitions indicated above.

Keywords: entrepreneurship, ecosystem, digital economy, entrepreneurial ecosystem, digitalization.

УДК 338.27

Е. А. Петрова

КРИЗИСЫ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭЛЕКТРОНИКИ И ПРОБЛЕМЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

Аннотация

Экономический кризис 2014 года и геополитическая ситуация 2022 года послужили толчком для активизации политики импортозамещения и, в частности импортозамещения на рынке электроники. Прежде всего, импортозамещение электроники связано с новыми тенденциями в мировых торговых отношениях, а также с усилением политики протекционизма. В статье показаны как теоретические аспекты политики импортозамещения, так и практические принципы реализации проекта. Исследование основано на представленной статистике и теоретических данных. В статье анализируется рынок электроники с условием проведения политики импортозамещения и внедрения отечественных инноваций. Активизация развития импортозамещения является предпосылкой для создания таких национальных производств, которые смогут обеспечить эффективное и успешное внутреннее потребление и быть конкурентоспособными на внешнем рынке. По результатам исследования были сделаны выводы о том, что импортозамещение как одна из категорий экономики имеет место для развития, с акцентом создания благоприятных условий внутри страны.

Ключевые слова: кризис, импортозамещение, санкции, электроника, государственная поддержка, цифровая трансформация.

Электронная промышленность – наиболее наукоемкая и технологически сложная отрасль современного машиностроения, выпускающая электронные компоненты. Одним их наиболее сложных разделов электроники является микроэлектроника, на долю которой приходится 90 % от всех инновационных решений. Тем не менее, темпы роста микроэлектронных компонентов демонстрируют отрицательную динамику из-за технологического отставания. Например, передовые отечественные производители микроэлектроники в настоящее время осваивают технологии уровня 65 нм на пластинах 200 мм, а в развитых странах уже применяется технология уровня 16 нм на пластинах до 300 мм и начата разработка уровня 10-7 нм и переход на пластины размером 450 мм.

Импортозамещение в российской промышленности приобрело особенную роль после введения санкций, под которыми оказались некоторые российские компании. Однако, даже при благоприятных условиях данные ограничения могут оказать не только негативное, но и позитивное влияние на развитие промышленности, что станет стимулом к импортозамещению. Так, за 2011-2018 гг. объём инвестиций в развитие российской микроэлектроники составил 1,22 млрд. долларов. Тем не менее, доля страны в распределении мировых производственных мощностей в микроэлектронной индустрии остаётся крайне низкой – 0,7 % в 2020 г. Но, все же следует понимать различия между полным импортозамещением и импортонезависимостью. Полное импортозамещение недопустимо из-за того, что в номенклатуре импорта уже более тысячи наименований [1]. Даже если будет создан аналог импортной схемы, импортозамещение всё равно невозможно, поскольку потребуется проведение зачетных тестирований, переработка и переоформление документации. Отказ от каких-либо зарубежных микросхем и вовсе невозможен, так как в этой ситуации отказ предопределяет отечественной электронике отставание и потерю некоторых её направлений. Так, из-за введения санкций теперь ограничены поставки из Японии, Германии, США – государств, которые больше всего ввозят свою продукцию в Россию. Об этом свидетельствуют данные, представленные на рис. 1.

© Петрова Е. А., 2022

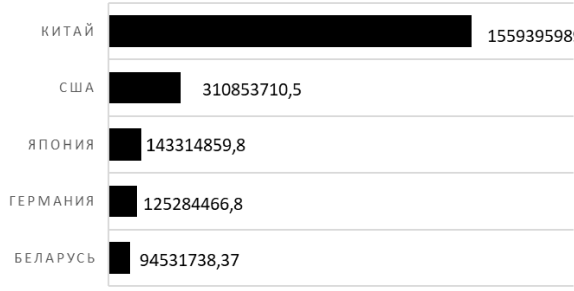


Рис. 1. ТОП-5 стран, импортируемых в РФ свою продукцию (исчисления в USD) (рассчитано: [9])

Спецификой современной ситуации является высокая зависимость большинства российских производств от импортных сырья, материалов, покупных изделий. Возникновение и развитие этой зависимости определялось не столько курсовым фактором (относительной дешевизной импортной продукции по сравнению с российскими аналогами), сколько принципиальным отсутствием полноценных аналогов отечественного производства [5, с. 113]. Безусловно, продолжается разработка и реализация множества продукции, но она ещё не дотягивает до общемирового уровня. Так, рассматривая отечественный рынок, для потребителей могут стать интересны "Эльбрус-4" и "Байкал-Т1", учитывая технологии производства и производительности. Для применений, где энергопотребление является важным, больше заинтересует «Байкал-Т1». Для спецвычислений, работы по быстрым алгоритмам подойдет «Эльбрус-4С» [1].

Насколько же быстро могут появиться отечественные аналоги ЭКБ? За последние полтора десятилетия в электронной промышленности произведено около 200 новой твердотельной ЭКБ, некоторые из которых, вероятно, будут использоваться в качестве импортозамещающих аналогов. Без значительной господдержки местные компании успешно разрабатывают, производят и реализуют, как и на экспорт, вполне конкурентоспособное оборудование: технологическое, аналитическое и контрольно-измерительное [7, с. 149]. Поэтому есть все основания полагать, что в ближайшие годы российская электроника сможет обрести столь необходимую независимость от импорта, но при сильной государственной поддержке.

Так, в 2020 году на поддержку отрасли было выделено 300 млн. рублей из государственного бюджета. Это должно помочь повысить конкурентоспособность российской продукции. Средства получат производители микросхем для платежных карт «Мир». На текущий день изготовление таких чипов в России выше, чем за рубежом [2]. Благодаря этой поддержке будет выполнено около 5 млн. микросхем, что должно поспособствовать отечественной продукции снизить себестоимость по сравнению с зарубежными конкурентами. Также это поможет достичь определенного показателя в рамках госпрограммы «Развитие электронной и радиоэлектронной промышленности». Финансирование поступит из резервного фонда Правительства [2].

Основное возражение против импортозамещения заключается в том, что отказ от микросхем зарубежного производства неприемлем, поскольку обрекает российскую электронику на прогрессирующее отставание и даже утрату некоторых ее направлений. Здесь следует вспомнить о том, что в российских компьютерах, входящих в мировой рейтинг TOP-500, используются исключительно импортные микропроцессоры, являющиеся пока что неподъемными для отечественной микроэлектроники. Однако стоит отметить, что доля импортированного товара к 2021 г. все же снижается, как можно заметить на рис. 2.

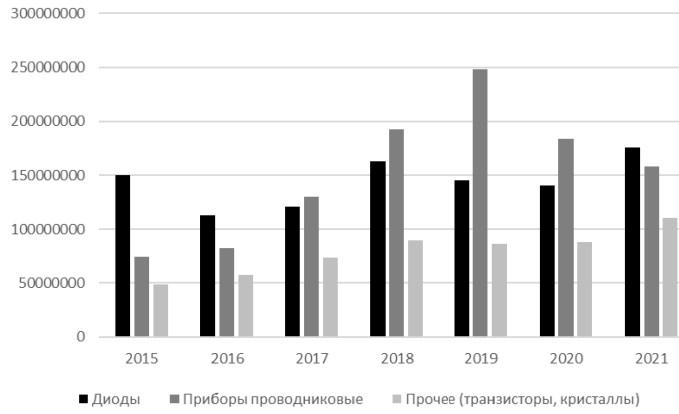


Рис. 2. Доля импортированного товара за 2015-2021 гг. (рассчитано: [9])

Для того, чтобы обеспечить импортонезависимость, необходимо работать по двум направлениям: создавать современные производства для особо важной ЭКБ и повышать эффективность приобретения микросхем для обычных предприятий, вооружений. Почему важно развивать первое направление? Потому что консервативные стратегические оборонные системы устарели и используют раннее разработанную ЭКБ, что не особо надежно. Кроме этого, номенклатура особо важной ЭКБ ограничена, а объем производства невелик, что позволит работать на отечественном кремние. Если же начать производство с гражданской ЭКБ, то это будет бесперспективно, поскольку придется обеспечить ей соответствующий уровень конкурентоспособности, что сейчас является нереальным, а успехи в производстве особо важной ЭКБ могут стать основой для возрождения радиоэлектроники и электроники в общем. В другом случае нас ждет скатывание к импорту готовых изделий, а страна будет выступать в роли покупателя и пользователя импортных наукоемких товаров. Обеспечение импортонезависимости ЭКБ сможет привести к прогрессу нашу отечественную электронику [4, с. 154-155].

Сейчас страна всё больше подвержена риску потерять доступ к современной микроэлектронике из-за введенных санцкий. Для стабилизации экономики в условиях санкционного режима требуются не только реакция на вводимые санкции, но и формирование собственной активной позиции по импортозамещению. Например, политика импортозамещения должна учитывать влияние санкций в различных областях. Положительным примером является формирование в Министерстве финансов департамента контроля за внешними ограничениями [3, с. 168].

Создание конкурентоспособной инновационной продукции может стать ответом отечественной экономики на внешние санкции. Мировой опыт экономически развитых стран показывает зависимость прироста ВВП от внедрения инноваций не менее чем на две трети. Известно, что на 1 рубль затрат предприятия, активно использующие инновации, производят в 7-10 раз больше продукции, чем при создании ее на основе традиционных технологий [3, с. 169].

Исходя из прошлой мысли, можно привести следующий пример: за март 2022 г. по заказу Минпромторга Зеленоградский нанотехнологический центр взялся разрабатывать фотолитограф на 130 нм, а Центр коллективного пользования «Микросистемная техника и электронная компонентная база» при НИУ «Московский институт электронной техники», взялся за разработку концепции безмасочного экстраультрафиолетового (ЭУФ) литографа с разрешением 28 нм. Первый необходим для поддержания существующего уровня

российской микроэлектроники, второй – для достижения самого современного уровня. А в 2021 году Минпромторг поручил разработать программу развития электронного машиностроения до 2030 года, предполагающую налаживание выпуска установок для производства современной микроэлектроники. Для разработки программы выбран «Мытищинский научно-исследовательский институт радиоизмерительных приборов». Для данной программы теперь необходимо развитие российских компаний, обеспечивающих разработку, производство и серийное сопровождение микроэлектронного оборудования и расходных материалов в объемах, необходимых отечественным производителям [6, с. 36-41].

В условиях жестких санкций импортозамещение из формальных требований становится вопросом выживания на рынке. Санкции в области электронного машиностроения могут затруднить обновление и ремонт оборудования на уже функционирующих фабриках по производству микроэлектроники, что чревато их остановкой и сделает невозможным в ближайшей перспективе создание новых, более передовых производств. Поэтому Минпромторгом было принято решение о запуске онлайн-сервиса «Биржа импортозамещения». Первый заместитель министра промышленности и торговли Василий Осьмаков заявил, что с помощью сервиса можно будет публиковать запросы на приобретение промышленной продукции, запасных частей и комплектующих, а поставщики смогут направлять свои ценовые предложения и предлагать аналоги без дополнительных затрат, согласований и посредников. В сервисе уже представлено более 14 тыс. предприятий [8, с. 48-49].

Влияние государства на электронную отрасль увеличивается за счёт увеличения доли её участия в акционерных обществах крупнейших отечественных производителей. Так, 20 % акций ПАО «Микрон» принадлежит АО «Роснано», главным и единственным акционером которого является государство; держателем 100 % акций АО «Росэлектроника» является «Ростех», которому принадлежит большинство перспективных предприятий электронной индустрии разного профиля. При увеличении доли государства в электронной индустрии, при огромных бюджетных тратах, его вклад в развитие отрасли в последние годы значительно снижалось. Так, степень износа машин и оборудования организаций электронной промышленности РФ выросла с 52,7 % в 2017 г. до 62 % к 2019 г. При этом объём инвестиций в основной капитал на приобретение машин и оборудования сократился с 36 до 29,4 млрд. рублей. Положительные результаты промышленной политики связаны с формированием спроса на отечественные полупроводники за счёт реализации национальных проектов.

На сегодняшний момент микроэлектронная отрасль России не самоокупаема, а привлечь в неё частный капитал довольно-таки проблематично. Основными источниками финансирования отрасли являются средства из федерального бюджета и субъектов РФ; институтов развития, в том числе Фонда перспективных исследований и Фонда развития промышленности (ФРП); в меньшей мере – частные инвестиции. Для привлечения инвестиций развивается поддержка реализации инвестиционных проектов на базе государственно-частного партнёрства (ГЧП). В стратегии развития электронной промышленности предусмотрено сокращение участия государства по мере снижения рисков её реализации, но в ближайшей перспективе это маловероятно.

Необходимость участия государства в развитии российской микроэлектронной отрасли на данном этапе современной промышленности обоснованно. Однако, отечественной микроэлектронной продукции, выпускаемой, в основном, государственными организациями, не удастся укрепить свои позиции на крупных внешних рынках с учетом сложной геополитической ситуации в мире. Сущность научной новизны результатов исследования заключается в уточнении методов государственного регулирования для преодоления кризиса и восстановления электронной индустрии России. Следует сделать вывод, что импортозамещение как одна из категорий экономики должно развиваться, но только с учетом создания благоприятных условий внутри страны.

Библиографический список

1. Импортозамещение и импортонезависимость в производстве отечественной электроники. Режим доступа: https://habr.com/ru/post/403141/
2. Распоряжение об поддержке электронной промышленности: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 7 ноября 2020 года № 2893-р. Режим доступа: http://government.ru/docs/40811/
3. Кривенко Н. В., Епанешникова Д. С.. Импортозамещение как инструмент стабилизации социально-экономического развития регионов // Экономика региона. 2020. Т. 16. Вып. 3. С. 765-778.
4. Носов Ю., Сметанов А. Крепить импортонезависимость страны! // Электроника НТБ. 2014. № 8 (00140). С. 154-155.
5. Березинская О. Курс национальной валюты и зависимость российской экономики от импорта // Экономическая политика. 2015. Т. 10. № 1. С. 112-125.
6. Механик А. Микросхемам готовят отечественную печать // Эксперт. 2022. № 12 (1245). С. 36-41.
7. Шиллер В., Шпак В. Независимость российской электроники от импорта – необходима и возможна // Электроника НТБ. 2016. № 6 (00156). С. 145-149.
8. Долженков А. Тиндер для бизнеса // Эксперт. 2022. № 12 (1245). С.48-49.
9. Импорт в Россию. Код ТНВЭД 16 8541 // Экспорт и импорт в Россию по товарам и странам. Режим доступа: https://ru-stat.com/date-M202102-202201/RU/import/world/168541

E. Petrova

CRISES OF DOMESTIC ELECTRONICS AND PROBLEMS OF IMPORT SUBSTITUTION

Abstract

The economic crisis of 2014 and the geopolitical situation of 2022 served as an impetus for the intensification of the policy of import substitution and, in particular, import substitution in the electronics market. First of all, the import substitution of electronics is associated with new trends in world trade relations, as well as with the strengthening of the policy of protectionism. The article shows both the theoretical aspects of the import substitution policy and the practical principles of the project implementation. The study is based on the presented statistics and theoretical data. The article analyzes the electronics market with the condition of the policy of import substitution and the introduction of domestic innovations. The intensification of the development of import substitution is a prerequisite for the creation of such national industries that will be able to ensure efficient and successful domestic consumption and be competitive in the foreign market. According to the results of the study, it was concluded that import substitution as one of the categories of the economy takes place for development, with an emphasis on creating favorable conditions within the country.

Keywords: crisis, import substitution, sanctions, electronics, government support, digital transformation.

УДК 338

П. П. Святкин, А. Ю. Веретенникова

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОМАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация

Целью данного исследования является определение тенденций развития электромашиностроительной отрасли в российской экономике. Авторами были выдвинуты гипотезы, после подтверждения которых были сделаны выводы возможных тенденциях электромашиностроительной отрасли. Практическая значимость результатов исследования

© Святкин П. П., Веретенникова А. Ю., 2022

подтверждена высоким потенциалом данной отрасли для развития промышленного производства в условиях неопределенности.

Ключевые слова: электромашиностроительная отрасль, тенденции развития, инновации.

Электроэнергия является основой жизнедеятельности современного общества. Отрасль промышленности, обеспечивающая бесперебойную подачу электроэнергии, является подотраслью машиностроительной отрасли. Машиностроительная отрасль определяет уровень научно-технического прогресса в стране, вследствие чего, на данном этапе развития особое внимание отводится электромашиностроительной отрасли.

Электромашиностроение является подотраслью точного машиностроения. В настоящее время сектор машиностроения находится в очень неблагоприятной ситуации. Во-первых, в данный момент существуют проблемы недоинвестирования, низкой конкурентоспособности продукции, слабой промышленной базы [8, с. 64-66]. Во-вторых, растущий спрос в стране заменяется импортной продукцией, а не расширением производства, необходима стратегия эффективного импортозамещения [2, с. 41-44].

Независимо от этапа социально-экономического развития страны, в приоритете останется сохранение конкурентоспособности основообразующих отраслей, в частности электромашиностроения. Для определения направлений развития отрасли, прежде всего, необходимо выявить тенденции развития электромашиностроительной отрасли в российской экономике, что и стало целью данного исследования.

Я. Б. Данилевич в своей статье пришел к выводам, что для развития отечественной энергетики необходимо создание и внедрение микротурбогенераторов для обеспечения децентрализованной энергетики [2, с. 41-44].

С. В. Сывнов, А. Г. Захарова в своем исследовании пришли к выводу, что небольшое изменение состава обычной стали или же изоляционного материала, приведёт к положительному экономическому эффекту [11, с. 20144].

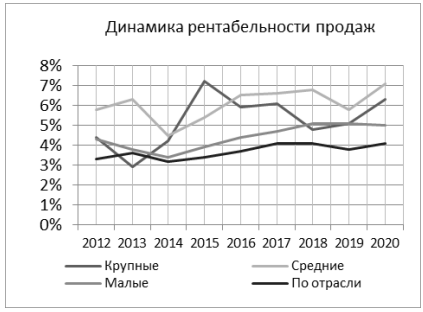
В настоящее время имеются программы по развитию промышленности, машиностроения и его отраслей, например, Государственная программа Российской Федерации "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности", «Стратегия развития электронной промышленности Российской Федерации на период до 2030 года» [9, 10].

По заявлению министра промышленности и торговли Дениса Мантурова, Минпромторг разрабатывает меры, направленные на поддержку и развитие электронной промышленности. В настоящее время оказывается финансовая поддержка электромашиностроительных предприятий, чтобы не допустить ухудшения ситуации на рынке [4].

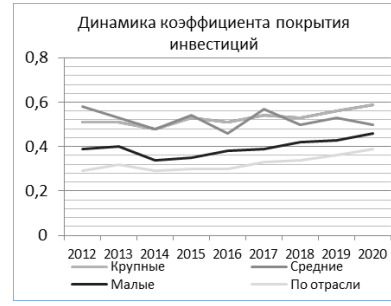
Для определения тенденций развития электромашиностроительной отрасли были рассмотрены показатели, характеризующие малые (120-800 млн. руб.), средние (800 млн. – 2 млрд. руб.) и крупные (свыше 2 млрд. руб.) предприятия по виду деятельности «Производство электрического оборудования», входящего в данную подотрасль. В ходе анализа была проанализирована динамика рентабельности продаж, коэффициентов покрытия инвестиций и фондоотдачи.

Динамика изменения данных показателей представлена рис. 1.

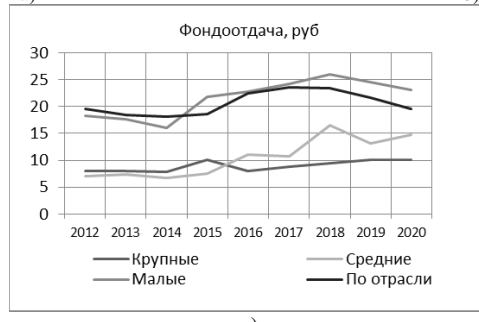
Согласно рис. 1 рентабельность продаж сильнее всего варьируется на крупных предприятиях в данной отрасли, коэффициент покрытия инвестиций по малым предприятиям превышает отраслевой уровень, что говорит о возможной положительной динамике развития малого бизнеса данной отрасли. По фондоотдаче делаем вывод, что предприятия по отрасли эффективнее использую производственные мощности.



а)



б)



в)

Рис. 1. Динамика показателей хозяйственной деятельности предприятий за период 2012–2020 гг. (Источник: составлено автором на основе [14])

Для более детального анализа и определения тенденций развития данного вида деятельности были сформулированы гипотезы о влиянии различных факторов на развитие данной отрасли.

Электромашиностроение является структурообразующей подотраслью промышленности, что определяет значимость инвестиционной политики для ее развития. В частности, А. Н. Козловскоий и Ю. А. Кулик отмечают, что эффективная инвестиционная политика предприятия должна быть адекватной изменяющимся условиям хозяйствования, а также, реальный рост инвестиций возможен за счет внутренних источников предприятия [5, с. 80-84].

Исходя из приведенных выше теоретических положений про инвестиции, была выдвинута следующая гипотеза (Н1): инвестиции в предприятия по производству электрического оборудования стимулируют развитие предприятий данного вида деятельности. Для проверки данной гипотезы использовались такие показатели, как инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности по полному кругу хозяйствующих субъектов (X_1), затраты организаций на технологические инновации (X_2) [3, 12].

Согласно И. Ю. Масловой, промышленные предприятия понимают необходимость осуществления инновационной деятельности, инвестирование в инновационную деятельность остается на низком уровне, необходима технологическая перестройка [7, с. 304-307].

Вследствие чего нами была выдвинута гипотеза (Н2): активизация инновационной деятельности стимулирует развитие предприятий по производству электрического

оборудования. Для проверки гипотезы использовались показатели: объем инновационных товаров, работ, услуг (X_3), уровень инновационной активности организаций промышленного производства (X_4) [3, 12].

А. В. Говорова и Е. Д. Бурда считают, что научным исследованиям необходимо соответствовать нуждам общества. Также, если будут отсутствовать исследования, то предприятия окажутся неконкурентоспособными на рынке [1, с. 8-11; 13, с. 1092-1102].

Таким образом, сформулирована гипотеза (Н3): стимулирование научной деятельности активизирует развитие предприятий по производству электрического оборудования. Для проверки данной гипотезы использовались показатели: использование результатов интеллектуальной деятельности по видам экономической деятельности (X_5) [3, 12].

А. И. Линев и А. А. Коростелев утверждают, что инвестиции в различные аспекты человеческого капитала позволят предприятиям оставаться конкурентоспособными в долгосрочной перспективе [6, с. 251-254].

Таким образом, сформулирована гипотеза (Н4): поддержка человеческого капитала оказывает влияние на развитие предприятий по производству электрического оборудования. Для проверки гипотезы использовались показатели: среднесписочная численность работников по полному кругу организаций (X_6), среднемесячная номинальная начисленная заработная плата на одного работника по полному кругу организаций (X_7) [3, 12].

Для проверки данных гипотез и выявления реальной связи данных показателей был проведен корреляционный анализ в разрезе групп предприятий с учетом их размера по выручке на основе данных Единой межведомственной информационно – статистической системы (ЕМИСС), Федеральной службы государственной статистики за 2012-2019 года.

Результаты по корреляционному анализу представлены в табл. 1. При выявлении уровня корреляции больше 0,5 у пяти и более показателей в разрезе групп предприятий, гипотеза считается подтвержденной, при наличие такого уровня связи у трех-четырех показателей – частичное подтверждение гипотезы. Если у трех и меньше показателей из ряда уровень корреляции не пересекает границы 0,5, то такая гипотеза считается опровергнутой.

Таблица 1

Коэффициенты корреляции Пирсона в разрезе групп по размеру выручки

Гипо-теза	Показатель	Крупные предприятия			Средние предприятия			Малые предприятия			Вывод
		Коэффициент покрытия инвестиций (Y_1)	Рентабельность продаж (Y_2)	Фондоотдача (Y_3)	Коэффициент покрытия инвестиций (Y_1)	Рентабельность продаж (Y_2)	Фондоотдача (Y_3)	Коэффициент покрытия инвестиций (Y_1)	Рентабельность продаж (Y_2)	Фондоотдача (Y_3)	
Н1	Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности по полному кругу хозяйствующих субъектов (X_1)	**0,71**	**0,65**	**0,53**	0,29	0,31	**0,61**	-0,02	**0,55**	**0,76**	Н1 подтверждена

Продолжение таблицы 1

Гипо-теза	Показатель	Крупные предприятия			Средние предприятия			Малые предприятия			Вывод
		Коэффициент покрытия инвестиций (Y_1)	Рентабельность продаж (Y_2)	Фондоотдача (Y_3)	Коэффициент покрытия инвестиций (Y_1)	Рентабельность продаж (Y_2)	Фондоотдача (Y_3)	Коэффициент покрытия инвестиций (Y_1)	Рентабельность продаж (Y_2)	Фондоотдача (Y_3)	
	Затраты организаций на технологические инновации (X_2)	**0,73**	0,15	**0,68**	-0,02	0,35	**0,62**	**0,69**	**0,51**	0,34	Н2 частично подтверждена
Н2	Объем инновационных товаров, работ, услуг (X_3)	0,20	**0,81**	0,30	**-0,55**	0,10	**0,76**	-0,37	0,44	**0,79**	
Н3	Уровень инновационной активности организаций промышленного производства (X_4)	**0,85**	0,21	**0,73**	-0,09	0,34	**0,84**	-0,09	0,34	**0,84**	Н3 подтверждена
	Использование результатов интеллектуальной деятельности по видам экономической деятельности (X_5)	**0,71**	0,41	0,39	**0,51**	0,37	**0,50**	0,19	**0,57**	**0,62**	
	Среднесписочная численность работников по полному кругу организаций (Х6)	**-0,01**	-0,55	-0,34	**0,83**	0,05	**-0,59**	0,83	**0,05**	**-0,59**	Н4 подтверждена
Н4	Среднесписочная численность работников по полному кругу организаций (Х6)	**-0,01**	-0,55	-0,34	**0,83**	0,05	**-0,59**	0,83	**0,05**	**-0,59**	
Н4	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата на одного работника по полному кругу организаций (Х7)	**0,19**	0,73	0,42	**-0,73**	0,07	**0,71**	-0,73	**0,07**	**0,71**	

Согласно табл. 1, у средних предприятий отсутствует связь по Н1 между Y_2, X_1 и Y_1, X_2. Это может быть связано с тем, что что затраты на технологические инновации являются основным видом деятельности предприятия. У крупных предприятий отсутствует связь между Y_3 и X_3, что может быть вызвано разными целями при осуществлении деятельности, результатом чего стали показатели в табл. 1. У крупных предприятий прослеживается связь между Y_1 и X_4, что может быть связано с акцентированием крупными предприятиями на

инновационной деятельности и тесным взаимодействием с инвесторами. Наличие корреляционной связи у средних и малых предприятий Y_3 с X_5 может являться следствием зависимости эффективности использования основных средств от научных разработок. У крупных предприятий имеется связь между Y_2 и X_6, что может быть связано с автоматизацией крупных производств и зависимостью рентабельности от численности. При этом связь Y_2 и X_7 у крупных предприятий может свидетельствовать, что небольшая численность персонала компенсируется высокой квалификацией кадров. Таким образом, в разрезе групп предприятий по выручке, Н1, Н3 и Н4 подтверждены, Н2 подтверждена частично. Из табл. 1 видно, что на уровне средних и малых предприятий большее внимание отводится более эффективному использованию технологических мощностей и развитию предприятий.

Таким образом, в разрезе рассмотренных гипотез, крупным предприятиям, как малым и средним, следует повышать эффективность использования основных средств, так как инвестиции не являются гарантом получения результатов, достижения поставленных целей. Государству, по нашему мнению, следует усиливать меры поддержки средних и малых предприятий путем разработки комплексных программ поддержки предприятий электронной промышленности, так как в перспективе данные предприятия в дальнейшем будут стимулировать инновационную активность в целом по электромашиностроительной отрасли наравне с крупными предприятиями.

Библиографический список

1. Говорова А. В. Роль науки в инновационной экономике // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: экономика и право. 2018. С. 8-11. Режим доступа: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35558465
2. Данилевич Я. Б. Энергетическое электромашиностроение России (настоящее и будущее) // Известия академии наук. Энергетика. 2008. № 1. С. 41-44.
3. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС). Режим доступа: https://www.fedstat.ru/
4. Камнева К. Чипу добавят заряда // Российская газета: RG.RU, Рубрика «Экономика», Спецвыпуск. 2020. № 194 (8248). Режим доступа: https://rg.ru/2020/08/31/rossijskuiu-elektroniku-podderzhat-s-pomoshchiu-goszakaza-i-nalogovyh-lgot.html
5. Козловский А. Н., Кулик Ю. А. Особенности формирования инвестиционной политики предприятий электромашиностроения // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2013. № 2 (168). С. 80-84. Режим доступа: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19030411
6. Линев А. И., Коростелев А. А. Влияние человеческого капитала на производительность предприятия // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2016. С. 251-254.
7. Маслова И. Ю. Роль инноваций в развитии промышленного предприятия // Вестник нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: экономика и финансы. 2005. С. 304-307.
8. Моргунова Э. В. Мировые и российские тенденции машиностроения // Приоритетные направления развития образования и науки. 2017. С. 64-66.
9. Об утверждении Стратегии развития электронной промышленности Российской Федерации на период до 2030 года. Распоряжение Правительства РФ от 17.01.2020 № 20-р. // Консультант-Плюс. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_343384/
10. Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности. Постановление Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 № 328. // Консультант-Плюс. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162176/

11. Сывнов С. В., Захарова А. Г. Современные конструкционные и электроизоляционные материалы в электромашиностроении // Россия молодая. Кемерово: 2019. С. 20144. Режим доступа: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41550079

12. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/

13. Burda Y. Innovation strategies within the transforming Russian electric power sector // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. 2021. № 14 (7). Pp. 1092–1102. DOI: 10.17516/1997–1370–0787. URL: http://elib.sfu-kras.ru/bitstream/handle/2311/142138/14_Burda.pdf;jsessionid=5AE1B958FA8811A51B19D856E6269150?sequence=1

14. Testfirm. Режим доступа: https://www.testfirm.ru/.

P. Svyatkin, A. Veretennikova

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE ELECTRIC MACHINE INDUSTRY IN THE RUSSIAN ECONOMY

Abstract

The purpose of this study is to determine the development trends of the electric machine building industry in the Russian economy. The authors have put forward hypotheses, after confirmation of which conclusions were made about possible trends in the electric machine-building industry. The practical significance of the results of the study is confirmed by the high potential of this industry for the development of industrial production in conditions of uncertainty.

Keywords: electrical machine building industry, development trends, innovations.

УДК 338.27

В. Е. Сучкова

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В ОТРАСЛИ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ КАК ОДИН ИЗ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА

Аннотация

В статье раскрывается понятие импортозамещения в электроэнергетике. Проводится анализ импортного оборудования крупнейших компаний отрасли. Авторами рассматривается энергетическая стратегия Российской Федерации как основа безопасности страны. В статье описывается тесная взаимосвязь экономической безопасности отрасли электроэнергетики и перехода к системе закупок отечественного оборудования, а также формулируется гипотеза об энтропии как мере нарастающего беспорядка и кризиса. В работе приводится расчет энтропии импорта. Так как построение эффективного сотрудничества с отечественными производителями электротехнического оборудования является основополагающим фактором не только энергетической эффективности и энергосбережения, но и энергетической безопасности страны в целом.

Ключевые слова: импортозамещение, энергетическая стратегия, энергетическая безопасность, экономическая безопасность электроэнергетики.

Жизнь современного общества уже невозможно представить без электроэнергии. С энергетикой связана не только наша повседневная жизнь, но и любое производство. Современный мир полностью электрифицирован.

Электроэнергетика является базовой составляющей всех промышленных отраслей. Данная отрасль обеспечивает все внутренние потребности населения в электрической и тепловой энергии, а также обеспечивает необходимым количеством энергии все заводы/предприятия страны, помимо этого, осуществляет экспортные поставки электроэнергии. В связи с этим, можно выделить актуальность данной темы, а именно без устойчивого и надежного функционирования данной отрасли невозможно обеспечение

© Сучкова В. Е., 2022

энергетической безопасности России, что впоследствии может существенно сказаться на экономическом развитии и безопасности страны.

В связи с ухудшением геополитической ситуации, стало известно, что многие страны отказываются от поставок в Россию различных товаров. В этом случае целесообразно заранее позаботится о бесперебойном производстве электроэнергии в стране, что предполагает импортозамещение электротехнического оборудования.

Основным документом, способствующим реализации положений стратегий национальной безопасности, научно-технологического развития, экономической безопасности, является энергетическая стратегия Российской Федерации на период до 2030 года. Основной целью стратегии является развитие энергетики, укрепление позиций отрасли на мировом рынке, а также способствование социальному и экономическому развитию страны. В стратегии наглядно отражается заинтересованность государства в импортозамещении комплектующих для производства отрасли. Подтверждение тому мы можем наблюдать в отдельно описанных в стратегии приоритетных направлениях политики энергетики. Одним из пунктов направлений является максимальное использование комплектующих для электроэнергетики, произведенных на территории РФ. Также в стратегии указано, что процесс импортозамещения должен быть ускорен, и к 2035 году доля отечественного электротехнического оборудования должна составлять около 95 %. Так как согласно данного документа, одной из главных угроз устойчивого развития энергетики является критическая зависимость от импортных технологий, оборудования и IT-технологий в электроэнергетике. В приложении 3 энергетической стратегии указан перечень оборудования для электроэнергетики, состоящий из 16 пунктов, актуального для отрасли, производство которого необходимо создать на территории России [1].

В данном случае под термином импортозамещение стоит понимать замену импортного электротехнического оборудования, а также комплектующих для его обслуживания, пользующих спросом на рынке, оборудованием, произведенным на территории Российской Федерации. Изучая импортозамещения крупнейших компаний отрасли электроэнергетики, предлагается исследовать долю импортного оборудования ПАО «ФСК ЕЭС» и ПАО «Интер РАО». Исходя из диаграммы (рис. 1), представляющей долю импортного оборудования в закупках ПАО «ФСК ЕЭС», можно сделать вывод о значительном количестве комплектующих импортного производства в компании. Доля отдельного электротехнического оборудования достигает 60-70 % от всего числа оборудования (рис. 1).

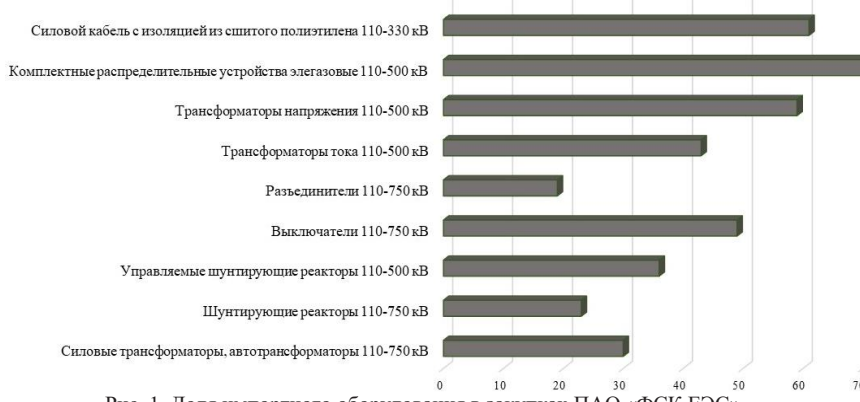


Рис. 1. Доля импортного оборудования в закупках ПАО «ФСК ЕЭС», 2019 год (рассчитано: [2])

В связи с полученными результатами можно сделать вывод о зависимости крупнейшего энергетического предприятия от поставок импортного оборудования. Данная зависимость может пагубно влиять на бесперебойное производство, так как на сегодняшний день из-за нестабильной ситуации в стране, существует высокая вероятность ввода дополнительных санкций, затрагивающих электроэнергетику. В таком случае предприятие не сможет не только получить новое оборудование из других стран, но и в случае поломки наладить работу имеющегося, так как многие комплектующие для электротехнического оборудования также являются импортными. Данная ситуация может стать огромной угрозой не только для энергетической, но и экономической безопасности всей страны.

Так как нельзя отрицать высокую вероятность ввода дополнительных санкций либо серьезных отклонений в прогнозных значениях импорта, предлагается рассмотреть поставки оборудования как сложную систему. В данном случае целесообразно будет рассчитать энтропию импорта за определенный период для исключения непредвидимых ситуаций в будущем либо подтверждения неминуемого кризиса в ближайшее время. Так как под энтропией предлагается понимать некую неопределенность, хаотичность, а также как некую неизвестную величину, отражающую раздел неизвестной/неизученной информации о исследуемой системе. То есть данный показатель можно использовать как меру нарастающего беспорядка и кризиса. Соответственно благодаря энтропии возможно заранее спрогнозировать произойдут ли какие-то глобальные изменения в системе в ближайшее время либо нет. Для оценки устойчивости данной системы предлагается рассчитать энтропию импорта в период с 2013 по 2021 гг., используя данные табл. 1.

Таблица 1

Импорт в Россию (категория товаров «Машины, оборудование, аппаратура)

Годы	Сумма, млрд. руб.
2013	2867,5
2014	3264,2
2015	3594,5
2016	3793,5
2017	4181,8
2018	4636,8
2019	4751,5
2020	5277,6
2021	5630,1

Рассчитано: [4]

Построив график по данным табл. 1 (рис. 2), следует сделать вывод об умеренном росте импорта в период с 2013 по 2021 гг. Также выделив линейный тренд, в соответствии с величиной достоверности аппроксимации, можно отметить, что теоретическое распределение достаточно точно описывает реальное распределение (R^2=0,9892). Соответственно, на основании прогнозного тренда можно предположить, что в ближайшие несколько лет импорт в Россию будет также умеренно расти, однако в связи с нынешней ситуации, а именно вводом санкций со стороны различных стран, точный прогноз на ближайшие два года сделать нельзя. Расчет энтропии провели согласно формуле 1.

$$S = \frac{Y-T}{Y}, \quad (1)$$

где S – энтропия параметра функции;
Y – значение текущего параметра функции;
T – значение тренда функции. [6]

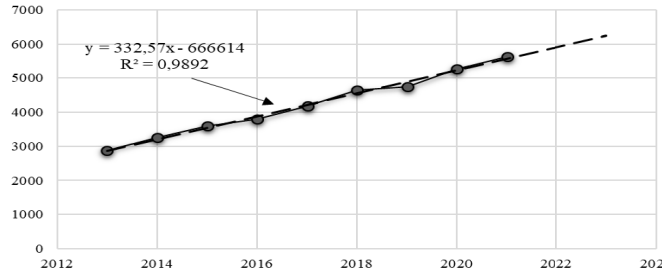


Рис. 2. Импорт в Россию, млрд. руб. (рассчитано: [4])

В табл. 2 представлены значения энтропии за 2013-2021 гг., полученные в ходе расчета по формуле 1.

Таблица 2

Значение энтропии с 2013-2021 гг.

Год	Значение энтропии
2013	0,006
2014	0,025
2015	0,022
2016	-0,014
2017	0,001
2018	0,027
2019	-0,020
2020	0,019
2021	0,021

В соответствии с полученными значениями энтропии (Табл. 2), построим график изменения энтропии за период с 2013 по 2021 гг. На графике (Рис. 3) наблюдается рост энтропии в период с 2013 по 2014 гг., затем с 2014 по 2016 гг. значение энтропии значительно уменьшилось, чему мог поспособствовать ввод первых санкции в отношении РФ. С 2016 по 2018 гг. также наблюдается рост энтропии, а затем в 2019 году резкие спад. В 2020 году рост энтропии мог стать следствием пандемии в мире, так как распространение коронавирусной инфекции послужило причиной замедления мирового экономического роста [7]. В данном случае можно отметить некую цикличность функции.

Однако с 2019 по 2021 гг. наблюдается рост энтропии, что свидетельствует о постепенном увеличении неизвестности в данной системе, а соответственно и о возникновении возможных новых рисков и угроз. В данном случае отражается влияние внешнеэкономической конъюнктуры на отрасль [5].

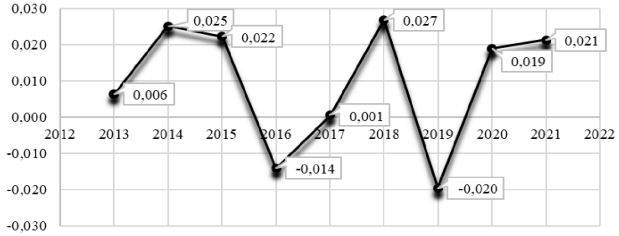


Рис. 3. Изменение значение энтропии за последний 9 лет (рассчитано: [4])

Стоит отметить, что энтропия имеет относительный характер, а значит позволяет выявить совершенно новые характеристики процессов, а их несоответствие, может свидетельствовать лишь о наличие энтропийности в экономике.

В нынешней ситуации нестабильности, рассмотрим структуру стран-импортеров одного из крупнейших энергетических холдингов страны ПАО «Интер РАО». Структура импортного поставляемого электротехнического оборудования для ПАО «Интер РАО» представлена на рис. 2. На рис. 4 можно проследить основных лидеров по поставке импортного электрооборудования для компании. Большая доля импортного оборудования поставляется из Германии (26 %), второе место по поставкам занимает Греция (12 %), затем 10 % электротехнических комплектующих от всего импортного оборудования поступает из Франции и 9 % из Украины.

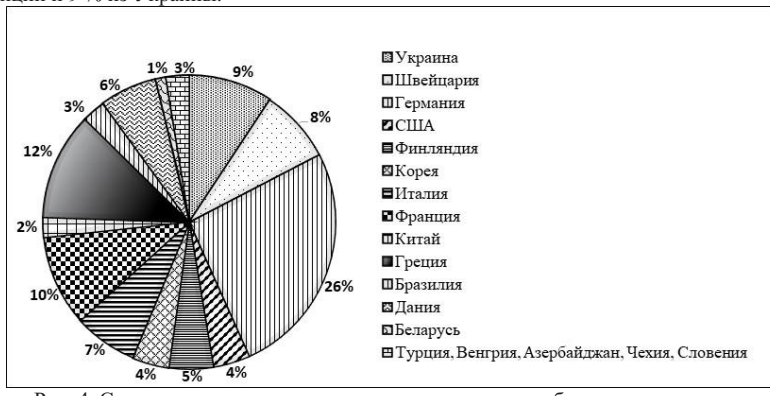


Рис. 4. Структура поставляемого электротехнического оборудования странами-импортерами для ПАО «Интер РАО» (рассчитано: [3])

В связи с полученными результатами, следует отметить, что на поставки оборудования из Украины отводится 9 % всего импортного оборудования, что является достаточно высоким показателем. Следовательно, в настоящий момент российское энергетическое производство уже лишилось почти 10 % комплектующих электротехнического оборудования. В данном случае стоит выделить острую необходимость в импортозамещении в кратчайшие сроки. Необходимо запустить производство электротехнического оборудования, замещающего импортное оборудование, на территории Российской Федерации. Так как основная угроза – это неизвестность. В данной ситуации в любой день могут быть расторгнуты договора с зарубежными компаниями, занимающимися разработкой и производством энергетического оборудования, а также введены санкции в отношении энергетического комплекса.

Предотвратить возможную угрозу и ущерб, который может быть причинен в ходе введения санкций, возможно лишь импортозамещением, которое не только обезопасит электроэнергетику как отрасль, но и позволит расширить рамки устойчивости и независимости энергетики страны в целом.

Библиографический список

1. Энергетическая стратегия Российской Федерации на период до 2035 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 9 июня 2020 г. № 1523-р. Режим доступа: https://minenergo.gov.ru/sites/default/files/documents/11/10/1920/doc

2. Официальный сайт ПАО «Россети ФСК ЕЭС». Режим доступа: https://www.fsk-ees.ru/

3. Официальный сайт ПАО «Интер РАО». Режим доступа: https://www.interrao.ru/
4. Официальный сайт статистика ru-stat. Режим доступа: https://ru-stat.com/date-Y2013-2022/RU/import/world/16
5. Казакова М., Синельников А., Мурылев С. Конъюнктура мирового рынка энергоносителей и темпы экономического роста в России // Экономическая политика. 2009. № 5. С. 118-135.
6. Лившиц И. И., Неклюдов А. В. К вопросу оценивания энтропии систем обеспечения информационной безопасности // Вопросы кибербезопасности. 2017. № 5 (24). С. 30-41.
7. Полбин А. В., Синельников – Мурылев С. Г., Трунин П. В. Экономический кризис 2020 г.: причины и меры по его преодолению и дальнейшему развитию России // Вопросы экономики. 2020. № 6. С. 5-21.

V. Suchkova

IMPORT SUBSTITUTION IN THE ELECTRIC POWER INDUSTRY AS ONE OF THE KEY FACTORS OF ECONOMIC SECURITY OF THE STATE

Abstract

The article reveals the concept of import substitution in the electric power industry. The analysis of imported equipment of the largest companies in the industry is carried out. The author describes the energy strategy of the Russian Federation as the basis of the country's security. The article describes the close relationship between the economic security of the electric power industry and the transition to a system of procurement of domestic equipment, the hypothesis of entropy as a measure of increasing disorder and crisis is also formulated. The paper provides a calculation of the entropy of imports. As establishment of effective cooperation with domestic manufacturers of electrical equipment is a fundamental factor not only in energy efficiency and energy conservation, but also in the energy security of the country as a whole.

Keywords: import substitution, energy strategy, energy security, economic security of the electric power industry.

УДК 332.1

А. Ю. Тихоньких, А. К. Дунаева, А. Ю. Веретенникова

ОЦЕНКА ПРЕДРАСПОЛОЖЕННОСТИ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ РЕГИОНОВ К ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Аннотация

Актуальность исследования обусловлена тем, что современное экономическое состояние российских регионов характеризуется рядом проблем инновационного и технологического развития и их существенной дифференциацией. Целью исследования является оценка предрасположенности индустриально развитых регионов РФ к технологической трансформации. В ходе исследования проведен обзор существующих методик оценки инновационного потенциала регионов, предложена система показателей, позволяющих оценить инновационно-технологический потенциал индустриального региона, непосредственно оценены рассматриваемые регионы по уровню предрасположенности к технологической трансформации, составлен рейтинг данных регионов. Информационной базой исследования явились данные Российской государственной статистики. В ходе проведенного анализа было предложено оценивать интегральный индекс, характеризующий предрасположенность индустриально развитых регионов к технологической трансформации, с учетом таких субиндексов, как цифровой, научно-технологический, предпринимательский, производственный, финансовый, инфраструктурный, инновационный, а также уровень развития человеческого капитала. Практическая значимость заключается в возможности применения полученных результатов для развития регионов.

© Тихоньких А. Ю., Дунаева А. К., Веретенникова А. Ю., 2022
Статья подготовлена в соответствии с планом НИР Института экономики Уральского отделения Российской академии наук.

Ключевые слова: технологическая трансформация, индустриальные регионы, методики оценки, инновационный потенциал, оценка предрасположенности, тенденции развития.

Высокие темпы распространения цифровых технологий внесли существенные изменения в процессы производства отдельных отраслей и открыли новые возможности для развития регионов [4, 8]. В данных условиях особую значимость начинают приобретать вопросы технологической трансформации, а также развития инновационного потенциала региона [5, с. 47-53]. Важно отметить, что вопросы цифровой трансформации и инновационного развития довольно полно обсуждаются как в научных исследованиях, так и в практической деятельности [11]. Вместе с тем, на региональном уровне данный вопрос изучен не в полной мере.

Целью исследования является оценка предрасположенности индустриально развитых регионов РФ к технологической трансформации.

Основной для разработки подхода к оценке технологической трансформации регионов стали методики анализа инновационного потенциала, которые в научной литературе представлены довольно детально. Например, региональная система оценки инноваций (RIS) основана на Европейской системе оценки инноваций (EIS), которая оценивает эффективность инноваций в европейских регионах по ограниченному числу показателей. RIS 2021 предоставляет сравнительную оценку эффективности инновационных систем в 240 регионах 22 стран ЕС [11]. Индекс портфельных инноваций (PII) основан на предположении, что инновационный потенциал или входные данные могут быть объединены с выходными данными для создания единого интегрального значения индекса [9, с. 17; 10]. Построение карты российского инновационного пространства [3] учитывает такие составляющие инновационного потенциала, как наличие человеческих ресурсов для инновационных разработок, оценку создания и коммерциализации знаний.

Рейтинг инновационной активности регионов России, разрабатываемый при поддержке Фонда «Петербургская политика», РАНХиГС при Президенте РФ и газеты «РБК-Daily» [7] базируется на оценке событий и мероприятий, проводимых в сфере развития инновационной деятельности, в том числе развитие региональных институтов развития. В исследовании применяется, прежде всего, экспертная оценка.

Научный интерес также представляет, так называемый индекс ПРИМ, включающий индекс полноты и качества инновационной нормативно-правовой базы региона, 2) индекс обустроенности инновационной инфраструктуры и индекс эффективности механизмов сопровождения и поддержки инновационной деятельности.

В работе М. А. Тобиена, О. А. Тобиена представлена оценка сравнения ресурсных и результативных показателей оценки инновационной деятельности региона, что позволяет оценить именно инновационный потенциал региона [9].

При разработке авторского подхода к оценке технологической трансформации были учтены показатели, характеризующие как общие условия развития региона, так и показатели, характеризующие готовность регионов непосредственно к технологической трансформации, в том числе показатели, характеризующие инновационную деятельность, научный потенциал, а также цровень развития цифровой среды.

Критерием отнесения региона к индустриальному была рассмотрена доля обробатывающих производство в структуре валового регионального продукта. Показатели которого более 25 % [1]. Таким образом, в представлееном исследовании были рассмотрены 22 региона.

Для расчета интегрального индекса были определены ключевые субъиндексы, включающие показатели, представленные в Росстат (табл. 1). По всем сбъиндексам были использованы данные по 44 показателям. В целях сопоставления показателей, исходные данные были пронормированы по формуле (1).

$$П_{норм}=(П_i-П_{min})/(П_{max}-П_{min}), \quad (1)$$

где $П_{норм}$ – нормированное значение показателя в i-м регионе, $П_i$ - значение выбранного показателя в i-м регионе, $П_{min}$ – минимальное значение показателя среди всех регионов, $П_{max}$ – максимальное значение показателя среди всех регионов.

Итоговое значение по каждому из частных потенциалов рассчитывалось как среднее арифметическое из его составляющих. Интегральный индекс был рассчитан как средневзвешенная оценка по всем субъиндексам. Для расчета весовых коэффициентов была использована экспертная оценка. В качестве экспертов выступали преподаватели с кафедр ШГУП и Института экономики УрО РАН (табл. 1). Полученные значения также представлены в табл. 1.

Таблица 1

Показатели, используемые при расчете интегрального индекса

Субиндекс	Показатели	Источник	Весовой коэффициент
Цифровой	Удельный вес организаций, использовавших широкополосный доступ к сети Интернет, %. Удельный вес организаций, использовавших глобальные информационные сети, %. Организации, использовавшие электронный обмен данными между своими и внешними информационными системами, по форматам обмена,%. Удельный вес домашних хозяйств, имевших доступ к сети Интернет, %. Население, использовавшее сеть Интернет каждый день или почти каждый день, %. Рентабельности товаров по сектору информационных и коммуникационных технологий, %.	Росстат	0,14
Уровень развития человеческого капитала	Реальная заработная плата, в % к предыдущему году. Уровень занятости в трудоспособном населении, % Среднегодовая численность занятых в экономике, % Численность студентов образовательных учреждений высшего профессионального образования на 10 000 чел. населения, чел. Выпускники аспирантуры , чел. Доля выпускников с высшим образованием в общей, %.	Росстат	0,13
Инновационный	Удельный вес организаций, осуществляющих инновации, в общем числе организаций, % Объем инновационных товаров, работ, услуг, млн. руб. Инновационная активность организаций, %	Росстат	0,15
Предпринимательский	Число малых предприятий по отношению к общему числу предприятий, шт. Инвестиции в основной капитал на малых предприятиях в расчете на 1 занятого на данных предприятиях, тыс. руб.	Росстат	0,14

Продолжение таблицы 1

Субиндекс	Показатели	Источник	Весовой коэффициент
Производственный	ВРП на душу населения, руб. Индекс промышленного производства, в % к предыдущему году. Доля прибыльных предприятий, % Индексы производства по виду экономической деятельности «Обрабатывающие производства», в % к предыдущему году. Стоимость основных фондов, млн. руб. Степень износа основных фондов, % Обрабатывающие производства, млн. руб.	Росстат	0,12
Финансовый	Инвестиции в основной капитал, млн. руб. Рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг), % Доля задолженности по налогам в суммарном объеме налоговых платежей, % Профицит консолидированных бюджетов субъектов РФ, в процентах к доходам консолидированных бюджетов, млн. руб. Дефицит консолидированных бюджетов субъектов РФ, в процентах к доходам консолидированных бюджетов, млн. руб. Доходы консолидированных бюджетов, млн. руб. Расходы консолидированных бюджетов, млн. руб.	Росстат	0,12
Научно-технологический	Организации, выполнявшие научные исследования и разработки Численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, чел. Численность исследователей с учеными степенями, чел. Внутренние затраты на научные исследования и разработки, млн. руб. Капитальные затраты на научные исследования и разработки, млн. руб. Внутренние текущие затраты на научные исследования и разработки по видам работ, млн. руб.	Росстат	0,1
Научно-технологический	Количество поданных патентных заявок на изобретения, ед. Количество выданных патентов, ед. Разработанные передовые производственные технологии Используемые передовые производственные технологии Научные исследования и разработки	Росстат	0,1

Продолжение таблицы 1

Субиндекс	Показатели	Источник	Весовой коэф-фициент
Инфраст-руктурный	Плотность железнодорожных путей, км путей на 10000 км² территории Плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием, км путей на 1000 км² территории Мощность электростанций, млн. кВт Индексы тарифов на грузовые перевозки, %	Росстат	0,1

Рассчитано: [6]

Итоговые значения интегрального индекса позволили сформировать рейтинг индустриальных регионов по уровню предрасположенности к технологической трансформации.

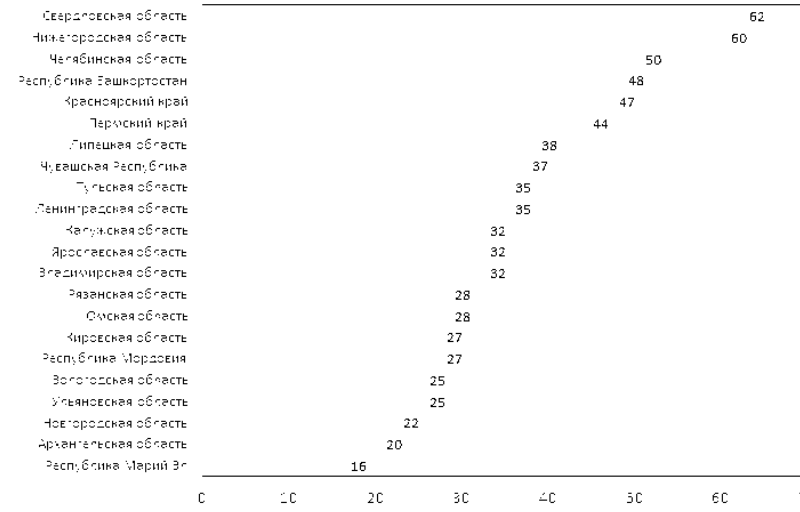


Рис. 1. Значения интегрального индекса регионов по уровню предрасположенности регионов к технологической трансформации

Исходя из расчета интегрального индекса, мы видим, что наиболее высокий уровень предрасположенности к технологической трансформации имеют 6 регионов: Свердловская, Челябинская, Нижегородская область, Республика Башкортостан, Красноярский и Пермский край. Эти индексы нам говорят о том, что в данных регионах созданы благоприятные условия, как для технологической трансформации, так и для комфортной жизни населения. Регионы имеют высокий уровень научно-технологического и инновационного потенциала, наделены инфраструктурой, а также формируют возможности для дальнейшей технологической трансформации.

Теоретическая значимость полученных результатов заключается в расширении методического инструментария оценки регионов в условиях цифровизации, а также в части оценки технологической трансформации региона. Практическая значимость состоит в

возможности применения полученных результатов для развития регионов в условиях цифровизации.

Библиографический список

1. Акбердина В. В., Сергеева А. С. Индустриальные регионы России: сравнительный анализ // Вестник Забайкальского государственного университета. 2015. № 7 (122). С. 98-117.
2. Индекс ПРИМ для оценки инновационного потенциала региона: концепция, принципы построения, формализация, итоги пилотной апробации. Режим доступа: http://innclub. info/2011/03/04.
3. Инновационная карта России. Режим доступа: http://innclub.info/2011/03 /04http://www. csr- nw.ru/development/92/94/137/ 284/290.html.
4. Инновационно-технологическая трансформация промышленности в регионах России как инструмент достижения стратегических целей на пути становления цифровой экономики. Коллективная монография / Под ред. Веселовского М. Я., Измайловой М. А. М: Научный консультант. 2019. 364 с.
5. Маскайкин Е. П. , Арцер Т. В. Инновационный потенциал региона: сущность, структура, методика оценки и направления развития // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2009. № 21 (154). Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnyy-potentsial-regiona-suschnost-struktura-metodika-otsenki-i-napravleniya-razvitiya
6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2020: стат. сборник. М.: Росстат. 2020.
7. Рейтинг инновационной активности в России (весна 2012). Режим доступа: http://old.fpp.spb.ru/iRating_2012-03_05.php.
8. Суховей А. Ф., Голова И. М. Дифференциация стратегий инновационного развития регионов как условие повышения эффективности социально-экономической политики в РФ // Экономика региона. 2020. Т. 16, вып. 4. С. 1302-1317. Режим доступа: https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2020-4-20
9. Тобиен М. А., Тобиен А. О. Методика оценки инновационного развития переднего региона // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 3. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-otsenki-innovatsionnogo-potentsiala-regiona
10. Crossing the next regional frontier: Information and Analytics Linking Regional Competitiveness to Investment in a Knowledge-Based Economy. U. S. Economic Development Administration. 2009. URL: http://www. statsamerica. org/innovation
11. Vial G. Understanding digital transformation: A review and a research agenda // Journal of Strategic Information Systems, 2019. № 28 (2). P. 118-144.

A. Tikhonkikh, A. Dunayeva, A. Veretennikova

ASSESSMENT OF PREDISPOSITION OF INDUSTRIAL REGIONS TO TECHNOLOGICAL TRANSFORMATION

Abstract

The relevance of the research is due to the fact that the current economic state of Russian regions is characterized by a number of problems of innovation and technological development and their significant differentiation. The aim of the study is to develop and test tools for assessing the predisposition of industrialized regions to technological transformation. In the course of the study a review of existing methods for assessing the innovation potential of regions was conducted, a system of indicators to assess the innovation and technological potential of an industrial region was proposed, the regions under consideration were directly assessed by the level of predisposition to technological transformation, the rating of these regions was compiled. The methodological basis of the study was the methods of M. A. Tobien and A. O. Tobien, as well as the approach of V. V. Akberdinand A. S. Sergeeva. The information base of the study was the data of the Russian state statistics. In the course of the analysis it was proposed to estimate an integral index characterizing the predisposition of industrialized regions to technological transformation, taking

into account such sub-indices as digital, scientific and technological, entrepreneurial, production, financial, infrastructure, innovation, as well as the level of human capital development. The practical significance lies in the possibility of applying the obtained results for the development of the regions.

Keywords: technological transformation; industrial regions; evaluation methods; innovation potential; predisposition assessment; development trends.

УДК 338.1

Д. С. Шалина, В. А. Тихонов, Н. Р. Степанова

ESG КАК ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ И НАДЕЖНОСТИ КОМПАНИЙ В НЕСТАБИЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация

В статье рассматривается проблема нестабильных условий для современного предпринимательства. Особенно указанная проблема обострилась во время коронавируса в 2020 году, когда компании осознали изменчивость и сложность внешних условий. Следующим событием, нарушающим стабильность компаний, стали санкции против России в 2022 году. Компаниям важно быть устойчивыми. Достижение устойчивого развития осуществляется через ESG-факторы – экология, социальное и корпоративное управление. Для инвесторов наиболее привлекательны компании, которые соблюдают ESG-принципы. Чтобы выбрать компанию для инвестирования инвестор оценивает ESG-риски. Чем больше значимых рисков обнаружит инвестор, тем больше вероятность потерь. По итогам исследования были сформированы три матрицы ESG-рисков, которые адаптированы под текущую ситуацию. По данным матрицам инвестор может отследить наличие или отсутствие того или иного риска и принять взвешенное решение по инвестированию.

Ключевые слова: устойчивое развитие, ESG-риски, инвестирование, нестабильность, надежность.

Пандемия коронавируса оказала сильное влияние на всю жизнь общества. Изменился формат работы, учебы, ведения бизнеса, управления, а также выявились проблемы, на которых мы практически не фокусировались ранее. К таким проблемам относится неравномерное развитие урбанизированных территорий; устаревающая система образования с длительной адаптацией не только формата обучения, но и самих материалов и методов обучения; разница поколений с точки зрения приспособления к новым жизненным условиям и др.

Следствием пандемии коронавируса стало изменение внимания людей на социальные сервисы и окружающую среду. Основными интересами стала сфера здравоохранения, образования, экологии и социальной поддержки [10]. Действуя удаленно, многие работники ощутили на себе нестабильность компании и организации ее работы. Многие компании не смогли справиться коронавирусным кризисом и увидели необходимость смещения стратегии развития в направлении устойчивости [1].

Актуальность исследования заключается в том, что современное предпринимательство находится в условиях сложности, незащищенности, непредвиденных ситуаций и быстрых изменений [6, 7]. Чтобы справиться с давлением внешних и внутренних сил и обстоятельств, предприятиям необходимо следовать по стратегии устойчивого развития и выводить на первый план ESG-факторы (экология, социальная политика и корпоративное управление).

Целью исследования является формирование ESG-рисков компаний, которые рассматривают инвесторы, связанных с изменениями и санкциями, выставленными России в 2022 году.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

– Изучить принципы устойчивого развития;
– Проанализировать связь устойчивого развития и ESG;

© Шалина Д. С., Тихонов В. А., Степанова Н. Р., 2022

– Описать роль ESG для инвесторов;
– Проанализировать мнение экспертов по поводу ESG-стратегии и санкций;
– Сформировать матрицы рисков по каждому аспекту ESG-факторов.

В качестве методологии исследования использовались теоретические методы, такие как анализ, синтез, обоснование и сбор информации из разнообразных источников.

Устойчивое развитие предполагает удовлетворение потребностей нынешнего поколения без ущерба будущим поколениям [6, 12]. Поэтому перспективным предприятием можно считать то, которое [7]:

1) Стремится к достижению устойчивого к климатическим изменениям роста;
2) прогнозирует мегатренды;
3) анализирует факторы, способные предотвратить будущие риски;
4) вовлекает заинтересованные стороны в совместный и устойчивый процесс создания стоимости.

Компании управляют своим устойчивым развития через ESG принципы (environment, social, governance), включающие [5, 12]:

1) *Экологический аспект* – изменение климата, управление водными ресурсами, отходы, использование ресурсов, экологическое соответствие, выбросы углерода, загрязнение воздуха и воды.
2) *Социальный аспект* – трудовые отношения и стандарты, здоровье и безопасность, охрана труда, права человека, социальное воздействие, интересы потребителей, вовлеченность сотрудников.
3) *Управленческий аспект* – корпоративное управление, управление рисками, взаимодействие с клиентами, конфиденциальность информации, цифровая трансформация бизнеса, вознаграждение руководителей, антикоррупционная политика.

ESG позволяет найти баланс между финансовой и социальной составляющей. С одной стороны, ESG-вопросы обеспечивают компанию хорошим имиджем и долгосрочной ценностью. С другой стороны, соответствие ESG-критериям находит положительный отклик среди общества и позитивно влияет на окружающую среду [8].

Связь между ESG и инвесторами

Стейкхолдеры рассматривают компании через призму ESG [12]. Если компания изменяет свои корпоративные ценности и политику под ESG-принципы, она создает ответственный и надежный имидж компании. Так компания повышает свою репутацию в глазах стейкхолдеров, то есть формирует положительную деловую репутацию и укрепляет свои позиции на рынке, что обеспечивает более устойчивый доход [2, 4].

Инвесторы, являясь одним из стейкхолдеров, анализируют ESG-факторы для оценки жизнеспособности компании [3]. Для инвесторов ESG – это показатель страховки и защиты своих вложений во время социального или экономического кризиса [5]. Инвесторы анализируют риски компаний относительно ESG. ESG-риски – это экологические, социальные и управленческие барьеры, препятствующие устойчивому развитию, выходу компании на рынок или привлечению инвестиций [2, 11].

Таким образом, для выхода на путь устойчивого развития компании формируют и используют методы и инструменты для достижения экологических, социальных и управленческих целей, а также сокращают ESG-риски [2].

Связь между ESG и глобальной экономикой

ESG-риски изменяются вместе с внешними условиями. В связи с коронавирусом изменились S (социальные)-риски, а с санкциями – G (управленческие)-риски.

Несмотря на нестабильные внешнеэкономические условия компании не отказываются от внедрения ESG-стратегии, только изменилось направление бизнеса из Европы на страны Ближнего Востока. Санкции коснулись всех компаний, как и ESG-ориентированных, так и ESG-нейтральных. Однако компании, отвечающие ESG-принципам, обладают большей конкурентоспособностью, высокими рейтингами и качеством продукта, что поможет им сохранить свои позиции на рынке [2, 9].

Оценка ESG-рисков

Результаты исследования представлены в виде матриц рисков по экологическому, социальному и управленческому аспекту. Экологические риски, которые решаются с помощью ESG-стратегии представлены на рис. 1, социальные – на рис. 2, управленческие – на рис. 3. Вероятность и воздействие риска оценены по пятибалльной шкале, где 1-низкая вероятность/воздействие, 5-высокая вероятность/воздействие.

Анализ ESG-рисков направлен на идентификацию рисков, т. е. оценку их вероятности и потенциального ущерба. Без подобного анализа не будут приняты мероприятия по предотвращению или сокращению рисков, что вызовет увеличение потерь.

Инвесторы выбирают риски, которые возможны в конкретной компании. Чем больше рисков подтвердят, тем компания меньше следует ESG-стратегии, и больше ставка дисконтирования, т. е. ставка, которая требуется инвестором. Чем больше ставка дисконтирования, тем меньше чистая приведенная стоимость, т. е. получаемый доход.

Воздействие						
	5	Риск утраты биоразно-образия	Риск возникновения экологических аварий на производстве	Риск отсутствия экологического производства на всех этапах создания продукта	Риск отсутствия финансировани я для перехода на экологичное производство	Риск нарушения экологического производства из-за недоступности оборудования / материалов
	4	Риск абсолютного экологическог о бездействия	Риск безответ-ственного отношения к производству со стороны сотрудников	Риск роста негативного воздействия на окружающую среду	Риск невозможности внедрения «чистых» технологий в предприятии	Риск нехватки кадров в области «зеленых» технологий
	3	Риск непонимания персоналом важности «зеленого» производства	Риск отсутствия мер по улучшению окружающей среды	Риск нарушения рациональности использования природных ресурсов	Риск высокой подверженност и изменениям климата	Риск отрицания перехода на возобновляемы е источники энергии
	2	Риск недостатка ресурсов	Риск снижения энергоэффект и-вности предприятия	Риск игнорирования роста углеродоемкост и	Риск отсутствия учета зеленых рисков при вхождении в проект	Риск отсутствия адекватных планов реагирования на изменение климата
	1	Риск отсутствия «зеленого» офиса	Риск негибкости экологической стратегии	Риск отсутствия инициатив в экологии	Риск нарушения управления отходами	Риск нарушения оценки уровня экологичности
		1	2	3	4	5
		Вероятность				

Рис. 1. Матрица экологических рисков

Воздействие						
	5	Риск отсутствия рациональности и оплаты труда	Риск возникновения ситуаций, приносящих вред здоровью работников	Риск появления претензий потребителей	Риск потенциальных утечек персональных данных	Риск сокращения сотрудников
	4	Риск несоблюдения трудовых норм	Риск нарушения гендерного равенства	Риск сокращения гарантий качества продукции	Риск отсутствия условий для эффективного труда	Риск подверженности сотрудников стрессу
	3	Риск нарушения прав человека в цепочке поставок	Риск дискриминации	Риск возникновения проблемы взаимодействия с потребителями	Риск нарушения профессиональной этики	Риск кадрового дефицита в области цифровых технологий
	2	Риск сокращения инвестиций в социальные проекты	Риск отсутствия поддержки развития человеческого потенциала	Риск отсутствия профессионального развития сотрудников	Риск бескомпромиссных решений, связанных с условиями работы	Риск возникновения конфликтов между разными поколениями
	1	Риск нарушения развития системы коммуникаций внутри предприятия	Риск отсутствия рациональной лояльности к персоналу	Риск нарушения комфортности работы сотрудников	Риск постоянной текучести кадров	Риск отсутствия учета психологических особенностей разных поколений
		1	2	3	4	5
		Вероятность				

Рис. 2. Матрица социальных рисков

Воздействие						
	5	Риск ухудшения деловой репутации	Риск возникновения полной зависимости от одного региона сбыта	Риск нарушения ESG-стратегии компании	Риск принятия решений, нарушающих ESG-принципы	Риск неэтичного расставления приоритетов в экстремальных ситуациях
	4	Риск неполноты информации предоставляемой менеджерам	Риск нарушения непрерывности производства	Риск отсутствия оперативной адаптации процесса производства	Риск нарушения прозрачности процессов	Риск повышения коррупции и получение взятки
	3	Риск наличия неэффективной структуры управления	Риск неэффективности мониторинга и контроля	Риск снижения эффективности бизнес-процессов	Риск приверженности к традиционным подходам управления, которые не работают сейчас	Риск медленной цифровой трансформации
	2	Риск нарушения цепочек поставок	Риск отсутствия деловой этики	Риск непонимания потребностей персонала	Риск отсутствия налаживания взаимодействий с подразделениями	Риск невозможности долговременного прогнозирования
	1	Риск нарушения деловой честности	Риск снижения деловой активности предприятия	Риск создания барьеров для инициатив персонала	Риск снижения эффективности при дистанционном управлении	Риск недоиспользования инновационного потенциала предприятия
		1	2	3	4	5
		Вероятность				

Рис. 3. Матрица управленческих рисков

Таким образом, для инвестора привлекательней та компания, у которой меньше всего ESG-рисков, что говорит о ее надежности и стабильности.

Возникающие кризисные ситуации подталкивают бизнес к реализации стратегии устойчивого развития через ESG-факторы. Соблюдая принципы в охране окружающей среды, социального и корпоративного управления, обеспечивается надежность и стабильность компании. ESG-факторы уже являются показателем повышения деловой репутации и основным преимуществом для привлечения инвестиций.

В ситуации санкций против России в 2022 году ESG-ориентированные компании становятся наиболее привлекательными в инвестиционном плане. Инвестор оценивает потенциальную для инвестиций компанию через призму ESG-факторов, т. е. рассматривает соблюдает ли компания действия, отвечающие ESG. Особое внимание уделяется ESG-рискам.

По результатам исследования сформировано три матрицы рисков по экологическому, социальному и управленческому аспекту. Данные матрицы были сформированы с учетом изменений из-за коронавируса и санкций. Матрицы идентифицируют ESG-риски, что позволяет компании выбрать соответствующие мероприятия для их предотвращения, а инвесторам – оценить рискованность инвестирования. Поскольку чем больше рисков, тем больше вероятность потери вложений.

Библиографический список

1. Adams C. A., Abhayawansa S. Connecting the COVID-19 pandemic, environmental, social and governance (ESG) investing and calls for ‘harmonisation’ of sustainability reporting. Critical Perspectives on Accounting. 2022. Vol. 82. P. 13.
2. Egorova A. A., Grishunin S. V., Karminsky A. M. The Impact of ESG factors on the performance of Information Technology Companies. Procedia Computer Science. 2022. Vol. 199. Pp. 339-345.
3. ESG-риски для компании могут вылиться во многомиллиардные последствия. РБК. 2021. Режим доступа: https://plus-one.rbc.ru/economy/esg-riski (дата обращения: 22.03.2022).
4. Беляева И. Ю., Козлова Н. П., Данилова О. В. ESG-факторы как инструмент формирования деловой репутации // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2021. № 4. С. 15-21.
5. Ефимова О. В., Волков М. А., Королёва Д. А. Анализ влияния принципов ESG на доходность активов: эмпирическое исследование // Финансы: теория и практика. 2021. № 25 (4). С. 82-97.
6. Измайлова М. А. Устойчивое развитие как новая составляющая корпоративной социальной ответственности // Модернизация. Инновации. Развитие. 2021. № 12 (2). С. 100-113.
7. Как коронакризис может повысить эффективность ESG и капитализм стейкхолдеров // EY Global. 2020. Режим доступа: https://www.ey.com/ru_ru/climate-change-sustainability-services/why-covid-19-could-boost-esg-performance-and-stakeholder-capitalism (дата обращения: 21.03.2022).
8. Надзор за ESG вопросами: руководство для директоров // PWC. 2021. Режим доступа: https://www.pwc.ru/ru/publications/collection/esg-guidebook-russian.pdf (дата обращения: 22.03.2022).
9. Разворот на 180 градусов: какой будет ESG-стратегия российских компаний в условиях санкций // ТАСС. 2022. Режим доступа: https://tass.ru/ekonomika/14088043 (дата обращения: 22.03.2022).
10. Самохин А. ESG-метрики для российских городов // Коммерсантъ. 2021. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/5061833 (дата обращения: 22.03.2022).
11. Смирнов В. Д. Управление ESG рисками в коммерческих организациях // Управленческие науки. 2020. № 3. С. 6-20.

12. Устойчивое развитие & ESG // Dentsu. 2022. Режим доступа: https://assets-eu-01.kc-usercontent.com/296d8d4d-1c46-01bf-48d9-7c150d2fc3b5/c7d00561-f02b-4734-acd5-1b88ce215893/Dentsu%20Sustainability%20&%20ESG_2022.pdf (дата обращения: 21.03.2022).

D. Shalina, V. Tikhonov, N. Stepanova

ESG AS ENSURING THE STABILITY AND RELIABILITY OF COMPANIES IN UNSTABLE CONDITIONS

Abstract

The article changes the problem of unstable conditions for modern entrepreneurship. A particularly common problem escalated in 2020 as the company realized the volatility and morbidity of external factors. The next event that disrupts the stability of companies was the sanctions against Russia in 2022. The company is important to be sustainable. Real development is achieved through ESG factors – environment, social and corporate governance. For the most important companies that follow the ESG principles. To choose a company for investment, an investor evaluates ESG risks. The more significant risks an investor discovers, the greater the likelihood of losses. Based on the results of the study, three ESG risk matrices were formed, which were changed to suit the current situation. According to the available data matrices, an investor can track or not a particular risk and make an informed investment decision.

Keywords: sustainable development, ESG-risks, investment, instability, reliability.

УДК 332.025.16

М. Штульберг, В. В. Арышева, В. Е. Шкурко

ГОРОДА – МИЛЛИОННИКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация

В статье мы рассмотрим выбранные города-миллионники с точки зрения современных условий. Влияние санкций на социально-экономическое развитие нестоличных городов-миллионников. Будет проанализирована текущая ситуация, а также дана оценка мерам, минимизирующим отрицательные социально-экономические последствия. Также будут описаны направления наиболее вероятных изменений. Статья будет интересна специалистам в области экономики, политики и статистики.

Ключевые слова: Города-миллионники, инвестиции, санкции, экспорт и импорт, ВВП.

Устойчивость любого государства определяется, в частности, уровнем его мировых и хозяйственных взаимосвязей с другими государствами. Введение разных ограничений на государство влияет на его социально-экономическое развитие. Ввиду последних событий на Украине произошло множественное введение санкций, из-за чего Россия переживает огромное международное давление. Введённые санкции прямо действуют на основные сферы жизнедеятельности государства. Полное воздействие на показатели трудно оценить, так как многое связано с уровнем цен на нефть, курса валют других стран по отношению к национальной валюте.

Прежде, чем выявить воздействия санкций на социально-экономические показатели, нужно ознакомиться с самыми жесткими из них [5]:

1. Отключение России от платежной системы SWIFT.
2. Закрытие крупных сетевых компаний.
3. Запрет денежных переводов из-за рубежа.
4. Приостановление доставки товаров из-за рубежа.
5. Прекращение лизинговых договоренностей с российскими авиакомпаниями.

Рассмотрим показатели, характеризующие изменение экономической ситуации в России. За основу возьмём такие показатели как: уровень безработицы, ВВП, соотношение экспорта и импорта РФ, прямые инвестиции в экономику РФ.

По свежим данным уровень безработицы согласно докладу ЦСР, может пойти по двум наиболее вероятным сценариям развития. В первом – в случае долговременного

© Штульберг М., Арышева В. В., Шкурко В. Е., 2022

структурного спада экономики уровень безработицы в РФ вырастет с нынешних 4,4 % от численности экономически активного населения до 6,4-6,5 % на ближайшие несколько лет. Если рассматривать более пессимистичный сценарий, то можно сделать вывод, что из-за потери экономикой приблизительно 2 млн. рабочих мест, безработица вырастет до 7,1-7,8 % к концу 2022 года, однако к лету 2023 года рынок труда уже начнет восстанавливаться [6].

Таблица 1

Поквартальная динамика ВВП России 2020-2022 (данные указаны в млрд. руб)

Год / Квартал	2020	2021
I квартал	20651,9	20514,8
II квартал	20163,7	22275,4
III квартал	22938,5	23913,4
IV квартал	24995,5	25372,4

Таблица 2

Изменение ВВП России 2020-2022 (данные указаны в процентном соотношении)

Год / Квартал	2020	2021
I квартал	101,3	99,3
II квартал	92,1	110,4
III квартал	96,5	104,2
IV квартал	98,2	103,1

Полноценный и более подробный вывод можно составить начиная с 2020 года по III. Квартал 2021 года. Все остальное является предполагаемыми расчетами экспертов. Из предоставленных данных можно увидеть, что в I. квартале 2020 года ВВП составляет 101,3 %, и рост составил 0,1 % (в сравнении с 2019). Касаемо II. квартала ВВП – 92,1 %. В данном случае ВВП уменьшилось на 9 % относительно 2019 года. Это может быть связано с первой волной пандемии и введению самоизоляции [4]. III квартал составил 96,5 %, данный показатель упал на 6,1 %. Отрицательный результат, был спровоцирован приостановлениями работ в некоторых компаниях определенной сферы деятельности из-за ужесточения самоизоляции в период пандемии. IV квартал составил 98,2 % ВВП. Это – 4,6 % от ВВП 2019 года. Хоть результат отрицательный, но в данном случае наблюдается положительная динамика, в сравнении с II и III кварталам 2020 года. Что касается 2021 года, в I квартале ВВП составил 99,3 %. Этот результат ниже, чем первый квартал 2020 года на 2 %. II квартал 2021 года вырос на целых 18,3 % и составил 110,4 % от ВВП. Данный рост показал, что Россия адаптировалась к новому формату «социально-экономической» жизни и восстановила свою динамику показателя ВВП. III Квартал также остался в положительном значение, и вырос на 7,7 % к 2020 году. Теперь рассмотрим не менее важный показатель «Экспорт и импорт РФ».

Таблица 3

Экспорт и импорт городов-миллионников по всем товарам 2021 год
(данные указаны в млн. дол. США)

Город	Экспорт	Импорт
Екатеринбург	5465,5	4679,8
Волгоград	1073,9	132,5
Воронеж	904,2	407,5
Казань	6395,4	2546,7
Краснодар	4675,3	3546,5
Красноярск	3256,4	1003,4
Нижний Новгород	3874,4	1204,5

Продолжение таблицы 3

Город	Экспорт	Импорт
Новосибирск	1305,2	1103,4
Омск	294,5	124,5
Пермь	3568,4	348,8
Ростов-на-Дону	7564,7	983,5
Самара	2576,5	875,8
Уфа	1653,3	468,5
Челябинск	2575,5	1213,5

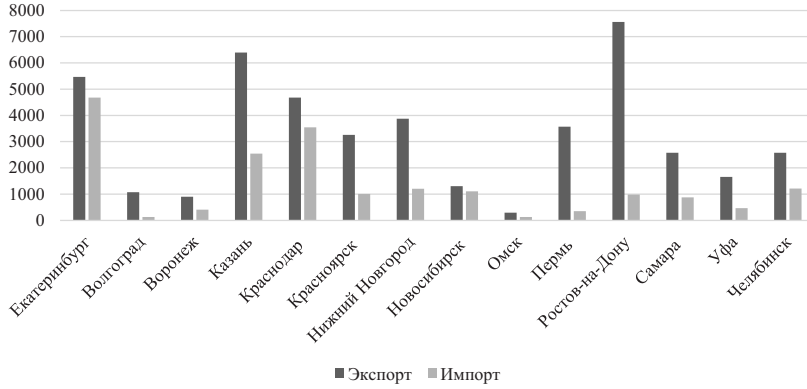


Рис. 2. Экспорт из городов-миллионников по всем товарам 2021 год, млн. дол. США

Таблица 4

Экспорт и импорт городов-миллионников по всем товарам 2020 год, млн. дол. США

Город	Экспорт	Импорт
Екатеринбург	4525,1	2475,5
Волгоград	943,5	174,1
Воронеж	947,7	820,3
Казань	5863,5	1647,3
Краснодар	2305,4	2039,5
Красноярск	3058,5	1083,9
Нижний Новгород	2673,4	1039,3
Новосибирск	1923,1	1503,4
Омск	275,2	145,9
Пермь	2043,1	357,4
Ростов-на-Дону	4566,5	912,9
Самара	1525,5	1009,4
Уфа	1783,3	406,5
Челябинск	2567,3	993,4

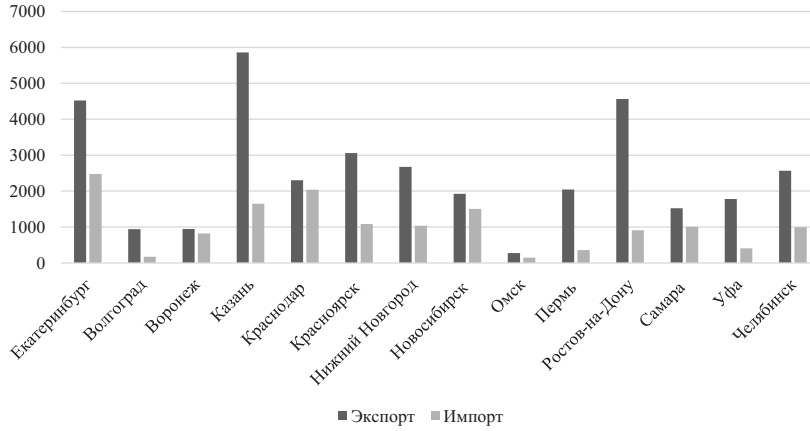


Рис. 3. Экспорт и импорт городов-миллионников по всем товарам 2020 год, млн. дол. США

В вышеуказанных таблицах и гистограммах четко отслеживается положительная динамика роста экспорта и импорта в 2021 году в сравнении с 2020 годом. Особенно видна разница в следующих городах-миллионниках: Ростов-на-Дону вырос на 60 % относительно 2020 г., Краснодар вырос на 49 %, Пермь на 57 %. Данный рост может быть обусловлен тем, что в начале 2020 года из-за пандемии и ужесточенного режима самоизоляции многие предприятия на время приостановили свою работу, поэтому такая большая разница в показателях [1].

При рассмотрении инвестиционной составляющей, можно отметить и позитивные моменты. Российский бизнес начал искать альтернативные пути развития, выходить на азиатские финансовые рынки. Российские компании все чаще находят инвесторов не только в США и Европе. При отключении от SWIFT, ограничений по Visa и MasterCard, в России максимально успешно используется национальная платежная система «Мир». Также в стране происходит рост самообеспеченности продовольственными товарами. Приток инвестиционных ресурсов обеспечивает общественное воспроизводство в постоянных или расширяющихся масштабах, делает возможным существование экономической системы и ее выход на качественно новую ступень своего развития. Интенсивность процесса инвестирования зависит не только от предельной склонности к сбережениям и уровнем накопления, но и комплексной оценкой предпринимателями перспектив экономического развития [6].

Теперь посмотрим влияние всех этих аспектов на нестоличных городах-миллионниках [2]. В первую очередь, во всех городах ощутили отключение от системы SWIFT, потому как многие пользовались зарубежными интернет-сайтами для покупок разных товаров. Также и с бесконтактной оплатой, было удобно не носить с собой пластиковую реальную карту или же наличные деньги; до всех ограничений достаточно было взять с собой просто телефон. Во-вторых, закрытие крупных сетевых компаний. Так, например, компания «ИКЕА», которые с 4 марта 2022 года приостановили свою работу на территории РФ, тем самым оставили сотрудников без работы. Рассмотрим подробнее на примере нестоличных городов-миллионников. В Екатеринбурге, Казани, Краснодаре, Нижнем Новгороде, Новосибирске, Омске, Ростове-на-Дону, Самаре, Уфе находилось по 1 магазину на весь населенный пункт. Примерно, на один магазин приходится 938 сотрудников. Таким образом, на 9 городов приходится 8442 сотрудника, которые, соответственно, остались без работы. Также и с остальными компаниями, например в

«Inditex», которой принадлежат крупные магазины одежды оставила почти 9 тысяч сотрудников без работы. Сеть питания «McDonald's», которая заморозила примерно 212 филиалов в нестоличных городах-миллионниках, тем самым оставила 16764 сотрудника без работы. В-третьих, прекращение лизинговых договоренностей с российскими авиакомпаниями. Данное ограничение коснулось не только сокращение штата сотрудников, но и обычных людей: из определенных городов сложно будет добираться даже до других городов в России, поскольку, пролетая они будут задевать воздушное пространство других стран, которые ограничили к нему доступ. Долететь до стран, ограничивающих свою воздушное пространство для нашего государства, на прямую невозможно. В-четвертых, запрет на денежные переводы из-за рубежа, сильно отразился на предприятиях, у которых находились филиалы/офисы в Евросоюзе. Заморозка счетов также сказалась и на инвесторов, которые не смогли вывести деньги из валютных счетов банков, которые оказались в списке санкций.

Таким образом, можно сказать, что социально-экономическое положение городов-миллионников в какой-то степени ограничивается в развитии на данный период времени. Но никак не ухудшается. Наше государство делает все возможное, чтобы наше производство развивалось, чтобы люди снова могли приступить к работе. Россия быстро находить альтернативы и все возможные выходы из ограничений. Кроме того, кризисные проявления экономической среды не только имеют негативный подтекст, но и могут рассматриваться через призму возможностей. Нарастающая нестабильность, характерная для экономической, политической, социальной сфер современного общества, благоприятна для зарождения инноваций [3, с. 78].

Библиографический список

1. Внешняя торговля России // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/folder/11193 (дата обращения 2.04.2022.)
2. Глинский В. В. Серга Л. К. Города-миллионники как основа экономического роста региона // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2021. № 5. С. 51-58
3. Дорошенко Ю. А., Старикова М. С., Ряпухина В. Н. Выявление моделей индустриально-инновационного развития региональных экономических систем // Экономика региона. 2022. Т. 18. Вып. 1. С. 78-91.
4. О производстве и использовании ВВП // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Режим доступа: https://gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d02/60.htm (дата обращения 3.04.2022.)
5. Путеводитель по санкциям России // ГК «РосБизнесКонсалтинг» (РБК). Режим доступа: https://www.rbc.ru/business/28/02/2022/621a20109a79471f8295dade (дата обращения 22.03.2022.)
6. Экономика России // Интерфакс. Режим доступа: https://www.interfax.ru/business/823295 (дата обращения 4.04.2022.)

M. Shtulberg, V. Arysheva, V. Shkurko

CITIES - MILLION IN MODERN CONDITIONS

Abstract

In the article we will consider the selected cities – million from the point of view of modern conditions. The impact of sanctions on the socio-economic development of non-capital cities – million. The current situation will be analyzed, as well as an assessment of measures to minimize the negative socio-economic consequences. The directions of the most likely changes will also be described. The article will be of interest to specialists in the field of economics, politics and statistics.

Keywords: millions of cities, socio-economic indicators, sanctions, statistics, indicators.

1.2. МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

УДК 334.72

П. В. Бочков

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ: НОВЫЕ ОРИЕНТИРЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ

Аннотация

Наиболее значимым становится вопрос влияния цифровой экономики на развитие современного малого предпринимательства. Цель научного исследования – изучить и проанализировать экономико-цифровую среду в РФ, провести исследования методов, путей, подходов, сделать анализ цифровой стратегии. Отражены методы исследования: статистическая информация. Сформулированы основные результаты работы, проанализированы угрозы, неблагоприятные последствия цифровой экономики для информационной безопасности, как для бизнеса, так и для государства в целом. Коррупции. В Российской Федерации не изучена платформа и общая система экономики в слиянии с «цифрой», отсутствует содержание, цели, задачи, субъекты и объекты, а, значит, данная платформа является шатким и неуверенной базой для внедрения ее в жизнь. Современные цифровые технологии поддерживают и совершенствуют качества работы с клиентами, оптимизации множества процессов, развитию финансовых показателей, увеличению отчетливого и ясного бизнеса, а также защите оперативности принятия управленческих решений. Все вышеперечисленное и дальнейший успех цифровизации в компаниях малого бизнеса важнее других определяется выплатам сотрудников в сфере информационно-коммуникационных технологий. В статье поднят вопрос к готовности субъектов малого бизнеса к крупному применению новых технологий для развития бизнеса. Разбираются наиболее востребованные и живучие с позиции внедрения цифровых технологий направления в бизнесе. Создается должное функционирование и конкурентоспособность в нынешних экономических условиях. Научная новизна заключается в поиске, разработке экономически-выгодных путей решения и внедрения цифровой платформы на сегодняшний день в РФ.

Ключевые слова: малый бизнес, цифровая экономика, теневая экономика, стратегия, анализ, инновации, финансы.

Цифровизация делает жизнь комфортнее, повышает уровень, качество жизни граждан, и неотъемлемым плюсом является повышение конкурентоспособности страны на мировой арене. Цифровизация – целая, четкая система, организованная на использование информационно-коммуникационных технологий и призванная мобильно и радикально поменять бизнес, государственное управление, здравоохранение и другие сферы общества. Мы говорим о преобразовании всего общества. В течение последних двух десятилетий Россия активно работает над вопросами развития цифровой экономики. На основании последних данных – вклад цифровой экономики в экономику России в 4,5 триллиона рублей, порядка 6,5 ВВП [4]. Доля цифровой экономики в ВВП возрастает с каждым годом, из-за чего именно доля малого и среднего предпринимательства достаточно высока во многих сферах и появляется необходимость продвижения цифровых технологий в российское предпринимательство.

Основная цель работы – исследовать и обозначить существующие пробелы внедрения цифровых технологий в экономику, и предложить пути решения по совершенствованию «цифры» в нынешних экономических реалиях.

Отразим проблемы и ключевые пробелы в рамках цифровой экономики:

1. Низкий контроль в сфере обслуживания, приводит к росту числа мошенников.
2. Сокращение рабочих мест. Переход затруднит использование зарубежных программ.

© Бочков П. В., 2022

3. Возрастает угроза утечки информации, данных. Требуется повышение показателя защиты, необходимы дополнительные инвестиции.

4. Полученные знания не соответствуют нынешним реалиям.

5. Оставлены пробелы между сегодняшним и завтрашним днем.

Бизнес должен продолжать научиться жить в динамично разувающемся мире, постоянно придумывать новые идеи для удержания себя на плаву.

Цифровизация предполагает «рождение» новых, усовершенствованных бизнес-моделей. Главное – количество должно модифицироваться, преображаться в качество.

У предпринимателей появляются новые возможности в виде внедрения современных технологических направлений, например, мобильные технологии. При помощи этого можно сделать шаг вперед и оперативно подстроиться под клиентов при помощи нужной информации. Информация – основной и главный инструмент цифровой экономики. Меняются и правила в бизнесе и это определение – предприятие может быть малым и при том успешно конкурировать на рынке. Клиент – стал главным и ведущим на рынке и именно под него теперь должен подстраиваться предприниматель. Возросла роль клиента.

У малых предприятий есть существенное отличие, они могут квалифицированно, правильно действовать, работать с инновациями и нуждами клиентов. Цифровые новички способны конкурировать с классическими компаниями [3, с. 301-305].

На основании вышесказанного, сделаем промежуточный итог: для правильного функционирования бизнеса на рынке, с помощью информационных технологий, необходимо, предпринимателю следует владеть достаточной информацией, четко выстроить свою политику развития и само собой владеть цифровой грамотностью. Необходимо непрерывно осваивать новые знания для ведения успешного профессионального роста и бизнеса [2, с. 477].

На основании исследований последних лет можно заметить, что процесс выдерживания социально-экономических преобразований в нынешней России делает особо живым и действительно важным интерес к институту малого предпринимательства, в виду из главных условий эффективного действия рыночного механизма. Российская экономика на пути своего перехода к уверенному развитию, тесно соприкасается с цифровой экономикой, малым и средним предпринимательством. Это становится приоритетной задачей для научного исследования, а также выявления причин возникновения теневых экономических отношений.

Проектирование эффективной системы налогообложения малого бизнеса, которая учитывает условия его функционирования, является, безусловно, важнейшей задачей государства [5, с. 173].

Именно внедрение указанной системы создаст дополнительные стимулы для предпринимательского сектора и увеличит его национальную конкурентоспособность. Озвученные изменения, по нашему мнению, должны базироваться на трансформации фискальной функции налогообложения, путем ее преобразования в стимулирующую, что в перспективе увеличивает объем субъектов малого предпринимательства в общей структуре, способствует усилению инновационной и инвестиционной деятельности и изменит социальную роль бизнеса в общества [1].

Это возможно в первую очередь за счет упрощения нормативного регулирования налоговых правоотношений, снижения налоговых ставок, в том числе до нулевого значения для стимулирования развития приоритетных отраслей экономики; а также за счет создания прозрачной и доступной системы льгот для малого бизнеса, особенно в условиях экономического кризиса, что привело бы к развитию малого бизнеса в стране, увеличению благосостояния граждан, что в свою очередь благоприятно скажется на увеличении налоговых поступлений в бюджеты. Все вышесказанное при правильной тактике сможет оказать положительное влияние на предпринимательский сектор, а также на государство в целом.

В связи с поставленными ранее вопросами по данной теме отметим, основные результаты: для более качественной интеркаляции малому и среднему бизнесу для восстановления в постпандемийный период необходимо:

1. Компаниям стоит внедрить в цифровую трансформацию корпоративную культуру. Компании должны быстро развивать и реализовывать цифровые бизнес-процессы.
2. Цифровые технологии должны стать центральными в том, как работает бизнес, и чтобы оставаться конкурентоспособными, компаниям необходимо эффективно преобразовывать и, возможно, заново создавать бизнес-модели.
3. Постоянный поиск новых идей, экспериментов с ними и их апробация.
4. Необходимо установить единый налоговый режим для МСП на примере зарубежной практики.
5. Постоянная поддержка рабочих мест.

Научная новизна исследования заключается в том, что настоящая работа является исследованием, посвященным комплексному изучению экономико-правовых основ применения и внедрения цифровизации, в том числе для МСП, в которой сформулированы и научно обоснованы рекомендации по совершенствованию работы «цифры». Цифровизация для малого и среднего бизнеса представляется долгосрочным результатом, из-за того, что эффект от ее реализации представляется очень значительным. Необходимо грамотно и разумно использовать цифровые технологии для быстрого и конкретного восстановления в постпандемийный период.

Библиографический список

1. Special report: Institutional Investors U.S. Results Edelman. 2020. URL: https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2020
2. Aghion P., Howitt P. (1994) Growth and Unemployment // The Review of Economic Studies. Vol. 61. № 3. P. 477-494.
3. Степутин А. Н., Николаев А. Д. Мобильная связь на пути к 6G. Том 2. М.: Вологда: Инфра-Инженерия, 2020. 420 с.
4. РИА Новости от 03.03.2020 г. Режим доступа: https://ria.ru/20171213/1510858102.html
5. Mahroum S., Dachs B., Weber M. (2007) Trend spotting the future of information society technology human resources // International Journal of Foresight and Innovation Policy. Vol. 3. № 2. P. 169-186.

P. Bochkov

SMALL BUSINESS AT THE PRESENT STAGE: NEW GUIDELINES AND WAYS OF DEVELOPMENT

Abstract

The most significant issue is the impact of the digital economy on the development of modern small business. The purpose of the research is to study and analyze the economic and digital environment in the Russian Federation, to conduct research on methods, ways, approaches, to analyze the digital strategy. Research methods are reflected: statistical information. The main results of the work are formulated, threats and adverse consequences of the digital economy for information security, both for business and for the state as a whole, are analyzed. corruption. In the Russian Federation, the platform and the general system of the economy have not been studied in conjunction with the "digital", there is no content, goals, tasks, subjects and objects, which means that this platform is a shaky and uncertain base for implementing it into life. Modern digital technologies support and improve the quality of customer service, optimize a variety of processes, develop financial indicators, increase a distinct and clear business, as well as protect the efficiency of managerial decision-making. All of the above and the further success of digitalization in small business companies is more important than others determined by employee benefits in the field of information and communication technologies. The article raises the question of the readiness of small businesses to large-scale application of new technologies for business development. The

most popular and tenacious directions in business from the point of view of the introduction of digital technologies are being analyzed. Proper functioning and competitiveness are being created in the current economic conditions. The scientific novelty lies in the search, development of cost-effective solutions and implementation of the digital platform today in the Russian Federation.

Keywords: small business, digital economy, shadow economy, strategy, analysis, innovation, finance.

УДК 339.56

Р. О. Гусев

СОВРЕМЕННАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ЛОГИСТИКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация

Современные международные логистические процессы напрямую связаны с управлением межгосударственными цепочками поставок. В статье будут рассмотрены основные проблемы и перспективы международной логистики. Выделены ключевые барьеры глобальной логистики: недостаток информации, международные различия в каналах сбыта, сложности приведения систем к единому стандарту, таможенные пошлины и тарифы, вопросы экологического характера, вмешательство государственных органов в регулирование справедливой торговли. Разработка оптимального подхода к совершенствованию мировой логистической системы имеет целью повышение ее эффективности за счет четкого регулирования, учитывающего интересы всех заинтересованных участников внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: международная логистика, затраты, эффективность, оптимизация, пути, транспорт.

Международная логистика – это стратегическое управление международной цепью поставок, понимаемое как объединение логистической деятельности организаций-звеньев цепи поставок, а именно, операционной, финансовой и маркетинговой функций и контроля за материальным потоком товаров, денежных средств и информации через границы и над границами различных государств.

Главной особенностью международной логистики является тот факт, что производитель и потребитель товара находятся в различных странах, следовательно, процесс транспортировки товаров потребителю включает в себя преодоление государственных границ и таможен.

Объектом изучения международной логистики являются международные цепи поставок, звеньями в которых выступают предприятия из различных стран. Предмет международной логистики составляет управление международными цепями поставок.

Ключевыми целями международной логистики являются обеспечение грузоперевозок разнообразных товаров из одного государства в другое, а также оптимизация как временных, так и финансовых затрат на транспортировку товаров от производителя к конечному потребителю [3, с. 10].

В условиях мирового экономического кризиса успешное решение вопросов и дальнейшая оптимизация процессов, связанных с международной логистикой, для компаний – участников международного бизнеса носит стратегический характер, так как это прямой путь для достижения конкурентных преимуществ, часто значительных, в борьбе за мировые рынки [5, с. 113].

Процесс глобализации мирового хозяйства выводит международную логистику на принципиально новый уровень с переходом в своеобразную категорию ответа на вызовы со стороны объективной реальности. В области экономических наук логистика представляет собой междисциплинарный краеугольный камень на стыке знаний из совершенно разных сфер: информационных систем, маркетинга, инноватики, менеджмента и целого ряда других. Суть международной логистики – создание эффективного универсального набора

© Гусев Р. О., 2022

инструментов, основанный на рациональном использовании ресурсов, для решения возникающих проблем в процессе продвижения товаров и услуг из сферы производства в сферу потребления. Даже самая простая операция в международной торговле содержит риски, трудности и угрозы, и именно эффективная логистика позволяет их минимизировать [1, с. 220].

Переходя к проблемам, существующим в современной международной логистике, первоначально необходимо отметить, такие как:

– работа с гораздо большими объёмами заказов, чем при поставках на внутренние рынки (это позволяет снизить логистические издержки, например – скидки с транспортных тарифов за величину партии);

– многообразие международных рынков, обусловливающее вариативность транспортировки товаров и необходимость контактировать с большим количеством посредников;

– масштабность деятельности, сопряженной с определёнными сложностями для предприятий, не имеющих большого опыта работы на международных рынках;

– появление множества новых посредников при транспортировке товаров, таких как фрахтовые агенты, таможенные брокерские компании, провайдеры логистики различных уровней;

– невозможность прямых коммуникаций предприятия с потребителями его продукции из-за разделяющих их больших расстояний и наличия множества задействованных посредников;

– торговые условия, базисы поставки, условия платежей – всё это непривычно для предприятия, впервые занявшегося международной торговлей;

– международная транспортная документация и документальные процедуры гораздо сложнее и многообразнее внутренних аналогов;

– при организации информационного обмена между участниками логистической системы поставок зачастую приходится преодолевать границы многих стран и, соответственно, задействовать разные информационные системы [2, с. 24].

В 2020-2021 годах, а также в настоящее время, планета столкнулась и сталкивается с новой бедой, как для логистики, так и для всех остальных сфер жизнедеятельности обычных людей и бизнеса – появление нового типа коронавируса. Вследствие этого, появилось сокращение людей, транспорта, нормальных экономических отношений между всеми странами.

Во всем мире произошло значительное сокращение производственных мощностей в связи с закрытием границ между странами и введением режима самоизоляции. Пандемия коронавируса нарушила привычные связи между производителями и потребителями и внесла серьезные изменения в бизнес логистических компаний.

Общие последствия влияния данной проблемы на международную логистику можно выделить в краткую схему, представленную на рис. 1.

Рис. 1. Краткие последствия влияния коронавируса на международную логистику

В нынешнее время, помимо коронавируса, нельзя не отметить такую проблему для международной логистики, как последствия проведения спецоперации России на Украине. Данная проблема – тема для совершенно другого рода исследования, но темы данной статьи касается напрямую. Начиная с конца февраля 2022 года, каждый день, из «каждого утюга», во всех источниках распространения информации, говорится о том, что из России ушла, приостановила деятельность или инвестиции, просто закрылась или передала своё имущество и управление, очередная международная компания, организация, бизнес или даже целый сектор экономики.

До начала действий на Украине логистические цепочки в России пребывали в достаточно сложном состоянии: сверхвысокие ставки фрахта, пробки на железных дорогах, заторы на автомобильных пунктах пропуска наблюдались весь 2021 год и начало 2022 года. Но, с конца февраля ситуация резко усугубилась.

Наглядно, просмотреть нынешнюю проблему доставки товаров с конечной точкой г. Москва, из разных стран мира, можно с помощью рисунка. Данные актуальны на 22 марта 2022 года и представлены на рис. 2.

Рис. 2. Инфографика доставки грузов с конечной точкой Москва разными видами транспорта из разных стран мира [4]

По поводу перспектив, однозначно в данном вопросе сказать ничего нельзя – ввиду того, что ситуация меняется абсолютно каждый день. Не так давно стало известно, что в Китае снова обнаружилась новая вспышка коронавируса, из-за которой властям Китая пришлось закрыть целый город. Также, каждую неделю против России разными странами выносятся и применяются новые меры санкционного характера, колоссально ограничивающие международные перевозки и затрудняющие процессы международной логистики.

Но, прогнозы некоторых экспертов и экономистов достаточно оптимистичные, пусть и не всех:

– восстановление мировой экономики и рынка транспортно-логистических услуг;
– стремительный рост e-commerce, экспресс-доставки;
– рост внутреннего потребительского спроса.

По моему мнению, также, и уже наблюдается такое явление, как рост количества посреднических компаний по доставке товаров, в частности, в Россию, которые могут и осуществляют транспортировку различными видами транспорта «санкционных» товаров, то есть, запрещенных на данный момент к провозу официальными источниками доставки.

Компаниям, бизнесу, занятом в международной логистике, необходимо постоянно отслеживать санкционные списки, официальные источники информации разных стран мира, и уже тогда подстраивать и менять свою деятельность под новый уклад логистики.

Библиографический список

1. Аникин Б. А., Омельченко И. Н. Логистика: учебник. М.: Инфра-М, 2015. 320 с.
2. Зорина Т. Г., Слонимская М. А. Международная логистика. Минск: БГЭУ, 2012. 244 с.
3. Ивуть Р. Б., Баханович Т. Р., Косовская Т. Р. Международная логистика: учебно-методическое пособие для студентов специальностей 1-27 01 01 «Экономика и организация производства» и 1-27 02 01 «Транспортная логистика». Минск : БНТУ, 2017. 93 с.

5) Скорлыгина Н. Товары сбились с пути – Газета Коммерсантъ № 48 (7249) от 22.03.2022. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/5270164

6) Фогилев В. А. Современные тенденции развития международной логистики в условиях глобализации // В сборнике «Современное состояние и тенденции развития международного торгового потенциала России». Саратов, 2017. С. 113-118. Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=32408888

R. Gusev

MODERN INTERNATIONAL LOGISTICS: PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Abstract

Modern international logistics processes are directly related to the management of interstate supply chains. The article will consider the main problems and prospects of international logistics. The key barriers of global logistics are highlighted: lack of information, international differences in sales channels, difficulties in bringing systems to a single standard, customs duties and tariffs, environmental issues, government interference in the regulation of fair trade. The development of an optimal approach to improving the global logistics system aims to increase its efficiency through clear regulation that takes into account the interests of all interested participants in foreign economic activity.

Keywords: international logistics, costs, efficiency, optimization, ways, transport.

УДК 330.342.143

Д. А. Коновалов

ОСНОВНЫЕ ПОЛИТИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ВОСПРОИЗВОДСТВА КАПИТАЛИЗМА В АФРИКАНСКИХ СТРАНАХ НАЧАЛА XXI В.

Аннотация

В статье рассматриваются основные особенности политико-экономического принципа формирования и воспроизводства капитализма в современных африканских странах. Данные принципы касаются большого спектра вопросов системы производства и распределения благ. Эта система формирует противоречивые характеристики современного африканского капитализма в неолиберальной парадигме. Более того, на современный африканский капитализм влияют не отжившие исторические формы феодальных и родоплеменных отношений. Становится очевидным, что современный африканский капитализм как макросоциальная модель экономической и политической системы оказывает решающее действие на диспозиции индивидов как способ их адаптации к окружающим политико-экономическим и социально-культурным процессам. Несмотря на устойчивые характеристики капиталистической системы в экономической теории и практике установления капитализма для западных стран, в современных африканских государствах существует собственная оригинальная специфика капиталистических отношений, которая, в свою очередь, может отличаться в африканских неполных демократиях и авторитарных режимах. В статье с помощью методологических принципов, сформированных неоинституциональной теорией, теорией рационального выбора, теорией общественного выбора, математической теорией игр, поведенческой экономикой, новой политической

© Коновалов Д. А., 2022

экономией, аналитическим марксизмом, раскрываются основные особенности современной африканской экономики в контексте становящейся модели капиталистической системы производства и распределения материальных и нематериальных благ.

Ключевые слова: капитализм, собственность, рента, международный капитал, производительность труда, экономический рост, неравенство.

Формирование капиталистических отношений в Африке началось с 1960-х гг., когда данные страны освободились от колониальной зависимости. Модернизация по западному образцу на рубеже 1960-70х гг. открыла путь к развитию капитализма в Африке. Модернизация приобретала не только неолиберальный характер, но и социалистический. Страны, которые выбрали капиталистический путь развития, уже к середине 1970-х гг. пришли к экономическому кризису. Они могли развиваться только через прямые иностранные инвестиции от бывших метрополий, которые прекратились после мирового кризиса 1973 г [4]. Неолиберальная экономическая политика, которая появилась с начала 1980-х гг., не предполагала какую-либо финансовую помощь Африке. Отсутствие прямых иностранных инвестиций вплоть до середины 1990-х гг. усугубляло положение тех африканских стран, у которых не было достаточной ресурсной базы для собственного развития.

В начале 1990-х гг. африканские страны отошли от социализма, стали идти по пути капитализма, но прямые иностранные инвестиции были слабые. Поскольку ведущие капиталистические страны занялись поиском новых рынков сбыта, то они начали рассматривать Африку как перспективный для себя континент. Переход от социализма к капитализму в Африке не стал быстрым и/или с минимальной степенью потерь. На рубеже 1990-х и 2000-х гг. наблюдается существование многих сохранившихся черт плановой экономики, которые затрагивают систему экономического планирования, но где также существуют неофеодальные модели развития африканской экономики [7]. Тем не менее, капиталистический способ производства доминирует. Он характеризуется повышенной степенью эксплуатации наемных рабочих, низкой заработной платой, плохими условиями труда, формированием частной собственности на средства производства. Над многими африканскими странами господствует международный капитал, который диктует им, как нужно создавать и воспроизводить капиталистические отношения в качестве специфической области разделения зон влияния, где все экономические агенты будут получать прибыль и выгоду [8]. Тем не менее, в Африке нельзя создать модель капитализма свободной конкуренции, поскольку в современной международной экономической и политической обстановке господствует монополистический капитал.

Существует закономерность между прямыми иностранными инвестициями и экономическим ростом практически во всех африканских странах [10]. Это значит, что улучшение капиталистического способа производства возможно с помощью данных инвестиций. Многие исследователи говорят о том, что современный капитал является монополистическим, следовательно, диктат монополистического капитала приводит к новой форме эксплуатации стран центра над странами полупериферии или периферии в глобальной мир-системе. Это происходит, преимущественно, за счёт транснациональных корпораций, которые сращиваются не только с финансовым, банковским, но и с промышленным капиталом. Происходит аффилиация монополистического капитала с государственным управлением. Крупный бизнес пытается подмять под себя экономику; через государственное управление в современной Африке происходит легитимация капитализма [1]. Он рассматривается политическими элитами в качестве единственной экономической системы, благодаря которой возможно процветание общества не только при опоре на собственные силы, но при помощи внешнего окружения. Это вписывается в логику неоколониальной политики эксплуатации африканских стран, потому что многие африканские страны сильно зависят от помощи США и ЕС, МПО и МНПО. Безусловно, капитал входит во многие африканские страны через международные институты, но именно с помощью этого

международного влияния происходит вывоз капиталов, в результате чего страны практически не получают чистую прибыль. Международный капитал «дорого берёт» за свою помощь. С этим приходится соглашаться и выстраивать особую модель общественной легитимации капитализма на африканском континенте.

Легитимация современного капитализма в Африке имеет и социально-культурные основания [9]. Например, это ориентация на развитие гражданской культуры, ориентация на технологическую модернизацию. В результате появляются исследования, где Африка предстает как континент, за которым видится будущее в глобализирующемся мире. Оптимистично настроенные учёные говорят о том, что XXI век будет веком Африки, если она будет ориентироваться на рыночную экономику, дружбу с западными странами и принимать от них помощь, даже если она будет связана с определенными рисками [11]. Получается, чем больше будет прямых иностранных инвестиций, тем быстрее будут темпы модернизации. Это понимают политические элиты африканских стран, поэтому они в своих документах и заявлениях полностью поддерживают рыночную экономику. Политическая элита в современных африканских странах вынуждена рассматривать модернизацию диалектически: одновременно как способ страхования от рисков и революций и как способ приобретения частных благ. Со стороны общества можно выделить несколько направлений легитимации капитализма в Африке: легитимация через апатию, когда обществу всё равно, кто и как ими будет управлять; легитимация как относительное доверие правительству и поддержка политического курса; легитимация как согласие с инструментами, с помощью которых государство пытается оформлять капитализм.

Несмотря на различные мнения насчёт эффективности капитализма в самих африканских странах, основная проблема его формирования и развития – это скрытый конфликт между внутренними и внешними условиями, собственно, этот капитализм порождающие. Капиталистический способ производства в данном случае носит как внутренний, так и внешний характер, связанный с тем, что африканские страны пытаются создать прибавочный продукт, который забирается правящей элитой, но этот прибавочный продукт нужно через определенные механизмы отдать международному капиталу, поэтому почти ко всему, что происходит в современных африканских странах, можно присовокупить эпитет «двойной»: двойная эксплуатация, двойное распределение прибавочного продукта и т.д. Собственно, данная социально-экономическая тенденция видна на протяжении последних 25-30 лет, когда через привлечение прямого иностранного капитала африканские страны ориентируются на собственное производство и распределение благ, но транснациональные корпорации и международные неправительственные организации, а также крупные ведущие капиталистические государства, непосредственно или опосредованно, эксплуатируют Африку [3]. На протяжении этих лет происходит экономическое принуждение Африки, её вхождение в контекст капиталистического развития, где континент рассматривается как территория, на которой будет происходить первоначальное накопление монополистического капитала. По сути своей, это прибавочная стоимость за счёт неоплаченного труда наемных рабочих и изъятие определенной нормы прибыли у государств. Надо сказать, что заработная плата за труд в африканских странах в среднем очень маленькая, и поэтому рабочие вынуждены продавать свою рабочую силу, а капиталисты гонятся за прибылью, находятся в прямой или опосредованной конкуренции друг с другом. Накопление капитала они также осуществляют в процессе расширенного капиталистического воспроизводства, поскольку капиталистические страны заинтересованы в том, чтобы Африка представляла собой рынок сбыта. Конечно, они заинтересованы также и в том, чтобы африканские страны шли сразу не по пути становления рынка свободного капитала, а именно по пути монополистического капитала с последующим усилением эксплуатации рабочих.

Основные принципы формирования капитализма таковы, что многие африканские страны заинтересованы в рыночных реформах, но они не заинтересованы в демократии [6]. Они заинтересованы в собственном обогащении, но иного варианта ускорения, как через

привлечение иностранных инвестиций, они найти не могут, чтобы сформировать собственное производство. Следовательно, международный капитал помогает политическим элитам африканских стран в обмен на их лояльность, несмотря на то, что многие африканские рабочие просто борются за собственное выживание, и готовы работать за 1-2 доллара в день.

Именно так на данный момент оформляется экономическая система капитала, сращивание её с остатками феодализма, с монополией на ренту, через всё большее влияние международного капитала на экономику африканских стран. Безусловно, в африканских странах начинает формироваться частная собственность, но особенности приватизации в Африке здесь довольно примечательные, потому что они проходят через различные конфликты [5]. Например, во многих странах приватизация земли происходила через этнические конфликты, гражданские войны, локальные войны и конфликты с участием нескольких стран. Тем не менее, приватизация была одним из первых шагов по формированию рыночной экономики, с помощью которой были сформированы основные направления дальнейшего укрепления капитализма в Африке: построение инвестиционного климата для привлечения финансов; привлечение прямых иностранных инвестиций; борьба с экологическими рисками; включенность в общемировой политико-экономический контекст. Данные экономические цели и задачи имеют внутренние противоречия, обусловленные достижением частных интересов, но которые соединяются с общественным выбором капитализма, благосостоянием и экономическим ростом, увеличением заработных плат, условий труда и т.д. Несмотря на все заявления о том, что Африка является самостоятельным регионом, и что она может действительно развиваться в XXI веке, на самом деле довольно слабые, поскольку мы наблюдаем небольшой экономический рост, и количество в качество не переходит. Несмотря на то, что некоторые страны показывают довольно высокие темпы экономического роста, всё равно он не приводит к увеличению благосостояния граждан. Тем более, неолиберализм как политико-экономическая теория обнаруживает свою несостоятельность в африканской экономике, поскольку ориентируется на то, чтобы Африка давала прибыль, не считаясь с рисками [10]. Следовательно, обращение капитала носит характер частного блага, которое приобретают корпорации, крупные предприниматели и конкретные политики. Многие африканские государства превратились в государства рантье, и они не заинтересованы в экономическом росте. Особенно об этом свидетельствуют авторитарные африканские государства, потому что диктаторам не выгоден экономический рост и развитие, поскольку это подрывает их политическую власть.

Капитализм и его развитие в Африке не является равномерным или приводящим к быстрым и положительным эффектам. Об этом свидетельствуют невысокие темпы индустриализации, установление монопольной ренты на землю, невысокая степень обращения капитала, международное давление с целью фиксации нормы прибыли, патерналистская политика африканских государств по вопросам распределения благ, высокий уровень коррупции, исключение различных социальных групп из потребления общественных благ, лишение производительного труда экономических и моральных стимулов, преобладание низкоквалифицированного труда, высокий уровень безработицы, теневая экономика, внеэкономическое принуждение, ресурсное проклятие в некоторых крупных африканских экономиках.

Всё это приводит к постановке следующего основного вопроса: способен ли капитализм в современных африканских странах создавать экономический рост, сокращение неравенства и формировать благосостояние большого количества африканского населения? Этот вопрос является одной из главных макроэкономических проблем в настоящее время. Недостатки, которыми обладает система капитализма в целом, переносятся на африканскую территорию, и здесь общий кризис капитализма сопровождается тем, что люди просто не могут увеличить свои доходы. Растёт экономическое неравенство, о чем свидетельствуют показатели индекса Джини [2]. Более того, поскольку африканский капитализм носит государственный монополистический характер, исключающий конкуренцию с малым и

средним бизнесом, поэтому в экономическом росте, безусловно, идёт ставка на крупный бизнес, который тесно связан с государством (государственно-монополистический капитализм).

Проблема экономического роста, неравенства, благосостояния в африканских странах является политико-экономической, и даже макрополитической проблемой. Противоречие между производством и распределением общественных благ создает социальные, экономические, политические конфликты, которые напрямую влияют на ситуацию в социально-экономическом плане для современных африканских стран, которые идут по пути капитализма, создавая всё новые угрозы для воспроизводства и развития данной экономической системы.

Библиографический список

1. Забелла А. А. Столкновение великих держав в Африке: взгляд из Китая // Полис. Политические исследования. 2022. № 1. С. 176-183. DOI:10.17976/jpps/2022.01.14
2. Коэффициент Джини по странам. Режим доступа: https://theworldonly.org/koeffitsient-dzhini-po-stranam/ (дата обращения: 05.04.2022).
3. Barron M., Satyanath S., Miguel E. Economic Shocks and Democratization in Africa // Political Science Research and Methods. 2013. Vol. 2. № 1. Pp. 33-47. DOI:10.1017/psrm.2013.27
4. Bates R., Ndulu B. J. Framework Paper on the Political Economy of African Growth. URL: https://www.researchgate.net/publication/297501765_The_political_economy_of_economic_growth_in_Africa_1960-2000 (дата обращения: 29.03.2022).
5. Bereda T. R. The significance of neoliberalism in the political economy of Sub-Saharan Africa: the case of Ethiopia. URL: http://etd.aau.edu.et/bitstream/handle/123456789/4717/Tewodros%20Reta.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата обращения: 04.04.2022).
6. Biygautane M., Lahouel M. The political economy of privatization in the Maghreb region: How domestic and external factors have shaped the privatization process and outcomes // Europe and the Mediterranean Economy. 2012. Pp. 135-149. DOI:10.4324/9780203119891-19
7. Bratton M., van de Walle N. Neopatrimonial Regimes and Political Transitions in Africa // World Politics. 1994. Vol. 46. № 4. Pp. 453-489.
8. De Soysa I., Fjelde H. Is the Hidden Hand an Iron Fist? Capitalism and Civil Peace, 1970-2005 // Journal of Peace Research. 2010. Vol. 47. № 3. Pp. 287-298. DOI:10.1177/0022343310362167
9. Hart O., Shleifer A., Vishny R.W. The Proper Scope of Government: Theory and an Application to Prisons. URL: https://www.researchgate.net/publication/24091594_The_Proper_Scope_of_Government_Theory_and_Application_to_Prisons (дата обращения: 02.04.2022).
10. Lavers T., Hickey S. Investigating the political economy of social protection expansion in Africa: At the intersection of transnational ideas and domestic politics // ESID Working Paper. 2015. Vol. 47. Pp. 1-34. DOI:10.2139/ssrn.2598114
11. Rich T., Recker S. Understanding Sino-African Relations: Neocolonialism or a New Era? // Journal of international and area studies. 2013. Vol. 20. № 1. Pp.61-76.

D. Konovalov

BASIC POLITICAL AND ECONOMIC PRINCIPLES IN FORMATION AND REPRODUCTION OF CAPITALISM IN AFRICAN COUNTRIES OF THE BEGINNING OF XXI CENTURY

Abstract

The article discusses the main features of the political and economic principle of the formation and reproduction of capitalism in modern African countries. These principles deal with a wide range of issues of the production system and the distribution of benefits. This system forms the conflicting characteristics of modern African capitalism in the neoliberal paradigm. Moreover, modern African capitalism is influenced by non-obsolete historical forms of feudal and tribal

relations. It becomes clear that modern African capitalism as a macro-social model of the economic and political system has a decisive effect on the disposition of individuals as a way of adapting them to the surrounding political, economic and socio-cultural processes. Despite the stable characteristics of the capitalist system in the economic theory and practice of establishing capitalism for Western countries, modern African states have their own original specifics of capitalist relations, which, in turn, may differ in African incomplete democracies and authoritarian regimes. The article, using methodological principles formed by neo-institutional theory, rational choice theory, public choice theory, mathematical game theory, behavioral economics, new political economy, analytical Marxism, reveals the basic principles of identifying the main features of modern African economy in the context of the emerging model of the capitalist system of production and distribution of material and intangible goods.

Keywords: capitalism, property, rent, international capital, labor productivity, economic growth, inequality.

УДК 339.3

Н. Ю. Никитина, А. В. Гугнина

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИМИ ИЗДЕЛИЯМИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

Аннотация

Индустрия изготовления и реализации парфюмерно-косметических изделий является неотъемлемой и важной составляющей сферы торговли любой страны мира. Согласно данным исследовательского агентства Euromonitor International оборот российского рынка занимает 2,3 % от общемирового, он входит в число пяти крупнейших по объему рынков в Европе. Состояние экономики и геополитическая обстановка в стране оказывают непосредственное воздействие на состояние данной отрасли торговли, что не стало исключением и в ситуации кризиса 2022 года. Введение экономических санкций и уход с российского рынка ряда крупных зарубежных производителей стало паттерном для волнений, как со стороны покупателей, так и со стороны представителей ритейла. Целью настоящей научной статьи является исследование текущего состояния рынка парфюмерно-декоративных средств, а также выявление возможностей и перспектив его развития на фоне негативного влияния на экономическую систему РФ. В динамике отражены данные по предложению парфюмерно-косметических товаров в России в период с 2018 по 2021 годы, также изучены общие данные по состоянию экономики России в этот промежуток времени. В заключении сделаны обобщающие выводы.

Ключевые слова: анализ рынка, маркетинговое исследование, рынок парфюмерно-косметических товаров, перспективы развития.

Российский рынок косметических средств, в современном представлении, начал свое формирование в 1993 году, после значительных изменений в механизме государственного устройства. Реструктуризация экономической системы, распад установленных хозяйственных связей привели к образованию абсолютно новой модели функционирования рынка. В условиях централизованной экономики предполагался сравнительно небольшой ассортимент товаров, производящихся на территории союзных государств (за исключением дефицитных импортных товаров, которые ввозились и продавались в небольшом объеме, как правило, нелегально и по искусственно завышенной цене). Поставки такой продукции регулировались объемами производства и установленными планами по реализации. После реформы 90-х годов концепция изменилась, на рынок «хлынул» поток товаров от зарубежных производителей, появился ряд торговых конгломератов с собственными марками и брендами, выстраивающих товарооборот в соответствии с покупательской способностью населения, а также под воздействием спроса на определенные позиции. Так в 1991 на рынок Восточной Европы (в том числе и России) выходит американская корпорация Procter&Gamble, в 1993

© Никитина Н. Ю., Гугнина А. В., 2022

открывается филиал французской компании L'Oreal, в период с 1993 по 1998 год другие иностранные производители также активно начинают осваивать российский рынок парфюмерно-косметических средств. Однако, в период кризиса 1998 года из-за резкого роста цен вследствие девальвации рубля продажи лидеров мирового бизнеса в России существенно снижаются, ряд компаний вводят ограничения по поставкам, в результате чего происходит практически полное импортозамещение косметических средств средней ценовой категории и объем производства российской косметики в период с 1998 по 2002 год возрастает более чем в 2 раза, преодолевая число в 800000 штук в год.

В дальнейшем динамика рынка продолжала увеличиваться, объем продаж к 2017 году составил 3,51 млрд. шт. Это произошло благодаря активному внедрению косметических новинок, появлению новых направлений в бьюти-индустрии, широким рекламным компаниям с привлечением популярных представителей сферы моды, кинематографа и т.д. По данным мониторингового агентства Euromonitor International к 2018 году Россия занимала около 2 % от мирового оборота парфюмерно-косметических средств и входила в число пяти крупнейших по объему рынков косметики в Европе. Согласно прогнозам аналитиков BusinesStat в 2019-2023 годах индустрия также должна была показать интенсивный прирост от 0,8 % до 2,3 % в год. Но 2020 год стал сложным как для потребителей, так и для бизнеса. Период временной самоизоляции ограничил производителей и ритейлеров, многие были вынуждены приостановить работу на 1-2 месяца. Вызванный подобными ограничениями экономический спад существенно повлиял на работу рынка парфюмерно-косметических товаров, покупательская способность резко снизилась, большинство людей посещали ближайшие магазины, осуществляя покупку только самых необходимых товаров. Согласно маркетинговому исследованию RBK.ru в условиях кризиса в стране продажи большинства видов косметики упали за год на 10,0-26,4 %, объем рынка в натуральном выражении уменьшился на 6 %. Если продажи декоративных изделий – тональных кремов, средств для макияжа глаз и губ уменьшились, то спрос на уходовую косметику – крема, маски и лосьоны для тела, антисептические средства ощутимо возрос. Это объясняется желанием потребителя бережнее относиться к состоянию кожи, волос, чистоте рук и окружающих поверхностей, а также возможностью уделить дополнительное время на уход за собой.

Кроме того, стоит отметить, что в 2020 году в значительной степени увеличились продажи косметики через интернет-платформы и маркетплейсы. По данным аналитической компании Data Insight в российских интернет-магазинах было сделано более 83 млн. заказов, что на 158 % больше, чем за предыдущий год.

Негативное влияние пандемии на рынок парфюмерно-косметических изделий сказалось и в 2021 году – восстановление уровня продаж происходило медленными темпами из-за ряда регуляторных ограничений (в том числе запрет на тестеры, отказ от демонстрации косметики на коже) и нестабильного трафика в торговых центрах и магазинах, реализующих продукцию.

Таким образом, к 2022 году рынок косметических средств показывал отрицательную динамику, главным источником которой стали планомерное сокращение доходов населения и невысокий уровень платежеспособности.

Фактором для глобальных изменений в 2022 годом послужила обострившиеся политическая и экономическая ситуации в мире. За крайне короткий срок произошло множество важных событий, повлиявших, в том числе и на работу рынка парфюмерно-косметических средств, среди них:

1. Введение экономических санкций со стороны ряда европейских государств, а также стран Северной Америки, повлекших за собой приостановление работы, либо ограничение деятельности крупных концернов. Так, например, по информации новостного агентства Lenta.ru на конец марта 2022 года полностью приостановили свою коммерческую деятельность в России: компания Estee Lauder (владеет косметическими брендами MAC,

Jo Malone, Clinique и т.д.), об уходе с рынка и закрытии магазинов заявила Sephora (крупный ритейлер и дистрибьютор таких брендов как Benefit, Fenty Beauty, Huda beauty, Too Faced и т.д). Торговые конгломераты Procter&Gamble (марки Pampers, Ariel, Head&Shoulders) и Unilever (Dove, Rexona, Чистая линия) объявили о частичном сокращении ассортимента товаров, приостановлении импорта и экспорта, а также о прекращении расходов на рекламу и маркетинг. Такое решение составляет определенные сложности для отрасли торговли косметическими изделиями в России, так как на долю этих компаний приходится около 30 % рынка в денежном выражении. Отсутствие ряда товаров, представленных данными брендами, повлияет на неудовлетворенность покупательского спроса, что, как следствие, приведет к удорожанию средств – согласно данным издания «Коммерсантъ» цены на импортную косметику за март выросли минимум на 30 %.

2. Нарушение логистических цепочек и последовавшие за ним перебои с поставками стали глобальной проблемой рынка косметических средств и фактором для активного роста цен. Около 70 % поставщиков уже перестали отгружать косметику и расходные материалы. Во многом это происходит из-за скачкообразного роста курсов валют с соответствующим удорожанием сырья и упаковки, а также из-за задержки транспорта, доставляющего товар, на таможнях. Всё это также может вызвать нехватку продукции на полках магазинов, так как сейчас её наличие обеспечивают только те дистрибьюторы, у которых ещё остались запасы на складах.

3. Снижение покупательской способности вследствие стремительного повышения цен стало логическим следствием к подобным изменениям на рынке. Большую роль сыграло и кратное снижение уровня доходов россиян – кто-то потерял работу из-за проблем в отрасли деятельности, кто-то вынужден был поменять место жительства, а большинство просто не может позволить себе по новым ценам то количество товаров, которое приобреталось ранее. В связи с этим, а также основываясь на том факте, что декоративные и большая часть средств по уходу не являются товарами первой необходимости, можно сделать вывод, что спрос на них и покупательская активность на рынке парфюмерно-косметической продукции будут неуклонно снижаться.

На основании всех вышеуказанных факторов, и вместе с тем опираясь на исследования и аналитические прогнозы от экспертов можно определить основные тенденции и перспективы развития рынка косметических средств:

1. Переориентация на внутренний рынок.

По мнению авторов издания RB.ru в условиях кризиса, как и после санкций 2014 года, начнет набирать обороты импортозамещение, что поспособствует успешному развитию локальных производителей косметического сырья и косметических брендов, например, Laboratorium (кремы для лица и тела, соль для ванн, шампуни, скрабы, ароматические свечи), Natura Siberika (продукты для волос и тела, антибактериальные средства, уход за полостью рта), OK Beauty и Art Visage (декоративная косметика), Brocard (парфюмерия) и т.д. Поддержка от правительства и ответственных ведомств позволит начинающим предпринимателям не только увеличить объемы производства, но и провести эффективную рекламную кампанию, привлечь внимание потребителя к тому или иному бренду.

2. Изменение рецептуры косметики, углубленное сотрудничество с азиатским рынком.

В данный момент абсолютное большинство компаний столкнулось с нехваткой сырья, ведь, даже если непосредственное производство находиться в России, часть компонентов и материалов ввозится из-за рубежа. Это подтверждают и основатели крупных отечественных брендов Наталья Ракоч (RBG) и Иван Калинин (Art&Fact). Они комментируют ситуацию так: «На 80 % сырье для декоративной косметики в России импортное, в основном европейское. Замена ингредиентов в формуле довольно хлопотное дело, требует тестирования на стабильность формулы и занимает время. Но мы постоянно сталкивались со снятием различных ингредиентов с производства из-за COVID-19, поэтому имеем опыт быстрой замены ингредиентов без потери качества и колебаний в цене. Многие импортные

косметические материалы, те, что были из Евросоюза, США и Канады, будут замещаться китайским сырьем, российским предпринимателям придется внимательно изучить альтернативные предложения азиатских коллег». Таким образом, возможность результативного замещения части рынка сырьем и продукцией из дружественных стран представляется вполне возможной.

3. Ввоз товаров от «санкционных» брендов через территории союзных государств.

Санкционные нововведения 2022 года не являются уникальным событием в истории современной России. Подобные экономические ограничения вводились за последние десятилетия неоднократно, и потому российская экономика, по мнению многих экспертов, смогла эффективно адаптироваться к ним и наладить часть поставок товаров, находящихся под определенной рекрицией через территории стран, состоящих в партнерских отношениях с РФ. В число таких входят Казахстан, Узбекистан, Армения, Турция и т.д. Очевидно, что стоимость таких товаров будет кратно выше, однако такая политика позволит сохранить привычные для покупателей продукты и удовлетворить их спрос на лимитированные, уникальные средства, производство которых невозможно в России по ряду каких-либо причин.

Исходя из изложенных фактов и рассуждений, можно отметить, что российский рынок парфюмерно-косметических товаров, несмотря на беспрецедентные ограничения и негативные воздействия со стороны, имеет все шансы не только стабилизировать ситуацию, но и укрепиться за счет устойчивого развития внутренней отрасли и установления взаимовыгодных торговых отношений с зарубежными партнерами, готовыми на сотрудничество.

Библиографический список

1. Анализ рынка косметических средств в России в 2016-2020 гг., оценка влияния коронавируса и прогноз на 2021-2025 гг. // Busines Stat. Режим доступа: https://businesstat.ru/images/demo/beauty_products_russia_demo_businesstat.pdf (дата обращения 26.03.2022)

2. Анализ рынка парфюмерии в России: итоги I пол. 2021 года // Discovery research group. Режим доступа: https://drgroup.ru/components/com_jshopping/files/demo_products/Demo._Analiz_rynka_parfyumerii_v_Rossii.pdf (дата обращения 26.03.2022).

3. Николаева М. А., Ний А. А. Анализ состояния и тенденций парфюмерно-косметического рынка в России // Экономические исследования. 2017. С. 5.

4. Procter & Gamble почистила рынок. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/5249849 (дата обращения 01.04.2022).

5. Что будет с индустрией красоты в России в 2022 году // Bizznes. Режим доступа: https://bizznes.ru/chto-budet-s-industriej-krasoty-v-rossii-v-2022-godu/ (дата обращения 05.04.2022).

6. В России выросли цены на косметику // Lenta.ru. Режим доступа: https://lenta.ru/news/2022/03/03/pricesup/ (дата обращения 05.04.2022).

7. Эксперты оценили уход косметических компаний с российского рынка // Lenta.ru. Режим доступа: https://lenta.ru/news/2022/03/08/cosm/ (дата обращения 05.04.2022)

8. Нуреев Р. М., Арефьев П. В., Альпидовская М. Л. Экономические санкции против России. Ожидание и реальность. // Кнорус. 2021. С. 194.

N. Nikitina, A. Gugnina

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE SPHERE OF TRADE IN PERFUMES AND COSMETICS UNDER THE CONDITIONS OF SANCTIONS PRESSURE

Abstract

The industry of manufacturing and selling perfumes and cosmetics is an integral and important component of the sphere of trade of any country in the world. According to the

research agency Euromonitor International, the turnover of the Russian market occupies 2.3 % of the global one, it is one of the five largest markets in Europe in terms of volume. The state of the economy and the geopolitical situation in the country have a direct impact on the state of this trade sector, which was no exception in the situation of the 2022 crisis.

Keywords: market analysis, marketing research, perfumery and cosmetics market, development prospects.

УДК 334.7

Н. Ю. Никитина, П. В. Попова

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНОВИРУСА НА МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС

Аннотация

В статье проводится анализ влияния эпидемии короновируса на деятельность малого и среднего бизнеса на территории Российской Федерации. Автором проводится анализ статистических показателей, данных опроса аналитического центра, а также выявляются проблемы, с которыми столкнулся малый и средний бизнес в период эпидемиологической обстановки в стране и рассматриваются принятые меры со стороны органов государственной власти.

Ключевые слова: пандемия короновируса, малый и средний бизнес, государство, антиковидные ограничения.

В последние годы мировая экономика столкнулась с серьезной проблемой – пандемией короновируса, которая оказала негативное воздействие в том числе и на российскую экономику. Основной экономический удар пришелся, в свою очередь, на субъектов малого и среднего предпринимательства, что проявилось в снижении уровня их деловой активности, поскольку именно эта категория хозяйствующих субъектов больше всего подвержена воздействию со стороны внешней среды.

В современное время малое и среднее предпринимательство играет основополагающую роль в экономическом развитии российского государства, ведь эти формы хозяйствования помогают расширить сферу предложения труда, стимулируют развитие предпринимательской деятельности российских граждан, минимизируют социальную напряженность в стране и при всем этом обеспечивают ресурсосберегающий рост экономики, а также важным моментом является то, что субъекты хозяйствования активизируют внедрение инноваций.

Так, пик пандемии короновируса пришелся в основном на 2020 год. Необходимо отметить, что введенные антиковидные ограничения в этот период оказали неблагоприятное воздействие по большей мере на малый бизнес. Невзирая на оказываемую российскими органами власти обширную финансовую помощь, включая выделение субсидий на открытие бизнеса в качестве ИП или самозанятости, пострадавшими оказались в этот период именно субъекты индивидуального предпринимательства. Так, только за последние два года число регистрируемых в качестве ИП лиц оказалось меньше, нежели количество регистрируемых, а именно 660 690 ликвидируемых предприятий против 580 474 регистрируемых (рис. 1) [5].

Так, вследствие эпидемиологической обстановки в стране и по причине антиковидных ограничений число зарегистрированных ИП за 2020-2021 годы уменьшилось более чем на 10 %. Применительно числа действующих юридических лиц, стоит отметить, что их число также уменьшается, но однако тенденция к снижению наблюдается уже 6 лет, вследствие чего их сокращение было вызвано не только антиковидными ограничениями за последние два года, но и иными факторами, например, введенными санкциями западноевропейскими странами (рис. 2).

© Никитина Н. Ю., Попова П. В., 2022

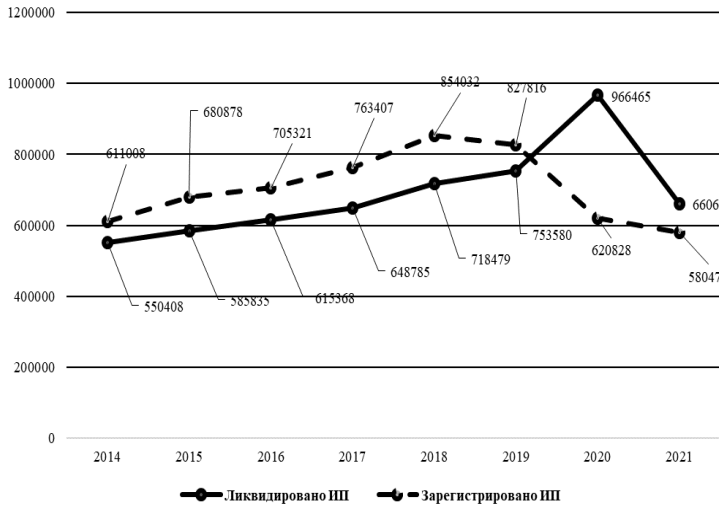


Рис. 1. Динамика количества регистрируемых и ликвидируемых ИП за 2014-2021 гг., ед. [4]

В целом, по мнению аналитиков, за 2020 год, когда пандемия короновируса находилась в самом разгаре, пострадало до 87 % малых и средних предприятий, от общего их числа 6,05 млн. при всем этом пятая часть из них потеряла около 80 % выручки, что составило более 1 трлн. рублей. Согласно статистическим данным Федеральной налоговой службы России, число субъектов малого и среднего бизнеса во всех сферах потребления снизилось за пандемийный период на 15 %. К таким отраслям относятся сферы общественного питания, сферы детских товаров, электрических товаров [5].

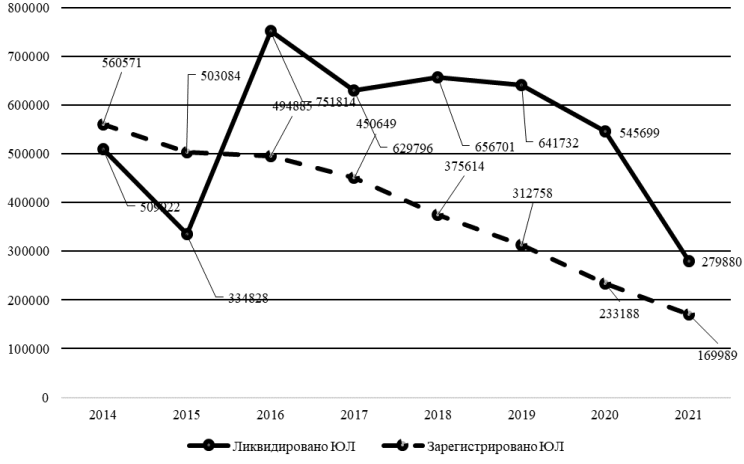


Рис. 2. Динамика количества регистрируемых и ликвидируемых юридических лиц за 2014-2021 гг., ед. [4]

Согласно опросу, проведенному НАФИ, самыми пострадавшими отраслями экономики от распространения коронавирусной инфекции в России, стали следующие (рис. 3).

Рис. 3. Наиболее пострадавшие от короновирусной инфекции отрасли, в % от всех опрошенных предпринимателей [3]

Так, проведенный опрос аналитическим центром НАФИ показал, что в большей степени в период пандемии пострадали малые и средние предприятия, осуществляющие свою деятельности в сфере общественного питания, торговые предприятия, предприятия сферы обслуживания и развлечений, т. е. влиянию подверглись те субъекты хозяйствования, в которых имел место непосредственной контакт с потребителем. Также необходимо отметить, что вследствие закрытия транспортных сообщений со многими государствами существенные убытки понесли предприятия малого и среднего бизнеса, которые функционировали в сфере туризма и отдыха [3].

Из рис. 4 видим, что в российской экономике во время пандемии короновируса произошло одновременно несколько шоков. Так, произошел разрыв цепочек поставок вследствие введенных локдаунов и закрытия государственных границ, что, в свою очередь, выступило причиной шока предложения. Вследствие чего стало происходить снижение уровня занятости, а также стал расти уровень задолженности, банкротств и снижение числа предприятий малого и среднего бизнеса. В то же время произошел шок спроса, а именно домашние хозяйства вследствие снижения уровня доходов были вынуждены пойти на минимизацию уровня своего потребления, что неблагоприятно сказалось на результатах деятельности российских предприятий.

Так, необходимо отметить, что субъекты малого и среднего бизнеса в большей мере пострадали по сравнению с крупными предприятиями в период пандемии по следующим причинам:

– сектор малого и среднего бизнеса имеет наименьший объем собственных средств и обладает при этом ограниченным доступом к внешнему капиталу;

– малые и средние предприятия являются также менее устойчивыми, они зависят, в свою очередь, от любых изменений в цепочке ценности по сравнению с крупным бизнесом;

– уровень запасов и количество поставщиков у субъектов малого и среднего бизнеса существенно ниже, вследствие чего любые изменения цен и разрывы связей для них являются более проблематичными, чем для крупных компаний.

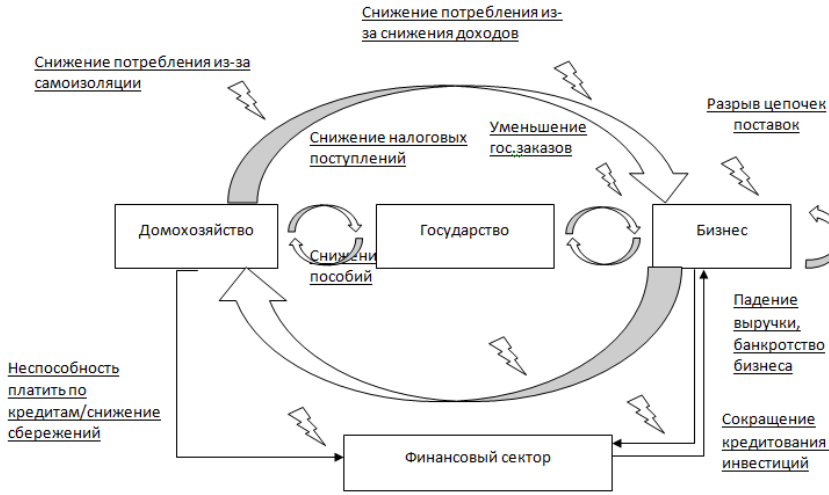


Рис. 4. Удар пандемии короновируса по циклу доходов в РФ [6]

Так, основными проблемами, с которыми столкнулись в России предприятия малого и среднего бизнеса, стали следующие:

– невыполнение контрактных обязательств со стороны контрагентов, а также имели место перебои в деятельности деловых партнеров предприятий;

– резко понизился спрос вследствие поведения потребителей во время эпидемии;

– понизился уровень доступности сырья и его неотъемлемых комплектующих;

– недостаток наличности для поддержания штата предприятий и проведения деловых операций;

– нормальному функционированию большинства предприятий помешало отсутствие сотрудников на рабочем месте вследствие болезни или рас распоряжений органов власти о приостановлении деятельности или обеспечения дистанционной работы.

В результате сложившейся тяжелой обстановки в стране российским правительством были предприняты меры, которые нацелены на решение этих проблем. Например, в марте 2020 года Правительство РФ выделило более 300 млрд. рублей на осуществление борьбы с последствиями короновируса, доля которых также была направлена органами власти на оказание поддержки субъектам малого и среднего бизнеса [2, с. 511].

Так, первоочередными мерами со стороны государства, реализуемые в качестве поддержки отечественных предприятий, стали следующие:

– отмена до 1 мая 2020 года контрольно-надзорных мероприятий, в т. ч. налоговых и таможенных;

– расширение для малых и средних предприятий программы льготного кредитования и возможностей реструктуризации;

– предоставление временной отсрочки платежей за арендуемое имущество, находящееся в государственной или муниципальной собственности;

– предоставление отсрочки уплаты страховых взносов на срок до 3-х месяцев;

– предоставление налоговых каникул с роком на квартал для предприятий, осуществляющих свою деятельность в сфере туризма, а также для предприятий-авиаперевозчиков;

– приостановка процедур банкротств по инициативе кредиторов для предприятий, осуществляющих свою деятельность в наиболее пострадавших отраслях от антиковидных ограничений [1, с. 40].

Таким образом, невзирая на сложность ситуации в стране и в мире в период пандемии короновируса, органам государственной власти удавалось держать ее под контролем. Государственные меры по поддержке малого и среднего бизнеса помогли пережить непростое время для развития деятельности данных субъектов хозяйствования, поскольку предприятия малого и среднего бизнеса на сегодняшний день являются определяющим фактором для экономического развития страны, показателем ее гибкости, способности к модернизации в конкурентной среде.

Библиографический список

1. Кобозева Е. М. Влияние пандемии на функционирование малого и среднего бизнеса // Инновационная экономика. 2021. № 4. С.40-45.
2. Ханина А. В. Последствия пандемии COVID-19 для субъектов малого и среднего предпринимательства: прогнозный сценарий эффективности мер поддержки // Экономика, предпринимательство и право. 2022. № 2. С. 511-526.
3. Аналитический центр НАФИ. Режим доступа: https://nafi.ru/projects/predprinimatelstvo/rossiyskiy-biznes-i-koronavirus-chast-1-predprinimateli-o-vliyanii-epidemii-na-ikh-biznes-i-o-potreb/
4. Последствия для бизнеса и экономики. COVID-19. Приложение к докладу Президенту РФ. Режим доступа: https://www.garant.ru/files/5/8/1376885/doklad_bizness_ombudsmen_covid_19.pdf
5. ФНС России. Режим доступа: https://www.nalog.gov.ru
6. Baldwin R. Keeping the lights on: Economic medicine for a medical shock. URL: https://voxeu.org/article/how-should-we-think-about-containing-covid-19-economic-crisis

N. Nikitina, P. Popova

IMPACT OF THE CORONOVIRUS PANDEMIC ON SMALL AND MIDDLE BUSINESS

Abstract

The article analyzes the impact of the coronovirus epidemic on the activities of small and medium-sized businesses in the Russian Federation. The author analyzes statistical indicators, data from a survey of the analytical center, and also identifies the problems that small and medium-sized businesses faced during the epidemiological situation in the country and considers the measures taken by public authorities.

Keywords: coronovirus pandemic, small and medium business, government, anti-covid restrictions.

УДК 332.1

М. И. Прыгунова

СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ЗАНЯТОСТИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация

Тема стимулирования и распространения самозанятости среди населения все чаще возникает в современной повестке органов исполнительной власти, ответственных за развитие малого и среднего предпринимательства. Самозанятые оказываются защищены от безработицы в меньшей степени, чем штатные работники. Наблюдется трансформация трудовых отношений, получают распространение нестандартные формы занятости, которые охватывают значительную долю населения. Государство сегодня предпринимает различные меры по решению рассматриваемой проблемы, однако протекающее параллельно с этим развитие социальных сетей и специализированных интернет-площадок, позволяющих

© Прыгунова М. И., 2022

размещать объявления с предложениями своих услуг бесплатно и с максимальным охватом аудитории, провоцирует все большее увеличение численности самозанятых в стране. Так в конце прошлого года численность самозанятых в одном из первых регионов-пилотов, в котором был внедрен специальный налог профессиональный доход, Республике Татарстан составляла 169 тысяч человек, тогда как общая совокупность занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, (включая ИП и упомянутых самозанятых) превышает 780 тысяч человек. Помимо абсолютного роста числа самозанятых, также вырос и их валовый доход – за время действия специального налогового режима самозанятые Татарстана, т.е. за 3 года, заработали 40,6 млрд. рублей. В рамках статьи будут рассмотрены современные формы поддержки самозанятого населения на примере Республики Татарстан. При подготовке материала применялись методы анализа, синтеза, классификации, описательный метод, сравнение, наблюдение.

Ключевые слова: самостоятельная занятость, поддержка, интернет-площадка, органы исполнительной власти, специальный налог профессиональный доход, Республика Татарстан.

Федеральный закон «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима "Налог на профессиональный доход» упрощающий механизмы легализации граждан, работающих «самих на себя», был принят в ноябре 2018 года и уже в 2019 году Республика Татарстан стал одним из четырех «пилотных» регионов страны по апробированию налога на профессиональный доход, так называемого налога для «самозанятых» [1].

В настоящее время в Татарстане зарегистрировано около 165 тыс. самозанятых, только с начала этого года в качестве самозанятых зарегистрировались более 62 тыс. человек. Основные виды деятельности, в которых развиваются самозанятые, – строительство, ремонт, грузоперевозки, услуги в сфере красоты [2].

Для поддержки самозанятого населения применяются такие же меры государственной поддержки, как и для субъектов малого и среднего предпринимательства, а именно, финансовая поддержка, материально-техническая поддержка, имущественная поддержка, информационная поддержка [3].

Так как в Республике Татарстан, как в одном из первых регионов, стартовал пилотный проект по специальному налоговому режиму, то и опыт в поддержке самозанятых был значительно накоплен, которые представлены в табл. 1.

Таблица 1

Доступные меры поддержки для самозанятых в 2022 году

№	Название меры поддержки	Виды поддержки	Суть поддержки
1.	Микрофинансовый продукт «Самозанятые 2022»	финансовая	Льготный микрозаём для самозанятых на любые обоснованные затраты по ставке до 5,5 % на срок до 2-х лет
2.	Содействие в размещении на электронной торговой площадке	финансовая	Финансирование регистрации личного кабинета на российском маркетплейсе и продвижения продукции внутри маркетплейса.
3.	Содействие в организации участия в выставочно-ярмарочном мероприятии на территории РФ	финансовая	Организация участия в выставочно-ярмарочном мероприятии (оплата регистрационного сбора, аренды выставочного площади и оборудования).

Продолжение таблицы 1

№	Название меры поддержки	Виды поддержки	Суть поддержки
4.	Программа обучения АО «Корпорация МСП» для самозанятых	образовательная	В целях обеспечения достижения указанного результата АО «Корпорация «МСП» при участии ФНС России разработан отдельный (специализированный) обучающий модуль «Самозанятость: инструкция по применению» для самозанятых граждан и лиц, планирующих ими стать.
5.	Бизнес-класс от «Сбербанк» и «Google»	образовательная	Онлайн-программа по выбору жизнеспособной бизнес-идеи, поиску инструментов продвижения и способов выстраивания сервиса и продаж.
6.	Аренда конференц-залов	инфраструктурная	Аренда конференц-залов для проведения различных мероприятий, таких как семинары, тренинги, мастер-классы, совещания, лекции.
7.	Коворкинг	инфраструктурная	Рабочее место для самозанятых за 100 рублей в день. Поработать в пространстве может любое лицо, уплачивающее налог на профессиональный доход, с понедельника по четверг с 9.00 до 18.00 и до 17.00 по пятницам. За 100 рублей в день или 1000 рублей в месяц посетителям предоставлена комфортная рабочая зона, бесплатный вай-фай, принтер и кулер с водой.

Составлено автором по данным сайта Некоммерческой микрокредитной компании «Фонд поддержки предпринимательства Республики Татарстан» [4].

Для данной категории граждан в 2022 году в Республике Татарстан планируется сохранение доступа к льготным финансовым инструментам данной категории граждан, в том числе микрозаймам, а также увеличение специализированных программ обучения, направленных на популяризацию самозанятости, в том числе предоставлено маркетинговое сопровождение и поддержка при выводе собственной продукции (данной категории нельзя продавать чужие товары) самозанятых республики на маркетплейсы [5].

Реализация вышеуказанных мероприятий поддержки создает условия для перехода еще большего числа граждан из «серого» труда рынка в легальную предпринимательскую среду.

Например, планируется проведение онлайн-мастер-классов для самозанятых по продвижению собственной продукции через социальные сети (о том, как продвигать товары в российских соцсетях) и по размещению товаров предпринимателей и самозанятых на маркетплейсах. Также планируется проведение специализированных ярмарок продукции самозанятых. Помимо этого, самозанятые смогут по льготной ставке арендовать рабочее место в коворкингах. За данные мероприятия в Республике Татарстан ответственны Фонд поддержки предпринимательства Республики Татарстан (подведомственное учреждение Министерства экономики Республики Татарстан) и МФЦ для бизнеса.

Пока судить о том, насколько новый пакет мер будет стимулировать увеличение числа самозанятых в республике, конечно, сложно, однако на данный момент времени существует дополнительная потребность с точки зрения науки в глубоком изучении механизмов, форм и процессов участия самозанятых в создании регионального валового продукта и управления ее развитием со стороны региональных органов власти, призванных оказывать позитивное влияние на рынок труда и создавать новые возможности для развития предпринимательского духа в регионе.

Библиографический список

1. Федеральный закон № 422-ФЗ от 27.11.2018 "О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима "Налог на профессиональный доход".
2. Вопросы поддержки самозанятых обсудили в Государственном Совете. Режим доступа: https://gossov.tatarstan.ru/index.htm/news/1360.htm (дата обращения: 10.04.2022).
3. Прыгунова М. И., Никифорова Э. Г. Особенности применения индикативного подхода к оценке эффективности поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства со стороны органов государственной власти (на примере Республики Татарстан) // Российское предпринимательство. 2018. Том 19. № 10. С. 3075-3084.
4. Сайт Некоммерческой микрокредитной компании «Фонд поддержки предпринимательства Республики Татарстан». Режим доступа: https://fpprt.ru/#about (дата обращения: 08.04.2022).
5. «Лучше освободите от налогов!»: бюджет Татарстана спасет малый бизнес за миллиард. Режим доступа: https://www.business-gazeta.ru/article/545984 (дата обращения: 07.04.2022).

M. Prygunova

MODERN DEVELOPMENT OF SELF-EMPLOYMENT: A REGIONAL ASPECT

Abstract

The topic of stimulating and spreading self-employment among the population is increasingly appearing on the modern agenda of executive authorities responsible for the development of small and medium-sized businesses. The self-employed are protected from unemployment to a lesser extent than full-time workers. There is a transformation of labor relations, non-standard forms of employment are spreading, which cover a significant proportion of the population. The state today is taking various measures to solve the problem under consideration, however, the development of social networks and specialized Internet sites that are taking place in parallel with this, allowing you to place ads with offers of your services for free and with maximum audience coverage, provokes an increasing increase in the number of self-employed in the country. Thus, at the end of last year, the number of self-employed in one of the first pilot regions, in which a special professional income tax was introduced, in the Republic of Tatarstan, was 169 thousand people, while the total number of people employed in the field of small and medium-sized businesses (including individual entrepreneurs and the mentioned self-employed) exceeds 780 thousand people. In addition to the absolute growth in the number of self-employed, their gross income also increased - during the period of the special tax regime, the self-employed of Tatarstan, i.e. for 3 years, earned 40.6 billion rubles. Within the framework of the article, modern forms of support for the self-employed population will be considered on the example of the Republic of Tatarstan. In preparing the material, methods of analysis, synthesis, classification, descriptive method, comparison, observation were used.

Keywords: self-employment, support, Internet platform, executive authorities, special professional income tax, Republic of Tatarstan.

УДК 316.4

Ю. Худякова

ВЛИЯНИЕ КОВИДНОЙ И КРИЗИСНОЙ КОНФИГУРАЦИЙ НА СОСТОЯНИЕ СОВРЕМЕННОГО ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ КРЕСТЬЯНСКИХ (ФЕРМЕРСКИХ) ХОЗЯЙСТВ

Аннотация

Начиная с 1990-х годов, в сельском хозяйстве России произошли кардинальные изменения на разных уровнях власти в разнообразных институциональных форматах. Начиная от талонов на основные продукты питания, длинных очередей и пустых полок в продовольственных магазинах, когда страна стояла на пороге голода, в процессе рыночных реформ были приняты решения вернуться на путь развития частной собственности, включая сельское хозяйстве, которое стало развиваться весьма успешно. Осуществление деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств и их развитие стало одним из ключевых сегментов развития агропромышленного комплекса. Пандемия COVID-19 вызвала масштабные сбои в социально-экономической деятельности, включая сектор сельского хозяйства, который подвергается сильному воздействию сейчас в контексте новых детерминантов внешней среды. По имеющимся данным проведенной в 2021 г. сельскохозяйственной переписи (микроперепись) выявлены тенденции уязвимости, сокращение числа объектов переписи – сельхозорганизаций, крестьянских (фермерских) хозяйств, индивидуальных предпринимателей, личных подсобных хозяйств. Эти тенденции отражают факты того, что указанные сельскохозяйственные структуры сталкиваются с локальными кризисами, сильно зависят от поставщиков, потребителей и ключевых решений сотрудников фирм, а в условиях временной приостановки бизнес-процессов и сбоев в логистике, оказываются на грани разорения. Существует недостаточное понимание того, как пандемия и факторы глобальной нестабильности влияют на развитие сельских территорий и населяющих их жителей, как они должны реагировать и какие реальные долгосрочные последствия можно ожидать. Цель исследования – проанализировать влияние пандемии COVID-19 и новых детерминантов внешней среды на крестьянские (фермерские) хозяйства. Методология исследования включает анализ данных Росстата, государственных реестров в периоды до пандемии и в настоящее время, авторских социологических исследований, анализа литературы по заявленной тематике в контексте развития (деградации) сельских территорий.

Ключевые слова: COVID-19, сельские территории, институциональное развитие, крестьянские (фермерские) хозяйства.

COVID-19 появился как черный лебедь, который подвергает риску жизни миллионов людей из-за его массового распространения, одновременно вызывая новые опасения по поводу экономического спада, который, как ожидается, последует за пандемией. После выявления первых инфекций в Китае в декабре 2019 года вирус начал распространяться в других странах в феврале 2020 года. Структурные данные по количеству случаев пандемии по странам мира на каждый день представляет университет Джонса Хопкинса (https://www.worldometers.info/coronavirus), количество летальных случаев от COVID-19, смертность на 1 млн. чел. по каждой стране, всего тестов на COVID-19, тесты на 1 млн. человек, и население страны. Не углубляясь в анализ медицинских параметров COVID-19, важно отметить, что двухлетний COVID-19 в мире (2020-2022) означает «эпоху глобальной нестабильности», сопряжённую с многочисленными ограничениями. Мир научился с ним бороться, и если в начале периода было 4 % смертей от заражённых, то сейчас – около 2 %.

11 марта 2020 года Всемирная организация здравоохранения официально объявила вспышку COVID-19 пандемией. Чтобы поддержать общественное здравоохранение, правительства во всем мире – даже те, чьи лидеры выразили отрицание COVID-19 в начале пандемии – инициировали несколько мер (начиная от объявлений в СМИ до частичного или

© Худякова Ю., 2022

Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ, грант № 20-011-00087, тема: «Институциональные факторы и формы развития сельских территорий».

даже полного локдауна) для смягчения болезни. Эти меры привели к глубоким изменениям в покупательском поведении потребителей и моделях производства продуктов питания, нарушениям в транспортных сетях и закрытию некоторых поставщиков продуктов питания. Такой подъем создал потрясения неопределенности, которые повлияли на каждый сектор социальной и экономической жизни, включая сельское хозяйство.

Пандемия COVID-19 стала толчком для нынешних систем производства и распределения агропродовольственных товаров, сильно повлияв на сельскохозяйственное производство и, следовательно, на продовольственную безопасность. Вопросы цепочки поставок, такие как обратная транспортировка, прогулы на рабочем месте в пищевых и производственных компаниях и рост уровня безработицы наряду с экономической неопределенностью, вызванной пересмотром законодательства, негативно влияют на производство и торговлю всеми агропродовольственными товарами. Сокращение доходов фермеров и наблюдаемые недостатки в основных ресурсах (включая сельскохозяйственный труд) являются двумя более очевидными прямыми последствиями COVID-19 для сельскохозяйственного производства.

Фермеры являются относительно уязвимой группой с точки зрения экономических ресурсов и социального статуса. Пандемия COVID-19 поставила фермеров в турбулентную и преобразующую сельскохозяйственную среду, что усилит их неопределенность и окажет особое влияние на их уверенность в сельскохозяйственном производстве. Хотя пандемия в целом улучшается в настоящее время, страх и беспокойство перед психологической травмой, вызванной пандемией, будут сохраняться в течение некоторого времени. Восстановление фермеров сказывается на всех аспектах сельскохозяйственного производства; таким образом, как восстановить психологическую травму фермеров и быстро вернуться к сельскохозяйственному производству стало актуальным и жизненно важным вопросом, который необходимо решить для обеспечения стабильного развития сельского хозяйства

Тему институциональных аспектов современных крестьянских (фермерских) хозяйств развивают многие ученые. Среди них нужно отметить работу Т. Максимовой, которая акцентирует внимание на «двояком характере фермерских хозяйств» с позиции институциональной теории, делает упор на институциональных особенностях модификации с позиции формальных и неформальных институтов. Автор проводит сравнительный анализ специфики трансформации различных форм хозяйствования в период между первой и второй всероссийскими сельскохозяйственной переписями и тем самым дает базу анализа для третьей сельскохозяйственной микропереписи, определяя возможные траектории и условия дальнейшего развития фермерских хозяйств в АПК РФ [2].

В условиях продолжающейся пандемии COVID-19 аграрные секторы, такие как сельское хозяйство, рыболовство и животноводство, являются жизненно важными аспектами продовольственных систем, непосредственно затронутых COVID-19. Цель исследования – проанализировать влияние пандемии COVID-19 и новых детерминантов внешней среды на крестьянские (фермерские) хозяйства. По данным проведенной в 2021 году сельскохозяйственной переписи (микроперепись) нужно отметить следующую резко выраженную тенденцию: значительно выросли показатели общей площади сельскохозяйственных угодий в среднем на один объект переписи в сравнении с 2016 годом, но при этом сократилось число объектов переписи в 2021 году (рис. 1).

Как видим из рис. 1, наблюдается парадоксальная тенденция: число крестьянских (фермерских) хозяйств сократилось в 2021 г. на 25 %, но при этом увеличились показатели общей площади сельскохозяйственных угодий в среднем на одно крестьянское (фермерское) хозяйство за 5 лет (на 86,7 %).

Рис. 1. Численность крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей и общая площадь сельскохозяйственных угодий в среднем на одно крестьянское (фермерское) хозяйство и на одного индивидуального предпринимателя в Российской Федерации (рассчитано: [4])

Причинами сокращения количества крестьянских (фермерских) хозяйств является сильное административное давление (проверки, штрафы, налоги, отчетность). Господдержку оформлять долго, неудобно, и нередко она заканчивается к моменту, когда фермер подал документы. В связи с этим гораздо проще продолжать хозяйствование не в качестве зарегистрированного предпринимателя, а в качестве товарного подсобного хозяйства [1]. Снижение численности КФХ показывает негативную тенденцию, на которую может влиять государство. Концепция относительного укрупнения хозяйств существует во всем мире.

Крестьянско-фермерские хозяйства – это хорошо, но во всем мире идет тенденция к формированию и укрупнению агрохолдингов. В 2020 году Россия, помимо пандемии COVID-19, столкнулась с такими внешними детерминантами как: падение цен на нефть, девальвация рубля, трудности в логистике семян, кормовых добавок, аномально засушливая погода (суховей, сильная жара и почвенная засуха) на юге России и в отдельных регионах России. Также стоит отметить, что цены на большинство сельхозкультур резко возросли, оказав влияние на цены конечной продукции в рознице. Данная ситуация в экономике не могла не оказать влияние на рейтинг крупнейших владельцев сельхозземли в 2021 году. Только за период 2013-2021 гг. количество крупнейших владельцев сельскохозяйственной земли в РФ увеличилось с 30 до 66 компаний, а их общий земельный банк возрос с 7,2 млн. га до 15,4 млн. га.

Общую тенденцию увеличения земельных активов на протяжении последнего десятилетия и особенно с 2019 г. демонстрируют все лидеры российского агробизнеса [3]. Эта тенденция проиллюстрирована на рис. 2.

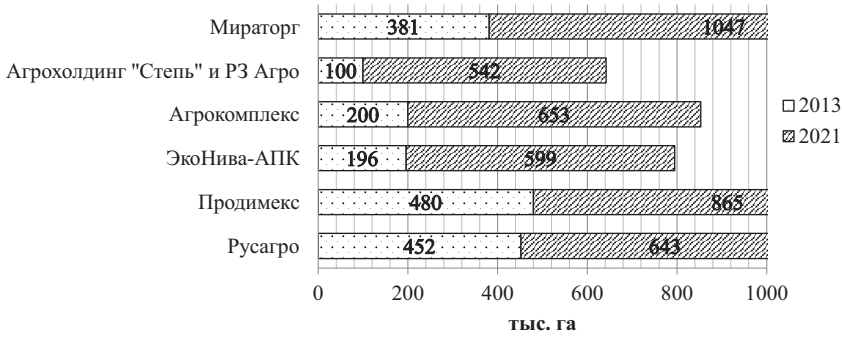


Рис. 2. Лидеры по приращению земельного банка за период 2013-2021, тыс. га (рассчитано: [3])

По данным на 2020 год доля агрохолдингов в выручке растениеводства составляет 31 %, а в ключевой отрасли сельского хозяйства (животноводства) – 37 %. В представленных на рисунке 2 данных можно сделать вывод о том, что лидирующее место по приросту земельного фонда занимает холдинговая компания «Мираторг» (+666 тыс. га за семь лет), второе место занимает агрохолдинг «Степь» (совместно с РЗ Агро) (+466 тыс. га), третье место у «Агрокомплекс» (+460 тыс. га), далее следует «ЭкоНива-АПК» (+434 тыс. га), «Промидекс» (+412 тыс. га) и завершающее место у «Русаго» (+157 тыс. га). Обозначенная тенденция обусловлена тем, что из-за существенного роста товарных цен на мировых рынках растениеводство сегодня является высокодоходной отраслью. Полученные сверхдоходы компаний этой отрасли активно инвестируются в еще большее расширение земельного банка [1]. Агрохолдинги РФ продемонстрировали экстенсивное развитие, что выражено в приращении земельного банка, и интенсифицируют производство. Из положительных тенденций увеличения земельного банка агрохолдингами можно обозначить то, что они возобновляют обработку заброшенных земель, которые включают орошаемые земли, увеличивают показатели урожайности, продуктивности скота, мониторят со спутника поля. Но необходимо учесть, что чрезмерная концентрация земли у агрохолдингов ведет к вытеснению аграрных предприятий и фермеров с рынка земли, что тем самым создаёт напряженную ситуацию на сельских территориях (сокращение количества предприятий среднего и малого агробизнеса, уменьшение рабочих мест, рабочая сила из стран ближнего зарубежья работает зачастую вахтовым методом).

Пандемия COVID-19 позволила на мировом уровне обнаружить уязвимые места глобальной агропромышленной системы, которая зависит от связей всех субъектов и от способности доставлять семена, удобрения, оборудование и топливо фермерам, а продовольствие – потребителям.

Пандемия COVID-19 и карантинные меры мало повлияли на крестьянские (фермерские) хозяйства, поскольку снижение количества КФХ объясняется несколькими детерминантами: природно-климатические условия (суховей, сильная жара и почвенная засуха) из-за этого происходит снижение объемов производства, административное давление, укрупнение хозяйств.

Последствиями пандемии в сельском хозяйстве должно быть продолжающийся тренд на снижение предпринимательской и инвестиционной активности предприятий, работающих на сельских территориях. Следует отметить, что крупный агробизнес более устойчив к отрицательному влиянию кризиса, вызванного пандемией, и существенно не должен повлиять на результативность. Малый бизнес в агропромышленном комплексе, в

большинстве случаев, не обладает подобным запасом прочности, в получении государственной поддержки сильно ограничен и нуждается в разработке блока специальных мер поддержки. При этом важно обозначить, что необходимо обеспечивать поддержку именно малому бизнесу с целью дальнейшего развития сельской территории так, как большинство агрохолдингов находятся в городах и достаточно удалены от сельскохозяйственных предприятий и сельских территорий.

Несмотря на обострение существующих проблем и появление новых рисков в постпандемической экономике, российская агропродовольственная система обладает достаточным потенциалом для развития так, как из проведённого анализа видно, что земельный фонд у сельхоз предприятий увеличивается.

Библиографический список

1. Андрианова Е. В., Давыденко В. А., Худякова Ю. Парадоксы современного институционального развития крестьянских (фермерских) хозяйств / // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2022. Том 8. № 1 (29). С. 51-101. DOI: 10.21684/2411-7897-2022-8-1-51-101

2. Максимова Т. П. Крестьянские (фермерские) хозяйства: институциональный аспект // Российское предпринимательство. 2017. Том 18. № 15 (август). С. 2277-2288. DOI: 10.18334/rp.18.15.38167.

3. Крупнейшие владельцы сельскохозяйственной земли в России на 2021 год // Доклады консалтинговой компании BEFL. Режим доступа: https://agrogard.ru/content/file/krupneishie_vladelci_selskohozyaistvennoy_zemli_v_Rossii_na_2021_god.pdf

4. Федеральная служба государственной статистики: Росстат. Оперативные итоги сельскохозяйственной микропереписи 2021 года. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/oper_itogi_SXMP_2021.pdf (дата обращения: 05.04.2022)

Y. Khudyakova

INFLUENCE OF COVID-19 AND CRISIS CONFIGURATIONS ON THE STATE OF MODERN INSTITUTIONAL DEVELOPMENT OF PEASANT (FARM) HOLDINGS

Abstract

Since the 1990s, Russia's agriculture has undergone drastic changes at different levels of government in a variety of institutional formats. Starting from coupons for basic foodstuffs, long queues and empty shelves in grocery stores, when the country was on the verge of famine, in the process of market reforms, decisions were made to return to the path of private property development, including agriculture, which began to develop very successfully. The implementation of the activities of peasant (farm) holdings and their development has become one of the key segments of the development of the agro-industrial complex. The COVID-19 pandemic has caused large-scale disruptions in socio-economic activities, including the agriculture sector, which is being strongly affected now in the context of new environmental determinants. According to available data conducted in 2021 agricultural census (micro-census) vulnerability trends, reduction in the number of census objects – agricultural organizations, peasant (farm) holdings, individual entrepreneurs, personal subsidiary farms – have been identified. These trends reflect the facts that these agricultural structures face local crises, are highly dependent on suppliers, consumers and key decisions of employees of firms, and in conditions of temporary suspension of business processes and failures in logistics, they are on the verge of ruin. There is a lack of understanding of how the pandemic and factors of global instability affect the development of rural areas and their inhabitants, how they should react and what real long-term consequences can be expected. The aim of the study is to analyze the impact of the COVID-19 pandemic and new environmental determinants on peasant (farm) holdings. The methodology of the study includes analysis of Rosstat data, state registers in the periods before the pandemic and now, author's sociological research, analysis of literature on the declared topic in the context of development (degradation) of rural areas.

Keywords: COVID-19, rural territories, institutional development, peasant (farm) holdings.

1.3. ENTREPRENEURSHIP INSTITUTE IN THE TIME OF MULTICRISIS

УДК 330.8

M. M. Fuda Mohamed Reda

IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON CUSTOMER RELATIONSHIP

Abstract

As communication and information travel faster and faster, the world seems to get smaller and smaller. As a result, this changes how the world communicates, especially with today's obsession with social media networks. Over the past three years, we've seen a shift in the way brands promote their products or services on social media. And as social media popularity continues to grow – we reached over 3.7 billion social media users globally in 2021 – brands aren't just wondering how they'll engage huge social media audiences next year. They're also asking, "What social media trends should I expect in this constantly changing landscape?" (Inc, 2021). Social media is a powerful communications medium, with widespread influence over cities as well as remote areas. However, it is only part of the digital revolution that we are witnessing. Digital transformation has not only influenced businesses and made the world more accessible, but it has also changed the way we communicate. This means that over a third of the world's population is using some form of social media to communicate, making social media marketing an imperative tactic for boosting leads for higher education programs. While social media is a commonplace platform for communication today, have you ever considered how significantly social media changed the way we communicate? Our world as we know it has transformed from the start of text messages to the first years of Facebook, to today's temporary stories. But how has social media changed society and what does this mean for higher education marketing? Let's look at what each of the most used social platforms has contributed to our new way of communication and how you can utilize them in your higher education marketing campaigns.

Keywords: social media, internet marketing, customer relationship.

Before social media, we were extremely limited in our means to interact with others, and we were limited largely to the people that we knew in-person. There were things we (those my age and older) had to deal with those millennials do not have to – your significant other's parent answering the phone when you called, waiting for a letter in the mail, waiting a week to get your pictures that you sent off to be developed, and so on. The internet and social media have drastically changed the way people all over the world interact and communicate.

One of the biggest changes in the way that we interact, due to social media networks, is the sheer number of people that we can interact with. Because of social media networks, we are now able to interact with thousands of people all over the world – therefore we see people who have thousands of Facebook friends or tens of thousands of Twitter followers. Without social media, that would be impossible. Social media networks allow us the opportunity to share opinions with a far wider audience. Another big change that has occurred is that there is now no filter on the way we speak. In the past, unless you spoke to people directly, you had no way to get your message across regardless of your freedom of speech. Now we can use social media to get our messages out to thousands or even millions of people uncensored.

Social media has also changed the way that we interact, mainly the way we have lost some of our social skills. Some people are completely incapable of carrying on a normal conversation or interacting with people in person because of the dependency of social media. Social networks are becoming one of the dominant ways we communicate. Snapchat or Instagram, anyone?? People are more obsessed with checking their smartphone every 2 minutes than engaging in meaningful conversation with their child or spouse. Social media and technology are double-edged swords. It's awesome to have and can really help us, but it also distracts us to the point of being blind and deaf to everything else going on. Next time you are out, count how many people you see walking and staring down at their smartphone.

How has social media emerged as a powerful communications medium?

© Fuda Mohamed Reda M. M., 2022

Social media has taken over the business sphere, the advertising sphere and additionally, the education sector. It has had a long-lasting impact on the way people communicate and has now become an integral part of their lives. For instance, WhatsApp has redefined the culture of IMs (instant messaging) and taken it to a whole new level. Today, you can text anyone across the globe if you have an internet connection. This transformation has not only been brought about by WhatsApp but also Facebook, Twitter, LinkedIn and Instagram. The importance of social media in communication is a constant topic of discussion.

Online communication has brought information to people and audiences that previously could not be reached. It has increased awareness among people about what is happening in other parts of the world. A perfect example of the social media's reach can be seen in the way the story about the Amazon Rainforest fire spread. It started with a single post and was soon present on everyone's newsfeed across different social media platforms.

Social media has quickly replaced traditional media as the primary source of information related to an organization's brand. The endless amount of online communication channels available to customers has both positive and negative implications for proper customer relationship management. A key benefit of social media is that it gives organizations the opportunity to quickly and easily obtain feedback regarding a company's current product development and marketing efforts. However, the negative side is that customers may share opinions that can be harmful to your organization's reputation in the marketplace. The only way to manage both the pros and cons of social media is to build strong customer relationships founded on collaboration, trust and loyalty.

Leading companies in today's marketplace stand out from their competitors because they understand the role that social media plays in creating long-term customer relationships. For example, in 2008, Starbucks incorporated a customercentric approach into their product development process. They launched MyStarbucksidea.com which encourages consumers to voice their opinions regarding current and future products through customer polls and customer suggestion forums. By putting the customer at the forefront of the decision-making process, Starbucks has set themselves apart from their competitors.

As more and more consumers turn to the web to express their ideas and opinions about different brands, organizations need to equip themselves with the right tool set to listen and respond to these online conversations. Does your company have the right strategy in place to effectively reach these individuals, build quality customer relationships and rise above the competition? One Desk's social collaboration software gives you the tool set that you need. Its customer portal allows customers to submit feedback and suggestions directly from your website. Collecting the right data from your customers in a timely manner will ensure your company's product development initiatives are properly aligned with your customer's expectations.

Referring to the theoretical framework, the most significant findings revolve around the use of Twitter, YouTube, Facebook, LinkedIn, and News/live feed functions e.g., RSS to increase customer relationship orientation, specifically the perception of the customers as valuable assets to the company. In general, Facebook is a more personal outlet used for emotional communication whereas Twitter is commonly used for effective business communication due to its groups and community nature. In general, relationship functional building blocks have the primary focal point whereas conversation and dialog creation are secondary.

About 10 % of social network users generate 90 % of the content. These are referred to as 'Creators' or 'e-Influencers'. In fact, they are bloggers. These people are highly influential and could be classified as a new market segment.

Influencers are often brand advocates and should be discovered and very carefully nurtured in order to help exert their influence. But don't ask them to transparently talk about your product or gratuitously give them something for nothing, you will alienate them. Give them something new and really interesting to talk about or review, that's what motivates them. This technique is known as 'Social Influence Marketing'.

There are also 'detractors' or 'trolls'. These are also influencers but will vehemently give brands a bad press and their words can be contagious like no other. There are plenty of examples

where they have damaged brand reputation, so they need to be treated with kid gloves. No corporate or official responses to their posts.

Creators and detractors are arguably new market segments, albeit ones that come and go. But then again that's how people behave and that's what marketers can now tap into, behavior. Unless you only have handful of customers, one to one marketing is not practical. Yes, marketers need to and can influence their few influencers, but it is not practical to try and have individual online conversations with your whole customer base as some self-professed social media gurus will preach.

However, conversation marketing is still possible if you go back to the principle of segmenting your customers. You can have group conversations with communities of interest once you have found where they are hanging, out or you've pulled them into your own online community. Segmentation strategies are here to stay and are in fact becoming increasingly important, so ensure your social media marketing team is fully trained on the concept and working together with your customer insight or market segmentation teams.

References

1. Buss O., Begorgis G., & Rundh B. The Impact of Social Media as a Customer Relationship Management Tool A B2B Perspective. 2015. URL: http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:821090/FULLTEXT01.pdf
2. Constantinides C. How social media affects customer relationships. OneDesk Software. 2010. URL: https://www.onedesk.com/social-media-andcustomer-relationships/
3. Edwards M. How social media Has Changed How We Communicate - Future of Work. 2015. URL: https://fowmedia.com/social-media-changed-communicate/
4. Fennemore P. How social media influences market segmentation. 2012. URL: https://marketingtechnews.net/news/2012/mar/16/how-social-media-influencingmarketing-segmentation/
5. How has social media emerged as a powerful communication medium? (n.d.). URL: https://www.ucanwest.ca/blog/mediacommunication/how-has-social-media-emerged-as-a-powerful-communicationmedium
6. Inc H. Social Media Marketing & Management Dashboard. 2021. URL: https://www.hootsuite.com/
7. Willis A. Ways social media Changed the Way We Communicate. 2017. URL: https://www.archeredu.com/hemj/how-social-media-changed-the-way-wecommunicate/

М. М. Фуда Мохамед Реда

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ВЗАИМООТНОШЕНИЕ С КЛИЕНТАМИ

Аннотация

По мере того как коммуникации и информация распространяются все быстрее и быстрее, мир, кажется, становится все меньше и меньше. В результате это меняет то, как мир общается, особенно с сегодняшней одержимостью социальными сетями. За последние три года я стал свидетелем изменений в том, как бренды продвигают свои продукты или услуги в социальных сетях. И поскольку популярность социальных сетей продолжает расти – в 2021 году мы достигли более 3,7 миллиарда пользователей социальных сетей по всему миру – бренды не просто задаются вопросом, как они будут привлекать огромную аудиторию социальных сетей в следующем году. Они также спрашивают: "Каких тенденций в социальных сетях мне следует ожидать в этом постоянно меняющемся мире?" (Inc, 2021). Социальные сети - это мощное средство коммуникации, имеющее широкое влияние как в городах, так и в отдаленных районах. Однако это лишь часть цифровой революции, которую мы наблюдаем. Цифровая трансформация не только повлияла на бизнес и сделала мир более доступным, но и изменила способ нашего общения. Это означает, что более трети населения мира использует ту или иную форму социальных сетей для общения. В то время как социальные сети сегодня являются обычной платформой для общения, задумывались ли вы когда-нибудь о том, насколько существенно социальные сети изменили способ нашего

общения? Наш мир, каким мы его знаем, изменился с момента появления текстовых сообщений, первых лет существования Facebook и сегодняшних “временных сторис”. Давайте посмотрим, какой вклад каждая из наиболее часто используемых социальных платформ внесла в наш новый способ коммуникации и как вы можете использовать их в маркетинговых кампаниях.

Ключевые слова: социальные медиа, интернет-маркетинг, отношения с клиентами.

УДК 330.8

K. Khramtsova

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF DIGITALIZATION PROCESSES ON THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TRADE

Abstract

This article explores the role of Digitalization and related technologies in modern international trade. The world economy and the Digitalization of international trade are developing rapidly, and the digital space is becoming a key area of world trade. The Impact of Digitalization on International Trade, the impact of changes in the structure and forms of international trade, strengthening global competition and its transition to the Intangible sector; The emergence of new formats and opportunities for international trade through digitization, cross-border trade and employment in a digital environment and globalized invisible expansion of cross-border procedures and reducing the national; Businesses, enterprises, and households with the rapid growth of digital commerce.

Keywords: digital economy, digitalization, globalization, international trade, technology.

Nothing stands still and everything is subject to change. In the modern world, the development of digital technologies determines the further development of the economy and society, and this is always accompanied by significant changes in people's lives. The formation of the digital economy is a strategic task of the development of the Russian Federation for the period up to 2024. The relevance of this topic is due to the fact that digital technologies are becoming increasingly important in economic development. Digitalization is the dominant trend in the development of the world economy, changing its structure and appearance when digital technologies are present in all spheres of life. It helps to create new jobs, increases the purchasing power of the population, and increases the availability of goods and services. Thanks to digitalization, people's lives are completely transformed, for example, the possibility of distance learning or work, obtaining information of interest in any place and time.

The term ”Digital Economy“ or ”Digitalization" was coined in 1995 by the American computer scientist Nicholas Negroponte, who taught at the University of Massachusetts [14, p. 368]. Now such scientists as A. V. Keshelav, A. V. Babkin, R. Bukht, R. Hicks are engaged in the development of the digital economy [7, p. 1-11]. It is related to economic activity, which is the result of billions of daily online connections between people, businesses, devices, data and processes. It is also known as Web Economics or Internet Economics. With the advent of technology and the process of globalization, the digital and traditional economies merge into one [5, p. 328]. The basis of the digital economy is hyper-connectivity, which means the growing interconnectedness of people, organizations and machines, which is the result of technology development. The digital economy forms and undermines traditional ideas about how business is structured, how firms interact and how consumers receive services, information and goods [3].

International trade is a means by which countries can develop, increase the productivity of their resources and thus increase total output. Economist Krugman proceeds from the fact that people like diversity, with the increase in the scale of production, unit costs fall, and the market structure is described by a model of monopolistic competition [9]. Krugman's theory is one of the most successful models in economics. It explains new phenomena in the economy using concepts such as the effect of scale and monopolistic competition. That is, the fact that the company, by

© Khramtsova K., 2022

increasing production, reduces costs per unit of production. Krugman's developed theory explains these points, saying that trading within the same industry between different countries is beneficial from the point of view of production technologies. In industries where the return on scale is more pronounced, the growth incentive for the firm is stronger, and if it is combined with low transport costs, then such industries will concentrate in several small regions. The model also says that similar countries trade more among themselves and at the same time trade takes place within the industry, and large countries have advantages in trade by offering more diverse products [4, p. 930]. With the advent of the Internet, trade has reached a new level, new markets, products and services have appeared. The development of the digital economy increases the competitiveness of countries. The country's international competitiveness is of great importance. If the economy is competitive, domestic companies can sell their products both domestically and abroad. This provides jobs and generates income. With increased competitiveness, a country can produce more goods and services and thus increase GDP – and GDP per inhabitant. Successful digital transformation increases people's well-being. Thus, the digital transformation of one's own economy becomes a necessary condition for ensuring and improving the welfare of the country [8, p. 46].

In accordance with the Decree of the President of the Russian Federation dated 07.05.2018 No. 204 "On national goals and strategic objectives of the development of the Russian Federation for the period up to 2024", which states that the introduction of digital technologies in the economy and social sphere is one of the national development goals of Russia. The document says that the Government of the Russian Federation, together with the state authorities of the constituent entities of the Russian Federation, should ensure the achievement of the following goals and targets in 2024:

– Increased costs for the development of the digital economy.

– Creation of a secure information and telecommunications infrastructure for high-speed transmission, processing and storage of large amounts of data, accessible to all organizations and households, and the use of domestic software.

– Training of highly qualified personnel.

– Transformation of priority sectors of the economy and social sphere, as well as the introduction of digital technologies and platform solutions in the areas of public administration and public services [1].

Within the framework of this program, the most important task is to support Russian manufacturers of technological products and services.

The development of the digital economy is directly related to the level of development of information and communication technologies (ICT), which are usually assessed by the following indicators presented in Figure 1.

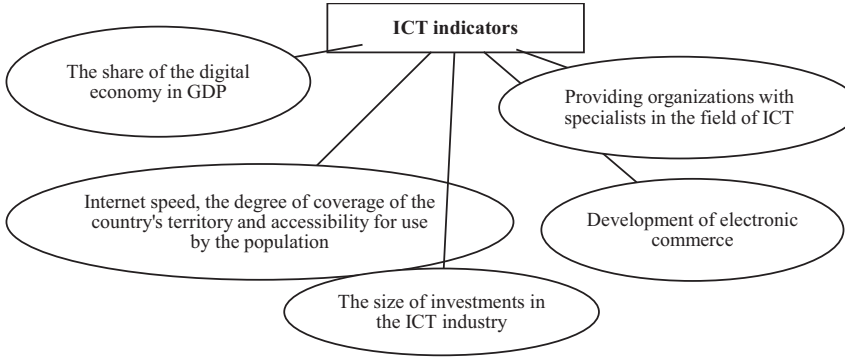


Fig. 1. Digitalization factors potentially affecting international trade (compiled by the author)

Digitalization leads to radical changes in world trade. Their dynamics are improving, and comparative advantages previously unknown to countries are emerging. New problems are also emerging: the possibilities of state regulation and control of cross-border turnover of goods and services are weakening, additional factors are emerging to strengthen monopolistic trends in foreign trade. All this requires both theoretical understanding and forecasting of practical results.

To date, the 4G network prevails in Russia, the data are presented in Fig. 2, and the further development and introduction of new generation communication networks contributes to the rapid development of economic sectors [6]. 5G technology allows you to automate processes in various industries, introduce remote work online (for example, for telemedicine) and organize any other processes that can be done without the direct presence of a person. Also, the 5G factor provides a high density of connections and supports the correct functioning of a large number of Internet devices. At the same time, it minimizes signal latency, which has a noticeable impact on the quality of online games, video and audio conferences that are conducted via the mobile Internet.

Fig. 2. 4G and 4G+ network coverage map of Russian mobile operators [6]

This technology is being tested in limited pilot zones, large cities of Russia: Moscow, St. Petersburg, Nizhny Novgorod, Naberezhnye Chelny, Tomsk, Innopolis and Skolkovo. Now Russia is only at the preparatory stage of the development of the 5G network [11].

Since technological and innovative companies are the driving force behind the development of the digital economy, their small number in Russia poses serious risks to the country's digital development. COVID-19 has made significant adjustments to the state and forecasts of the development of the digital economy. In the Russian ICT market, there is an increase in the information technology industry – by 12.7 % (in constant prices), manufacturers of ICT equipment (+4.1 %) and wholesale trade in ICT goods (+30.9 %). The GVA of the telecommunications sector decreased in constant prices by 1.6 % [2].

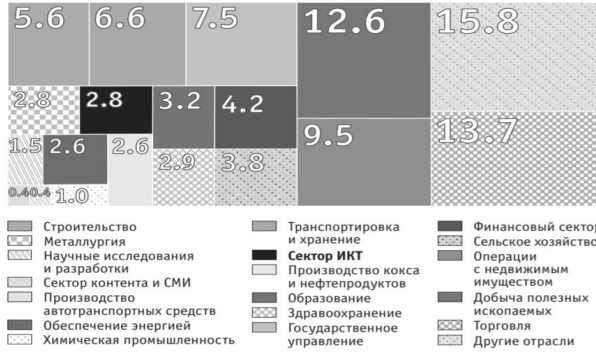


Fig. 3. Contribution of the ICT sector to economic development: 2019 (as a percentage of GDP) [10]

Investments in fixed assets amount to 102.6 billion rubles. Figure 3 shows data on the contribution of the ICT sector to economic development is 2.8 % of GDP in 2019. Despite the crisis in 2020, it accounted for 2.8 % of the growth of the ICT sector compared to 2019, and the country's share in GDP reached 3.1 % against the background of a general decline in GDP.

A positive trend is observed in the export of ICT-related goods and services, which has increased to $4 billion over the past five years. According to HSE data for 2020, Russia ranks 27th in the export of ICT-related goods.

The next important factor is the technical indicator, the use of ICT in enterprises. For example, indicators such as personal computers, servers, local area networks, global information networks and website usage show positive dynamics. The use of these opportunities by Russian enterprises is about 80 %.

The development of digital technologies is important for the entire economy as a whole. The governments of many countries, predicting changes for the better, are increasingly striving to develop the digital economy, using its advantages to respond to key challenges of our time, such as reducing unemployment, fighting poverty and environmental degradation [12, p.73]. Modern national digital strategies concern the development of international relations, the creation of innovative enterprises, increasing employment and the formation of an effective public sector [13, p. 917]. Thus, it can be argued that the development of the digital economy has a positive impact on the development of international trade and business in general.

References

1. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 // О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года. Режим доступа: http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027/page/2 (дата обращения: 24.03.2022)
2. Цифровизация субъектов РФ // Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Режим доступа: https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/894/ (дата обращения: 30.03.2022)
3. Бабкин А. В. Тенденции развития экономики и промышленности в условиях цифровизации. Санкт-Петербург: Издательство Политехнического университета. 658 с. Режим доступа: http://inecprom.spbstu.ru/files/tank/trends-development-economy-industryconditions-digitalization.pdf (дата обращения: 24.03.2022)
4. Итуэлла Дж., Милгейта М., Ньюмена П. Экономическая теория: Учебник / Под ред. В. С. Автономов. М.: Инфра-М, 2004. 930 с.
5. Калужский М. Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка. М.: Экономика, 2014. 328 с.
6. Карта покрытия сотовых операторов России. Режим доступа: https://shop-antenna.ru/mobile-map (дата обращения: 31.03.2022)
2. Кунцман А. А. Трансформация внутренней и внешней среды бизнеса в условиях цифровой экономики // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2016. № 11 (93). С. 1-11.
3. Сайбель Н. Ю., Сайбель Я. В. Эволюция теории инноваций // Актуальные проблемы экономической теории и практики. 2013. № 13. С. 46-55.
4. Цифровая трансформация международной торговли: Электронная коммерция и не только // РОСКОНГРЕСС. Режим доступа: https://roscongress.org/news/tsifrovaja-transformatsija-mezhdunarodnoj-torgovli-elektronnaja-kommertsija-i-ne-tolko/ (дата обращения: 24.03.2022)
5. Цифровая экономика: 2021: краткий статистический сборник / Под ред. Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2021. 124 с. Режим доступа: https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/434007067.pdf (дата обращения: 31.03.2022)

6. Что сейчас с 5G в России? Уже есть или еще нет? Когда появится? // ТАСС. Режим доступа: https://tass.ru/ekonomika/13746159?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения: 04.04.2022)
7. Nedelkin A. A., Romanova Yu. D. Digital technologies in modern educational institutions // Economics and management: problems, solutions. 2018. Pp. 3 (73).
8. Dumoulin I. I. International trade. Tariff and non-tariff regulation. Textbook. M.: All-Russian Academy of Foreign Trade (VAVT), 2017. 917 p.
9. Negroponte N. Being Digital. New York: Knopf, 1995. 368 p.

К. О. Храмцова

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ПРОЦЕССОВ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация

В данной статье исследуется роль цифровизации и связанных с ней технологий в современной международной торговле. Глобальная экономика и цифровизация в международной торговле растут быстрыми темпами, и цифровое пространство становится ключевой областью глобальной торговли. Влияние цифровизации на международную торговлю, влияние изменений в структуре и формах международной торговли, усиление глобальной конкуренции и ее переход в нематериальный сектор; появление новых форматов и возможностей для международного бизнеса посредством оцифровка, расширение трансграничной торговли и невидимой занятости, а также сокращение трансграничных и внутренних операций в условиях глобализации цифровой среды; такие факторы, как быстрый рост цифровой торговли с компаниями, предприятиями и домашними хозяйствами, появление науки нового поколения.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, глобализация, международная торговля, технологии.

УДК 532.1

A. Kungurov

THE GENESIS AND CONTENT OF ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEM CATEGORY INTRODUCTION

Abstract

This article presents a detailed analysis of foreign scientific research based on the concept of "entrepreneurial ecosystem" and description of the key components of the structure of the entrepreneurial ecosystem, as well as the key factors and principles of the effective functioning of entrepreneurial ecosystems. The main purpose of this article is to reveal the origin of the concept of "entrepreneurial system", the definition of this concept in various studies, to highlight the main features of entrepreneurial ecosystems, as well as to expand and systematize the knowledge of this category.

Keywords: entrepreneurial ecosystem, concept of “ecosystem”, environmental theory.

With the growth of entrepreneurship on a global scale, the important role of entrepreneurship in economic development is increasingly recognized. In recent years, entrepreneurship has played a huge role in stimulating economic growth and social progress [7, p. 217-226]. As the impact of entrepreneurship on economic development has grown, in-depth studies of entrepreneurship have been constantly conducted around the world. The interaction between entrepreneurial activity, business entities and the business environment has been widely recognized by the scientific community and the community of practitioners. Many countries have begun to attach great importance to the creation and study of entrepreneurial ecosystems, and entrepreneurial ecosystems have begun to enter the field of entrepreneurial research everywhere.

© Kungurov A., 2022

For the first time the concept of "ecosystem" was mentioned and introduced into scientific circulation back in 1935 by Arthur Tensley. The famous British botanist described the ecosystem as a complex of interconnected organisms of different species and the abiotic environment affecting them and simultaneously changing them with the participation of energy metabolism. Later, many scientists began to notice some similarities between the biological and economic world, since participants in any socio-economic system regularly exchange resources both among themselves and with the outside world. Also, all existing connections within the ecosystem and beyond are not permanent, and their effectiveness and the level of functioning of the socio-economic system as a whole are directly proportional.

Based on these facts, James Moore in his work "Predators and Victims: The New Ecology of Competition" from 1993 for the first time adapted and used the concept of "ecosystem" in the theory of economics and entrepreneurship, thereby giving rise to the theory of "entrepreneurial ecosystems. In his research, which was awarded the McKinsey Award as the best article of the year, J. Moore defined "entrepreneurial ecosystems" as "dynamic and jointly developing communities consisting of various entities that create and receive new content in the process of both interaction and competition." However, the author in his work paid attention not only to the essential concept of the term, but also to a deeper study of the structure and specifics, thereby describing the complexity of entrepreneurial ecosystems – "... this is an economic community based on the foundation that is made up of interacting organizations and individuals, organisms of the world of entrepreneurship... The ecosystem of any enterprise includes consumers, market intermediaries (including agents and channels for the movement of goods, as well as those who sell related products and services), suppliers and, of course, the company itself… But the ecosystem of any enterprise also includes owners and other stakeholders and, in addition, ... government departments and regulatory agencies, associations and organizations that ensure compliance with standards and represent consumers and suppliers. To some extent, ecosystems include direct and potential competitors, as well as any other important members of society." [5, p. 75].

Since the research of the entrepreneurial ecosystem uses an ecological approach to study the entrepreneurial process, the characteristics of its interdisciplinary properties make its conceptual definition relatively difficult. Since J. Moore introduced the ecosystem into the field of entrepreneurship research in 1993, two main schools were formed: “environmental theory” and “subject-environment theory". The first is presented by Cohen B. and Isenberg D. J. and believes that the entrepreneurial ecosystem refers to the external entrepreneurial environment in which the entrepreneurial enterprise is located. Using this approach, the ecosystem mainly includes resources provided for the development of an entrepreneurial enterprise and participating organizations (government departments, scientific research, financial institutions, etc.) [10, p. 184-185]. An entrepreneurial ecosystem is, in fact, a system network that can be understood as a community in a certain area. The community includes many interacting business entities, and the healthy operation of the entire system is aimed at maximizing economic and social value. Cohen, based on the theory of industrial clusters and industrial ecology and based on a sustainable natural ecosystem as a model, proposed the concept of a sustainable entrepreneurial ecosystem, understanding it as an interdependent entity within a geographical area. Through interaction, this affects the overall formation and trajectory of the group's evolution, and ultimately contributes to the comprehensive development of the economy [8, p. 49-72].

Also using this approach, the effectiveness of the functioning of entrepreneurial ecosystems is provided by the following factors:

– The policy covers government regulation and support of entrepreneurship.

– The financial sector includes all financial services provided to entrepreneurs.

– Culture embraces social norms and success stories that help inspire people to become entrepreneurs.

– Support areas include non-governmental organizations, infrastructure, and professional support such as investment bankers, technical experts, and consultants.

– The market covers business networks and customers.

– Human capital includes the education system and the level of qualification of employees.

The theory of the subject-environment is presented by Vogel P (2013), Lin Song (2011) and Cai Li (2016) and assumes that an entrepreneurial ecosystem is a whole system consisting of entrepreneurial enterprises and an external entrepreneurial environment. Spiegel defines it as a number of regional environmental factors that influence the development and growth of fast-growing startups or innovative startups [4]. The difference is that the regional innovation system focuses on the regional environment that promotes the innovation activities of existing mature companies, while the entrepreneurial ecosystem focuses on the business entity and integrates it into the regional background environment to explain the emergence and development of entrepreneurship [1, p. 5-16]. This theory focuses on the unique needs and growth trajectories of fast-growing and innovative enterprises, rather than on all enterprises; emphasizes the important role of the background environment in the promotion of entrepreneurship; and attaches great importance to the key role of entrepreneurs and the mechanism of the flow of entrepreneurial knowledge and entrepreneurial resources.

GEM divides the entrepreneurial ecosystem into 10 basic conditions: financing channels, public policy, state planning of entrepreneurship, entrepreneurial education, transfer of R&D, commercial and legal foundations, rules for access to domestic markets, dynamics of domestic market development, physical infrastructure, as well as cultural and social norms. Similar to the systems thinking of the entrepreneurial ecosystem theory, regional entrepreneurial systems refer to regional economic, social, institutional and other factors that interact and systematically influence the creation, discovery and development of entrepreneurial opportunities. The regional entrepreneurship system clarifies geographical units that take on the function of encouraging entrepreneurial activity, and is aimed at identifying influencing factors with geographical boundary effects.

Many scientists emphasize the importance of the concept of “system” in defining the concept of an entrepreneurial ecosystem. Taxonomic methods can be used to classify and separate its elements. All elements can be divided into two aspects: related institutions, such as venture capitalists, and entrepreneurship support systems. Among them, the former mainly refers to related institutions such as direct derivatives, indirect derivatives, and potentially derivative startups, with the latter referring to infrastructure, capital, universities, governments, and entrepreneurial culture [9, p. 284-307].

The entrepreneurial ecosystem is an organic whole consisting of participants in entrepreneurship and the entrepreneurial environment. In this system network, the government, large enterprises, universities and research institutes, investment institutions and intermediary institutions, as well as other business participants occupy a central position, forming an entrepreneurial system with an entrepreneurial environment in the system, and promoting the balanced development of the entrepreneurial ecosystem in continuous operation, thereby increasing the level of entrepreneurship and the level of success in entrepreneurship activities.

Mason and Brown believe that an entrepreneurial ecosystem is a group of interconnected potential or existing entrepreneurs in a particular region. It is very important to mediate and regulate issues through formal and informal activities in order to ensure entrepreneurial efficiency and growth-oriented entrepreneurial opportunities. The systematization of the entrepreneurial ecosystem is reflected in the fact that it is a combination that includes a number of elements that affect the entrepreneurial process, such as institutions, resources and management bodies. The combination of these factors is the main contour of the system. The process of unification has a certain complexity. The various elements are closely and effectively connected. Due to the interaction, they form a structural system. The optimal combination of system elements ensures the healthy development of the entrepreneurial ecosystem, thereby helping entrepreneurs realize their entrepreneurial dreams, reducing social pressure on employment and contributing to regional economic development [11].

A number of scientists also emphasize the importance of “ecology” in defining the concept of an entrepreneurial ecosystem. Although different sectors have different goals, traditions and

influence, this ecosystem provides them with a symbiotic relationship that allows them to develop together and maximize social wealth. There are many ecological communities in the entrepreneurial ecosystem. These ecological communities depend on each other and support the healthy development of the entire ecological system in the process of interaction. There are many systemic participants in environmental communities, including individual entrepreneurs, government agencies and enterprises. The process of interaction between different communities is influenced by the environmental impact of entrepreneurial culture, market characteristics and infrastructure [6, p. 190-208].

Like natural ecosystems, the functioning of entrepreneurial ecosystems is aimed at maintaining the dynamic balance of the system, which requires startups to be highly dependent on their external environmental environment. A socially-oriented entrepreneurial ecosystem uses cooperative and symbiotic ecological populations as a carrier, striving to achieve complementarity of resources within the system, emphasizing the common natural ecological characteristics of mutually beneficial symbiosis and joint development between social entrepreneurial enterprises and the entrepreneurial environment.

The quality of entrepreneurship in the region also has environmental characteristics, and it will gradually improve as the interactive symbiosis develops. In specific regions, the level of entrepreneurial activity benefits from the ecological evolution of the entrepreneurial system. For an entrepreneurial ecosystem, entrepreneurs themselves are always at the center of ecology, but the rational construction of the entire ecosystem depends on policy guidance, as well as on the environmental environment of supporting measures such as finance and infrastructure.

The table below shows the chronology of the development of the main definitions of an entrepreneurial ecosystem (table 1).

Table 1

The chronology of the development of the main definitions of an entrepreneurial ecosystem

Year	Scientist	Concept definition
1993	James Moore	Dynamic and jointly developing communities consisting of diverse actors who create and receive new content in the process of both interaction and competition.
2006	Cohen	Entrepreneurial ecosystems are communities formed by interacting entities in specific regions to achieve sustainable development by supporting and promoting the creation and growth of new enterprises.
2011	Isenberg	An entrepreneurial ecosystem is an entrepreneurial environment that allows entrepreneurs to easily obtain the manpower, funds, and expert resources needed to start a business, be stimulated by policies, and
2013	Vogel	An entrepreneurial ecosystem is an interactive community within a geographic area. Entrepreneurial entities and the environment coexist and interact to promote the establishment of new enterprises.
2014	Mason & Brown	The entrepreneurial ecosystem is a series of interconnected entrepreneurial entities (entrepreneurial enterprises, investment institutions, universities, etc.) and entrepreneurial environments
2017	B. Spiegel	Entrepreneurial ecosystem Is a combination of social, political, economic and cultural elements in the region that support the development and growth of innovative startups and encourage emerging
2017	Ten TangWei	The entrepreneurial ecosystem takes entrepreneurship and innovative talents as the core, and realizes the development of the derivative economy through the spillover effect of innovative knowledge. Its

Analyzing the current research, the academic community has not reached agreement on the definition of the value of the entrepreneurial ecosystem, and there are differences in the prospects of research, however, most scientists believe that the entrepreneurial ecosystem consists of many entrepreneurial ecological populations, and each population develops synergetically in interaction, by participating in the construction of an entrepreneurial ecosystem, in order to find its own ecological niche and contribute to the balanced development of the entrepreneurial ecosystem in the process of achieving the optimal combination.

References

1. Li C., Xiuqing P., Nambisan S., Ling W. Research review and outlook of Entrepreneurial Ecosystem [J]. Journal of Social Sciences, Jilin University. 2016. № 56 (1). Pp. 5-16.
2. Cohen B. Sustainable valley entrepreneurial ecosystems // Business Strategy and the Environment. 2006. № 15 (1). Pp. 1-14.
3. ISENBERG, D. J. How to start an entrepreneurial revolution // Harvard Business Review. 2010. № 88 (6). Pp. 40-50.
4. Mason C., Brown R. Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Final Report to OECD. Paris. 2014.
5. Moore J. Predators and Victims: a new ecology of competition // Harvard Business Review. 1993. Pp. 71-75.
6. Neck H. M., Meyer G. D., Chen B., et al. An entrepreneurial system view of new venture creation // Journal of Small Business Management. 2004. № 42 (2). Pp. 190-208.
7. Shane S., Venkataraman S. The promise of entrepreneurship as a field of research // Academy of Management Review. 2000. № 25 (1). Pp. 217-226.
8. Spigel B. The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. // Entrepreneurship Theory and Practice. 2017. № 41 (1). Pp. 49-72.
9. Tansley A. G. The use and abuse of vegetation concepts and terms // Ecology. 1935. № 16 (3). Pp. 84-307.
10. Teng T. Knowledge base and cutting-edge focus of entrepreneurial Ecosystem research // Managing the World. 2017. № 09. Pp. 184-185
11. Vogel P. The employment outlook for youth: Building entrepreneurial ecosystems as a way forward. St. Petersburg: Conference Paper for the G20 Youth Forum. 2013.

А. А. Кунгуров

ГЕНЕЗИС И СОДЕРЖАНИЕ КАТЕГОРИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЭКОСИСТЕМЫ

Аннотация

В данной статье представлен подробный анализ зарубежных научных исследований, основанных на понятии "предпринимательская экосистема", и описание ключевых компонентов структуры предпринимательской экосистемы, а также ключевых факторов и принципов эффективного функционирования предпринимательских экосистем. Основная цель данной статьи – раскрыть происхождение понятия "предпринимательская система", определение этого понятия в различных исследованиях, выделить основные особенности предпринимательских экосистем, а также расширить и систематизировать знания данной категории.

Ключевые слова: предпринимательская экосистема, понятие “экосистема”, экологическая теория.

УДК 330.8

S. Lyakisheva

ENTREPRENEURIAL CULTURE

Abstract

This article is a study that reveals the meaning of the concept "entrepreneurial culture". In order to understand this issue, the article analyzes the basic concepts of culture and entrepreneurship, the main features of entrepreneurship, as well as the importance of entrepreneurial culture for doing business in general. The article presents personal characteristic of an entrepreneurial culture exhibited by successful founders. Researching the main features of the concept and various aspects that are associated with it, the article reveals three levels of entrepreneurial culture that affect the entrepreneur and the eco-system in doing the business. This article can be useful for those who want to open their own business or change something in an already formed business.

Keywords: entrepreneurship, culture, entrepreneurial culture, business, economy.

In order to understand the concept of "entrepreneurial culture" it is necessary to divide it into two aspects, such as "entrepreneurship" and "culture". Let's start with entrepreneurship, which is an independent, risk-based activity aimed at systematically generating profit from owning property, selling goods, providing services. Business means making money out of money, but necessarily through useful activity. Entrepreneurship is a very complex process that employs hundreds, thousands, and sometimes tens of thousands of people. Entrepreneurship is a kind of creativity, innovation is always present here. However, it is difficult to imagine a person creating under duress. An indispensable condition for this process is his own initiative. So, the most important features in entrepreneurial activity are the following: initiative and independent activity; activities aimed at systematic profit; the entrepreneur himself, with his property, who is responsible for the results of his activities; understanding the riskiness of activities [4, c. 1].

The culture of entrepreneurship is an integral element of the organization of entrepreneurial activity. It is based on the general concepts of culture and is inextricably linked with it. As for the concept, "culture", it can be defined as the attributes, values, beliefs and behavior that an individual learns or acquires from one generation to another, and passes through one person and groups to another. The transmission of all these aspects and patterns of behavior indicates the intention to develop a certain type of culture. Therefore, by combining these two concepts together, you can understand what is an entrepreneurial culture, a society that enhances the exposure of attributes, values, beliefs and behaviors associated with entrepreneurs. Also, the entrepreneurial culture should be an environment where subjects are motivated to innovate and adopt them, as well as to accept various risk factors [5, гл. 6].

One of the important roles in the functioning of the enterprise is played by its culture. It provides the enterprise not only with high prestige, but also helps to increase production efficiency, improve the quality of products and services and, consequently, increase income [9, c. 1]. Among the characteristic elements of personal entrepreneurial culture exhibited by successful founders can be:

– Belief in your own business idea, product, service, which is going to issue a future entrepreneur, in their favor which can not only change but also improve the surrounding reality, people and their existence. It is this belief that will allow the entrepreneur to stand firmly on his feet, devoting himself entirely to his business. Due to it, he will be able to attract more people to help him.

– Diligence, independence, self-reliance, healthy individualism. Love for constant work, as an element behavioral culture of a successful person.

– Knowledge and skills of organizing the work of teams of people, formed to achieve goals. Leaders behavior, which is inevitably developed in a behavioral culture of the founder, which

© Lyakisheva S., 2022

consists of the ability to take responsibility for others and make decisions independently as a result of the analysis of situations, and not external pressure.

– Focus on people's needs. The ability to notice and patiently deal with people's problems; understand the needs and ability to serve interests of other companies is an important factor in the formation customer oriented organization.

– Innovation. Ability to see changes and respond to them by creating a new product. This behavior is based on understanding the variability of desires and needs of people, their psychophysical features of the constant "thirst for the new." As a result, there is a focus on the continuity of development and the creation of a new quality product [8, c. 1].

– Focus on results. The ability to see business process from start to finish.

– Understanding the need and ability to bear risks. Any founder must learn to deal with stress. It is well known, that in conditions of sudden appearance of new problems or stress, a person unconsciously resorts to a chaotic search for solutions. Therefore, the process to endure the impact of risky situations consists of the ability to return yourself to thoughtful logical actions.

– Focus on learning as a tool of own development and growth of the organization. After establishing a new company, the founder should actively develop their teaching skills. Ability and desire to teach others – a key element of the culture of the head of a stable working organizations. The last is unattainable without your own attitude to receive education, improve skills, both managerial and professional.

– Entrepreneur's expectation of economic freedom in implementation of their business activities. The economic freedom of an entrepreneur should include a sense of "free labor", the ability to make all decisions absolutely independently. However, freedom does not mean permissiveness to the detriment of other subjects of the market economy and society as a whole [10, c. 1].

– The legality of the implementation of entrepreneurial activities by all its subjects. Not only the entrepreneurs are interested in this, but also the citizens of the country, who receive quality products at reasonable prices, with the realization of the real right to choose the right and acceptable manufacturer in all respects.

– Strict fulfillment of obligations and duties. It follows from the legal norms, contractual relations and legitimate transactions. The specific manifestation of these relations is the non-infliction of property and moral damage to business partners, competitors, consumers, employees [4, c. 3].

Many modern concepts of business management, state and public organizations are based on the acceptance by employees and managers of certain generally recognized values, cultural codes, and ethical codes. Aspects such as fairness in wages, rude treatment with subordinates, coercion to unpaid or low-paid overtime, negligence and poor-quality performance of work, abuse of prices due to lack of professional knowledge among consumers – these and other actions are largely due to the cultural characteristics of individuals, traditions and customs of trade. Thus, it is cultural factors that determine the face of business, determine the entire system of relationships between consumers and producers, form ethical values and behavioral stereotypes [1, c. 58].

When people talk about the development of an entrepreneurial culture in a particular country, they usually mean the degree of business civilization, its openness and information transparency, the degree of trust of market participants in each other. It also takes into account the level of offenses and corruption, the ability to resolve conflict situations through compromises and negotiations, rather than by force [2, c. 1].

Entrepreneurial culture, being a part of the culture of any country or community, is largely formed due to the value orientations that prevail in the mass consciousness [7, c. 2]. On the basis of established values, stereotypes and rules of behavior are formed, which, in turn, are formalized over time into business customs and traditions. Entrepreneurial culture, despite established customs and traditions, is inherently heterogeneous. Individual entrepreneurs, business associations and businesses hold different beliefs and perspectives on life and the way of doing business. Some

believe that deceit and violation of the obligations assumed are unacceptable both in business affairs and in everyday life; should not maximize profit at any cost. Representatives of other business circles believe that certain dishonesty, unfair competition, concealment of profits from taxes, deception of consumers is permissible in business affairs. Bribery of officials, underwriting and fraud are also not excluded. Entrepreneurs from this group argue their position and actions with various arguments, but in general, their point of view is based on those provisions about culture as a means of suppressing and enslaving a person [3, c. 9].

The culture of entrepreneurship is classified into three different levels. The first is the surface level, or, as it is also called, invisible. This is the level of attributes and values that show what sustainable principles and rules of behavior in the organization are created for employees, and how people in this organization work and interact together. Entrepreneurial qualities are natural and cultivated indicators that show people who can be entrepreneurs. This set of characteristics has been recognized as a contributor to the understanding and development of entrepreneurship. The importance of entrepreneurial qualities depends on things, influencing the fact that a person takes up a business and begins to lead it. To encourage entrepreneurial qualities, it is necessary to influence the development and implementation of a business idea. The second level – subsurface, translucent or semi-conscious allows you to understand why the organization has certain conditions for work, rest of employees and customer service, why people in this organization demonstrate these patterns behavior. These are the values and norms, principles and rules that determine the internal and, to some extent, the external life of the organization. Entrepreneurial mindness plays a very important role at this level. It is the attitude of an entrepreneur towards a certain object in a favorable or unfavorable way, based on predisposition. Relationships are the basis for motivating human behavior and feelings of personal satisfaction. Entrepreneurial attitudes affect what a person has experienced, how he thinks and feels about what he has gone through. The third – visible or rude level – the level of basic assumptions that exist at the subconscious level and relate to the surrounding reality, attitudes to the external environment, to the essence of human nature and the motives of human actions [6, c. 1].

References

1. Буторина О. В., Фукалова Е. С. Культура предпринимательства: сущность и составляющие // Российское предпринимательство. 2012. № 24 (222). С. 57-62.
2. Галкин В. В. Предпринимательская культура как явление, 2019. Режим доступа:http://vadim-galkin.ru/articles/osnovy-predprinimatelskoj-deyatelnosti/predprinimatelskaya-kultura-kak-yavlenie-2/ (дата обращения 30.03.2022)
3. Гапонова О. С., Коршунов И. А. Развитие культуры предпринимательства в стартапе. 16 с. Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2014/04/10/.pdf (дата обращения 30.03.2022)
4. Федько Д. П. Предпринимательство в культуре и культура предпринимательства // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2018. № 4. Режим доступа: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_36742012_99258096.pdf (дата обращения 30.03.2022)
5. Шевченко И. К. Организация предпринимательской деятельности // Организация предпринимательской деятельности. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. 92 с. Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m91/06.htm (дата обращения 30.03.2022)
6. Barraza C. What is entrepreneurial culture? 2018. URL: https://barrazacarlos.com/what-is-entrepreneurial-culture/ (accessed 01.04.2022)
7. Danish R. Q., Asghar J., Ahmad Z. Factors affecting “entrepreneurial culture”: the mediating role of creativity. Journal of Innovation and Entrepreneurship 14, 2019. 12 p. URL: https://doi.org/10.1186/s13731-019-0108-9 (accessed 01.04.2022)
8. Gurung R, Tenzin J. The Entrepreneurship Culture. The Druk Journal, 2022. URL: http://drukjournal.bt/the-entrepreneurship-culture/ (accessed 01.04.2022)

9. Ioannidou A. Entrepreneurial Culture. URL: https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-resultcontent/02d106a1-ed06-4e42-bfcfdda5ce79fe93/B5%20-%20Entrepreneurial%20Culture.pdf (accessed 01.04.2022)
10. Saxena S. Understanding Cultural Entrepreneurship. Entrepreneur, 2021. URL: https://www.entrepreneur.com/article/377972 (accessed 01.04.2022)

С. М. Лякишева

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА

Аннотация

Данная статья представляет собой исследование, раскрывающее смысл понятия «предпринимательская культура». Для того, чтобы разобраться в этом вопросе, в статье анализируются основные понятия культуры и предпринимательства, основные черты предпринимательства, а также значение предпринимательской культуры для ведения бизнеса в целом. В статье представлена личностная характеристика предпринимательской культуры успешных учредителей. Исследуя основные черты концепции и различные аспекты, которые с ней связаны, в статье выявляются три уровня предпринимательской культуры, влияющие на предпринимателя и экосистему при ведении бизнеса. Эта статья может быть полезна тем, кто хочет открыть свое дело или что-то изменить в уже сформировавшемся бизнесе.

Ключевые слова: предпринимательство, культура, предпринимательская культура, бизнес, экономика.

УДК 532.1

S. Polbitsyn

DIGITALIZATION AS THE CONCEPT FOR THE DEVELOPMENT OF THE ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEM

Abstract

Digitalization, which has become the main trend in the development of not only the economy, but the whole society, could not bypass the entrepreneurship. Despite less opportunities than for large companies, entrepreneurial organizations are paying more and more attention to digital technologies, so it is important to assess what consequences not only the introduction of digital technologies, but also the replacement of traditional technologies with digital ones can cause. Conceptually, in our study, we rely on the entrepreneurial ecosystem theory in the context of the impact of digital technological development on the entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurial ecosystem, digitalization, economic development, social development.

Digitalization, which has become the main trend in the development of not only the economic system, but also the entire human society, could not bypass the entrepreneurial ecosystem. Entrepreneurial organizations are paying more and more attention to digital technologies, so it is important to assess what consequences not only the introduction of digital technologies in entrepreneurial ecosystem, but also the replacement of traditional technologies with digital ones can cause. The innovative development of the entrepreneurial ecosystem has already experienced shocks from the introduction of new technologies aimed at increasing the productivity of entrepreneurial production. As digitalization transforms entrepreneurship, it is necessary to figure out how to consider the consequences of cumulative innovation processes to reduce risks and maximize opportunities for entrepreneurs. Conceptually, in our study, we rely on the theory of entrepreneurial ecosystem in the context of the impact of digital technological development on policy. We believe that the active introduction of digital technologies into the entrepreneurial ecosystem will have a positive impact on its sustainable development [1], however, when choosing

© Polbitsyn S., 2022
Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00480 "Роль предпринимательских экосистем в социально-экономическом развитии сельских территорий России".

digitalization models, it is necessary to take into account mainly the social orientation of entrepreneurial production, which will impose significant restrictions on digitalization processes [2]. Digitalization, especially in the current conditions of social distancing, is widespread in modern society, and the growing attention to the digitalization of entrepreneurship, both in terms of transformative potential and in terms of accompanying pressure, is manifested in increased attention from researchers [7]. It can be argued that the informatization of entrepreneurship, based on digital technologies, is linked both to a gradual increase in productivity [4] and transformational changes in the entrepreneurial ecosystem [5]. The digitalization of relationships, both economic and social, includes the impact of digital technologies on everyday life and is considered one of the most significant trends around the world at the present time [6]. It can be argued that there is no single definition of digitalization; digitalization is more understood as a system of interaction between a person and a computer or a person with information and communication technologies [7]. The digitalization of entrepreneurship includes the development, implementation and dissemination of digital technologies in the entrepreneurial ecosystem [3]. Most of the research is related to the introduction of digital technologies, which in general reduces the costs associated with production resources or work to increase yields and / or productivity.

We believe that new digital technologies cannot be studied separately, considering them as independent technological innovations. The concept of digitalization, as well as the concept of the entrepreneurial ecosystem, is built on the interaction of individual actors and individual innovations, on the recognition of the synergistic effect of the actions of the actors of the entrepreneurial ecosystem. The accumulation of the effect from the introduction of innovations will sooner or later affect the change in the institutions of the functioning of the entrepreneurial ecosystem, the change, development and, ultimately, the transformation of the model of the entrepreneurial ecosystem. The transformational aspirations of entrepreneurial organizations are determined by their desire to increase the efficiency of their activities, increasing productivity and sustainability, but these transformations are based on the institutions for the functioning and development of the entrepreneurial ecosystem, which need to be defined, formulated, reflected, and developed over time, depending on the acceptability (or unacceptability) of individual digital technologies.

The concept of digitalization of the entrepreneurial ecosystem has not been fully explored, and many unexplored issues remain. We can look at gaps in knowledge regarding the social implications of a digital entrepreneurial future, as well as exploring the role of politics in both regulating and managing the digitalization of entrepreneurship. By defining the state regulation of entrepreneurship as a set of institutions that form the legislative basis for decision-making in society, we set the parameters for the effectiveness of the activities of entrepreneurial organizations, determining what is appropriate behavior, what constitutes productive behavior, what are the corresponding externalities, who should bear the costs of externalities, etc. State regulation, interaction of state authorities and local governments with entrepreneurial organizations is one of the most important factors determining the effectiveness of the concept of digitalization of the entrepreneurial ecosystem.

We propose to explore the issue of interaction between the two main actors of the entrepreneurial ecosystem: entrepreneurial organizations, the main development goal of which is to increase commercial efficiency, and public authorities and local governments, the main goal of which is to ensure the required level of social and economic sustainable development, as a country, as well as individual regions. We also explore the issue of the connection between the digital transformation of entrepreneurial ecosystem and two main factors: technological and regulatory.

We determine how entrepreneurial organizations perceive the introduction of new technologies and regulation of activities in the context of the development of an entrepreneurial ecosystem? To answer this question, we must describe the transition to a digital entrepreneurial ecosystem, believing that this transition should be based not only on the desire of entrepreneurial organizations to digitalize their activities to increase commercial efficiency, but also on the desire of organizations and agencies that regulate the activities of the entrepreneurial ecosystem, improve the level of economic security of the country as a whole and individual regions. We believe that the

transformation of the entrepreneurial ecosystem into a digital entrepreneurial ecosystem should be based on four main principles: firstly, it is a multi-level structure of the entrepreneurial ecosystem, secondly, increasing the role of the research sector in the system to the role of a first-level actor, thirdly, between the actors of the entrepreneurial ecosystem, as creating a foundation for creating a network of innovative communities interacting at various levels in search of a common goal, and last but not least, the digital entrepreneurial ecosystem should be considered as an intermediate step towards the formation of a digital entrepreneurial ecosystem.

The digitalization of entrepreneurship has been identified as one of the types of innovative activities, which dramatically increases the risks of entrepreneurial enterprises. Digitalization involves the choice of digital systems within which an -food enterprise will build its activities, while the choice of the basic system may turn out to be incorrect, inconsistent with the goals and objectives of entrepreneurial organizations, which in the future can lead to a sharp decrease in the efficiency.

As part of the expert discussion of the problem of digitalization, it was not possible to reach a consensus on the guaranteed positive impact of state regulation on the efficiency of individual entrepreneurial organizations. This disagreement is caused by different attitudes towards the goals of state regulation, when increasing the level of economic and social security is opposed to the effectiveness of individual entrepreneurial organizations. On the other hand, the question raised about the feedback, when the formation of a digital entrepreneurial ecosystem that unites organizations with common goals, will make it possible to define the principles of state regulation and connect the increase in the level of the commercial efficiency of individual organizations more clearly.

The question raised about the risk and uncertainty for individual organizations led us to the conclusion that it is necessary to create associations of entrepreneurial organizations that implement the same digital systems. As a result of the discussion of this issue, the experts came to an understanding of the growing role of scientific and research organizations in the digital entrepreneurial ecosystem, as the creators of a single foundation for the activities of individual actors of the system.

The problem of digitalization of entrepreneurship, and, more precisely, the concept of research, the problem of the formation of a digital entrepreneurial ecosystem has become one of the most important problems facing society. Traditional methods and technologies do not provide the required efficiency of the entrepreneurship, determined by modern food security requirements. In our study, we raised the issues of not only the introduction of digital technologies into the practice of entrepreneurial organizations, but also the issues of regulating the digitalization of entrepreneurship. We have identified important aspects of the studied problem. First, there is uncertainty about the political implications of the introduction of digital technologies in the entrepreneurship, the definition of all stakeholders in research and development. Second, stakeholders from entrepreneurial and research organizations, as well as government and local government organizations, should be involved in discussions about the implications of entrepreneurial ecosystem transformation. Finally, open discussion to all stakeholders will reduce the risk of transformation and increase its adaptability. The digitalization of entrepreneurship is fundamentally changing the systemic foundation of the entrepreneurial ecosystem.

Our research raises important questions about the transformation of the entrepreneurial ecosystem of our country, but we did not receive detailed answers to all questions, which requires determining the directions for future research: what is the likely result of introducing digital technological innovations in entrepreneurial ecosystem in the absence of appropriate state regulation to ensure sustainability and security? Are there general principles that can be followed in developing adaptive government policies to minimize risks in the entrepreneurship in the face of rapid technological change? And what is the role of research organizations in this digital innovation space? Future work will focus on exploring these areas of investigation.

References

1. Бурилина М. А. Цифровизация общества: вызовы и риски // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2018. № 5 (64). С. 14-19.
2. Макаров В. Л., Бахтизин А. Р., Бурилина М. А. Перспективы цифровизации современного общества // Экономика и управление. 2017. № 11 (145). С. 4-7.
3. Полбицын С. Н. Продвижение агропродовольственных предприятий в цифровом пространстве // Креативная экономика. 2020. Том 14. № 10. doi: 10.18334/ce.14.10.111009
4. Entrepreneurship education for the digital generation: Invention or transformation? / S. Polbitsyn, A. Kliuev, A. Bagirova, A. Kakouris // Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE : 15, Rome, Virtual, 17-18 сентября 2020 года. Rome, Virtual, 2020. P. 460-467. DOI 10.34190/EIE.20.037.
5. Hinings B., Gegenhuber T., Greenwood, R. Digital innovation and transformation: An institutional perspective // Information and Organization, 2018. Vol. 28 (1). Pp. 52-61. doi:10.1016/j.infoandorg.2018.02.004
6. Kakouris A., Georgiadis P. Analysing entrepreneurship education: a bibliometric survey pattern // Journal of Global Entrepreneurship Research, 2016. Vol. 6 (1). Pp. 6. doi:10.1186/s40497-016-0046-y
7. Kraus S., Palmer C., Kailer N., Kallinger F. L., Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship A research agenda on new business models for the twenty-first century // International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, 2019. Vol. 25 (2). Pp. 353-375. doi:10.1108/ijebr-06-2018-0425

С. Н. Полбицын

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЭКОСИСТЕМЫ

Аннотация

Цифровизация, ставшая основным трендом развития не только экономики, но и общества в целом, не могла не затронуть предпринимательство. Несмотря на меньшее количество возможностей применения цифровизации в малом бизнесе, чем в крупных компаниях, все большее количество предпринимателей оценивают перспективы внедрения цифровых технологий на своих предприятиях, поэтому важно исследовать последствия внедрения цифровых технологий, замены традиционных. Предлагаемое исследование построено на концепции предпринимательской экосистемы.

Ключевые слова: предпринимательская экосистемы, цифровизация, экономическое развитие, социальное развитие.

УДК 332.1

D. Priya

IMPACT OF COVID-19 ON RETAIL SECTOR IN INDIA

Abstract

The retail industry business has been around for centuries. But as nations across the globe grapple with the pandemic and also as the markets enlarge and become more complex, once simple process of retailing is now employing more sophisticated and intelligent retail information to obtain a competitive advantage in the retail sector. Due to unprecedented scenarios and uncertainty with extended lockdowns retailers are beginning to notice that the technology's role is one of an enabler that can speed up processes, increase sales, improve customer retention rates and deliver cost saving benefits to the company. Thus, IT is revolutionizing and plays an important role in the management of complex retail operations by adding value to modern retailing. And if technological barriers are not met, a thriving business will soon be doomed. On this backdrop my research paper discusses the evolution of Information technology in retail management especially during COVID-19 pandemic,

© Priya D., 2022

from earlier being used to control stock and money more effectively to the recent technological innovations in retail management. The paper also critically examines how effectively current retail information technologies are utilized by the Indian retail industry, as the number of applications of IT expand exponentially. And review the future for technologically assisted vs conventional shopping.
Keywords: information technology, retail industry, innovations, electronic data interchange, customer satisfaction, cost benefits.

Changes in the external environment surrounding the retail industry have shifted conventional wisdom and may even create a new structure and circumstances (a "new normal"), with far-reaching implications for politics, the economy, and our lifestyles, as well as the digital technologies that support them. The retail industry business has been around for centuries. It all started with a community general shop where people of the community would shop for items of necessity. As societies advanced with population increase leading to expanded cities, and new advanced technologies gave rise to interconnectivity as well easy communication between distanced cities or societies, opportunity for specialty stores was formed.

The use of innovative technologies in retail has become possible as a result of the specialization of the IT sector in the area of retail- oriented solutions, involving the latest developments, radio frequency technologies, computer systems and the Internet. Need for Information Technology in retailing is to provide the following key information areas: Product information, Customer information and Operations information.

Over 15 million merchants, both small and large, traditional and innovative, operate in India's retail industry. Retail employs between 40 and 50 million Indians, with over six million directly involved in foreign trade, accounting for over 12 % of the country's total retail consumption (1). Retail gradually improves.

The shutdown in India to prevent the spread of coronavirus had a huge impact on retail enterprises, accounting for 40 % of Indian intake and 10 % of GDP. Except for businesses offering vital food and medicine, most stores were closed across the country. Almost all stores have closed, including those selling garments, saris, electronics, cell phones, furniture, and equipment (2). Non-grocery/food stores have had a revenue reduction of 80 to 100 %.

The economic effects have been so severe that some predict it will take two years to recover. The retail business has been hit particularly hard since the government ordered individuals to quarantine themselves, substantially limiting face-to-face service in stores. Our consumption habits have also undergone significant changes. Because many preferred to stay at home rather than go to the store, internet shopping became popular among individuals who had never used it before. And, as a result of the shift in workstyles brought on by individuals being obliged to work from home, living via online channels has become the norm. The digital technology that underpins the online lifestyle has been around for a while, but since the outbreak of the epidemic, its expansion has increased dramatically.

The COVID-19 epidemic struck India at a period when the country's economy was already experiencing slow development owing to weak domestic demand. The epidemic resulted in abrupt increases in demand for vital goods and services, a worsening of the healthcare and financial crises, fewer job possibilities, and a sharp drop in demand for non-essential products and services.

The Indian government's plan to imprison 1.3 billion people has thrown the country's economy into disarray, wreaking havoc on small and medium businesses and unorganised shopkeepers (3). Following the coronavirus epidemic, global financial institutions modified their stance on India's economic development and decreased the country's GDP growth objective.

The second COVID-19 wave has startled and devastated India as nations across the world battle with the pandemic. While the country tries to regain its footing, entire industries have been hit in unprecedented ways.

The outbreak of the pandemic triggered a rise in e-commerce and hastened digital transformation, resulting in a change in consumer behaviour toward online buying for both critical and non-essential items. Businesses across all industries were forced to reinvent, adapt, and create a

seamless consumer experience both physically and digitally as a result of the changing landscape. For important stakeholders in the retail industry, this presents both difficulties and possibilities.

There is lot of change in consumer behavior after the pandemic. According to a 2020 McKinsey analysis, 96 % of customers have adapted new buying practises, with 60 percent predicted to convert to online shopping in the build up to the holiday season and continue to do so after the epidemic has passed (4). With the advent of ecommerce and doorstep fulfilment, the aftereffects of uncertainty have accelerated.

Consumers have been driven to buy in bulk due to unusual circumstances and uncertainty with protracted lockdowns, resulting in financial and inventory restrictions. Consumers must prepare ahead to eliminate as many touch-points as possible as internet delivery become the standard in pre-determined time periods and on a quota basis.

The Indian ecommerce business has grown as more Indians have begun to purchase online rather than going outside their houses. Manufacturers have had to make the decision to ramp up production for specific priority product categories while simultaneously limiting output of other items when demand for particular commodities peaks (5). Manufacturers who were able to scale up production and distribution in a flexible way were able to stay afloat. Another point of contention for both manufacturers and retailers is whether they should hire more people and expand their service offerings or focus on optimising their present sales channels.

Brand owners require a concentrated marketing approach, as well as production planning, for categories that are driven by discretionary expenditure.

What strategies can merchants and manufacturers use to deal with the current crisis?

Increasing supply chain resilience

Rather than redundancy or inefficiency, the expense of maintaining relevant, numerous supply locations should be viewed as a cost of de-risking operations and company continuity. Only 21 % of respondents in a recent Gartner poll said they had a highly resilient network today, which means they have strong visibility and the agility to shift sourcing, manufacturing, and distribution operations around reasonably quickly. Multi-sourcing, nearshoring, platform, product, and plant harmonisation, manufacturing network diversity, inventory and capacity buffers, and an emphasis on ecosystem alliances should all be included in strategies. It costs money to build a robust and sustainable supply chain, but the penalty of doing nothing is equally enormous.

Agile procedures for scaling up

The first to cross the finish line will be on the podium, while the others will be nothing more than names on the board. Manufacturers and retailers must be able to scale up manufacturing, logistics, and in-store procedures while demonstrating their ability to get things done. In today's atmosphere, the ordinary shopper visits the store significantly less frequently and is more concerned with time spent there. They also favour players who are readily available and can ensure fast product delivery. Capturing this style of thinking is thus important for securing one's position in today's market. Faster planning, flexibility, skilled people, and technical prowess will be required across the value chain.

Using technology

Because the internet is accessible 24 hours a day, shoppers now have more information. Retailers may remain ahead of the game by providing digital experiences that affect and enhance their consumers' decision-making (6). Personalization, digital payments, and consumer in-app advancements are some of the major aspects to consider. Amazon's use of drones to transport things and Aisle441's usage of a map to indicate buyers which aisle they are shopping from are also noteworthy instances. Retailers may use data-driven insights to reduce risk and prepare for the holiday shopping season.

Dynamic execution in-store

Retailers who can execute efficiently in-store and provide a dynamic shopping experience will survive and thrive. This will comprise an energising, tech-enabled atmosphere with educated

in-store expert teams obtained either internally or through execution partners (7). When combined with technology, operations and procedures will be more time and cost effective, and consumer interaction will be more enjoyable and lucrative.

Distribution and fulfilment have been reimagined.

With practically all logistic partners now using zero-contact deliveries, guaranteeing safe and secure last-mile delivery has never been more important. The point of delivery is an important part of the customer buying cycle since it provides for feedback on products and services. Consumer interactions with delivery services are critical touchpoints that may build or break a retailer's reputation.

Conclusion

Following the COVID-19 pandemic's shutdown, the Indian retail industry has seen significant changes. The retail business is playing an important part in the Indian economy's evolution. In the United States, electronic commerce is constantly growing. Customers enjoy an ever-increasing selection of items at reasonable prices. Electronic commerce is causing the largest transformation in the Indian retail business, and this trend is expected to continue in the next years. The retail business has embraced digital technology, including home delivery, online click-and-collect services, curbside pick-up, and growing infrastructure. The government has introduced new measures such as enabling maximum FDI in the retail industry, making it easier to register a firm, and providing for single-window approval. The Indian government may reform FDI laws in the food processing sector in order to allow e-commerce businesses and international retailers to sell consumer goods created in India. The Indian government also permitted 100 % foreign direct investment in online retail of products and services via the automatic method, bringing clarity to the current operations of Indian e-commerce enterprises (8). To maintain efficient operation and greater prospects for the whole India retail business, both organised and unorganised retail enterprises must collaborate. Nonetheless, the Indian retail market has strong backing, with rising wages, favourable demographics, and expanding urbanisation.

References

1. Nicola M. et al. The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review, Int. J. Surg. 2020. Vol. 78. Pp. 185-193. doi: 10.1016/j.ijsu.2020.04.018.
2. Ghosh A., Nundy S., Mallick T.K. How India is dealing with COVID-19 pandemic // Sensors Int. 2020. Vol. 1. No. July. Pp. 100021, 2020, doi: 10.1016/j.sintl.2020.100021.
3. Kumar P. The competitive impact of service process improvement: Examining customers' waitingfor experiences in retail markets // Journal of Retailing. 2005. Vol. 81 (3). Pp. 171-180. https://doi.org/10.1016/j.jretai.2005.07.002
4. Business Today. Coronavirus impact: jobs take a hit. Indian retailers see revenue slide. 2020. URL: https://www.businesstoday.in/current/economy-politics/coronavirus-impactjobs-take-a-hit-indian-retailerssee-revenue-slide/story/399070. html
5. Fashion Network. India's retail sector takes a $30 billion hit due to COVID-19. 2020. URL: https://in.fashionnetwork.com/news/India-s-retail-sectortakes-a-30-billion-hit-due-tocovid-19,1203349.html
6. Fairlie R. W. The Impact of COVID19 on Small Business Owners // NBER, Working Paper 27309. 2020. Pp. 1-20.
7. Sheth J. Impact of COVID-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? // Journal of Business Research. 2020. Pp. 280-283.
8. Gustafssonb A. Investigating the emerging COVID-19 research trends in the field of business and management: A bibliometric analysis approach // Journal of Business Research. 2020. Pp. 253-261.

П. Дахия

ВОЗДЕЙСТВИЕ COVID-19 НА РОЗНИЧНУЮ ТОРГОВЛЮ В ИНДИИ

Аннотация

Розничная торговля существует уже несколько столетий. Но по мере того, как страны по всему миру борются с пандемией, а также по мере того, как рынки расширяются и становятся более сложными, когда-то простой процесс розничной торговли теперь использует более сложную и интеллектуальную информацию о розничной торговле для получения конкурентного преимущества в розничном секторе. Из-за беспрецедентных сценариев и неопределенности, связанной с продолжительными блокировками, ритейлеры начинают замечать, что роль технологии является одним из факторов, которые могут ускорить процессы, увеличить продажи, улучшить показатели удержания клиентов и обеспечить преимущества для компании в плане экономии. Таким образом, информационные технологии производят революцию и играют важную роль в управлении сложными розничными операциями, повышая ценность современной розничной торговли. И если технологические барьеры не будут преодолены, процветающий бизнес вскоре будет обречен. На этом фоне в моей исследовательской работе обсуждается эволюция информационных технологий в управлении розничной торговлей, особенно во время пандемии COVID-19, от более раннего использования для более эффективного управления запасами и деньгами до последних технологических инноваций в управлении розничной торговлей. В документе также критически рассматривается, насколько эффективно современные информационные технологии розничной торговли используются индийской розничной торговлей, поскольку количество приложений ИТ расширяется в геометрической прогрессии.

Ключевые слова: информационные технологии, розничная торговля, инновации, электронный обмен данными, удовлетворенность покупателей, стоимостные преимущества.

УДК 334.027

D. Selesnyova, I. Shekera

SOCIAL-RESPONSIBLE ENTREPRENEURSHIP RECOGNITION: CONTEMPORARY ISSUES AND PRACTICAL APPROACHES

Abstract

Historically, the main task of entrepreneurs was to maximize profit from their activities. However, modern development trends dictate new business rules that oblige entrepreneurs to consider not only their personal interests, but also the interests of each stakeholder. This article discusses the theoretical aspects of identifying a socially responsible business and the development of approaches to the definition of this concept in the scientific literature. The purpose of the study is to trace the interrelated defining features of socially responsible entrepreneurship. The theoretical contribution of this study is to systematize the existing definitions of socially responsible entrepreneurship. The practical contribution lies in the identification of interdependent areas of socially responsible business that have a direct impact on each other.

Keywords: social responsibility, economic efficiency, corporate social responsibility, entrepreneurship, co-occurrence analysis.

Introduction.

If we consider the essence of socially responsible entrepreneurship in isolation from entrepreneurial activity itself, then we can assume that it contradicts the fundamental idea of creating a business - obtaining the maximum possible profit. Without going into the subtleties of the definition of socially responsible entrepreneurship, in any case, it can be argued that considering the interests of third-party beneficiaries will have a negative impact either in terms of increasing the cost of producing goods and services, or in terms of reducing sales revenues. If we talk about an entrepreneur as an absolutely rational entity whose main goal is to maximize its own utility, then a socially responsible approach to doing business can be interpreted as an irrational behavior.

© Selesnyova D., Shekera I., 2022

Based on the above theses, a natural question arises, why social responsibility is a trend of recent decades both in the case of small businesses and in the case of the largest corporations? If all the businesses in question operate within the framework of states with a mixed economy, where the government can directly influence market formations, then it should be assumed that the motivation for such behavior can be both directive intervention from the state and market reaction from consumers. Moreover, motivation can be present simultaneously on both sides.

However, even if we assume that a socially responsible approach to entrepreneurship indirectly contributes to an increase in the profits of the entrepreneur, due to a better presentation in the eyes of consumers, the main beneficiaries are third parties, in the person of consumers, employees, or any other related entities. Social responsibility plays the role of a tool for protecting the interests of households, in which the state is also interested. The main opportunity for the state to influence the expansion of socially responsible entrepreneurship is directive incentives for entrepreneurs to such an approach to doing business. The only problem in this case may be the impossibility of defining clear criteria for selecting subjects of support.

Therefore, in the process of modernizing the principles of state support, it is so important to form a clear definition of entrepreneurs using a socially responsible approach, based on which relevant criteria for obtaining support measures would be developed.

The essence of the social responsibility of entrepreneurship.

In existing scientific studies, the concepts of social responsibility of entrepreneurs often overlap with the concepts of corporate social responsibility and charity. Also, authors often do not divide the concepts of entrepreneurship and business as a whole, relying on the concept that responsibility is equally present in any economic activity, regardless of its scale. However, it is extremely important to separate the concepts of social responsibility of entrepreneurship and social entrepreneurship from each other. Concepts that are very similar at first glance are fundamentally different from each other. While the social responsibility of entrepreneurship characterizes exclusively the approach to conducting any economic activity, social entrepreneurship includes only those entities whose immediate goal is entrepreneurial activity aimed at mitigating or solving social problems [4].

In modern economic science, it is widely believed that social responsibility appeared in the 90s. of the last century, along with the recognition of globalization as the dominant trend in global development. However, this is not entirely true. Back in the early 70s. 20th century in the West, a theory arose that explained the essence of the relationship between business and society, the main postulate of which was the thesis that if a company does not evade taxation, sets an acceptable level of wages, meets the conditions for labor safety and environmental protection, then such a company conducts fair business practices and therefore socially responsible.

However, in addition to disputes about the direct essence of the concept of social responsibility of entrepreneurs, an open discussion is also being held in the scientific community. For example, in the work of L. P. Veryovkin, there is an opinion that one of the first to raise the issue of social responsibility was the Scottish American industrialist and philanthropist Andrew Carnegie [5]. The first mention of the formulation of this phenomenon is recorded in 1889 in the June issue of The North American Review, which included Carnegie's article "Wealth" [6]. One of the main theses in this article was the comparison of great wealth with equally great responsibility, and responsibility, in turn, falls on the owner of such wealth. Moreover, Carnegie calls for the awareness of the owners of such wealth and says that one of the main tasks of capital accumulation is the ability to improve, at its expense, even a small, but part of the big world.

Also, one of the founders of a clear concept of social responsibility of business in the scientific community is called Milton Friedman, who in 1971 wrote in the New York Times that social responsibility for business does not have an additional characteristic for doing business, but only determines the obligation of the entrepreneur to fulfill the fundamental task of increasing their own profits exclusively within the "rules of the game" [2]. However, Friedman, in his more recent 2007 paper The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits, considers the concept of business responsibility not only in terms of compliance with laws, but also as an opportunity to

appear more attractive to the consumer and potential employees. But more importantly, Friedman considers the direct benefits of government benefits, which in its essence already defines social responsibility as a phenomenon that is broader than just doing business with integrity [1]. It can be argued that at the time of writing the article, there were already mechanisms for regulating and stimulating social responsibility among entrepreneurs by the state, which defines social responsibility not only as a mechanism for internal self-control of the business environment, but also as a lever of interaction on the part of state control.

In addition to the author's interpretations of Friedman's research, it is also worth noting that although his vision is the most popular, the study and development of this phenomenon takes place not only in the scientific community, but also in quite influential organizations from the real sector of the economy and the social environment. For example, the Association of Managers of Russia believes that the social responsibility of business is a completely voluntary method of doing business, aimed at the development of society in the social, economic, and environmental spheres, directly related to the main activity of the company, as well as freely going beyond certain laws and regulations [3].

The pervasive influence of the social responsibility of entrepreneurs during the entire period of development as a concept and phenomenon has grown from a voluntary selfless gesture of goodwill into a fully working instrument that regulates fair sustainable development, both within the framework of global economic processes and on the scale of universal equitable social welfare.

Technical analysis of the development of the concept of socially responsible entrepreneurship in the literature

In the absence of a unified view of the essence of the social responsibility of entrepreneurship, it is proposed to consider the degree of conjugation of this concept with the most commonly used contextual terms in the scientific literature. Key words from scientific studies in which interrelated citations can be traced are taken as the basis for the estimated parameter.

During this analysis, the VosViewer software package was used. The full record of the article and the bibliography from the Web of science portal for the period from 1993 to 2022 were used as a database. When compiling the data sample, “social responsible entrepreneurship” was chosen as the keywords. Figure 1 shows the quantitative dependence of the joint mention of keywords in articles.

On the basis of the presented infographics, it can be concluded that in the academic environment the concepts of social responsibility of business are primarily closely related and are considered together with the concepts of sustainability, innovation, governance, performance, education. Ideological clusters were formed on the basis of software algorithm of mentioning keywords. Machine distribution does not interpret the specific criteria for the formation of a cluster or its intended name, however, based on the most frequently mentioned words in a cluster, we can put forward our own assumption about the principles of distribution.

Based on the primary visual analysis of the map, three most significant clusters can be distinguished: green, red, and blue. The same judgment is confirmed by the actual data formed from the quantitative sums of mentions of the presented keywords in the general data array: the above three clusters account for 78 % of the total number of mentions. Based on common ideas and the interconnectedness of words within clusters, the authors propose the following interpretation:

1. The green cluster is socially responsible entrepreneurship from a business point of view. To the greatest extent, the scientific community is interested in tracking the impact of a socially responsible approach on the company's performance, as well as on its sustainable development.
2. The red cluster is socially responsible entrepreneurship from the point of view of informal institutions. In this cluster, the focus of research is on assessing the benefits to indirect stakeholders from the use of CSR.
3. Blue cluster – socially responsible entrepreneurship in terms of accepted business practices. First of all, studies in this direction consider the limiting and stimulating factors of doing business from the point of view of organizational and legal forms and established collective norms.

Fig. 1. Visualization of co-occurrence analysis of terms related to social responsible entrepreneurship

Table 1

Collaborative keyword rankings

Rating	Keyword	Occurrences	Total link strength
1	Corporate social responsibility	435	424
2	Performance	369	366
3	Sustainability	302	291
4	Management	276	271
5	Responsibility	254	250
6	Innovation	244	234
7	Impact	188	185
8	Financial performance	170	167
9	Governance	153	150
10	Strategy	115	114

Based on the rating of references in Table 1, it can be said that most often in studies, the effects and interrelations from the application of a socially responsible approach in business are considered directly for the business itself, rather than for the intended ultimate beneficiary in the form of interconnected stakeholders or the state, whose task is a fair redistribution benefits for citizens. From this we can conclude that the vector of the idea of applying a socially responsible approach in business has shifted from an initially purely social and moral one, when the application of the approach looked more like a sacrifice or charity, towards a competitive advantage that allows you to win the favor of the consumer and investor, as well as the favor of others. states.

Results and conclusion

The concept of socially responsible entrepreneurship does not have an unambiguous formulation in the scientific community and is open to discussion. However, despite this, in the course of the historical formation of this term, the idea of moving away from the fundamental idea of gratuitous donation of company resources in favor of social benefits is clearly traced towards the idea of specific benefits that the company receives with this approach to doing business. In addition,

on the basis of research conducted by the scientific community over the past thirty years, three main interconnected clusters can be distinguished that directly affect or depend on the degree of applicability of the approach of socially responsible entrepreneurship within state, social, or entrepreneurial structures themselves. Among the identified clusters, the most related and dependent ones can be identified as a cluster of the directly entrepreneurial environment, which also indicates a shift in the approach of socially responsible entrepreneurship in favor of an approach that directly affects the results of the company's economic activities.

References

1. Milton F. The social responsibility of business is to increase its profits // Corporate ethics and corporate governance. Springer, Berlin, Heidelberg. 2007. Pp. 173-178.
2. Krichevskiy N. A., and Goncharov S. F. Корпоративная социальная ответственность. 2007.
3. Литовченко С. Е., Корсакова М. И. Социальная ответственность бизнеса: актуальная повестка. М.: Ассоциация менеджеров. 2003.
4. Mukhin A. V. Evolution of the concept of social entrepreneurship. main functions of social entrepreneurship // New Technologies. 2011. № 2. С. 103-106.
5. Вревкин О. Л. Социальная ответственность бизнеса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2010. № 1. С. 37-48.
6. Yatsenko A. V. Социальная ответственность: затратная PR-технология или необходимое условие экономической эффективности // Вестник УГТУ-УПИ. Серия экономика и управление. 2010. № 1. С. 11-18.

Д. А. Селезнева, И. Р. Шекера

ВЫЯВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПОДХОДЫ

Аннотация

Исторически основной задачей предпринимателей было получение максимальной прибыли от своей деятельности. Однако современные тенденции развития диктуют новые правила ведения бизнеса, обязывающие предпринимателей учитывать не только свои личные интересы, но и интересы каждого причастного лица. В данной статье рассматриваются теоретические аспекты выявления социально ответственного бизнеса и развитие подходов к определению данного понятия в научной литературе. Цель исследования – проследить взаимосвязанные определяющие признаки социально-ответственного предпринимательства. Теоретический вклад данного исследования заключается в систематизации существующих определений социально ответственного предпринимательства. Практический вклад заключается в выявлении взаимозависимых направлений социально ответственного бизнеса, которые оказывают непосредственное влияние друг на друга.

Ключевые слова: социальная ответственность, экономическая эффективность, корпоративно-социальная ответственность, предпринимательство, анализ совпадений.

УДК 532.1

K. Shiriaev

METHODS OF EVALUATING INNOVATIVE COMPANIES IN RUSSIA AT THEIR EARLY STAGES OF DEVELOPMENT BY VENTURE CAPITALISTS

Abstract

This article provides a detailed analysis of the methods of evaluating innovative companies in Russia, as well as the problems that potential venture investors may face when evaluating financial investments in Russian innovative companies. The main problem is to explain the choice of the optimal evaluation method.

© Shiriaev K., 2022

Keywords: valuation of the company, methods of valuation, venture capitalists, venture capital financing of innovative companies.

In today's world, startups easily scale and enter global markets. However, a revolutionary idea, a cohesive team, a result-oriented team, and a breakthrough product are not enough for success. Sufficient funding must be obtained to achieve it. Since the rapid growth of startups is the exception rather than the rule, achieving international brand awareness for a startup is not only hard work, but also capital-intensive. There is no universal approach to describing startup development. Different models divide the stages of growth based on the decisions made by the founders, the goals sought by the company, or the attraction of external funding.

The main problem is that the vast majority of innovative companies are not trusted by investors, as many of them are unprofitable, or do not generate income for a very long time. Therefore, traditional methods of investing in the case of startups are not a priority [1].

The most difficult option is to invest in a startup at a very early stage when it has not yet reached the revenue stage or is even only at the level of a business idea (socalled seed and pre-seed financing) [4, p. 24].

The purpose of our research is to study, analyze and evaluate venture investors' valuation methods for venture innovation companies in the early stages of their development in Russia.

Nowadays, in the era of increasing speed of change in the global economy, those countries that actively innovate are gaining a competitive advantage. Emerging innovative companies contribute to the efficiency of the economy, create new jobs, and are attractive from the point of view of capital investment.

Venture capital (VC) is a form of private equity and a type of financing that investors provide to startup companies and small businesses that are believed to have long-term growth potential. Venture capital generally comes from well-off investors, investment banks, and any other financial institutions [3].

Venture capitalists are usually interested in financing companies at the earliest stages of their development (e.g., at the startup stage), when the company's product is introduced to the market, but not sold for money.

In view of this, such problems arise as: high risks, exit of the investor from the project, gaps in legal regulation.

Therefore, in our article we focused on how to choose a method to assess the value of the company. As you know, traditional valuation methods (e.g., the multiples method) are far from always suitable for valuing a company at its early stages of development, because such companies usually have rapid growth and have volatile cash flows.

Therefore, we consider the following valuation methods which are the most effective in practice:

The discounted cash flow method.

The discounted cash flow method is based on the belief that investments in startups are made in potential future cash flows, rather than in specific assets (e.g. buildings, equipment) [2]. Thus, the investor "acquires" a future stream of income.

This method was introduced in early 1700s or 1800s, however, became popular among economists and in finance in general only in 1960s-1980s.

The discounted cash flow method is related to TVM (time value of money). The idea of TVM is that money tomorrow worth less than these money today. It is based on the assumption that money can be invested and increase in their value later on. The concept of time value of money or TVM is the basis of modern finance.

Advantages:

– Can be applied to the valuation of businesses with negative financial indicators, as well as uncommon cash flows.

– Usually serves as a “quick” check.

– Takes into account factors ignored by other valuation methods. For example, refinancing.

Disadvantages:

– The need for a large amount of data, which very often startups do.
– The complexity of calculating the discount rate.
– Probability of errors in complex calculations.
– Subjectivity.

There is a formula for calculating the required return on investor's capital:

$$r_e = r_f + \beta_i(r_m - r_f) + \sum_{j=1}^{n} \beta_i F_j + CRP \quad (1)$$

In this formula: r_f is the risk-free rate of return; r_m is the market rate of return; $r - r_f$ is the risk premium; β_i is a measure of the systematic risk of the asset calculated by the formula:

$$\beta_i = \frac{(cov\ ar^{im})}{\delta 2m} \quad (2)$$

To calculate all the cash flows, we need to apply the following formula:

$$CF_i = EBITDA_i(1 - t) - CAPEX_i - \Delta NWC_i \quad (3)$$

In this formula: CF_i – cash flow for period i; $EBITDA_i$ – earnings before interest expense, taxes, depreciation, and amortization; t – income tax rate; $CAPEX_i$ – investment in non-current assets for period i; ΔNWC_i – net working capital, which represents the difference between net current assets and net current liabilities.

At the point in time T:

$$NPV = \sum_{CF}^{T_t} = 0 \frac{CF + GV_-}{(1+r_e)^t} \cdot \frac{t}{(1+r_e)} + {}^{s}{}_{s\ T} \quad (4)$$

In this formula: r_e – adjusted discount rate, GV – cost of startup after moment S (Graduation Value), adjusted to S. We should also take into account the assumption that the company will grow at a constant rate of g per year in a period of stable growth. It follows that GV (Graduation Value) is calculated as follows:

$$GV = \frac{CF^{S+1}}{r_e - g} \quad (5)$$

Experts consider this method of discounting cash flows to be universal. It helps to accurately predict future cash income at a given point in time. Since profits and losses alternate in every company, cash flows cannot be constant, so they have dynamics that can be unpredictable [6, p. 137-138].

The discounted cash flow method can be used if there are assumptions that future cash flows will change, there is sufficient information for the evaluation, a mixed-use commercial property is being evaluated, and if the property was built relatively recently.

Venture capital method.

The venture capital method is a simplified version of the discounted cash flow method. While the discount method considers only the value of the startup at the time the investor exits, the target return is the most important element in the venture capital method. The target return is the

rate of return required by the venture capitalist on the capital that has been invested in the company. It is suitable for investors if they want to exit no sooner than 3-7 years.

It uses time frame to discount a future value of the firm, just like discounted cash flow method.

Classically, this method is based on calculating the "final value" of the company at the end of the investment period (which usually takes five years) [3]. Advantages:

– Can be used to calculate the required or expected valuation for a pre-revenue business.

– Allows the valuation of early stage "pre-revenue" companies.

– The discount rate considers the fact that the company being valued is illiquid and has a relatively high risk of failure. Additional discounts for illiquidity and survival probability weightings are unnecessary.

Disadvantages:

– Not suitable for companies at later stage of development.

– Does not take into account other aspects of the business, such as potential risks or the type of product being produced.

– Depends on the required rate of return.

To calculate startup value, first we need to find the current value of the startup:

$$PVE = \frac{EVE \cdot p}{(1+r_{vc})^T} \quad (6)$$

In this formula: r_{vc} – discount rate. p – the probability of successful exit. EVE – the expected value of the startup at the time of the venture investor's exit. Discounted net present value:

$$NPV_e = PVE - K_0 \quad (7)$$

In this formula: K_0 – the amount of the venture capitalist's initial investment.

This method assumes that a single round of investment is made (investments are made only in the initial period), because it does not consider the process of discounting investments after several years, and the company has no debts by the time of "exit". The venture capital method is especially suitable for the option when it is clear to whom, when and how the investor's share in the project will be sold and there is a clear estimate of how much can be earned on the "exit". This option is considered optimal by business angels and venture capitalists themselves [5].

The First Chicago Method.

This method was popularized by the First Chicago National Bank (Equity Group) in 1970s. With The First Chicago Method experts can predict company's cash flows for 3-5 years.

The First Chicago Method can be considered as a leader among others in the venture capital industry and when evaluating private equity companies.

However, not all early-stage investors fully use this approach, because this approach is too speculative for many investors to use it. So, that is why The First Chicago Method is mostly considered as a secondary tool.

This method considers many risks of investing in innovative companies in the early stages of development, by introducing scenarios [8]. When receiving cash flows from a company, three possible scenarios are usually considered:

1. "Success". In this case, we can say that the actual economic performance of the company coincides with the previously made business plan.
2. "Survival". When the real indicators of the company's economic activity coincide with the average indicators for the industry.
3. "Failure". Insufficient growth of the company, or its complete absence [8].

Advantages:

– It allows to account for significant changes in the startup.

– The discount rate (required rate of return) considers the fact that the company being valued is not liquid and has a relatively high risk of failure.

Disadvantages:

– A largely subjective analysis that requires not only a large amount of data, but also an assessment of the product market

– Requires the calculation of different return scenarios, so that the calculations can all be added up into one.

Revenues in different scenarios are estimated as follows:

$$R_1 = (1+n)^{S-T} \cdot R_T \quad (8)$$
$$R_2 = (1+m)^{S-T} \cdot R_T \quad (9)$$
$$R_3 = (S-T) \cdot R_T \quad (10)$$

In these formulas:

R_T – income projected over time T. By multiplying income by the multiplier EV/EBIT, we get the final cost of the company, considering different scenarios:

$$V_1 = (EV/EBIT)_1 \cdot R_1 \quad (11)$$
$$V_2 = (EV/EBIT)_2 \cdot R_2 \quad (12)$$
$$V_3 = (EV/EBIT)_3 \cdot R_3 \quad (13)$$

After obtaining the final value of the company under various possible scenarios, you can make a calculation of the present value of the company, by summing the probabilities obtained and the discounted final value:

$$V = \alpha \frac{V^1}{(1+r)^T} + \beta \frac{V^2}{(1+r)^T} + \gamma \frac{V^3}{(1+r)^T} \quad (14)$$

$\alpha + \beta + \gamma = 1$

In this formula: r – the discount rate, the formula for which we have already discussed in this article.

Despite the fact, that in theory this method is very logical and structured, in practice the result is often distorted by the subjective evaluation of experts. Therefore, when applying this method of evaluation, it is necessary to consider internal and external factors.

The First Chicago Method is widely applicable. It allows you to consider events with low probability, but with a huge impact on the return on your investment. On the other hand, this freedom complicates the evaluation system [7].

To summarize, we should say, that discounted cash flow valuation requires careful projections of a company's future earnings. If you try to calculate the cash flows accurately, this method gives a reliable estimate of the ultimate value of the company.

Venture capital method valuations are less reliable. All estimates are taken from industry average data. In Russia, we often encounter a situation where no reliable statistics on companies can be obtained. That is why the estimate is rather approximate.

The creators of the "The First Chicago Method" tried to get rid of the estimation bias inherent in the venture capital method. The inclusion of additional scenarios in this method seeks to account for the risk and uncertainty of future developments. This approach is often justified, especially for innovative companies that operate in a constantly changing environment. At the same time, having several scenarios makes the calculation much more complicated.

There are advantages and disadvantages to each method described and applied. It is not possible to say that one method is better than another: the choice depends on the specific situation and the availability of input data. In order to get the most correct assessment of a start-up, we must combine these methods.

References

1. Chumak L. Why won't investors invest in your startup? Three stop signals. // RUSBASE. 2017. URL: https://rb.ru/howto/nope/ (in Russian).
2. Damodaran A. Valuing Young, Start-up, and Growth Companies: Estimation Issues and Valuation Challenges // Damodaran Online. 2009. URL: http://people.stern.nyu.edu/adamodar/pdfiles/papers/younggrowth. pdf.
3. Hayes A. Venture Capital // Private Equity & VC. // Investopedia. 2022. URL: https://www.investopedia.com/terms/v/venturecapital.asp#:~:text=Venture%20capital%20(VC)%20is%20a,and%20any%20other%20financial%20institutions
4. Hillcrest S. Improving Certainty in Valuations using the Discounted Cash Flow Method. Valuation Strategies Magazine. 2006. Vol. 8. Pp. 24-25.
5. McClure B. Valuing Startup Ventures // Investopedia. 2020. URL: https://www.investopedia. com/articles/financial-theory/11/valuing-startupventures.asp.
6. Porter M. E. Competitive advantage: creating and sustaining superior performance: With a new introduction. N. Y.: Free Press. 1998. Pp. 137-138.
7. Rozhdestvenskaya J. The ABCs for Venture. How to choose the right startups for investment. // Forbes. 2018. URL: https://www.forbes.ru/finansy-iinvesticii/366717-azbuka-dlya-venchura-kak-pravilno-vybirat-startapy-dlyainvesticiy (in Russian).
8. Hashemi S. Venture Valuation. First Chicago Method. URL: https://www.venionaire. com/first-chicagomethod-valuation.

К. К. Ширяев

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ В РОССИИ НА РАННИХ СТАДИЯХ ИХ РАЗВИТИЯ ВЕНЧУРНЫМИ КАПИТАЛИСТАМИ

Аннотация

В данной статье представлен подробный анализ методов оценки инновационных компаний в России, а также проблем, с которыми могут столкнуться потенциальные венчурные инвесторы при оценке финансовых вложений в российские инновационные компании. Основная проблема заключается в объяснении выбора оптимального метода оценки.

Ключевые слова: оценка стоимости компании, методы оценки стоимости, венчурные капиталисты, венчурное финансирование инновационных компаний.

УДК 332.1

M. P. Tavernier Morales

DIGITAL MARKETING A TOOL TO INCREASE THE DONOR INTENTION AND FUNDRAISING IN NPO

Abstract

The purpose of this article is to analyze how can digital marketing be used to increase the donor intention and fundraising. For this, a model to analyze the factors of influence in the intent to donate money to Non-Profit organizations was created considering the constructs of perceived credibility, social influence and enabling conditions. Likewise, the main donation trends worldwide and the digital marketing tools were studied. The pandemic caused by the virus Sars CoV 2 made the government, civil society, and Non-Profit Organizations work together to face all the changes and challenges of the new reality. In some places the donor behavior had changed, countries as United Kingdom, Iceland, and Netherland that used to be in the top 10 for donating money, got out of those positions because of the decrease in donations. Becoming Indonesia, Kenya, and Nigeria the top three in the world most generous countries in the world giving index 2021 [16]. Digital

© Tavernier Morales M. P., 2022

marketing tools are important to influence in key factors related with the intention to donate as empathy, perception of credibility in the organization, sense of trust in project, and benefits linked with positive emotions. Digital tools can be a channel to share information and evidence of projects, built and maintain a relationship with current and potential donors, strength organizational reputation and increase the sense of trust. With the strength of the main influence factor of the donor intention, the organizations could create an attractive environment which promote the increase in fundraising.

Keywords: digital marketing, non-profit organizations, fundraising, donor intention, third sector.

The Non-Profit Organizations (NPO) are legal entities oriented to generate goods and services for which they cannot receive an economic benefit, this type of organizations, play a fundamental role in society by being able to address social problems in places and contexts that the State is not able to reach, thus contributing to guarantee the social rights of the people they serve. One of the main tasks of this type of organization is to raise resources to develop and sustain its activities, encouraging the institution to seek different strategies that allow it to achieve its goals without straying from its main mission [12].

Fundraising. Fundraising is a systematic activity focus on raising financial resources to execute activities of either an organization or an individual. Organizations can apply for different sources of funding, internal (the income from the organization´s own activities and membership fees) or external (National and local government budget, sponsorship in the business sphere, foreign and domestic foundations, donations from individuals and tax allowances) [8].

The mix of this sources will depend on the fundraising strategy and the size of the organization. In a study realized in the end of 2020 in USA, three out of four NPO view individual donations as essential or very important for their work, for the small ones (annual expenses under $500,000 dollars) this source represents the 30 % in their revenue. The situation generated by COVID-19 in 2020 impacted seriously in nonprofits organizations, according with the report of nonprofit trends and impacts in 2021 in USA, 40 % of the NPO reported an average of 31 % losses in their total revenue and they lost the 7 % of their paid staff [4].

Fundraising represents a challenge for institutions, since they not only focus on their social object by maintaining their activities, but also on their ability to attract resources from third parties to achieve financing the former, as mentioned by Matos Costa E. Et.Al. (2019). The inconsistency of this effort can be affected by internal and external factors as macroeconomic, legislative or society.

Donations worldwide statistics. The Giving report 2020 includes 133 countries and 13,468 donors. As a highlights of this report, we find that 37 % of donors are Baby boomers (1946-1964), followed by Millennial generation 26 % (1981-1997) and Gen X 25 % (1965-1980). The 39 % of them donor a range of 101 to 999 dollars, 27 % less than 100 dollars and 23 % 1000 to 4999 dollars per year. This statistics change depending on the region [6].

The principal causes people use to support worldwide are hunger and homelessness (13 %), children and youth (12 %), health and wellness (12 %), animals and wildlife (10 %) and human and social services (8 %). According with the 2020 report, 55% of donors worldwide prefer to give online with a card, 51 % are enrolled in a recurring giving program, 45 % donate to crowdfunding campaigns, 30 % donate to NPOs from countries that are not their country of residence, 66 % of donors are volunteers with NPO, the communication method that inspire them to repeat donations are regular email communication, regular social media communication and print communication. One of the most important details was 92 % of donors said NPO's must invest financial resources in digital communications to stay relevant [6].

The world giving index 2021 showed Indonesia at the 1st place of the ranking of the most generous countries, 8 of 10 Indonesians donated money and their rate of volunteer is 3 times the global average. On the 2nd is Kenya, followed by Nigeria, Myanmar, and Australia. Some of these countries has an enormous religion influence (Theravada Buddhism) in which is almost mandatory to donate. USA, the United Kingdom, Canada, Ireland, and the Netherlands are still among the top

countries, but each country has seen significant decreases in the proportion of people making donations [16].

Intention to donate. There are different behavioral theories that study the factors that trigger people to have intention and decide to donate. Emotions such as gratitude and personal affection are positively related to pro-cause behaviors. The desire to pay more or support a philanthropy organization is linked to the consumer's perception of the institution and whether they believe these actions will have a beneficial impact [2]. Research has shown that one way to increase the intention to donate to a cause or social organization is to focus communication on providing benefits linked to positive emotions, such as hope, happiness, joy, to others, triggering in potential donors a visualization of what their donation can generate [13].

Liu L., Suh A., & Wagner C. developed a theoretical model to study people's donation behavior towards a social cause on crowdfunding platforms, as a result they noticed that empathy and the perception of credibility has a determining role in the intention to donate on a crowdfunding platform, empathy presented a high influence of some specific aspects of the website such as navigability, visual appearance, data security and ease of transaction and showed a positive association to the popularity of the project. Also, noted that the reputation of the organization or person who is presenting the fundraising campaign is positively related to the perceived credibility of it [11].

Li Y., He T., Song Y., Yang Z., & Zhou R. found that in their model The variables with a greater impact were sense of trust, effort expectancy and performance. They showed that the greatest positive influence occurs when the person trusts the organization and the project itself, intensifying their desire to donate [10].

A personal model based on the 2 previous mentioned, was built (Figure 1) considering three constructs: perceived credibility, social influence and facilitating conditions for online and offline fundraising. The model was applied to 407 persons living in México.

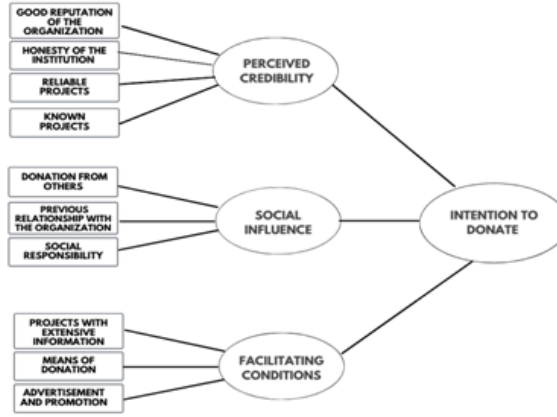


Fig. 1. Model Intertion to donate

The variables with the greatest impact were perceived credibility followed by facilitating conditions; in the first, the reputation of the institution was the most influential factor, indicating the importance of transparency in resources and evidence of the results and impact of the projects; in the second, the most influential factors were the publicity of the projects and complete information about them, showing quantitative and qualitative information about the beneficiaries. The variable with the least influence was social influence; however, an important aspect mentioned was the influence of past experiences with this organization.

Finally, it is important to mention that, in the study realized to validate the previous model mentioned, people indicated that their three main motivators to donate are empathy, social responsibility and personal satisfaction. In most cases, they donate to more than one cause at a time, some do not make recurring donations to a cause, but support those that appear in social networks or that the support is requested personally or by an acquaintance.

Digital marketing. Digital marketing can be defined as the use of technology in marketing efforts and business practices to promote goods, services, information, and ideas via the internet, cell phones, online advertisements, and other electronic media [14]. One of its advantages is that it can reach all people wherever they are, there is any geographical or time restrictions or limits. Digital marketing uses diverse channels as websites, search engine optimization (SEO), search engine marketing (SEM), email marketing, social media marketing (SMM), content creation, digital advertising, mobile marketing, viral marketing, affiliate marketing, online public relations (Online PR), digital media, and web analytics [1] NPOs can use the social media to expand their work by reaching new supporters, finding new stakeholders, archiving public visibility [5]. It allows them to connect with their public, build brand awareness, share important information, and gather feedback [15]. At the same time it represents an opportunity of shaping perceptions of an organization's financial performance, success, and purpose [9]. Some of the most popular digital marketing tools are the enlisted in Table 1.

Table 1.

Digital Marketing Tools. Own construction with information from A. Hanlon (2022) [7]

Marketing tool	Description
email	Used when an event, activity, or response to a call to action, relate to the costumer journey. (thanks to register, password reminders, thank you for an action, shipping confirmation, re-engagement, promotions, offers, brand or customer stories, tips and advice, links to articles, events, and invitations). Usually have a call-to-action button (link to a page, take or perform an action as donate, buy or contact).
websites	Provide Dynamic insights into the organization, members, work, customers, stakeholders, products, testimonies, articles, and call to action buttons.
search engine optimisation	Practice of improving an organization's place in the search engine results. Important aspects to take into consider key words, content, views, interactions, shares.
paid search	Includes promotional material placed on search engine, social media, audience networks, cost per view, pay per click, pay adverts, search engine consider factors as quality of content on the page, importance of the organizations in the key words and quality of advert content.
content marketing	Can increase brand visibility, drive traffic to website, help educate and convert customers. Use words, photos, images, infographics, memes, video, GIF's, storytelling, influences, celebrities.
social media	It's necessary to identify the main characteristics of the target audience, SM helps to stablish a conversation with them, built and maintain relationships, to share content, organize groups and communities, and built reputation demonstrating trust and authenticity.
online communities	Groups of people who exchange words and ideas by online networks. Some benefits are direct contact with consumers, get insights about the preference and feelings attached with the brand. Three key elements are the sense of belonging, the presence of share rituals and traditions, sense of duty or obligation to the community.

It is important that the communication that is sought to be done in these media goes appropriate to the voice and tone of the organization, to achieve the connection with potential

donors, it is advisable to seek interactions with potential donors, as well as with other organizations [3].

Digital marketing and intention to donate. As is indicated above, the main factors that influence people to donate are empathy, perception of credibility in the organization (reputation, previous experiences, transparency), and in the project (complete information and advertising campaign) and benefits linked with positive emotions as gratitude, joy, satisfaction. It is crucial that prior to the selection of tools and the design of a campaign, the NPO conducts a diagnosis to assess these factors, its brand awareness, and its internal and external reputation. The tools and strategy will be determined by the objective pursued by the organization and the selected target.

Some of the digital marketing tools which can be used are social media to communicate information about the organization, projects and evidence of beneficiaries to improve the sense of trust, reputation and perception of credibility and the most importantly, the advertisement campaign allows to reach potential donors, the choice of social media will depend on the profile of the organization's potential donors. An official website is another key tool, which can help demonstrate results, impact, transparency of founds, have a special section to support a specific project or the organization in general, and provide more information about the organization and projects themselves to strengthen reputation.

The email would help maintain the relation with the current and new donors, invited and inform them about new projects and link them to social media and the website, improving the sense of trust, personal satisfaction and include a call-to-action button to facilitate conditions to donate. SEO and content marketing would be relevant to increase traffic to the website and social media, to publicize the projects and to strengthen the credibility and reputation of the organization.

Conclusion. Nonprofit organizations play an important role in providing services and strengthening communities. The growing number of organizations and the economic, political, and social context increase the difficulty of rasing the necessary funds to support the causes and work of NPO's. For these reasons, it is important to drive the design of strategies and campaigns that can support NPO's to improve their fundraising.

Digital marketing tools are important to influence key factors related to the intention to donate, these can be a channel to share complete project information, built and maintain a relationship with current and potential donors, strengthen organizational reputation, contact potential donors. By strengthening the key influencers of intent to donate, organizations could create an attractive environment that promotes increased fundraising.

The selection of the tools and strategy will depend on the organization's objectives and target audience. It is crucial that organizations create a marketing plan with clear objectives and target audience. NPO's must be careful with the content they publish, because while it can improve the sense of trust, reputation, attract people's attention, and engage them with the activities and the organization, misuse can have the opposite effect.

References

1. Bala M., Verma D. A critical review of digital marketing // International Journal of Management, IT & Engineering. 2018. Vol. 8 (10). Pp. 321-339.
2. Carroll R., Kachersky L. Service fundraising and the role of perceived donation efficacy in individual charitable giving. Journal of Business Research. 2019. Pp. 254-263. URL: https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.051
3. Di Lauro S., Tursunbayeva A., Antonelli G. How Nonprofit Organizations Use social media for Fundraising: A Systematic Literature Review // International Journal of Business and Management. 2019. Vol. 14 (7). URL: https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n7p1
4. Faulk L., Kim M., Derrick-Mills T., Boris E., Tomasko L., Hakizimana N., Chen T., Kim M., Nath L. Nonprofit Trends and Impacts 2021 National Findings on Donation Trends from 2015 through 2020, Diversity and Representation, and First-Year Impacts of the COVID-19 Pandemic. 2021. URL: https://www.urban.org/sites/default/files/publication/104889/nonprofit-trends-and-impacts-2021_1_0.pdf

5. Foronda-Robles C., Galindo-Pérez-de-Azpillaga L. Territorial intelligence in rural areas: The digitization of non-profit associations through social media // Technology in Society. 2021. P. 64. URL: https://doi.org/10.1016/J.TECHSOC.2020.101459

6. Global trends in giving report. 2020. URL: https://assets-global.website-files.com/5da60733afec9db1fb998273/5f5f8fedbd440fd3e98de74c_2020-Giving-Report-English.pdf

7. Hanlon A. Digital Marketing. Google Books. 2022. URL: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vtJSEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=digital+marketing+tools+&ots=r21r-9EfA3&sig=7wpdbCPS0jZLxdWlQIZSFSz1DpE#v=onepage&q&f=true

8. Hommerová D.; Severová L. Fundraising of Nonprofit Organizations: Specifics and New Possibilities // Journal of Social Service Research. 2018. Pp. 1-12. URL: doi:10.1080/01488376.2018.1479678

9. Kwayu S., Abubakre M., Lal B. The influence of informal social media practices on knowledge sharing and work processes within organizations // International Journal of Information Management. 2021. Article 102280.

10. Li Y., He T., Song Y., Yang Z., & Zhou R. Factors impacting donors' intention to donate to charitable crowd-funding projects in China: a UTAUT-based model. 2017. URL: https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1282530

11. Liu L., Suh A., Wagner C. Empathy or perceived credibility? An empirical study on individual donation behavior in charitable crowdfunding // Internet Research. 2018. Vol. 28 (3). Pp. 623-651. doi:10.1108/intr-06-2017-0240

12. Matos Costa E., Caparróz-Carvalho A. S., Andressa Rosa M. J., Neder R., Ribeiro da Costa S. Estratégias de captação de recursos do Observatório Social de Sorriso- Mato Grosso, Brasil // Revista Escuela de Administración de Negocios. 2019. Pp. 151-168. URL: https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2299

13. Moran N., Bagchi R. The Power of Emotional Benefits: Examining the Role of Benefit Focus on Donation // Behavior. Journal of Advertising. 2019. Vol. 48 (3). Pp. 284-291. URL: https://doi.org/10.1080/00913367.2019.1602857

14. Pradhan P., Nigam D., Ck T. Digital marketing and SMES: An identification of research gap via archives of past research // Journal of Internet Banking and Commerce. 2018. Vol. 23 (1). Pp. 1-14.

15. Wang X., Wang Y., Lin X., Abdullat A. The dual concept of consumer value in social media brand community: A trust transfer perspective // International Journal of Information Management. 2021. Article 102319. URL: https://doi.org/10.1016/J. IJINFOMGT.2021.102319

16. World Giving Index 2021. CAF. 2021. URL: https://www.cafonline.org/about-us/publications/2021-publications/caf-world-giving-index-2021

М. П. Таварниер Моралес

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ КАК СРЕДСТВО ФАНДРАЙЗИНГА ДЛЯ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация

Цель этой статьи – проанализировать, как можно использовать цифровой маркетинг для повышения намерений доноров и сбора средств. Для этого была создана модель анализа факторов влияния при намерении пожертвовать деньги некоммерческим организациям с учетом конструктов предполагаемого доверия, социального влияния и благоприятных условий. Кроме того, были изучены основные мировые тенденции пожертвований и инструменты цифрового маркетинга. Пандемия, вызванная вирусом Sars CoV 2, заставила правительство, гражданское общество и некоммерческие организации работать вместе, чтобы противостоять всем изменениям и вызовам новой реальности. Кое-где поведение доноров изменилось, такие страны, как Великобритания, Исландия и Нидерланды, которые раньше были в первой десятке по количеству пожертвований, выпали из этих позиций из-за уменьшения пожертвований. Индонезии, Кении и Нигерии вошли в тройку самых щедрых стран мира по индексу 2021 г. Инструменты цифрового маркетинга важны для воздействия

на ключевые факторы, связанные с намерением сделать пожертвование, такие как эмпатия, восприятие доверия к организации, чувство доверия к проекту и преимущества, связанные с положительными эмоциями. Цифровые инструменты могут быть каналом для обмена информацией и доказательствами проектов, создания и поддержания отношений с текущими и потенциальными донорами, укрепления репутации организации и повышения чувства доверия. С силой основного фактора влияния намерения донора организации могли создать привлекательную среду, которая способствовала бы увеличению сбора средств.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, некоммерческие организации, сбор средств, намерение донора, третий сектор.

УДК 330.8

N. Tran Bao

APPLICATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE FOR BUSINESS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

Abstract

Artificial intelligence can be applied in various industries globally. One of these industries is the hospitality industry. With AI power, factories and production plants can target a narrower audience segment and optimize resource issues. Industrial customers like the hospitality sector may need to hire more labour to make up for their limited production flexibility. As a result, labour shortages may reduce profits from productivity improvements through greater operational efficiency from automation or process modifications driven by artificial intelligence (AI). AI can improve capacities between off-peak processing and alert management for business opportunities for day/night shifts as well as provide optimization of resources such as labour demand, workloads or utilization ratio between machines.

Keywords: artificial intelligence, business, hospitality industry.

"Nothing will affect the future of humanity more than digital super-intelligence." – Elon Musk. Artificial intelligence plays an increasingly important role in the management of hospitality, thanks to ability to perform traditionally human functions at any time of the day. This potentially means that hotel owners can save significant money, eliminate human error and provide excellent service.

Machines that can "think" like humans and imitate intellectual behavior. Hotels and restaurants of all sizes are increasingly using Chabot's, robots, voice devices and other artificial intelligence technologies to improve the experience of guests. Artificial intelligence and an advanced machine mood will become pioneers in technology and will change all market trends in the future (www.gartner.com). These AI devices help guests:

- Access to hotel facilities and services such as a canteen in the room.
- This allows them to control room TV, lighting and temperature.
- Listen to music through Bluetooth speakers.
- And paging.
- Lighting and temperature settings can also be remembered for future visits.

Chabot's: A Chabot is artificial intelligence software that can stimulate conversation with a user in a natural language through messaging applications, websites, mobile applications or through a phone (source: expertsystem.com). In the hotel industry, there are various uses of Chabot's, for example: it can be used as a booking platform, as it can work 24 * 7, increase direct booking by quick answers and reduce the workload at the reception.

Robots: From Chabot to assistant robots, the use of robots in the hospitality industry has become more widespread recently. Robots are automatic machines that reduce human effort and work on a pre-programmed series of tasks, although they do not look like human ones or perform functions like humans. The first time robots were used in hotel service in 2015, at the Henn-na Hotel, Nagasaki, Japan. Robots only "do" pre-programmed repeat tasks most of the time.

© Tran Bao N., 2022

Hotel kiosks are the next important thing in the industry, which can significantly reduce large queues at the reception, increase revenues by selling and improving room categories and hotel services. They also help the hotel eliminate errors that may occur in recurring work. In turn, hotel staff can focus on areas that actually need personal attention.

Voice Controlled Devices: Voice control relies on artificial intelligence that allows voice controlled devices to recognize speech patterns, understand specific patterns as commands, and respond appropriately to these commands. Voice-controlled devices are also connected to the Internet, which eliminates the need for users to perform more traditional management tasks, such as pressing buttons. Various companies have developed personal assistant technology that works on voice control, with examples including Google Assistant, Siri, Alexa and Cortana. Among the most famous and popular intelligent hubs with voice control are Amazon Echo, Google Home and Apple Home Pod, and all these hubs are capable of interacting with other devices.

According to 2018 data from Lodging and Restaurant Technology Studies, AI was named the top technology with future influence for both hotels (70 %) and restaurants (38 %) (Source: hospitalitytech.com). However, the expectations of guests change. Consumers are used to using technology to manage privacy and want the same when staying at a hotel or dining.

Artificial intelligence is everywhere, but its research and implications in the hospitality industry are still at an initial stage in our country. Artificial intelligence is nothing new in science. The expression was first announced in 1956 by American computer scientist McCarthy. The goal was and still is to develop a neural network that works just like the human brain, based on algorithms. He must be able to learn from and respond to the environment. Artificial intelligence is part of computer science and compromises various fields, such as robotics, natural language processing and machine learning.

There are many scientific definitions of artificial intelligence. In search of a no longer mathematical definition, the Oxford English Dictionary gives a brief explanation of it. Artificial intelligence is defined as: "The theory and development of computer systems capable of performing tasks that usually require human intelligence, such as visual perception, speech recognition, decision-making and translation between languages." At the moment, we are in the stage of high development and use of artificial intelligence. There are a couple of drivers that call for further development. Firstly, a lot of data is created every minute, supposedly the amount of data doubles every two years. Big data is needed for artificial intelligence to work well, especially in machine learning because it can be processed to generate value. Second, cloud storage is becoming more affordable and cheaper. It is closely related to improved computing power and Internet connectivity with many devices.

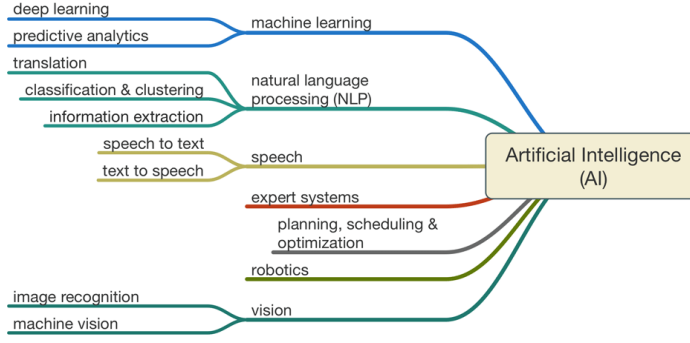


Fig. 1. Artificial Intelligence Areas

The most current topics of artificial intelligence are visible in Figure 1. Machine learning, natural language processing, speech and robotics are important for this article. All other areas are also important in the service sector. Integrating artificial intelligence will help people better do work and make more sustainable decisions. It is already used in many industries, as it improves productivity and quality. As it grows in the future, the hotel industry must adapt to this development in order to gain these benefits. It often seems that robots or other technological improvements will take away jobs, but this is mostly not the case. Especially in tourism, Artificial Intelligence cannot completely replace hotel employees, as it is not able to understand the client at an emotional level. Emotional interaction with employees is considered the most significant point of contact to ensure customer satisfaction. The hotel industry is a sector that depends heavily on information to create personalized services. Technology is needed to store and analyze all this information. Hotels are often not open to introducing new technologies into business. Artificial intelligence can use, for example, customer data to provide personalized services to improve customer service.

Replacing human labor with robotics is divided so that human tasks are based on "steps," and part of the tasks is advanced through substitution. In segmentation, people on the ground mostly take the initiative. Therefore, the case is advanced not due to the efforts of the manufacturer, but due to the efforts of the user (led by enterprises that carry out interpersonal services). In this case, AI analysis will also be important.

Artificial intelligence is a buzzing word these days in any industry, such as engineering, medicine, manufacturing, or hospitality, but research on it is still in its infancy. Hotels and other hospitality sectors (in the Indian context) have not yet implemented AI at a higher rate and are not using it to improve service management and quality. When human learning is combined with machine learning, it will have a positive impact on the service industry and lead to effective and unmistakable results. The impact of artificial intelligence on income management and profitability has yet to be explored in terms of future aspects.

References

1. Bauer D. Successful leadership behaviours in slovak organizations' environment – an introduction to slovak implicit leadership theories based on GLOBE study findings // Journal for East European Management Studies. 2015. Vol. 20(1). Pp. 9-35.
2. Bishop W. H. The Elements of Leadership in a Global Environment // Global Business & Organizational Excellence. 2013. Vol. 32 (5). Pp. 78-85.
3. Chakraberty S. Global HR management and organizational development // IPE Journal of Management. 2013. Vol. 3 (1). Pp. 24-51.
4. Cseh M., Davis E. B., Khilji S. E. Developing a global mindset: Learning of global leaders // European Journal of Training and Development. 2013. Vol. 37 (5). Pp. 489-499.
5. Daniel S. J., Cieslewicz J. K., Pourjalali H. The impact of national economic culture and country-level institutional environment on corporate governance practices // Management International Review. 2012. Vol. 52 (3). Pp. 365-394.
6. Derungs I. M. Trans-cultural leadership for transformation. Basingstoke, England: Palgrave Macmillan. George, B. (2015). The new global leaders. People & Strategy. 2011. Vol. 38 (3). Pp. 26-30.
7. Ghaffari A., Naderi M. The effects of globalization on islamic education // International Journal of Management Prudence. 2013. Vol. 5 (2). Pp. 7-15.
8. Ghasabeh M. S., Soosay C., Reaiche C. The emerging role of transformational leadership // The Journal of Developing Areas. 2015. Vol. 49 (6). Pp. 459-467.
9. Ilyin I. V., Rozanov A. S. The impact of globalization on the formation of a global political system // Campus. Wide Information Systems. 2013. Vol. 30 (5). Pp. 340-345.
10. Karadagli E. C. The effects of globalization on firm performance in emerging markets: Evidence from emerging-7 countries // Asian Economic and Financial Review. 2012. Vol. 2 (7). Pp. 858.

11. Li G., Zhou H. Globalization of financial capitalism and its impact on financial sovereignty // World Review of Political Economy. 2015. Vol. 6 (2). Pp. 176-191.
12. Mendenhall M. E. Global leadership: Research, practice, and development. New York: Routledge. 2013.
13. Mikalauskiene A., Streimikiene D., Mulagalejeva K. Assess the impact of globalization processes by indices // Economics & Sociology. 2016. Vol. 9 (4). Pp. 82-100.
14. Minner W. Leading global organizations // Journal of Management Policy and Practice. 2015. Vol. 16 (2). Pp. 122-126.
15. Northouse P. G. Leadership: Theory and practice (7th ed.). Los Angeles, CA: SAGE. 2016.
16. Sheppard J., Sarros J. C., Santora J. C. Twenty-first century leadership: International imperatives // Management Decision. 2013. Vol. 51 (2). Pp. 267-280.
17. Small-Clouden L. Globalization, assimilation, culture erasure: A review of trinidad and Tobago // Journal of Organizational Psychology. 2016. Vol. 16 (1). Pp. 106-117.
18. Suci S. C., Asmara A., Mulatsih S. The impact of globalization on economic growth in ASEAN // Bisnis & Birokrasi. 2015. Vol. 22 (2). Pp. 79-87.
19. Van Paasschen F. Globalization from a business leader's point of view // The Brown Journal of World Affairs. 2015. Vol. 22 (1). Pp. 175-189.
20. VanderPal G. Global leadership, IQ and global quotient // Journal of Management Policy and Practice. 2014. Vol. 15 (5). Pp. 120-134.
21. Swierczek W. F., Jousse D. Adam smith as bodhisattva? A metta analysis of global leadership // The Journal of Management Development. 2014. Vol. 33 (8). Pp. 786-796.
22. Wittmann V. World society and globalization // Journal for Multicultural Education. 2014. Vol. 8 (3). Pp. 194-206.

Н. Чан Бао

ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ДЛЯ БИЗНЕСА В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация

Искусственный интеллект может применяться в различных отраслях по всему миру. Одной из таких отраслей является индустрия гостеприимства. Благодаря мощности ИИ фабрики и производственные предприятия могут ориентироваться на более узкий сегмент аудитории и оптимизировать проблемы с ресурсами. Промышленным клиентам, таким как сектор гостеприимства, возможно, потребуется нанять больше рабочей силы, чтобы компенсировать их ограниченную гибкость производства. В результате нехватка рабочей силы может снизить прибыль от повышения производительности за счет повышения операционной эффективности за счет автоматизации или модификации процессов, управляемых искусственным интеллектом (ИИ). ИИ может повысить пропускную способность между обработкой вне пиковой нагрузки и управлением оповещениями для бизнес-возможностей для дневных и ночных смен, а также обеспечить оптимизацию ресурсов, таких как потребность в рабочей силе, рабочие нагрузки или коэффициент использования между машинами.

Ключевые слова: искусственный интеллект, бизнес, индустрия гостеприимства.

УДК 347.7

A. V. Yacovenco Farias

ARTIFICIAL INTELLIGENCE: LEGAL STATUS IN DIFFERENT LEGISLATIONS

Abstract

In recent years, the World has been witnessing changes derived from technology and more specifically from artificial intelligence (AI), a concept that has several meanings but that in fact is changing the life of human beings in several areas, such us in communication, healthcare, transportation, commerce, marketing, education, finances, etc. These changes are accompanied and

© Yacovenco Farias A. V., 2022

fed by globalization, the Internet in general and the interconnection between people in different parts of the Planet. Something particular of the law is that first the facts occur, and after a time of repetition of them, the legislator – to say in a very general way – for various circumstances, sees the necessity to legislate, that is, to create rules, to frame the field of action and limits, that regulate the fact itself and the consequences of the it. And it is what happened with AI, first it appeared and then, there has been attempts to create rules, laws for it. From an international point of view, there are several types of legal entities. In that sense, countries, political and/or economic unions can be mentioned, and particularly in AI, partnerships can be distinguished. This paper aims to briefly explain what AI is and describes how it has been controlled in different legislations.

Keywords: artificial intelligence, trading enterprise, legal aspects.

1. INTRODUCTION

Human beings possess an instinct called "*gregarious*", which leads them to live in community to survive. As actions of any person have certain consequences or generate a certain response from the others around him, rules are necessary for coexistence in order to define and delimit the freedom as well as the limitations of individuals.

A characteristic of the law in general is that first the fact is generated and then the rule is created; this is due in part to the fact that because of the experience, of custom, people can know what situation or fact it is being faced and consequently it can be legislated.

Linked to these previous ideas of society and law, people's lives have been changing in many aspects, especially since last the Century. Some *words* that can be considered as signs of these changes, such as *globalization, communication, technology, the Internet, artificial intelligence,* etc. In some way, they are interconnected, and they have impacted and transformed the World we are living in. The results have been expanded in every aspect of Human life, such as medicine, transportation, education, finance, national/international trade, and consequently in law as a science.

This article attempts to briefly explain what AI is and show how it has been legislated in different places of the globe, more specifically in United States and in the European Union.

2. ARTIFICIAL INTELLIGENCE

There is no single and universal definition of what artificial intelligence (AI) is or what it implies, it is a broad concept and with several edges. However, there are certain basic *concepts* which can be a starting point namely: artificial, intelligence, algorithm and data or information.

Basically, artificial intelligence -for the purpose of this article - can be defined as a group of instructions (*algorithm*), which are given to machines through the use of certain *software* or *computer programs* and using certain *information/data* that is also given to them, they act as if they were human beings. In other words, machines are *taught* to understand and learn from introduced data and mimic humans, what includes recognition of voices, images, videos, translation between languages, and therefore they are capable of generating new information (output).

3. DIFFERENT LEGISLATIONS ABOUT AI

United States of America

This country is characterized by being competitive and advanced in many aspects. As far as AI is concerned, it is possible to mention the Silicon Valley's Cluster as a great example of tech cluster, which is a geographic concentration of interconnected companies and institutions working in this field.

USA has the National Conference of State Legislatures (https://www.ncsl.org/) in which key legislations about any topic can be found, but they are not necessarily laws applicable to all states, since, as is well known, each State is the creator of its own laws, which are valid within them.

However, the 1st of January 2021 the National AI Initiative Act (NAIIA) of 2020 became a law and it has it owns official page (https://www.ncsl.org/) names as "National Artificial Intelligence Initiative" in which not only legislation and executive orders can be found, but also information about AI, documents in general, news, etc.

The NAIIA is directed to all the states belonging to USA and it is to implement a general federal strategy. The objective of it is to coordinate programs across the entire country, what includes the preparation of the present and future workforce, and consequently accelerate AI

research and implementation, which has consequences not only in the economy, but also in the society. Moreover, AI Initiative has the mission to ensure the leadership of the country in the field of AI and use of trustworthy AI in the public and private sectors. Finally, was created for the purpose of protecting the civil liberties of American citizens.

European Union

In our present days, in the international field there are different types of actors, which are not just countries, but they also are subjects of international law.

The European Union (EU) is a developed example of the afore mentioned. EU is a political and economic union of 27 member states, and when a law is adopted, it is valid for every country part of the union.

Three regulatory documents on artificial intelligence have emerged from the EU:

– General Data Protection Regulation (GDPR) (2016).
– The European Parliament's Resolution of February 2017 on Civil Laws for Robotics.
– The Ethics guidelines for trustworthy AI produced by the European Commission's High-Level Expert Group on Artificial Intelligence (AI HLEG) (2018).

The starting point of the GDPR is information. It is not a secret that everything that people do on the internet (Widely: apps, search engines, streaming services, etc.), generates information, data, which is recover and save but different companies with different objectives. As it is explained in its subtitle *"on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data*".

In that sense, GDPR was created to stablish and protect the following customers' rights: to information, of access, to rectification, to erasure, to restriction of processing, to data portability, to object, to avoid automated decision-making.

The second document, the Resolution on Civil Laws for Robotics, it is not a biding law, it is more a set of recommendations, in which some concepts are defined such as general principles, liability, ethical principles and are mentioned specific examples of robots, like drones, medical robots, autonomous vehicles, etc.

Finally, the third document, AI HLEG, refers to a group of experts working together to *"provide advice on its artificial intelligence strategy"* (https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/expert-group-ai), created by the European commission in 2018.

As it is explained in the European Union´s official website, the group work in some deliverables, to know:

1. Ethics Guidelines for Trustworthy AI.
2. Policy and Investment Recommendations for Trustworthy AI.
3. The final Assessment List for Trustworthy AI (ALTAI).
4. Sectoral Considerations on the Policy and Investment Recommendations.

4. CONCLUSION

The world is constantly changing, and that changes are thanks to technological advances that allow, in a certain way, to make the life of human beings easier and help them to overcome better the obstacles, for example, in terms of health. All these advances also generate new resources and economic growth, but they also require societies capable of adapting to them and laws that delimit their legal framework.

As can be observed, in the USA as well as in EU there are laws concerning AI and general recommendations. Both legislations seek to generate projects for the development and promotion of AI, as well as laws to protect the rights of citizens. Both seek to lead the world in artificial intelligence; the USA has developed a much more defined strategic plans than the EU, while the EU has developed laws to protect the rights of its citizens much more in depth than the USA.

In the absence of an international sovereign, companies have developed their own strategy, they have joined forces and worked together and such is the case of Partnership on Artificial Intelligence to Benefit People and Society (PAI) (https://partnershiponai.org/). This is a non-profit partnership formed by member from diverse continents like Africa, Asia, Europe, and North America and from diverse sectors such as non-profit organizations, academic, industry and media

and from all around the world, with the goal to creating solutions in AI, for positive outcomes for people and society.

All the initiatives mentioned before can be seen as a positive step forward, but not enough, because users (Companies, governments, educational institutes, people in general, etc.) of AI have different margins of action depending on the country in which they are, and in order to manage, to direct the consequences of AI´s application it is highly necessary to join forces and laws in this regard, because that consequences are present, in greater or lesser degree of development, in all countries of the world. Furthermore, advances in AI are not the same in Europe or North America as in South America or Africa.

That is the reason why it is highly important and recommendable to have a good degree of communication and support among governments in everything related to IA, in order to duly inform the citizens of the world, as well as to provide them with the necessary support and tools to face the present consequences of the use of IA as well as the future consequences that may arise from it.

References

1. Rouhiainen L. Artificial intelligence: 101 things you must know today about our future. Lasse Rouhiainen. (Original work published 2018). 2019.
2. AI HLEG. High-Level Expert Group On Artificial Intelligence Set Up By The European Commission Ethics Guidelines For Trustworthy AI. 2019. URL: https://ai.bsa.org/wp-content/uploads/2019/09/AIHLEG_EthicsGuidelinesforTrustworthyAI-ENpdf.pdf
3. Commission E. EUR-Lex. 02016R0679-20160504. EN. EUR-Lex. 2016.
4. Barrio Andres M. Towards legal regulation of artificial intelligence. REVISTA IUS. 2021. Vol. 15 (48). URL: https://doi.org/10.35487/rius.v15i48.2021.661
5. Home. (n.d.). Partnership on AI. 2022, from https://partnershiponai.org/
6. The National Artificial Intelligence Initiative (NAII). (n.d.). National Artificial Intelligence Initiative. URL: from https://www.ai.gov/

В. Я. Алехандра

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ: ПРАВОВОЙ СТАТУС В РАЗНЫХ СИСТЕМАХ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Аннотация

В последние годы мир стал свидетелем изменений, связанных с технологиями и, в частности, с искусственным интеллектом (ИИ), концепцией, которая имеет несколько значений, но на самом деле меняет жизнь людей в нескольких областях, таких как общение, здравоохранение, транспорт, торговля, маркетинг, образование, финансы и т. д. Эти изменения сопровождаются и подпитываются глобализацией, Интернетом в целом и взаимосвязью между людьми в разных уголках планеты. Особенность права состоит в том, что сначала возникают факты, а по прошествии времени их повторения законодатель – если говорить в самом общем виде – для различных обстоятельств видит необходимость легализовать, т. е. создавать правила, обрамляют поле действия и пределы, регулирующие сам факт и его последствия. Так и произошло с ИИ, сначала он появился, а потом были попытки создать для него правила, законы. С международной точки зрения существует несколько типов юридических лиц. В этом смысле можно назвать страны, политические и/или экономические союзы, и, в частности, в ИИ можно выделить партнерства. Цель этой статьи – кратко объяснить, что такое ИИ, и описать, как он контролировался в различных законодательствах.

Ключевые слова: искусственный интеллект, торговое предприятие, правовые аспекты.

РАЗДЕЛ 2. ДЕМОГРАФИЧЕСКА ПОЛИТИКА И ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ В ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

2.1. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА РФ

УДК 334.01

Е. В. Василенко

ЭКОСИСТЕМНЫЙ ПОДХОД КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Аннотация

В статье представлены потенциалы использования экосистемного подхода для развития человеческого капитала в условиях мультикризисности. В частности, раскрывается, как развитие трех типов экосистем – предпринимательских, университетских и креативных – может способствовать развитию человеческого капитала. Отдельно подчеркивается взаимосвязь перечисленных типов экосистем с региональной инновационной экосистемой, на основе чего обосновывается положительное влияние от внедрения экосистемного подхода на развитие человеческого капитала в масштабах региона.

Ключевые слова: экосистема, экосистемный подход, инновационная экосистема, региональная инновационная экосистема, предпринимательская экосистема, университетская экосистема, креативная экосистема, человеческий капитал.

Под человеческим капиталом понимается совокупность различных человеческих свойств: способностей, знаний, умений, навыков и прочих характеристик, которые способствуют удовлетворению как индивидуальных потребностей человека, так и потребностей общества в целом. Инвестиции в человеческий капитал безусловно порождают ряд положительных эффектов. При этом в отношении человеческого капитала можно выделить несколько уровней: уровень индивидуальный и уровень организации. Развитие человеческого капитала на индивидуальном уровне приводит к увеличению личной производительности, карьерному росту и росту доходов. На уровне организации инвестирование в человеческий капитал означает увеличение эффективности работы персонала и производительности организации, а соответственно и рост финансовых результатов [6]. Расширив границы, мы можем говорить и о региональном уровне в отношении человеческого капитала. На этом уровне внимание привлекает то, как развитие человеческого капитала отражается на экономическом развитии и благополучии региона.

Несмотря на то, что человеческий капитал в целом может быть представлен как многоуровневая конструкция, важно учитывать, что абсолютно на всех уровнях он базируется на отдельном вкладе каждого индивидуума [10]. Следовательно, инвестиции в человеческий капитал на уровне отдельных индивидов безусловно положительно отразятся на состоянии общества в целом [3].

Однако современное состояние мультикризисности, которое предполагает совокупность кризисов различной природы [1], делает актуальным поиск новых подходов к развитию человеческого капитала на всех уровнях, которые учитывали бы современные реалии. Одним из решений может стать использование экосистемного подхода и развитие различного типа экосистем.

Концептуальными отличительными чертам экосистем являются динамичность и коэволюция их участников. Фокус внимания экосистем в отличии от систем сосредоточен не на статике, а на динамичных аспектах, на взаимоотношениях между участниками, их интересах, целях, а также характере изменения их сотрудничества с течением времени. Также важным является наличие у участников общей цели, а именно создании уникального ценностного предложения всей экосистемы, которое вне экосистемы создать было бы

© Василенко Е. В., 2022

невозможно, либо было бы относительно более затратно. Кроме того, обязательным условием для экосистем является получение абсолютно каждым ее участником неких индивидуальных бонусов, которые стимулируют их к участию в экосистеме. Это может быть доступ к дополнительным ресурсам, информации, рынкам, возможность использовать капитал бренда оркестратора – инициатора и руководителя экосистемы и т.д. [9, 12, 16].

Далее мы опишем то, как три типа экосистем: предпринимательская, университетская и креативная могут способствовать развитию человеческого капитала.

Предпринимательская экосистема и человеческий капитал.

Целью существования предпринимательской экосистемы является обеспечение экономического роста за счет стимулирования предпринимательства в различных географических масштабах [4]. Предпринимательские экосистема подразумевает под собой совокупность различных ресурсов (человеческих, финансовых, профессиональных) и особой институциональной среды, которая способствуют возникновению предприятий в определенных географических точках, а также поддержке их развития. Инфраструктура предпринимательской экосистемы способствует не только запуску и поддержке стартапов, но и налаживанию связей между различными участниками инновационных процессов в регионе, а, следовательно, она способствует совместному созданию различных ценностных предложении и инновационных продуктов [14].

Таким образом, предпринимательские экосистемы способны положительно влиять на человеческий капитал за счет того, что стимулируют развитие комплекса умений, необходимых для ведения предпринимательской деятельности, более того, они способны предоставить реальные возможности для реализации этих навыков. Примером может служить решение стартапа стать участником уже существующей экосистемы, инициируемой сильной транснациональной компанией [11], благодаря чему небольшие предприятие получает доступ к уникальным ресурсам: опыту, знанию, бренду и т.д.; отсюда оно получает возможность не только остаться на рынке, но и развиваться дальше.

Университетская экосистема и человеческий капитал.

Университетская экосистема – тип экосистемы, в центре структуры которой находится университет. Обычно именно он является ее инициаторам и оркестратором. Функционирование в логике экосистемы позволяет университетам отвечать на множество современных вызовов:

– Реализовывать переход от классического университета, выполняющего две функции «образование» и «исследования» к университету как полноценному участнику рыночных отношений и соавтору экономической и инновационной политики региона [15];

– Действие в соответствии с экосистемным подходом наделяет университет инициативой по самостоятельному решению определенных важных для университета задач, которые могут оставаться вне поля зрения государства [8];

– Способствование разработке и коммерциализации инновационных идей университета: университет создает платформу для консолидации различных участников инновационного процесса и обмена информацией и прочими ресурсами [13];

– Подготовка специалистов, обладающих не только узкоспециальными компетентностями, но и навыками, необходимыми в современном обществе, например, предпринимательским мышлением [2].

Выше сказанное демонстрирует явное влияние университетских экосистем на качество формирования человеческого капитала. Университеты во все времена формировали элиту общества. Однако именно университет как центр экосистемы обладает необходимыми ресурсами для того, чтобы его выпускники имели те навыки, которые от них требуют современные реалии.

Креативная экосистема и человеческий капитал.

Креативные экосистемы определяются по-разному. Например, Коморовски с соавторами под ними понимают пространственные агломерации, включающие в себя различных акторов и связи между ними, результатом деятельности которых является

творчество [7]. Гаспарин и Куинн творческую экосистему трактуют как «сеть динамических отношений между акторами (под последними понимаются отдельные лица, институты и инфраструктуры), целью которых является создание экономических, социальных и культурных ценностей посредством творческой и инновационной деятельности» [5, p. 3]. Для творческих индустрий важным фактором является географический. Это связывает их с вопросами регионального развития. Творческой индустрии присуща динамичность и изменчивость, кроме того, их отличает специфичная структура, которая как показывают исследования в последнее время все больше имеет сетевую форму организации. Структура творческой экосистемы зачастую представляет собой кластер, состоящий из множество малых предприятий и различных акторов, в том числе внештатных [7].

Выше сказанное подтверждает, что экосистемный подход может быть применен в том числе и к творческим индустриям. В частности, на региональном уровне творческие экосистемы способствуют мобилизации различных факторов: культурных, социальных, институциональных. Особенность креативных экосистем заключается в том, что они проектируются и развиваются по принципу «снизу вверх» [5]. Следовательно, креативные экосистемы можно назвать особой питательной средой для развития творчества, а также их участников. Такие экосистемы стимулирует формирование гражданского общества, состоящего из активных людей, формирующих спрос на инновации и продукты креативной индустрии, желающих преобразовывать среду, в которой они живут, в более комфортную и не боящихся и умеющих формировать инициативы «снизу вверх». Все это является ценными атрибутами человеческого капитала в том числе и на региональном уровне.

На наш взгляд, предпринимательская, университетская и творческая экосистемы представляют собой частные случаи региональных инновационных экосистем, под которыми мы понимаем *динамичные, самоорганизующиеся и саморазвивающиеся структуры, участники которых в процессе коэволюции совместно создают инновации в регионе*. Следовательно, их вклад в развитие человеческого капитала означает и вклад в развитие регионов.

Библиографический список

1. Акбердина В. В. Факторы резильентности в российской экономике: сравнительный анализ за период 2000-2020 гг. // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2021. Т. 17. № 8. С. 1412-1432. https://doi.org/10.24891/ni.17.8.1412
2. Boruck Klein S., Vasconcelos M. C. L. R. de, Jesus Carvalho Lima R. de, Dufloth S.C. Contributions from entrepreneurial universities to the regional innovation ecosystem of Boston // Revista Gestão & Tecnologia. 2021. Vol. 21. № 1. Pp. 245-268.
2. Bosi S., Lloyd-Braga T., Nishimura K. Externalities of human capital // Mathematical Social Sciences. 2021. № 112. Pp. 145-158.
3. Cobben D., Ooms W. Roijakkers N., Radziwon A. Ecosystem types: A systematic review on boundaries and goals // Journal of Business Research. 2022. № 142. Pp. 138-164.
4. Gasparin, Quinn Designing regional innovation systems in transitional economies: A creative ecosystem approach // Growth and Change. 2020;00:1–20. wileyonlinelibrary.com
5. Harris C. M., Brown L. W. Does human capital pay? The influence of leader human capital and employee human capital on leader bonus earnings // Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance. 2021. Vol. 8. №. 1. Pp. 1-15.
6. Komorowski M., Lupu R., Pepper S., Lewis J. Joining the Dots – Understanding the Value Generation of Creative Networks for Sustainability in Local Creative Ecosystems // Sustainability. 2021. № 13. URL: https://doi.org/10.3390/ su132212352
7. Li Sun S., Zhang Y., Cao Y., Dong J., Cantwell J. Enriching innovation ecosystems: The role of government in a university science park // Global Transitions. 2019. № 1. Pp. 104-119.
8. Mercan B., Göktas D. Components of Innovation Ecosystems: A Cross-Country Study // International Research Journal of Finance and Economics. 2011. Vol. 76. Pp. 102-112.

9. Moliterno Th. P., Nyberg A. J. Strategic human capital resources: a brief history, construct definition, and introduction to the Handbook of Research on Strategic Human Capital Resources // Handbook of research on strategic human capital resources. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Publishing. 2019. Pp. 2-12.

10. Nambisana S., Baron R.A. On the costs of digital entrepreneurship: Role conflict, stress, and venture performance in digital platform-based ecosystems // Journal of Business Research. 2021. Vol. 125. Pp. 520-532.

11. Rong K., Lin Y., Yu J., Zhang Y., Radziwon A. Exploring regional innovation ecosystems: an empirical study in China // Industry and innovation. 2020. Vol. 28. № 5. Pp. 545-569. DOI: 10.1080/13662716.2020.1830042

12. Tejero A., Pau I., León G. Analysis of the Dynamism in University-Driven Innovation Ecosystems Through the Assessment of Entrepreneurship Role // IEEE Access. 2019. Vol. 7. Pp. 89869-89885. DOI: 10.1109/ACCESS.2019.2926988

13. Thomas L. D. W., Sharapov D., Autio E. Linking Entrepreneurial and Innovation Ecosystems: the Case of AppCampus // Entrepreneurial Ecosystems and the Diffusion of Startups. Glos: Edward Elgar Publishing LTD, 2016. Pp. 35-64.

14. Villani E., Lechner Ch. How to acquire legitimacy and become a player in a regional innovation ecosystem? The case of a young university // The Journal of Technology Transfer. 2021. Vol. 46. № 1. DOI: 10.1007/s10961-020-09803-8

15. Walrave B., Talmar M., Podoynitsyna K. S., Romme A. G. L., Verbong G. P. J. A Multi-level Perspective on Innovation Ecosystems for Path-breaking Innovation // Technological Forecasting & Social Change. 2018. Vol. 13626. Pp. 103-113.

E. Vasilenko

ECOSYSTEM APPROACH AS A TOOL FOR HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT

Abstract

The article presents the potentials of the ecosystem approach using for the development of human capital in a multi-crisis environment. In particular, it reveals how the development of ecosystems three types – entrepreneurial, university and creative ones – can contribute to the development of human capital. Specially the relationship of the listed types of ecosystems with the regional innovation ecosystem is emphasized, on the basis of which the positive impact of the ecosystem approach introduction in the human capital development on a regional scale is substantiated.

Keywords: ecosystem, ecosystem approach, innovation ecosystem, regional innovation ecosystem, entrepreneurial ecosystem, university ecosystem, creative ecosystem, human capital.

УДК 331

Д. И. Гилязова

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Аннотация

В данной статье автором рассмотрена сущность человеческого капитала и выделены элементы его структуры. Инвестиции в человеческий капитал очень актуальны в современном мире. Они обусловлены в том числе динамичными технологическими изменениями. Более того, в статье рассмотрен проект человеческого капитала, в котором обозначены такие цели как создание спроса на инвестиции в людей, укрепление стратегий и инвестиций в человеческий капитал для улучшения своих показателей и усовершенствование способов измерения человеческого капитала. Ключевыми выводами является то, что человеческий капитал влияет на экономический рост и может способствовать развитию экономики за счет расширения знаний и навыков ее людей. Кроме того, уровень экономического роста, обусловленный потребительскими расходами и инвестициями в бизнес, определяет количество необходимой квалифицированной рабочей

© Гилязова Д. И., 2022

силы. Безусловно, инвестирование в работников имеет опыт создания лучших условий занятости в экономике по всему миру.
Ключевые слова: человеческий капитал, экономический рост, инвестиции, оценка, измерение человеческого капитала.

Научные и технологические достижения меняют жизнь: они даже помогают более бедным странам сократить разрыв с богатыми странами в ожидаемой продолжительности жизни. Но более бедные страны по-прежнему сталкиваются с огромными проблемами, поскольку почти четверть детей в возрасте до пяти лет недоедают, а 60 % учащихся начальных школ не могут получить даже начального образования. На самом деле более 260 миллионов детей и молодежи в более бедных странах вообще не получают образования [2, с. 738].

Конечно, необходимо привести моральные доводы в пользу инвестирования в здоровье и образование всех людей. Но есть и экономическая: быть готовым конкурировать и процветать в быстро меняющейся среде [1]. «Человеческий капитал» – потенциал отдельных людей – станет самой важной долгосрочной инвестицией, которую любая страна может сделать для будущего процветания и качества жизни своего народа.

Правительства уже давно инвестируют в экономический рост, сосредоточив внимание на физическом капитале – дорогах, мостах, аэропортах и другой инфраструктуре. Но они недоинвестировали в своих людей, отчасти потому, что выгоды были гораздо медленнее и труднее измерить. Следовательно, как отметил президент Группы Всемирного банка Джим Ён Ким в журнале Foreign Affairs, сегодня мир сталкивается с «нехваткой человеческого капитала» [4]. Во многих странах рабочая сила не готова к быстро меняющемуся будущему.

Граница навыков движется быстрее, чем когда-либо прежде. Странам необходимо подготовиться уже сейчас, чтобы подготовить свою рабочую силу к огромным вызовам и возможностям, обусловленным технологическими изменениями. В условиях смены технологических укладов требует особого внимания решение проблемы развития человеческого капитала [3].

Но без срочных и согласованных глобальных усилий по наращиванию человеческого капитала огромное количество людей и целые страны рискуют быть исключенными из будущего процветания. Правительства должны сыграть решающую роль в преобразовании человеческого капитала, поскольку бедность, неравенство и другие неблагоприятные условия мешают многим семьям инвестировать в здоровье и образование своих детей.

Именно из-за этой неотложной задачи президент Ким полностью поддержал учреждение нового проекта человеческого капитала. Группа Всемирного банка обязуется помогать странам на постоянной основе уделять приоритетное внимание человеческому капиталу, учитывая растущее признание того, что рабочие места и квалифицированные работники являются ключом к национальному прогрессу в странах с любым уровнем дохода.

Есть три основные цели: во-первых, создать спрос на дополнительные и более качественные инвестиции в людей; во-вторых, помочь странам укрепить свои стратегии и инвестиции в человеческий капитал для быстрого улучшения результатов; и в-третьих, улучшить способы измерения человеческого капитала.

«Новые измерения побудят страны вкладывать средства в человеческий капитал с острой безотлагательностью. Это поможет каждому подготовиться к конкурентоспособности и процветанию в экономике будущего – чем бы это ни обернулось», – сказал президент Ким. «И это поможет заставить глобальную систему работать на всех».

Проект человеческого капитала поможет странам в нескольких областях: использование ресурсов и повышение эффективности расходов, согласование политики с инвестициями, ориентированными на результат, и устранение пробелов в измерениях и анализе.

Проект «Человеческий капитал» должен способствовать созданию мира, в котором все дети придут в школу сытыми и готовыми к обучению; может рассчитывать на реальное

обучение в классе; и могут выйти на рынок труда здоровыми, квалифицированными и продуктивными взрослыми.

В более широком смысле человеческий капитал понимается как особая форма актива, от которой зависит производительность труда и которая приносит доход в виде заработной платы или ренты: запас здоровья, знаний, навыков, способностей и мотиваций, способствующих росту. Его структура обычно делится на следующие элементы:

1) Природные способности;
2) общая культура;
3) общие и специальные знания;
4) приобретенные способности, навыки, опыт;
5) применение всего вышеперечисленного в нужное время и в нужном месте.

В условиях растущей экономики компании также берут дополнительные займы у банков для расширения производства в связи с более высоким потребительским спросом. Средства кредита обычно используются для крупных покупок активов, таких как производственные предприятия и оборудование. Дополнительное производство также приводит к более высокой заработной плате и увеличению занятости, поскольку для увеличения потребительского спроса на продукцию компании требуется больше рабочих.

Поскольку компании стремятся нанять работников для увеличения продаж, это приводит к появлению новых вакансий в различных сферах занятости. Однако, если рынок труда становится слишком тесным из-за растущей экономики, компании вынуждены обучать работников необходимым навыкам, поскольку квалифицированных рабочих недостаточно.

Человеческий капитал выступает экономической ценностью, выраженную знаниями и способностями сотрудников. И для того, чтобы получать максимальную выгоду от работников, необходимо регулярно инвестировать у них. Отметим некоторые причины для такого вложения [5]:

1. Повышение удовлетворенности сотрудников. Это значит, что работник будет уверен, что ваш бизнес заботится об их карьере, развитии и знаниях. Он будет доволен своей ролью и не захочет искать другое место работы.

2. Вовлеченность сотрудников. Инвестиции в развитие сотрудников могут помочь повысить их вовлеченность. Предоставление вашим сотрудникам возможности карьерного роста и инвестирование в их развитие дает им повод быть вовлеченными в работу. В идеале каждый бизнес должен спрашивать своих работников, в каких областях они хотят развиваться, а затем предлагать возможности в этих областях.

3. Улучшение взаимодействия с клиентами. Довольные сотрудники и с клиентами будут работать усерднее и с большим энтузиазмом. Как обсуждалось ранее, сотрудники, которым предоставлены возможности для роста, с большей вероятностью будут удовлетворены своей работой и вовлечены в компанию. Сотрудники – это лицо любой организации. Когда клиенты взаимодействуют с заинтересованным и довольным персоналом, у них больше шансов получить положительный опыт. Каждый положительный опыт, в свою очередь, повышает вовлеченность и удовлетворенность клиентов. Чем более удовлетворены ваши сотрудники, тем больше вероятность того, что ваши клиенты будут удовлетворены взамен.

4. Прогрессивная организационная коммуникация. Управление человеческим капиталом позволяет увеличить поток информации в вашей компании. Инвестиции в человеческий капитал дают возможность улучшить коммуникацию за счет улучшения количества и качества информации, проходящей вверх и вниз по вашему бизнесу. Развитие человеческого капитала направлено на улучшение всех аспектов работы сотрудников, включая общение. Этот процесс может помочь вашей компании обнаружить сотрудников, у которых могут отсутствовать коммуникативные навыки, и помочь им исправить эту ситуацию.

5. Лучший состав сотрудников и клиентов. Безусловно, развитие человеческого капитала помогает сохранить ваших сотрудников. Но, кроме того, это помогает набирать

потенциальных клиентов. Важность развития человеческого капитала в процессе найма будет только расти по мере того, как все больше миллениалов выходят на работу. Компания с проверенным планом развития человеческого капитала может продемонстрировать кандидатам-миллениалам свою приверженность развитию сотрудников.

6. Качество корпоративной культуры. Еще одним преимуществом инвестирования в человеческий капитал является улучшение культуры вашей организации. Повышение удовлетворенности сотрудников, вовлеченность и общение ведут к улучшению общей культуры. Сотрудники будут желать учиться, будут хотеть развивать свою карьеру и хотят каждый день получать удовольствие от работы в офисе. Позитивная культура ведет к заинтересованным и счастливым сотрудникам.

В результате инвестиций в бизнес компании становятся более производительными, а рост ВВП увеличивается, поскольку инвестиции в бизнес являются ключевым компонентом роста [7]. Как потребительские расходы, так и инвестиции в бизнес не только способствуют экономическому росту, но и играют важную роль в определении уровня обучения и развития работников.

Человеческий капитал положительно коррелирует с экономическим ростом, поскольку инвестиции, как правило, повышают производительность. Процесс обучения рабочей силы является одним из видов инвестиций, но вместо капитальных вложений, таких как оборудование, инвестиции в человеческий капитал.

Инвестирование в работников имеет опыт создания лучших условий занятости в экономике по всему миру. Если занятость улучшается, потребительские расходы растут, что приводит к увеличению доходов компаний и дополнительным инвестициям в бизнес. В результате занятость является ключевым индикатором или показателем для определения возможного роста ВВП.

ОЭСР или Организация экономического сотрудничества и развития – это группа из более чем 30 стран-членов, которые помогают формировать и развивать экономическую и социальную политику по всему миру.

ОЭСР регулярно анализирует влияние уровня образования на занятость и, в конечном счете, на экономический рост. В ежегодном отчете ОЭСР «Взгляд на образование» за 2020 г. рассматривается, как работают системы образования, уровень расходов, а также кто получил пользу или участвовал. ОЭСР также измеряет, как повышение уровня образования мужчин и женщин влияет на рост занятости [4].

В 2020 году ОЭСР обнаружила, что в странах, где есть люди с начальным и средним образованием, уровень занятости среди 25-34 – летних составляет 72 % для мужчин и 45 % для женщин. Однако у тех, кто имел высшее или высшее образование, уровень занятости составлял 89 % для мужчин и 81 % для женщин [4].

Хотя инвестиции в человеческий капитал, как правило, обеспечивают больший рост, это не обязательно означает, что рабочие места доступны для вновь получивших образование работников [8, с. 214]. Кроме того, география играет роль, когда речь идет о вакансиях и перемещении рабочей силы. Если вакансии расположены в северной части страны, а квалифицированная рабочая сила находится на юге, рост может быть затруднен из-за стоимости переезда или отсутствия желания переезжать [6].

Таким образом, ключевыми выводами является то, что человеческий капитал влияет на экономический рост и может способствовать развитию экономики за счет расширения знаний и навыков ее людей. Кроме того, уровень экономического роста, обусловленный потребительскими расходами и инвестициями в бизнес, определяет количество необходимой квалифицированной рабочей силы. Безусловно, инвестирование в работников имеет опыт создания лучших условий занятости в экономике по всему миру.

Библиографический список

1. Кузьмина Л. А. Новая индустриализация в России и развитие человеческого капитала // Экономический журнал, 2021. № 4 (64). С.6-22.

2. Лазарева Е. И., Гаврилова Ю. В. Эффективное управление человеческим капиталом организации в условиях устойчиво-инновационного развития экономики // Вопросы инновационной экономики, 2020. Том 10. № 2. С. 737-746.

3. Тухтарова Е. Х., Власов М. В. Влияние человеческого капитала на инновационное развитие // Вестник НГУЭУ. 2021. № 1. С. 89-111.

4. Carranza, Eliana, Thomas Farole, Ugo Gentilini, Matteo Morgandi, Truman Packard, Indhira Santos and Michael Weber. 2020. Managing the Employment Impacts of the COVID-19 Crisis: Policy Options for Relief and Restructuring. Jobs Working Paper No. 49. Washington, DC: World Bank Group URL: https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34263(дата обращения: 25.02.2022).

5. Jeanetta T. Benefits of Investing in Your Human Capital Development. 2019. URL: https://theolsongroup.com/5-benefits-investing-human-capital/ (дата обращения: 26.02.2022).

6. Organisation for Economic Cooperation and Development. "Education at a Glance 2020". Pp. 73.

7. The Organisation for Economic Cooperation and Development. "Where: Global Reach". URL: https://www.oecd.org/dac/development-assistance-committee/ (дата обращения: 25.02.2022).

8. Zhakhanova Z. R. The role of universities in human capital development in the course of innovative development of economy // Вестник университета Туран. 2020. № 3 (87). С. 211-216.

D. Gilyazova

MAIN REASONS FOR INVESTING IN HUMAN CAPITAL

Abstract

In this article, the author considers the essence of human capital and highlights the elements of its structure. Investing in human capital is very relevant in today's world. They are caused, among other things, by dynamic technological changes. Moreover, the article discusses the Human Capital Project, which outlines goals such as creating demand for investment in people, strengthening strategies and investments in human capital to improve their performance, and improving the way human capital is measured. The main conclusions are that human capital influences economic growth and can contribute to the development of an economy by expanding the knowledge and skills of its people. In addition, the level of economic growth driven by consumer spending and business investment determines the amount of skilled labor needed. Certainly, investing in workers has a track record of creating better employment conditions in economies around the world.

Keywords: human capital, economic growth, investment, evaluation, measurement of human capital.

УДК 334

В. В. Захарова

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ (КАМПУСОВ) КАК ОДНОГО ИЗ МЕХАНИЗМОВ ИНТЕНСИФИКАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Аннотация

Создание благоприятных условий инновационной деятельности является ключевой задачей государственного управления, актуальной в 2022 году в сложившихся условиях жесточайших экономических санкций. Одним из инструментов интенсификации инновационной деятельности в России в рамках реализации национального проекта «Наука и университеты» выступает создание сети университетских кампусов. На встрече министра науки и высшего образования Российской Федерации В. Н. Фалькова и ректоров российских ВУЗов в марте 2022 года было анонсировано, что проект по созданию кампусов мирового уровня продолжит свое развитие. В статье представлены основные характеристики 8

© Захарова В. В., 2022

Исследование выполнено в рамках государственного задания ИЭ УрО РАН на 2022 год.

отобранных для реализации проектов по состоянию на первый квартал 2022 года. Также дан краткий обзор возможных механизмов софинансирования (государственно-частное партнерство и концессионные соглашения) и рисков их реализации.

Ключевые слова: сеть университетских кампусов, кампусы мирового уровня, государственно-частное партнерство, концессионное соглашение, национальный проект «Наука и университеты».

В январе 2021 года в ходе встречи Президента Российской Федерации с учащимися вузов по случаю Дня российского студенчества обсуждался вопрос формирования и реализации программы по строительству университетских кампусов, то есть территории университетов, объединяющей учебные, научные корпуса, общежития и другие объекты инфраструктуры. По итогам данной встречи Президентом было утверждено поручение об обеспечении в 2022–2030 годах создания сети современных кампусов образовательных организаций высшего образования. Также в поручении были обозначены сроки его реализации – приступить к реализации не менее трех проектов по созданию таких кампусов необходимо до 1 декабря 2022 г.

Если обратиться к этимологии, то campus на латыни означает «луг, поле, равнина», согласно английскому словарю кампус – это здания университета или колледжа и земля вокруг них [6]. Само определение «кампуса» встречается в Постановлении Правительства Российской Федерации от 28.07.2021 № 1268 (далее – Постановление). Согласно Постановлению, «кампус» – планируемый к созданию и последующему использованию в рамках исполнения соглашения комплекс зданий, плоскостных сооружений для обучающихся, научно-педагогических работников, научных работников и иных категорий сотрудников образовательных организаций высшего образования и научных организаций для их проживания или размещения, самостоятельной работы, досуга и занятий спортом. Кампус может включать в себя в том числе объекты образования, культуры, спорта, объекты, используемые для организации отдыха граждан и туризма, иные объекты социального обслуживания населения.

Согласно информации, опубликованной на официальном сайте Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, всего в настоящий момент одобрено строительство 8 кампусов по всей России – от Калининграда на западе до Томска на Востоке. В табл. 1 приведены основные параметры кампусов. Наглядно основные характеристики представлены на рис. 1.

Таблица 1

Основные параметры

№	Название кампуса	Город	Основной ВУЗ-участник	Стоимость, млрд. руб.	Кол-во мест, тыс.	Площадь, тыс. м^2	Сроки проектирования и строительства
1.	Современный межвузовский кампус мирового уровня	Томск	ТГУ	48,9	10	259	2021-2023 гг.
2.	Кампус МГТУ им. Баумана	Москва	МГТУ им. Баумана	34	2,3	169	2021-2023 гг.
3.	Кампус мирового уровня НГУ	Новосибирск	НГУ	9,8	0,69	70,9	2021-2023 гг.

Продолжение таблицы 1

№	Название кампуса	Город	Основной ВУЗ-участник	Стоимость, млрд. руб.	Кол-во мест, тыс.	Площадь, тыс. м^2	Сроки проектирования и строительства
4.	Распределительный ИТ-кампус мирового уровня	Нижний Новгород	ННГУ имени Н.И. Лобачевского	21,05	5,4	204,5	2022-2025 гг.
5.	Межвузовский студенческий кампус	Уфа	БашГУ	18,6	3,5	132,9	2022-2025 гг.
6.	Кампус – центр цифровой трансформации	Екатеринбург	УрФУ	19,2	9,5	430	2023-2027 гг.
7.	Кампус «Кантиана»	Калининград	БФУ имени И. Канта	11,2	2,5	93	2021-2027 гг.
8.	Межуниверситетский кампус мирового уровня	Челябинск	ЮУрГУ, ЧелГУ	16,9	3,4	114	2021-2025 гг.

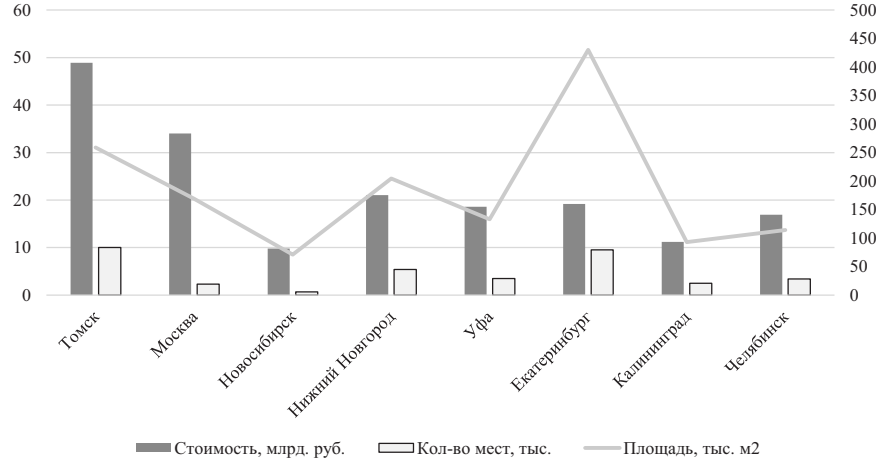


Рис. 1. Основные характеристики 8 отобранных для реализации проектов по состоянию на первый квартал 2022 года

Исходя из названия Постановления, при реализации проекта по созданию кампусов будут применяться механизмы государственно-частного партнерства и концессионных соглашений, таким образом, подразумевается создание кампусов либо в соответствии с Федеральным законом от 13.07.2013 № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – 224-ФЗ), либо с Федеральным законом от 21.07.2005 № 115 ФЗ «О концессионных соглашениях» (далее –

115-ФЗ). Государственно-частное партнерство как форма взаимодействия государственной власти и частного бизнеса в области образования и науки появилось относительно недавно [3]. Однако несмотря на широкое использование данного термина, в научной литературе нет четкого определения, что приводит к многообразию трактовок и направлений исследования российскими и иностранными учеными и специалистами-практиками [4]. Изменения в российском законодательстве регулярно приводят к трансформации отдельных правовых форм государственно-частного партнерства и их адаптации к условиям новой цифровой реальности [5]. Соглашение о государственно-частном партнерстве – гражданско-правовой договор между публичным партнером и частным партнером, заключенный на срок не менее чем три года, основанный на объединении ресурсов, распределении рисков в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества. По концессионному соглашению одна сторона (концессионер) обязуется за свой счет создать и (или) реконструировать определенное этим соглашением имущество, право собственности на которое принадлежит или будет принадлежать другой стороне (концеденту), осуществлять деятельность с использованием объекта концессионного соглашения, а концедент обязуется предоставить концессионеру на срок, установленный этим соглашением, права владения и пользования объектом концессионного соглашения для осуществления указанной деятельности. Согласно Постановлению, предельный объем средств, предоставляемых из федерального бюджета на финансовое обеспечение реализации кампусного проекта, не может составлять более 60 процентов стоимости создания кампуса. По состоянию на 21 декабря 2021 года общий бюджет 8 перечисленных выше проектов составлял 179,6 млрд. рублей, из которых 73,4 млрд. рублей будут выделены государством.

В настоящий момент Российская Федерация находится в беспрецедентно сложных условиях проведения необходимых преобразований, призванных минимизировать негативный эффект от вводимых в её отношении в первом квартале 2022 года ограничений. В этой ситуации внедрение и разработка новых инновационных стратегий инновации может послужить основной дальнейшего социально-экономического развития [1, 2]. И в том числе от эффективности научно-технической и инновационной деятельности зависит, как быстро страна сможет адаптировать экономику к новым реалиям и вернуть её к поступательному развитию. В соответствии с докладом Председателя Правительства М.В. Мишустина в Государственной Думе 07.04.2022, на указанные восемь кампусов, пять из которых будут созданы с привлечением частных инвестиций, финансирование предусмотрено.

Библиографический список

1. Власов М., Паникарова С. Инвенциальные стратегии на промышленных предприятиях: эмпирическое исследование // Проблемы теории и практики управления. 2014. № 7. С. 97-101.

2. Власов М. В. Оценка эффективности производства нового знания // Журнал экономической теории. 2005. № 3. С. 142-146.

3. Донец Н. Ю., Клешнева Л. И., Урюпина Г. С. Государственно-частное партнерство в высшем образовании (на примере Санкт-Петербургского государственного аграрного университета) // Финансовые рынки и банки. 2021. № 11. С. 112-115.

4. Поровская А. Я. Теоретические основы частно-государственного партнёрства на современном этапе развития экономики России // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 312. С. 146-149

5. Громова Е. А. Государственно-частное партнерство и его правовые формы. М.: Юстицинформ. 2019. 84 с.

6. Cambridge University Press. Cambridge Advanced Learner's Dictionary. Cambridge University Press, 2003. 1550 с.

V. Zakharova

FORMATION OF INNOVATIVE EDUCATIONAL ENVIRONMENT (CAMPUS) AS ONE OF THE MECHANISMS OF INTENSIFICATION OF INNOVATIVE ACTIVITY IN RUSSIA

Abstract

Creating favorable conditions for innovation is a key task of public administration, relevant in 2022 in the current conditions of the most severe economic sanctions. One of the tools for intensifying innovation activity in Russia within the framework of the national project "Science and Universities" is the creation of a network of university campuses. At the meeting of the Minister of Science and Higher Education of the Russian Federation, Falkov V.N. and rectors of Russian universities in March 2022, it was announced that the project to create world-class campuses would continue its development. The article presents the main characteristics of 8 selected projects for implementation as of the first quarter of 2022. A brief overview of possible co-financing mechanisms (public-private partnerships and concession agreements) and the risks of their implementation is also given.

Keywords: network of university campuses, world-class campuses, public-private partnership, concession agreement, national project «Science and Universities».

УДК 330.01

В. А. Клыкова, А. А. Козяева, С. Ю. Овчинникова, А. О. Вельмина

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Аннотация

В настоящее время цифровая экономика рассматривается как драйвер социально-экономического прогресса и как фактор экономического роста инновационного типа. Она представляет собой не только глобальный тренд научно-технической революции в средствах производства, базируясь на все глубже проникающих в производственную и непроизводственную сферу информационно-компьютерных, коммуникативных технологий, но и является необходимым инструментом преодоления технологической отсталости производств, повышения защищенности образовательной системы, регулирования внутренних затрат по научным исследованиям. Таким образом, данная статья заключается в рассмотрении инновационной системы, а именно в выявлении закономерностей развития инновационных систем в результате развития цифровых технологий.

Ключевые слова: инновации, цифровые технологии, факторы цифровой технологии, регионы корреляционный анализ, мероприятий по стимулированию инновационной деятельности.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что формирование цифровой экономики вошло в перечень основных стратегических направлений развития нашей страны в инновационной деятельности [12]. И именно развитие цифровой экономики является одним из важнейших условий устойчивого социально-экономического развития России [6; 7]. Тем самым, развитие инновационной деятельности является одним из важнейших результатов цифровизации, что и подтверждает данное исследование.

Инновационная система представляет собой последовательный процесс осуществления отдельных этапов инновационной деятельности всеми экономическими субъектами, являющимися элементами данной системы и находящимися во взаимосвязи. Важно отметить, что инновационная система является результатом процесса интеграции различных по целям и задачам структур, которые заняты в сфере создания и промышленного использования научных знаний и технологий в пределах своих национальных границ, а именно это научные организации, предприятия и университеты.

По нашим предположениям внедрение цифровых технологий позволяет повысить эффективность развития инновационных систем, то есть факторы инновационной

© Клыкова В. А., Козяева А. А., Овчинникова С. Ю., Вельмина А. О., 2022

деятельности непосредственно зависят от уровня развития цифровых технологий [1; 2; 8; 11]. Необходимо выделить и разграничить основные показатели инновационной деятельности для каждой части инновационной системы (ИС):

1. В качестве факторов цифровых технологий были рассмотрены «затраты на внедрение и использование цифровых технологий», «затраты на информационные и коммуникационные технологии».

2. В качестве факторов ИС:

2.1. Научные организации: «поступление патентных заявок и выдача патентов в России» [3, 4, 10].

2.2. Предприятия: «объем инновационных товаров, работ, услуг», «объём отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по видам экономической деятельности» [5].

2.3. Университеты: «выпуск бакалавров, специалистов, магистров» [9].

Для подтверждения выдвинутой гипотезы был проведён корреляционный анализ, который показал уровень взаимосвязи между факторами цифровой технологии и факторами инновационной системы.

По результатам анализа затрат на внедрение и использование цифровых технологий и появлением патентов в России можно сказать, что в целом по России наблюдается сильное влияние фактора цифровых технологий на факторы научной результативности. Сила корреляционной связи устойчива на протяжении всего рассматриваемого периода (2017-2019 гг.). Полученные результаты представлены на рис. 1-4.

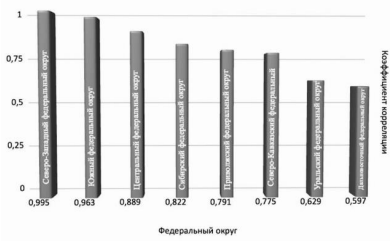


Рис. 1. Коэффициент корреляции фактора научной деятельности «Количество поданных патентных заявок на изобретения» (тыс.шт.) и затрат по цифровым технологиям по федеральным округам РФ (млн. руб.), 2019 г.

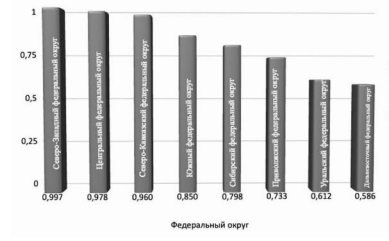


Рис. 2. Коэффициент корреляции фактора научной деятельности «Количество поданных патентных заявок на полезные модели» (тыс.шт.) и затрат по цифровым технологиям по федеральным округам РФ (млн. руб.), 2019 г.

На основании расчетов корреляции мы можем сделать вывод о том, что наиболее сильная связь между затратами на внедрение и использование цифровых технологий и поступлением патентных заявок, а также выдачей патентов в России наблюдается в Северо-Западном федеральном округе. Так, рост количества затрат на цифровые технологии позволяет продемонстрировать потенциал интеллектуальной собственности – увеличить количество научных исследований (инноваций).

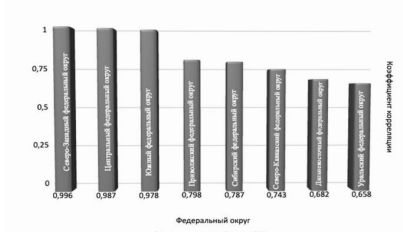


Рис. 3. Коэффициент корреляции фактора научной деятельности «Количество выданных патентов на изобретения» (тыс.шт.) и затрат по цифровым технологиям по федеральным округам РФ (млн. руб.), 2019 г.

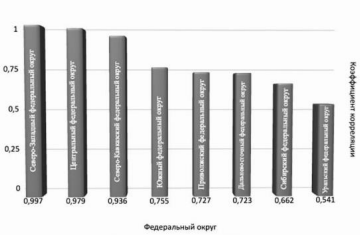


Рис. 4. Коэффициент корреляции фактора научной деятельности «Количество выданных патентов на полезные модели» (тыс.шт.) и затрат по цифровым технологиям по федеральным округам РФ (млн. руб.), 2019 г.

Слабую связь между показателями мы можем наблюдать в Уральском и Дальневосточном федеральных округах. Это свидетельствует о том, что в областях рассматриваемых федеральных округов осуществление разработки и осуществление программ по цифровизации неэффективно.

Далее по результатам анализа показателей затрат на цифровые технологии и показателя образовательной деятельности можно увидеть, что в целом по России наблюдается сильное влияние фактора цифровых технологий на фактор образовательной деятельности. Сила корреляционной связи устойчива на протяжении всего рассматриваемого периода (2017-2019 гг.). Полученные результаты представлены на рис. 5.

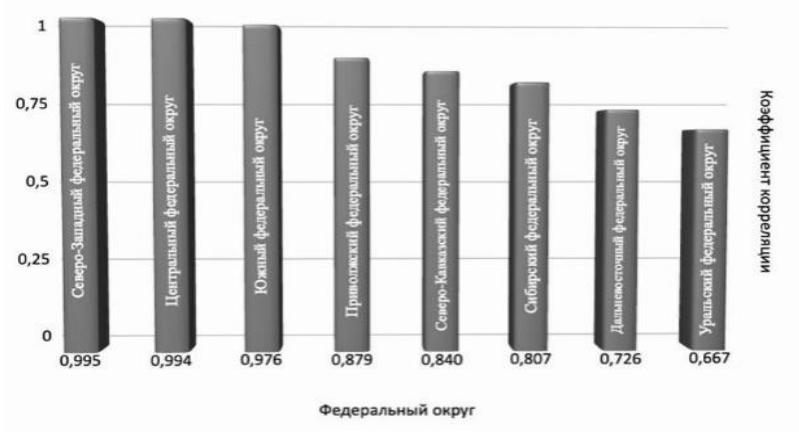


Рис. 5. Коэффициент корреляции фактора образовательной деятельности «Количество выпущенных бакалавров, специалистов, магистров» (тыс.чел.) и затрат по цифровым технологиям по федеральным округам РФ (млн. руб.), 2019 г.

Следовательно, на основании расчетов корреляции, мы можем сделать вывод о том, что наиболее сильная связь между затратами на внедрение и использование цифровых технологий и выпуском бакалавров, специалистов, магистров в России наблюдается в Северо-Западном и Центральном федеральных округах. То есть повышение уровня

цифровизации способствует росту количества высококвалифицированных специалистов, способных работать на новом оборудовании, делать новые предложения, глядя на инновации.

Слабую связь между показателями мы можем наблюдать в Уральском и Дальневосточном федеральных округах, то есть в этих регионах затраты на цифровые технологии не оказывают сильного влияния на показатель образовательной деятельности.

И наконец, по результатам анализа фактора цифровых технологий и факторов производственной деятельности можно сказать, что в целом по России прослеживается увеличение коэффициента корреляции с 2017 года по 2019 год между затратами на внедрение и использование цифровых технологий и объёмом инновационных товаров, работ, услуг. Корреляционная связь слабая обратная между показателями затрат на цифровые технологии и показателем объёма отгруженных товаров с 2017 по 2019 гг. в РФ. Полученные результаты представлены на рис. 6-7.

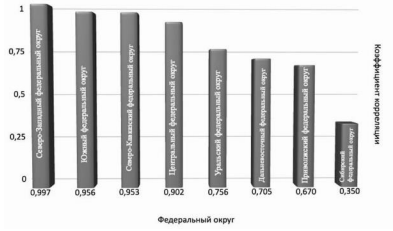


Рис. 6. Коэффициент корреляции фактора производственной деятельности «Объём инновационных товаров, работ, услуг» (млн. руб.) и затрат по цифровым технологиям по федеральным округам РФ (млн. руб.), 2019 г.

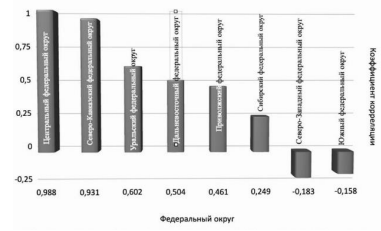


Рис. 7. Коэффициент корреляции фактора производственной деятельности «Объём отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами по видам экономической деятельности (добыча полезных ископаемых)» (млн. руб.) и затрат по цифровым технологиям по федеральным округам РФ (млн. руб.), 2019 г.

Таким образом, на основании расчетов корреляции, мы можем сделать вывод о том, что наиболее сильная связь между затратами на внедрение и использование цифровых технологий и реализованным объёмом инновационных товаров, работ и услуг наблюдается в Северо-Западном федеральном округе. В этом регионе хорошо развиты цифровые технологии, в связи с этим мы можем пронаблюдать высокую эффективность и сильное влияние технологий на инновационную деятельность. Также увеличение корреляционной зависимости по данному показателю говорит о том, что происходит рост затрат на цифровые технологии, которые способствуют увеличению объёма инновационных товаров.

Слабую связь между показателями затрат на цифровые технологии и объёмом инновационных товаров можно увидеть в Сибирском федеральном округе. С 2017 года по 2019 год заметно снижение коэффициента корреляции между показателями, то есть уменьшается инновационное влияние.

Наиболее сильная связь между затратами на внедрение и использование цифровых технологий и объёмом отгруженных товаров наблюдается в Центральном федеральном округе. В данном округе развито использование цифровых технологий в добывающих отраслях, а также равномерно организовано производство и наблюдается равномерное распределение цифровых технологий по областям в округе, что говорит о высокой корреляционной связи между показателями.

И наконец, слабую связь между показателями затрат на цифровые технологии и объёмом инновационных товаров мы наблюдаем в Северо-Западном и Южном федеральных округах. Это заметно, так как числится большой цифровой разрыв между округами-лидерами и округами-аутсайдерами. Отсутствие корреляционной связи между показателями говорит о том, что практически не применяются цифровые технологии при добыче полезных ископаемых, то есть в данных округах не осуществлена цифровизация данного вида деятельности. Также если рассматривать эти два округа, то в Южном федеральном округе 80% добычи полезных ископаемых находится только в Астраханской области, а в Северо-Западном федеральном округе процент ископаемых преобладает в Республике Коми и в Архангельской области. Это говорит о неравномерном распределении полезных ископаемых по областям, в виду чего невозможно проследить за корреляционной зависимостью между показателями затрат на цифровые технологии и объёмом отгруженных товаров. Производство организовано неравномерно.

В результате анализа наблюдается, что в регионах округов-лидеров успешно разрабатываются и реализовываются программы по внедрению цифровых технологий, а именно реализовываются программы в сфере «Цифровая экономика» (включает: цифровое государственное управление, информационная инфраструктура, цифровые технологии, «умный город»), осуществляются программы по цифровой трансформации и цифровому развитию. Наличие такого большого количества программ по развитию цифровых технологий позволяет развивать экономику и инновации.

Таким образом, подводя итоги, необходимо постоянно совершенствовать цифровые технологии, потому что инновационный прогресс напрямую зависит от развития цифровизации. Активизация развития инноваций выступает важнейшим условием дальнейшего более качественного и эффективного развития российской экономики. В этом аспекте цифровизация страны приобретает большое значение.

Библиографический список

1. Бесчастнова О. В., Егорова М. В. Базовые составляющие, их взаимосвязи и направления развития инновационной системы РФ // Вестник Казанского технологического университета. 2011. № 22. С.216-221.
2. Габитов А. Ф. Инновационная система России: формирование и государственное регулирование // Евразийский международный научно-аналитический журнал «Проблемы современной экономики». 2009. № 3 (31). С. 146-149.
3. Гусейнова А. Д. Оценка инновационной активности научных организаций на основе социологического мониторинга // Евразийский международный научно-аналитический журнал «Проблемы современной экономики». 2014. № 1 (49). С. 192 206.
4. Власов М. В. Оценка эффективности производства нового знания // Журнал экономической теории. 2005. № 3. С. 142-146.
5. Власов М. В. Формирование стратегии развития организации на основе новых знаний // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 9 (360). С. 30-36.
6. Власов М. В. Цифровая экономика как фактор развития инвестиций в основной капитал в региональных социально-экономических системах // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2019. Т. 14. № 3. С. 421-433.
7. Власов М. В. Цифровая экономика как основное направление повышения уровня экономической безопасности региона (на примере субъектов центрального федерального округа РФ) // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2020. Т. 15. № 2. С. 271-287.
8. Коробов С. А., Молоканов С. А., Мигаль А. Н. Инновационная система: структура и принципы функционирования // Вестник ВолГУ. 2008. Серия 3. № 1 (12). С. 86-92.

9. Паникарова С. В., Власов М. В., Кузнецов П. Д. Оценка научной результативности университетов: институциональный подход // Университетское управление: практика и анализ. 2016. № 105 (5). С. 80-89.

10. Проничкин С. В., Тихонов И. П. Разработка системы критериев и методических подходов к экспертной оценке эффективности деятельности научных организаций // Приоритеты России. 2013. № 37 (226). С. 13-18.

11. Шабельникова Е. А. Национальная инновационная система: сущность и структура // Вестник института экономических исследований. 2017. № 4 (8). С. 78-85.

12. Янченко Е. В. Влияние цифровой экономики на инновационное развитие человеческого потенциала российского общества: возможности и ограничения // Вопросы инновационной экономики. 2020. Том 10. № 2. С. 849-866.

V. Klykova, A. Kozyaeva, S. Ovchinnikova, A. Velmina

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF THE DEVELOPMENT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE SYSTEMS

Abstract

At present, the digital economy is considered as a driver of socio-economic progress and as an innovative type of economic growth factor. It is not only a global trend of the scientific and technological revolution in the means of production, based on information, computer and communication technologies that are getting deeper and deeper into the production and non-production sphere, but it is also a necessary tool for overcoming the technological backwardness of industries, increasing the security of the educational system, and regulating internal costs. for scientific research. Thus, this article is to consider the innovation system, namely, to identify the patterns of development of innovation systems as a result of the development of digital technologies.

Keywords: innovations, digital technologies, development of innovations, regions, correlation analysis, measures to stimulate innovation.

УДК 330.01

И. А. Кулькова

ИССЛЕДОВАНИЕ НАУЧНОГО ИНТЕРЕСА К ВОЛОНТЕРСТВУ КАК ФОРМЕ СОЦИАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ

Аннотация

Статья посвящена количественному анализу научных исследований, посвященных волонтерству. Методом исследования выступают элементы библиометрического анализа. В качестве информационной базы были взяты научные публикации, размещенные в двух крупнейших международных базах данных Web of Science и Scopus, а также в крупнейшей российской научной базе eLibrary. Проведенный анализ показал возрастание за последние 15 лет интереса к волонтерству как социальному институту проявления активности населением, как в России, так и во всем мире. При этом количественно число публикаций в зарубежных базах данных в 20 раз больше, чем в России, однако, подавляющее большинство зарубежных публикаций изучают не волонтерство как социальный институт, а волонтеров, участвующих в экспериментах, чаще с медицинской, реже – с психологической, точек зрения. В статье подробно проанализированы динамика публикаций по годам, структура публикаций по тематике, по организациям. Выявлены авторы, имеющие больше всего публикаций по данной теме. Российские научные публикации проанализированы также по числу цитирований. Исследование подтвердило гипотезу о том, что, не смотря на свою особую практическую значимость в условиях постарения населения и различных кризисных явлений, связанных с пандемией, социальными и природными катастрофами, волонтерство является недостаточно изученным социальным явлением, особенно в Российской Федерации.

Ключевые слова: волонтерство, волонтер, научные исследования, социальная активность, динамика публикаций.

© Кулькова И. А., 2022

Волонтерство в России является относительно новым социальным институтом, хотя, конечно, добровольчество имеет богатую историю в нашей стране. С момента крещения Руси стали традицией безвозмездная помощь и труд в монастырях, а родоначальниками Международного движения Красного Креста являются монахини московской Свято-Никольской обители, ставшие в конце 1870-х годов первыми в мире сестрами милосердия. В новейшей истории «ключевым моментом признания добровольческого феномена в России по праву считается 2018 год, названный «годом волонтера» [11, с. 234]. В том же году вступили в силу поправки к Федеральному закону ФЗ-15 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам добровольчества (волонтерства)» [1]. На основе данного закона были приняты множество нормативных актов, регулирующих данную сферу активности, в том числе на региональном уровне.

Международная организация труда (МОТ) относит к волонтерскому труду неоплачиваемую необязательную работу, т.е. время, которое лица тратят безвозмездно на деятельность, осуществляемую либо через организацию, либо непосредственно в интересах других лиц, не входящих в состав их собственного домохозяйства [8, с. 11-12].

Как социальный институт под волонтерством понимается «институт гражданского общества, базирующийся на принципах целостности, органической солидарности, сочетании объективного и субъективного и включающий в свою структуру: общности волонтёров различных организационных форм; волонтёрские практики как социальное взаимодействие их национальных и интернациональных проявлений; социальные, экономические, политические и культурные ресурсы; легитимные нормы и правила волонтёрской деятельности на основе общечеловеческих и гуманистических ценностей; традиции и образцы поведения добровольцев» [4, с. 124].

Волонтерство сыграло крайне важную роль в организации крупнейших мероприятий, прошедших в России, таких как Летняя Универсиада 2013, Зимние Олимпийские игры в Сочи (2014), Чемпионат мира по футболу 2018 года. Событийное волонтерство не теряет своей актуальности не только из-за планов проведения Летней Универсиады 2023 в Екатеринбурге, но и организации различных фестивалей, конкурсов, презентаций проектов как на уровне государства, так и региональном, местном уровнях. Кроме того, возрастает важность социального и экологического волонтерства в современной России в связи с постарением населения и различными кризисными явлениями, связанными с пандемией, социальными и природными катастрофами.

Целью данного исследования является количественный анализ динамики и структуры публикаций о результатах научных исследований волонтерства как социального института, имеющихся в научной базе РИНЦ, ее сравнение с аналогичными показателями в международных базах данных. Была выдвинута гипотеза о том, что несмотря на возрастание интереса к изучению волонтерства, данный феномен является недостаточно изученным, особенно с точки зрения экономики труда.

В качестве метода исследования был выбран библиометрический анализ. Исследование проводилось по публикациям, размещенным в двух крупнейших международных баз данных: Scopus и Web of Science, и в российской базе научных публикаций eLibrary. Автор использовал два поисковых запроса: «волонтер» и «волонтерство», запрос осуществлялся только по названиям публикаций. При этом базы данных eLibrary и Scopus разделяют данные поисковые запросы, а база Web of Science такого разделения не осуществляет и на оба запроса выдает идентичный состав и количество публикаций, поэтому для сравнения использованы публикации, выдаваемые по обоим запросам. Глубина поиска составила 16 лет – с 2006 по 2021 годы, это обусловлено тем, что первая публикация о волонтерстве в базе данных eLibrary датируется 2000 годом, и по 2004 год количество публикаций составляло 1 ед. в год, в 2005 – 2 ед.

Исследование является уникальным, т.к. имеющиеся научные исследования вопросов волонтерства чаще всего основываются на проведенном авторами социологическом опросе молодежи об их участии в волонтерском движении [напр., 3; 7; 11], либо используют метод

вторичного анализа данных всероссийских опросов общественного мнения [6]. Следует отметить, что в базе данных РИНЦ последние два года появились четыре публикации, основанные на библиометрическом анализе, при этом одна из них [5] анализирует лишь возможности использования данного метода в изучении информационного массива публикаций по проблематике международного волонтерства и предоставляет динамику числа публикаций в интернет-ресурсе «Google Academia». Вторая статья использует библиометрический анализ только для одного вида волонтерства – спортивного [10], третья – представляет собой качественный анализ публикаций на тему волонтерства и волонтерского движения на белгородском телевидении: проблемно-тематический и жанрово-стилистический анализа публикаций [2]. Наконец, имеется серьезное исследование количества и типа публикаций о волонтерстве [9], однако, он содержит только данные базы РИНЦ, без сравнения с международными базами.

Результаты проведенного нами исследования показали, что интерес ученых к волонтерству в последние 16 лет возрастает (рис. 1). Суммарно за все годы в базе Web of Science на 15 марта 2022 г. размещено 35 758 публикаций, в базе Scopus – 32597 и в eLibrary – 1768 публикаций.

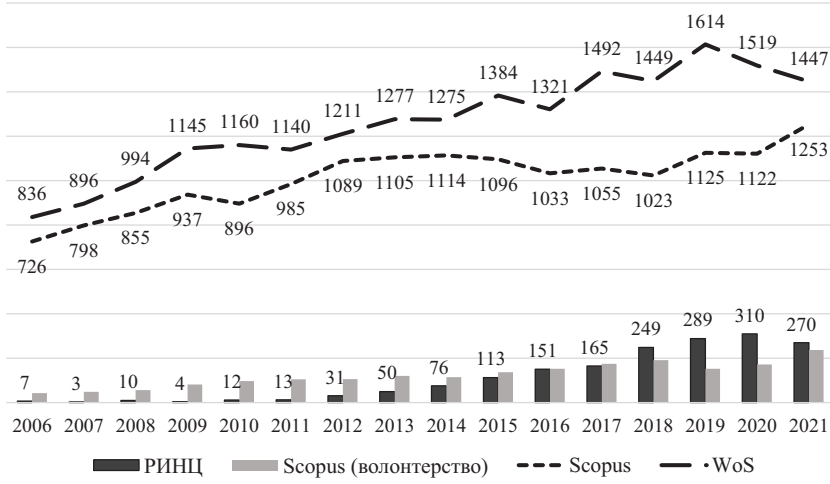


Рис. 1. Динамика числа публикаций по проблемам волонтерства в базах данных eLibrary, Scopus и Web of Science (составлено автором)

Как можно увидеть на рисунке, число публикаций, имеющих в заголовке термины «волонтер» и «волонтерство» в зарубежных базах данных в среднем в 20 раз выше, чем в eLibrary, однако, такое положение объясняется тем, что львиная доля зарубежных публикаций содержит в названии именно термин «волонтеры» и описывает результаты медицинских и, реже, психологических опытов, в которых они участвуют. В отечественных медицинских публикациях используется термин «добровольцы». Если взять только термин «волонтерство», что из зарубежных позволяет сделать база Scopus, то число публикаций отечественных и зарубежных авторов сравнялось в 2016-2017 годах, а, начиная с 2018 года, превосходит их.

К такому же выводу можно прийти и изучая структуру публикаций по тематике (рис. 2). Действительно, 72,3 % публикаций в базе Scopus и 84,6 % в Web of Science отнесены к медицинским наукам, в то время как в базе eLibrary – только 2,5 %. В соответствии с

данной особенностью среди организаций, изучающих волонтеров и волонтерство за рубежом, преобладают медицинские компании и университеты: в базе данных Web of Science – Лондонский университет, Система калифорнийского университета, Национальный институт здравоохранения США, компании Pfizer Inc., GlaxoSmithKline plc.; в базе Scopus – Pfizer Inc., Каролинский институт, Национальные институты здравоохранения США, Калифорнийский университет, Копенгагенский университет, GlaxoSmithKline plc. Авторы-лидеры по числу публикаций тоже занимаются медициной: K. C. Yu (104 публикации) и I. J. Jang (91).

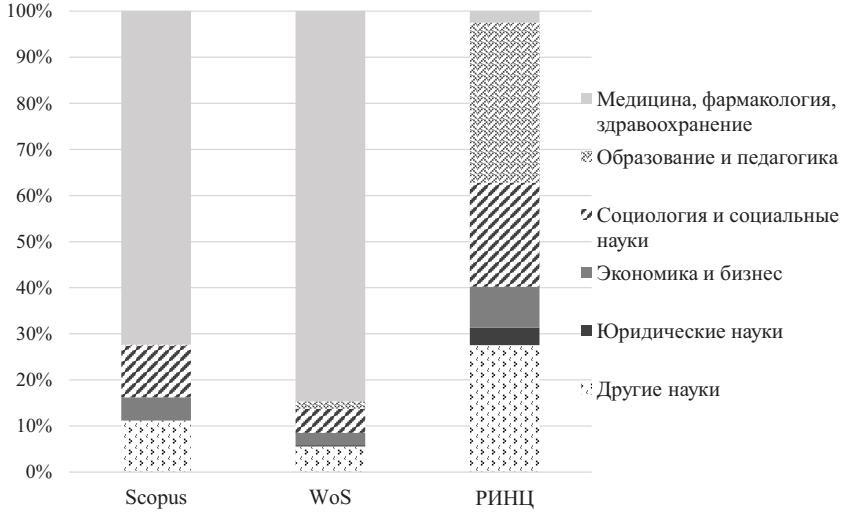


Рис. 2. Структура публикаций о волонтерах и волонтерстве в научных базах данных по тематике (составлено автором)

В России лидерами по числу публикаций являются Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Курский государственный медицинский университет и Российский государственный социальный университет.

Другое серьезное отличие научного интереса наблюдается в доле публикаций по педагогике: в отечественной базе такие публикации составляют 34,7 %, в то время как в базе Web of Science – 1,6 %, а в базе Scopus – 0,2 %. Большинство отечественных ученых изучают именно студенчество как субъекта волонтерства. И, соответственно, авторы, имеющие больше всего публикаций по данной тематике, являются представителями социологических и педагогических наук: Мария Владимировна Певная (49), Галина Гаврильевна Алексеева (22), Анна Александровна Дроздова (19), Наталья Ивановна Горлова (17), Маргарита Ивановна Васильковская (16).

Также были проанализированы российские научные публикации по числу цитирований. Суммарное число цитирований составило 2984 ед., среднее в расчете на одну статью – 1,69. Из общего количества публикаций процитированы хотя бы один раз – 542, что составляет 30,6 %; индекс Хирша – 23. Самой цитируемой публикацией является статья М.В.Певной «Волонтерство как социологическая проблема», опубликованная в журнале СОЦИС в 2013 г. (113 цитирований), далее идет статья О. И. Холиной «Волонтерство как социальный феномен современного российского общества», 2011 г. (99 цитирований).

Таким образом, проведенное автором исследование показало возросший научный интерес к волонтерству как социальному явлению, сопоставимый с числом исследований (за исключением медицины) с зарубежными учеными. При этом волонтерство остается недостаточно изученным с точки зрения экономики, и, в частности, экономики труда, где имеется лишь 11 публикаций за все время существования базы данных eLibrary, большинство из которых носят характер постановки проблемы о необходимости изучения волонтерства. Требуется глубокое научное изучение волонтерства как особой формы занятости, регламентации труда волонтеров.

Библиографичекий список

1. Федеральный закон от 11 августа 1995 г. № 135-ФЗ (ред. от 18.12.2018) «О благотворительной деятельности и добровольчестве (волонтерстве)». Режим доступа: https://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-11081995-n-135-fz-o/ (дата обращения: 15.03.2022).
2. Китраль С. О. Проблемно-тематическое и жанрово-стилистическое своеобразие публикаций на тему волонтерства на Белгородских телеканалах (2020-2021 гг.) / В сборнике: Журналистика, массовые коммуникации и медиа: взгляд молодых исследователей. материалы Научно-практической конференции молодых исследователей, аспирантов и студентов. Белгород, 2021. С. 31-37.
3. Коропец О. А., Мельникова А. С. Карьерное ориентирование как инструмент формирования сферы профессионального развития молодежи // Human Progress. 2016. Том 2. № 4. С. 3.
4. Певная М. В. Волонтёрство как социологическая категория: определение понятия // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2012. № 2 (17). С. 118-126.
5. Петухов М. И. Возможности библиометрического анализа в исследованиях международного волонтерства / В сборнике: Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий. Материалы VI Международной научно-практической конференции. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. 2020. С. 36-39.
6. Попова Е. Г., Певная М. В. Российские волонтеры в зеркале общественного мнения // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-1. С. 1423.
7. Родионова В. А. Представления студенческой молодежи о волонтерстве: информированность, мотивация, вовлеченность. Москва, 2021. С. 268-271.
8. Руководство по измерению добровольческой (волонтерской) работы. Международная организация труда / International Labour Organization. Manual on the Measurement of Volunteer Work. Room Document Prepared for the 18th International Conference of Labour Statisticians to Accompany Chapter 5 of Report I, General Report to the ICLS. 2011. 54 с.
9. Талалаева Г. В. Наукометрический анализ волонтерства как предмета научного исследования по данным базы РИНЦ // Материалы XXVII международной научно-практической конференции «Наука в современном информационном обществе». 2021. С. 56-60.
10. Телепаева Д. Ф., Певная М. В. Тенденции в исследовании спортивного волонтерства: управленческий аспект // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2021. Т. 7. № 3 (27). С. 20-36.
11. Теньшова О. Н., Масло Е. В. Волонтерство как социально-культурный феномен российского общества / Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Научно-практическая реализация творческого потенциала молодежи». Хабаровск. 2021. С. 232-238.

I. Kulkova

SCIENTIFIC INTEREST STUDYING IN VOLUNTEERING AS A FORM OF SOCIAL ACTIVITY

Abstract

The article is devoted to the quantitative analysis of scientific researches devoted to volunteering. The research method is bibliometric analysis. Scientific publications placed in the two largest international databases Web of Science and Scopus, as well as in the largest Russian scientific database eLibrary were taken as an information base. The analysis showed an increase of interest in volunteering as a social institution during the last 15 years, both in Russia and in other countries. At the same time, the quantitative number of publications in foreign databases is 20 times more than in Russia, however, most foreign publications do not study volunteering as a social institution, but volunteers participating in experiments, more often from a medical or psychological point of view. The article analyzes in detail the dynamics of publications and the structure of publications by subject, by organization. Authors with the most publications on this topic were identified. Russian scientific publications are also analyzed by the number of citations. The study confirmed the hypothesis that volunteering is an understudied social phenomenon in the Russian Federation, despite its special practical significance in the context of an aging population and various crisis phenomena associated with a pandemic, social and natural disasters.

Keywords: volunteering, volunteer, scientific research, social activity, publication dynamics.

2.2. ИНСТИТУТЫ ПОДДЕРЖКИ РОЖДАЕМОСТИ И РОДИТЕЛЬСТВА: РЕАЛИИИ ПЕРСПЕКТИВЫ ПОСТПАНДЕМИЙНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

УДК 316.346.32

А. П. Багирова

ФАКТОРЫ АКТИВИЗАЦИИ ПРАРОДИТЕЛЬСКОГО ТРУДА: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МНЕНИЙ ДВУХ ПОКОЛЕНИЙ УРАЛЬСКИХ СЕМЕЙ

Аннотация

Активизация прародительского труда (т.е. той помощи, которую бабушки и дедушки осуществляют для своих внуков, частично освобождая тем самым от родительского труда своих детей) может рассматриваться в качестве одного из направлений социально-демографической политики. В статье исследуется мнение о факторах, потенциально влияющих на активизацию этого вида труда. Источником информации являются данные двух опросов родителей и прародителей, имеющих детей/внуков в возрасте до 12 лет. Опросы были проведены в Свердловской области летом 2021 года. Для сравнения оценок использовались таблицы сопряженности, коэффициенты Фишера, Крамера, непараметрический критерий Манна-Уиттни. Основные результаты анализа таковы: 1) важнейшие факторы, предопределяющие активность в сфере прародительского труда, по мнению родителей и прародителей одинаковы – это благоприятное состояние здоровья прародителей, пенсионный статус и территориальная близость к внукам; 2) группа факторов, в меньшей мере влияющих на активность в прародительском труде – это материальная обеспеченность бабушек и дедушек и наличие желания помогать внукам. Роль этих факторов противоречива с точки зрения двух поколений семей: материальная обеспеченность как фактор активизации прародительского труда представляется намного более важной для прародителей, нежели для родителей; родители гораздо сильнее, чем прародители, оценивают важность наличия желания бабушек и дедушек помогать своим внукам. 3) С мнением о возможностях активизации прародительского труда тесно связан вопрос о тех эффектах, которые получают бабушки и дедушки от его реализации. Эти мнения у двух поколений семей достаточно сильно различаются. Родители чаще говорят о чувстве востребованности, а прародители – об ощущении ценности жизни, возникающем вследствие реализации ими прародительского труда. Полученные результаты дают возможность составить более полную картину прародительского труда, реализуемого в Свердловской области, что, в свою очередь, может усиливать информационно-аналитическое обеспечение региональных проектов «Старшее поколение» и «Финансовая поддержка семей при рождении детей» национального проекта «Демография».

Ключевые слова: рождаемость, поддержка семей, пронаталистская политика, региональная семейная политика, некоммерческие организации, культурные особенности.

С 2009 г. в России проводится активная пронаталистская политика. Однако, динамика демографических показателей в российских регионах в последние годы продолжает оставаться неутешительной. Более того, в ряде регионов – и Свердловская тенденция относится к их числу – свежие данные о численности населения на 1 января 2022 года свидетельствуют об определенном нарастании негативных тенденций. Расчеты показывают, что численность населения нашей области в 2019-2020 гг. сократилась на 0,12 %, в 2020-2021 гг. – на 0,48 %, а в 2021-2022 г. – уже на 0,60 % (рассчитано по [1]). Стало уже традиционным, что тенденции сокращения численности населения более заметны на селе, нежели в городской местности: численность сельского населения сократилась за два года на 1,24 %, в то время как городского – «лишь» на 0,49 %. Причины увеличения темпов сокращения численности населения состоят в том, что повышение уровня смертности не компенсировалось ростом рождаемости. Отметим, что сокращение численности населения произошло несмотря на миграционный прирост в Свердловской области, величина которого в сравнении с 2020 годом выросла.

© Багирова А. П., 2022

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00280.

По нашему мнению, шанс для преодоления негативных тенденций, создания условий для роста рождаемости состоит, прежде всего, в усилении комплексной политики поддержки рождаемости и родительства, использовании всего спектра не только экономических, но информационных, организационных мер, направленных на повышение мотивации на рождение детей и реализацию качественного родительского труда. В качестве еще одного механизма потенциального роста рождаемости можно рассматривать активизацию прародительского труда – той помощи, которую бабушки и дедушки осуществляют для своих внуков, частично освобождая тем самым от родительского труда своих детей. Это, в свою очередь, может рассматриваться в качестве одного из направлений социально-демографической политики.

Цель нашей статьи – проанализировать мнение прародителей и родителей, проживающих в Свердловской области, о факторах, потенциально влияющих на активизацию прародительского труда.

В мае-октябре 2021 г. в нашей области мы провели социологический опрос, в ходе которого изучали процесс прародительского труда с двух точек зрения – родителей, имеющих одновременно детей дошкольного и школьного возраста и ныне живущих своих родителей и(или) родителей супруга (прародителей), и прародителей, имеющих внуков дошкольного и школьного возраста. В обоих случаях была использована потоковая выборка с последующим случайным отбором 500 ответов респондентов. Случайность отбора респондентов в анализируемую совокупность повышалась с помощью многоканальности рекрутинга – для распространения анкеты мы использовали сайты региональных средств массовой информации, виртуальные сообщества в социальных сетях, сайты и сообщества общественных организаций, которые ведут свою деятельность с семьями, родителями, детьми. Обработка и анализ данных осуществлялись с помощью IBM SPSS Statistics 23.0. Для сравнения оценок использовались таблицы сопряженности, коэффициенты Фишера, Крамера, непараметрический критерий Манна-Уиттни.

Важнейшие факторы, предопределяющие активность в сфере прародительского труда, по мнению родителей и прародителей одинаковы – это благоприятное состояние здоровья прародителей, пенсионный статус и территориальная близость к внукам. В табл. 1 в сравнении представлены мнения родителей и прародителей (табл. 1).

Действительно, по данным наших более ранних исследований (см., например, [2]), российские бабушки, занимающиеся со своими внуками на ежедневной основе, оценивают свое здоровье более высоко, нежели женщины такого же возраста, не вовлеченные в жизнедеятельность внуков. Данные нашего и других социологических исследований оставляют вопросы по поводу причинно-следственной связи между здоровьем прародителей и их участием в прародительском труде: с одной стороны (основываясь на данных табл. 1), логично предположить, что субъектами этого вида труда прежде всего становятся бабушки и дедушки с более хорошим уровнем здоровья, с другой – результаты зарубежных исследований свидетельствуют о том, то улучшение здоровья является одним из эффектов вовлеченности в жизнь внуков [3]. Мы предполагаем, что связь тут может быть двусторонней – хорошее состояние здоровья может быть как причиной, так и следствием активного прародительского труда.

Таблица 1

Факторы, которые влияют на мотивацию прародительского труда

Факторы	Бабушки и дедушки	Родители	Коэффициент Фишера	Асимптотическая значимость
Благоприятное состояние здоровья	63,0	62,5	-0,005	0,873
Выход на пенсию и появление свободного времени	43,0	45,4	0,024	0,456

Продолжение таблицы 1

Факторы	Бабушки и дедушки	Родители	Коэффициент Фишера	Асимптотическая значимость
Территориальная близость к детям и внукам	42,6	48,9	0,063	0,051
Материальная обеспеченность	29,8	19,7	-0,116	0,000
Наличие желания заниматься прародительским трудом	25,8	43,4	0,186	0,000
Материальные выплаты со стороны государства	8,4	9,9	0,026	0,430

Справочно: Каждая альтернатива оценивалась в формате «влияет» – «не влияет», что позволило рассчитать коэффициент корреляции Фишера.

Материальная обеспеченность бабушек и дедушек и наличие желания помогать внукам – это факторы, в меньшей мере влияющие на активность в прародительском труде. Однако, как показывают данные табл. 1, роль этих факторов противоречива с точки зрения двух поколений семей – материальная обеспеченность как фактор активизации прародительского труда представляется намного более важной для прародителей, нежели для родителей. С другой стороны, родители гораздо сильнее, чем прародители, оценивают важность наличия желания бабушек и дедушек помогать своим внукам.

С мнением о возможностях активизации прародительского труда тесно связан вопрос о тех эффектах, которые получают бабушки и дедушки от его реализации (табл. 2). Эти мнения у двух поколений семей также достаточно сильно различаются. Родители чаще говорят о чувстве востребованности, а прародители – об усилении ценности жизни, происходящем вследствие реализации ими прародительского труда. Однако и те, и другие на первое место ставят улучшение межпоколенных отношений и сближение разных поколений семьи, сопровождающее процесс прародительского труда.

Таблица 2

Результаты прародительского труда для субъектов этого вида труда

Результаты прародительского труда для его субъектов	Бабушки и дедушки	Родители
сближение и улучшение межпоколенных отношений в семье	55,6	55,8
ощущение нужности	50,0	71,2
ощущение ценности жизни	40,3	10,8
удовлетворение потребности в общении	18,9	19,4
чувство выполненного долга	14,4	7,0
преодоление одиночества	6,4	15,8
улучшение физического самочувствия	5,8	9,0
заполнение свободного времени	4,3	14,6

Справочно: Вопрос с множественным выбором и максимальным числом ответов, равным трем.

Отметим, что при выборе ответов на вопрос о результатах прародительского труда для себя, бабушки и дедушки лишь в каждом пятом случае выбирали ответ «удовлетворение потребности в общении», только в каждом 15-ом – «преодоление одиночества». Частота выбора последней позиции заметно не согласуется с ответами, даваемыми родителями – каждый шестой из них считает, что преодоление одиночества старшего поколения является одним из важнейших результатов прародительского труда.

Единодушие в понимании прародительского труда как возможности укрепления межкпоколенных отношений проявилось и в ответе на вопрос о результатах этого вида труда для семей в целом. Оба поколения уральских семей с примерно одинаковой частотой говорят о том, что этот вид труда позволяет укрепить семейные отношения, повысить значимость бабушек и дедушек в семье, создать и укрепить ощущение семейного счастья (табл. 3).

Таблица 3

Результаты прародительского труда для семей в целом

Результаты прародительского труда для семей в целом	Бабушки и дедушки	Родители
Укрепляются семейные отношения	42,8	42,2
Улучшается мнение о значимости бабушек и дедушек	20,2	25,8
Повышается ощущение счастья в семье	19,1	17,8
Способствует материальному благополучию семьи	11,9	5,0
Затрудняюсь ответить	6,0	9,2
Итого	100,0	100,0

Справочно: коэффициент Крамера составил 0,146 при асимптотической значимости, равной 0,000.

Полученные результаты дают возможность составить более полную картину прародительского труда, реализуемого в Свердловской области. Это, в свою очередь, может усилить информационно-аналитическое обеспечение реализуемых на территории области региональных проектов «Старшее поколение» и «Финансовая поддержка семей при рождении детей» национального проекта «Демография». Кроме того, полученные результаты свидетельствуют о том, чтобы решения по этим двум взаимосвязанным проектам принимались исключительно согласованно. Практическая же значимость проведенного исследования состоит в том, что показатель ухода за детьми и внуками является элементом индекса активного долголетия, и повышение вовлеченности прародителей в жизнь своих внуков является благоприятной тенденцией, направленной и на рост индекса активного долголетия. Представленные же в нашей статьи риски, опасения старшего поколения могут служить основой для информационной работы с ними, работы, в конечном счете направленной на перелом негативных демографических теденций.

Библиографический список

1. Численность населения Свердловской области // Управление Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области. URL: https://sverdl.gks.ru/folder/29698 (дата обращения: 09.04.2022).

2. Shubat O., Bagirova A. Russian Grandparenting: Demographic and Statistical Modelling Experience // Communications of the ECMS. Vol. 34. Iss. 1. June 2020. Proceedings of the 34th International ECMS Conference on Modelling and Simulation ECMS 2020. June 2020, United Kingdom. Pp. 78-83. DOI: http://doi.org/10.7148/2020

3. Hilbrand S., Coall D. A., Gerstorf D., Hertwig R. Caregiving within and beyond the family is associated with lower mortality for the caregiver: a prospective study // Evolution and Human Behavior. 2017. Vol. 38. Iss. 3. Pp. 397-403. DOI: 10.1016/j.evolhumbehav.2016.11.010

4. Фролова Е. А., Маланина В. А. Индекс активного долголетия в регионах Сибири // Экономика региона. 2021. Том 17. № 1. С. 209-222. DOI: 10.17059/ekon.reg.2021-1-16

A. Bagirova

FACTORS OF ACTIVATION OF GRANDPARENTAL LABOR: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE OPINIONS OF TWO GENERATIONS OF URAL FAMILIES

Abstract

The activation of grandparental labor (i.e., the assistance that grandparents provide for their grandchildren, thereby partially freeing their children from parental labor) can be considered as one of the directions of socio-demographic policy. The article examines the opinion about the factors potentially influencing the activation of this type of work. The source of information is data from two surveys of parents and grandparents with children/grandchildren under the age of 12. The surveys were conducted in the Sverdlovsk Region in the summer of 2021. To compare the estimates, crosstabs, Fisher, Kramer coefficients, and the nonparametric Mann-Whittney criterion were used. The main results of the analysis are as follows: 1) the most important factors determining activity in the field of grandparental labor, according to parents and grandparents, are the same – this is a favorable state of health of the grandparents, pension status and territorial proximity to grandchildren; 2) a group of factors that to a lesser extent affect activity in grandparental labor is the material security of grandparents and the desire to help grandchildren. The role of these factors is contradictory from the point of view of two generations of families: material security as a factor of activation of grandparental labor seems to be much more important for the grandparents than for the parents; parents are much stronger than the grandparents, assess the importance of having the desire of grandparents to help their grandchildren. 3) The opinion about the possibilities of activating grandparental labor is closely related to the question of the effects that grandparents receive from its implementation. These opinions are quite different between two generations of families. Parents often talk about a sense of demand, and grandparents – about a sense of the value of life arising from the realization of their grandparental labor. The results obtained make it possible to get a more complete picture of the ancestral work carried out in the Sverdlovsk region, which, in turn, can strengthen the information and analytical support of the regional projects "Older Generation" and "Financial support of families at the birth of children" of the national project "Demography".

Keywords: fertility, family support, pro-natalist policy, regional family policy, nonprofit organization, cultural characteristics

УДК 331.101.39

Д. Г. Саитова

ИНТЕНСИФИКАЦИЯ РОДИТЕЛЬСКОГО ТРУДА БАБУШЕК И ДЕДУШЕК: ДЕТЕРМИНАНТЫ И МЕХАНИЗМЫ

Аннотация

Участие бабушек и дедушек в воспитании внуков – довольно известная социальная практика, однако изменение социально-экономических условий в России за последние несколько лет, а также новый подход к изучению этой деятельности как прародительского труда создали условия для изучения его мотивации, затрат, результатов и возможностей оценки. Так, Н. А. Дорохиной, Е. В. Сивак и другими авторами широко исследованы мотивы прародителей участвовать в воспитании внуков, однако возможности стимулирования этой деятельности практически не изучены. Механизмы стимулирования прародительского труда предназначены, во-первых, для мотивации дедушек и бабушек к выполнению этого вида труда и достижению более высоких результатов, а, во-вторых, для повышения его интенсивности. В статье предпринята попытка систематизировать внешние и внутренние факторы, которые влияют на интенсивность прародительского труда, рассмотрен один из возможных механизмов стимулирования родительского труда бабушек и дедушек в отношении их внуков со стороны государства. К внутренним детерминантам интенсивности прародительского труда мы предлагаем относить те факторы, которые индивидуальны для каждого прародителя и на которые он самостоятельно может повлиять: состояние здоровья прародителей, источник и уровень их постоянного дохода, удаленность проживания от

© Саитова Д. Г., 2022

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00280.

своих детей, сила внутрисемейных межпоколенных связей, степень владения Интернетом и социальными сетями, а к внешним – условия внешней среды, благоприятно влияющие на интенсивность прародительского труда или имеющие обратный эффект – содержание программ активного долголетия, информационная среда, возраст выхода на пенсию, действующие меры поддержки рождаемости и материнства, а также доступность дошкольного и дополнительного образования. Предлагаемый в статье механизм государственного стимулирования участия бабушек и дедушек в воспитании внуков предполагает активизацию детерминант, позитивно влияющих на интенсивность прародительского труда, и снижение влияния детерминант, имеющих обратный эффект.

Ключевые слова: родительский труд, прародительский труд, бабушки и дедушки, воспитание внуков, механизм стимулирования.

Участие бабушек и дедушек в воспитании внуков – довольно известная социальная практика, однако за последние несколько лет этот феномен изменился и потребовал дополнительного исследования и изучения. Попытки оценить вклад прародителей в семейное воспитание и образование предпринимались Н. А. Дорохиной [4, с. 61-62], Е. В. Сивак [9, с. 156-157] и многими другими российскими и зарубежными авторами. Однако, во-первых, нельзя отрицать, что значимые социально-экономические явления последних пяти лет (такие, как широкое распространение Интернета и социальных сетей, пандемия и её серьезные экономические последствия и др.) оказывают влияние и на реализацию этой социальной практики. Вместе с тем, во-вторых, благодаря развитию исследований родительства (в частности, изучению трудового характера этой деятельности [10, с. 40-41], её мотивации [16, с. 1657], оценке затрат [3, с. 500] и результатов родительского труда [1, с. 9], делегированного родительского труда) появился новый подход к исследованию деятельности бабушек и дедушек по воспитанию внуков, который предусматривает изучение этой деятельности как прародительского труда [2]. Следовательно, этот особый вид труда также требует изучения его мотивации, затрат, результатов и возможностей оценки. Авторами широко исследованы мотивы и типы поведения прародителей в отношении воспитания внуков [4, с. 62; 6, с. 108], однако возможности стимулирования прародительского труда практически не изучены. Механизмы стимулирования прародительского труда предназначены, во-первых, для мотивации дедушек и бабушек к выполнению этого вида труда и достижению более высоких результатов, а, во-вторых, для повышения его интенсивности. В статье предпринята попытка систематизировать внешние и внутренние факторы, которые влияют на интенсивность прародительского труда, рассмотрен один из возможных механизмов стимулирования родительского труда бабушек и дедушек в отношении их внуков со стороны государства.

К внутренним детерминантам интенсивности прародительского труда мы относим те факторы, которые индивидуальны для каждого прародителя и на которые он самостоятельно может повлиять, а к внешним – условия внешней среды, благоприятно влияющие на интенсивность прародительского труда или имеющие обратный эффект. Под интенсивностью прародительского труда мы понимаем количество затраченной бабушками и дедушками энергии на выполнение функций родительского труда в отношении их внуков в единицу времени. Влияние указанных факторов на то, сколько энергии тратят прародители в неделю, месяц или год на уход, воспитание и обучение внуков, подтверждается результатами проведенных другими авторами исследований, либо наличием прямой причинно-следственной связи этих социальных явлений и процессов. К внутренним детерминантам интенсивности прародительского труда, по нашему мнению, можно отнести:

1) Состояние здоровья прародителей;

Социально-демографический портрет типичной российской бабушки, описанный О. М. Шубат и А. П. Багировой, иллюстрирует, что бабушки, активно включенные в процессы заботы и ухода за внуками, моложе и выше оценивают состояние своего здоровья

[15, с. 81]. Исследования О.В. Красновой также доказывают, что «стадии "прародительства" женщин, живущих в большом городе, зависят от состояния их здоровья» [6, с. 108].

2) Источник и уровень постоянного дохода прародителей;

Очевидно, что наличие и размер пассивного дохода в виде пенсии или доходов от предпринимательской деятельности, собственности или сбережений прямо пропорционально количеству свободного времени, которое есть у прародителей для осуществления родительского труда в отношении их внуков. В свою очередь, если бабушки и дедушки вынуждены работать полный день для обеспечения собственного проживания, это ограничивает их временные и финансовые возможности для участия в воспитании внуков.

3) Удаленность проживания от своих детей;

Исследования участия бабушек и дедушек в воспитании внуков в России, США, Бразилии [8, с. 14] и Франции [12] подтверждают, что удаленность проживания от своих детей существенно снижает долю помощи в воспитании внуков со стороны прародителей.

4) Сила внутрисемейных межпоколенных связей;

Разрыв отношений, когда внуки почти не видят своих бабушек и дедушек касается значительной части семей (например, во Франции – более 10 % семей) [12]. В России также изучена практика, когда расхождение взглядов матери и бабушки на воспитание внуков в крайних случаях может «приводить к полному прекращению матерью контактов прародителей с внуками» [9, с. 157].

5) Степень владения Интернетом и социальными сетями.

Интернет и социальные сети предоставляют прародителям огромные возможности для их интеграции в социальную жизнь с точки зрения саморазвития, образования, общения и проведения досуга [13, с. 30]. Также в рамках одного из недавних исследований доказано улучшение состояния здоровья пожилых людей, имеющих доступ к Интернету [11]. Вместе с тем, эти же исследователи отмечают, что чрезмерное онлайн-взаимодействие приводит к ухудшению психического и физического здоровья пожилых людей [11].

Со стороны внешней среды на интенсивность прародительского труда в первую очередь влияют:

1) Содержание программ активного долголетия;

Одним из трёх направлений программ активного долголетия, наравне со здоровьем и защищенностью, является участие представителей старшего поколения в социально-экономической и культурной деятельности [5, с. 9]. Однако, зачастую программы активного долголетия ориентированы на поддержку занятости и участие в предпринимательской или иной общественной деятельности, и не предусматривают мероприятия, связанные с поддержкой родительского труда бабушек и дедушек в семье. Так, в программе «Старшее поколение» национального проекта «Демография» не предусмотрено ни одного мероприятия, ориентированного на интенсификацию прародительского труда [7].

На наш взгляд, в таких программах должны быть предусмотрены мероприятия, направленные не только на обеспечение занятости и самореализации бабушек и дедушек, но и на поддержку прародительского труда. При первоначальном приближении в качестве индикаторов для оценки государственного стимулирования родительского труда бабушек и дедушек в отношении их внуков можно использовать соотношение количества мероприятий в программах активного долголетия, ориентированных на участие представителей старшего поколения в общественной и в семейной жизни, и объем их финансирования.

2) Информационная среда;

Аналогичная ситуация наблюдается и в информационной среде в целом. Тема воспитания внуков слабо представлена в публикациях в СМИ и в социальных сетях: большинство публикаций, посвященных бабушкам и дедушкам, связано с темами безопасности и несчастных случаев [14]. По нашему мнению, информационная поддержка родительского труда бабушек и дедушек в отношении их внуков также необходима для формирования значимости и ценности этого труда для семьи и общества в целом.

3) Возраст выхода на пенсию;

Установленный в стране возраст выхода на пенсию оказывает влияние на наличие постоянного дохода и свободного времени, которое есть у бабушек и дедушек для помощи родителям с воспитанием внуков. Если право получения пенсионных выплат по возрасту для прародителей еще не наступило, то выбор в пользу воспитания внуков может означать для одного из них снижение или полную потерю постоянного дохода. Для интенсификации прародительского труда должно соблюдаться следующее соотношение между возрастом выхода на пенсию женщин предыдущего поколения и суммой среднего возраста при рождении первого ребенка женщины текущего и предыдущего поколения:

$$\sum_{n=1}^{2} MAFC_n \geq RA_n \text{, где} \qquad (1)$$

MAFC (Mean Age at First Childbearing) – средний возраст рождения первого ребенка;
RA (Retirement Age) – возраст выхода на пенсию;
n – последовательность поколений одной семьи.

4) Меры поддержки рождаемости и материнства;

Действующие в стране меры поддержки рождаемости и материнства могут быть ориентированы на активизацию родительского труда (например, через увеличение продолжительности пребывания родителя в отпуске по уходу за ребёнком др.), либо, наоборот, на стимулирование занятости молодых мам (например, через снижение выплат по уходу за ребенком, невключение этого периода в страховой стаж, низкие гарантии зачисления ребенка в дошкольное образовательное учреждение и др.). Стимулирование занятости молодых мам потребует со стороны государства развития дошкольного образования, сервисов нянь или тьюторов, либо стимулирования интенсификации прародительского труда.

5) Доступность дошкольного образования, сервисов нянь и тьюторов.

Степень распространения дошкольных образовательных учреждений, а также иных аналогичных служб, сервисов и учреждений, оказывающих содействие родителям в процессе ухода и воспитания детей, удобство режима их работы, а также доступная стоимость их услуг могут оказывать существенное влияние на интенсивность прародительского труда.

Все указанные внутренние и внешние детерминанты интенсивности прародительского труда можно объединить в матрицу, которая представлена на рис. 1.

Среди представленных детерминант внутренние детерминанты находятся в зоне контроля прародителей и с приближением к горизонтальной оси возможность влияния на эти детерминанты с минимальными затратами ресурсов возрастает. Наиболее перспективным с точки зрения интенсификации родительского труда бабушек и дедушек, на наш взгляд, является воздействие на внешние детерминанты. Отметим, что нами предпринята попытка проранжировать указанные детерминанты с точки зрения потенциальных затрат, которые необходимы для их изменения – с приближением к горизонтальной оси возможность влияния на эти детерминанты с минимальными затратами ресурсов возрастает. Однако для оценки потенциальных затрат государства, связанных с влиянием на эти детерминанты интенсивности прародительского труда, необходимо разработать отдельную методику, что является одной из задач наших дальнейших исследований.

Рис. 1. Детерминанты интенсивности родительского труда бабушек и дедушек (составлено автором)

Для наиболее эффективного использования такого ресурса, как прародительский труд, для повышения рождаемости, необходимо усиливать детерминанты его интенсивности с позитивным влиянием и нивелировать негативное влияние детерминант, которые способствуют более низкой вовлеченности бабушек и дедушек в прародительский труд. К элементам механизма государственного стимулирования родительского труда бабушек и дедушек, которые позволяют преодолеть указанные выше детерминанты, можно отнести:

1. Более ранний выход на пенсию для бабушек и дедушек, активно участвующих в воспитании внуков.

2. Включение в программы активного долголетия мероприятий, направленных на укрепление внутрисемейных связей (например, компенсация совместного культурного досуга, психологическая помощь в разрешении внутрисемейных конфликтов, программы обучения современным методам воспитания внуков для пожилых людей).

3. Прямая выплата за прародительский труд.

4. Развитие информационно-коммуникационной среды в Интернете и социальных сетях, в которой подчеркивается значимость прародительского труда для современного общества [14].

Таким образом, нами предпринята попытка сформировать основу одного из возможных механизмов государственного стимулирования родительского труда бабушек и дедушек, который предусматривает включение прародительского труда в экономическую подсистему общества через активизацию детерминант, позитивно влияющих на интенсивность прародительского труда, и снижение влияния детерминант, имеющих обратный эффект.

Библиографический список

1. Багирова А. П., Быкова Д. Г. Оценка результатов родительского труда: актуальность и подходы // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». № 4. 2015. С. 6-11.
2. Багирова А. П., Нешатаев, А. В. Прародительский труд: теоретико-методические основы социологического изучения// Социальное пространство. Т. 7. № 2. 2021. DOI: 10.15838/sa.2021.2.29.3
3. Багирова А. П., Шмарова И. В. Затраты родительского труда как элемент стоимостной оценки человеческого капитала // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. Т. 13. № 4. 2018. С. 487-501
4. Дорохина Н. А. Особенности воспитательного взаимодействия между родителями и старшим поколением в семьях дошкольников // Наука и школа. 2009. № 1. С. 61-62.
5. Концепция политики активного долголетия: научно-методологический докл. к XXI Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 2020 г. / Под ред. Л. Н. Овчаровой, М. А. Морозовой, О. В. Синявской; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. 40 с
6. Краснова О. В. Бабушки в семье // Социологические исследования. 2000. № 11. С. 108-116.
7. Паспорт национального проекта "Демография": Протокол президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам от 24.12.2018 № 16 // Справочно-правовая система «Консультант плюс».
8. Семенова О. В., Бутовская М. Л. Связь родственной помощи бабушек и дедушек с удаленностью домохозяйств на примере России, США и Бразилии // Человек и культура. 2021. № 4. С. 10-33. DOI10.25136/2409-8744.2021.4.36197
9. Сивак Е. В. Семейные отношения в эпоху интенсивного материнства: как матери регулируют участие бабушек и дедушек в воспитании детей // Л. С. Выготский и современное детство: сб. тезисов междунар. симпозиума. М.: Высшая школа экономики, 2017. С. 156-157.
10. Bagirova A. P. Human resources for parental labour as a new focus of the Russian demographic policy // 11th International Days of Statistics and Economics. Loster, T. & Pavelka, T. (ред.). Melandrium. 2017. Pp. 39-48. WOS:000455325300005
11. Jiang J. F., Songn J. Health Consequences of Online Social Capital among Middle-Aged and Older Adults in China // Applied Research in Quality of Life. 2022. DOI10.1007/s11482-021-10033-9
12. Le rôle des grands-parents dans la vie familiale / Réseau national deso bservatories des Familles. Blanc M.A. (eds.). № 12. 2020. 8 p. URL: https://www.unaf.fr/ressources/le-role-des-grands-parents-dans-la-vie-familiale/ (дата обращения: 01.04.2022)
13. Llorente-Barroso C., Vinaras-Abad M., Sanchez-Valle M. Internet and the Elderly: Enhancing Active Ageing // Comunicar. Vol. 23. № 45. 2015. Pp. 29-36. WOS:000368534800003
14. Saitova D., Bakhtina M. Social Media about Grandparents as Childcare Providers: Evidence from Russian Region // Proceedings of the 9th European Conference on Social Media, ECSM 2022.
15. Shubat O. M., Bagirova A. P. Russian grandparenting: demographic and statistical modelling experience // Proceedings – European Council for Modelling and Simulation, ECMS. 2020. Vol. 34 (1). Pp. 78-83.
16. Voroshilova A. Demographic determinants of parental labor motivation types // 13th International Days of Statistics and Economics. Loster, T. & Pavelka, T. (eds.). Melandrium. 2019. Pp. 1650-165. WOS:000589182000167

D. Saitova

STIMULATION OF GRANDPARENTS' PARENTAL LABOUR: DETERMINANTS, MECHANISM AND CONSEQUENCES

Abstract

The participation of grandparents in the upbringing of grandchildren is a fairly well-known social practice. However, over the past few years the changing socio-economic conditions in Russia, as well as a new approach to studying this activity as a parental labour, have created conditions for studying its motivation, costs, results and opportunities for estimation. Thus, N.A. Dorokhina, E.V. Sivak and other authors have extensively studied the motives of grandparents to participate in the upbringing of their grandchildren, but the possibilities of stimulating this activity have not been practically studied. Mechanisms for stimulating grandparental labour are designed, firstly, to motivate grandparents to perform this type of labour and achieve better results, and, secondly, to increase its intensity. The paper attempts to systematize external and internal factors that affect the intensity of parental labour and considers one of the possible mechanisms for stimulating parental labour of grandparents in relation to their grandchildren by the state. We propose to refer to the internal determinants of the intensity of grandparental labour those factors that are individual for each grandparent and which he or she can independently influence: the health status of the grandparent, the source and level of their permanent income, the distance from their children, the strength of intra-family intergenerational ties, the degree of Internet and social networks proficiency, and to external ones - environmental conditions that favorably affect the intensity of grandparental labour or have the opposite effect - the content of active aging programs, the information environment, retirement age, current measures to support fertility and motherhood, as well as the availability of preschool and additional education. The proposed mechanism of state stimulation of the participation of grandparents in the upbringing of grandchildren involves the activation of determinants that positively affect the intensity of grandparental labour, and a decrease in the influence of determinants that have the opposite effect.

Keywords: parental labour, grandparental labour, grandparents, upbringing of grandchildren, stimulation.

УДК 314.32

К. А. Сапожникова

ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ПОДДЕРЖКЕ РОССИЙСКОЙ ПРОНАТАЛИСТСКОЙ ПОЛИТИКИ

Аннотация

Сегодня меры пронаталистской политики активно внедряются по всей России. Однако в последние годы фиксируется возрастающая естественная убыль населения. Эта негативная тенденция, на наш взгляд, может быть связана с относительно слабой поддержкой пронаталистской политики со стороны социальных институтов. Повлиять на ситуацию, как нам кажется, может поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО). В данной статье мы выделили основные преимущества СОНКО, определили место таких организаций в российском законодательстве, а также оценили потенциал СОНКО как института поддержки пронаталистской политики. Выводы, представленные в статье, получены на основе анализа нормативно-правовых актов и официальной статистики.

Ключевые слова: пронаталистская политика, социально ориентированные некоммерческие организации, СОНКО, некоммерческие организации, НКО.

Последние десятилетия институт семьи, в том числе проблемы рождаемости и репродуктивного поведения, находятся в фокусе внимания российской демографической политики. Существует мнение [1; 2, с. 10], что началом нового этапа пронаталистской

© Сапожникова К. А., 2022

Исследование проведено в рамках проекта «Институты поддержки российской пронаталистской политики: потенциал и перспективы влияния на рост рождаемости», поддержанного Советом по грантам Президента Российской Федерации на государственную поддержку ведущих научных школ Российской Федерации (НШ-1327.2022.2).

политики в России следует считать 2007 год. Именно тогда государство впервые в отечественной истории открыто провозгласило пронаталистский характер своей семейной политики [1], утвердив Концепцию демографической политики до 2025 года [3]. Одной из основных мер по увеличению рождаемости стало введение материнского капитала на второго ребенка, существующего и по сей день.

Однако, несмотря на активную реализацию мер пронаталистской политики, можно заметить негативные тенденции по показателям демографического воспроизводства. Так, с 2016 по 2020 гг. наблюдается естественная убыль населения (рис. 1): коэффициент рождаемости ежегодно снижается, в то время как коэффициент смертности показывает рост. В 2020 году их разница составила – 4,8 промилле, другими словами, за указанный год количество смертей превысило число рождений на 702072 чел. [4].

Рис. 1. Естественный прирост населения РФ в расчете на 1000 человек с 2016 по 2020 гг.

Неблагоприятная картина демографического воспроизводства последних лет сложилась вопреки мерам, реализуемым в рамках пронаталистской политики. Полученных данных, однако, недостаточно, чтобы признать существующую политику несостоятельной. Одной из причин недостаточной эффективности российской пронаталистской политики, по нашему мнению, может рассматриваться относительно слабая ее поддержка со стороны социальных институтов. На наш взгляд, поддержать политику в сфере рождаемости и материнства способны некоммерческие организации (далее – НКО). Как правило, НКО реализуют социальные функции и не стремятся извлечь из своей деятельности прибыль; многие НКО уже сейчас оказывают помощь потребителям своих услуг. Для целей нашего исследования наибольший интерес представляет особый тип НКО – социально ориентированные некоммерческие организации (далее – СОНКО). Мы рассмотрим основные преимущества СОНКО, определим их место в российском законодательстве, исследуем возможности СОНКО как института поддержки пронаталистской политики. Ключевые выводы данной работы получены в результате анализа нормативно-правовых актов РФ и данных официальной статистики.

Гражданский кодекс РФ (далее – ГК РФ) в статье 50 формулирует понятие НКО через отношение к прибыли, указывая на необходимость одновременного отсутствия двух следующих признаков: «не имеют извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности» и «не распределяют полученную прибыль между участниками». В то же время, ГК РФ оставляет право за НКО осуществлять приносящую доход деятельность, «если это предусмотрено их уставами, лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых они созданы, и, если это соответствует таким целям» [5]. Здесь же приводится перечень организационно-правовых форм НКО, включающий на данный момент 15 наименований. Однако среди представленных организационно-правовых форм НКО отсутствуют НКО, признанные государством социально ориентированными.

Причина заключается в том, что СОНКО не является организационно-правовой формой НКО, а обладает особым независимым статусом и может рассчитывать на привилегии, недоступные обычным НКО. Федеральный закон № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», впервые определяет СОНКО в редакции от 2010 года как некоммерческие организации, созданные в предусмотренных настоящим Федеральным законом формах (за исключением государственных корпораций/компаний и общественных объединений, являющихся политическими партиями) и осуществляющие деятельность, направленную на решение социальных проблем, развитие гражданского общества в Российской Федерации [6]. Кроме того, указанный Федеральный закон в статье 31.1 определяет, какие виды деятельности могут реализовывать СОНКО (на сегодня число таких видов деятельности составляет 18). Отметим, что первый из них – социальное обслуживание, социальная поддержка и защита граждан, по нашему мнению, способен в наибольшей степени повлиять на пронаталистскую политику страны.

Перечень видов деятельности для СОНКО не является обязательным. Однако наличие в учредительных документах СОНКО хотя бы одного из упомянутых видов деятельности позволяет таким организациям получать поддержку органов государственной власти и местного самоуправления. Более того, субъекты РФ, федеральные территории и администрации муниципальных образований имеют право устанавливать другие виды деятельности, в дополнение к имеющимся в статье 31.1. Таким образом, на местах у НКО появляется возможность стать социально ориентированными при осуществлении деятельности, на которую есть запрос у конкретной территории.

Представляется уместным обозначить беспрецедентную щедрость на меры государственной и муниципальной поддержки для СОНКО. Помимо права на получение субсидий, предоставления льгот по уплате налогов и сборов и других форм оказания помощи СОНКО, органы государственной власти и местного самоуправления могут оказывать имущественную поддержку НКО, признанным социально ориентированными, а именно – передавать во владение и (или) в пользование таким НКО государственное или муниципальное имущество. Однако, и среди СОНКО есть более привилегированные организации – такие, например, как некоммерческие организации-исполнители общественно полезных услуг. Данные организации вправе получать такую же поддержку от органов власти, но уже на срок не менее двух лет. А чем длиннее период предоставления дополнительных ресурсов, тем, предположительно, эффективнее работа организации.

Приведенный анализ не является исчерпывающим, но, по нашему мнению, он учитывает основные положения и может считаться достаточным для следующих выводов: 1) СОНКО занимает особое место в системе НКО; 2) среди видов деятельности, определенных для СОНКО законодателем, выделяется социальная поддержка граждан, в силу ее близости к проблемам пронаталистской политики; 3) СОНКО является сравнительно молодым, быстрорастущим социальным институтом.

Для более подробной характеристики СОНКО упомянем еще ряд решений, принятых относительно них на законодательном уровне.

Так, в «майских указах» 2012 года законодатель потребовал предусмотреть дополнительные меры поддержки для СОНКО [7]. Через месяц СОНКО получили собственную официальную статистику на базе Росстата с установлением порядка проведения выборочных статистических наблюдений за деятельностью СОНКО [8]. Со вступлением в силу с 1 января 2015 года Федерального закона «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации» [9] СОНКО стали частью системы социального обслуживания в РФ наряду с индивидуальными предпринимателями, бюджетными и негосударственными организациями. Наконец, в декабре 2015 года Президент РФ выступил с посланием Федеральному собранию, в котором отметил, что «в таких вопросах, как помощь пожилым людям и инвалидам, поддержка семей и детей, нужно больше доверять гражданскому обществу, некоммерческим организациям. Они часто

работают эффективнее, качественнее, с искренней заботой о людях, меньше бюрократизма в их работе» [10].

Таким образом: 1) можно говорить о том, что деятельность СОНКО высоко оценивается и активно поощряется современным законодателем; 2) государство заинтересовано в максимальном использовании потенциала СОНКО в социальной сфере [11, с. 10].

В целях выявления возможностей СОНКО как института поддержки пронаталистской политики проанализируем деятельность СОНКО в РФ по двум параметрам – динамика числа таких организаций и их распределение по видам деятельности. Отметим, что среди видов их деятельности Росстат выделяет в отдельный раздел профилактику сиротства, поддержку материнства и детства. Последнее имеет прямое отношение к пронаталистской политике.

На рис. 2 представлены данные об изменении общей численности российских СОНКО с 2015 по 2020 гг.

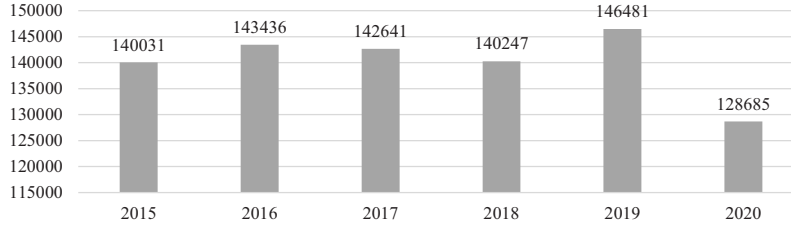


Рис. 2. Динамика общей численности СОНКО в РФ с 2015 по 2020 гг.

Из рис. 2 видно, что с 2015 по 2019 гг. наблюдаются незначительные колебания общей численности организаций. Наибольшее значение – 146481 организация – было достигнуто в 2019 году. Наименьшее значение зафиксировано в 2020 году, его падение по сравнению с предыдущим годом составило 12 %. Можем предположить, что такой спад объясняется началом в России эпидемии COVID-19. На протяжении второго квартала 2020 года организации не работали, так как был объявлен карантин. Продолжительный перерыв в работе, перенос запланированных проектов на неопределенный срок могли вынудить некоторые организации закрыться.

На рис. 3 показана динамика количества тех СОНКО в России, которые осуществляют деятельность в сфере профилактики социального сиротства, поддержки материнства и детства.

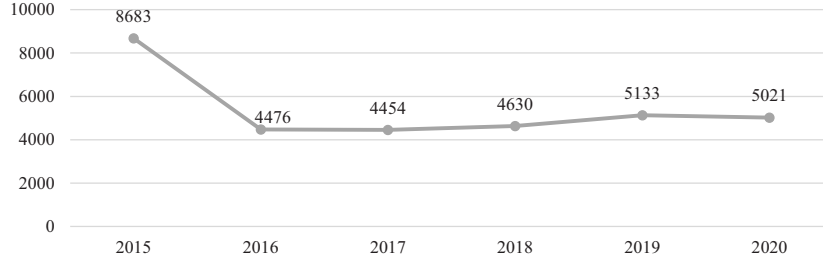


Рис. 3. Динамика численности СОНКО, осуществляющих деятельность в сфере профилактики социального сиротства, поддержки материнства и детства, за 2015-2020 гг.

На рис. 3 можно наблюдать незначительные колебания количества СОНКО, осуществляющих деятельность в области пронаталистской политики, с 2016 по 2020 гг. При

этом наблюдалось сокращение численности СОНКО в 2016 году по сравнению с 2015 годом почти в два раза. Принимая во внимание, что общая численность СОНКО по стране в 2016 году не только сопоставима, но и превышает показатель 2015 года, сделаем вывод о том, что отток СОНКО из видов деятельности, связанных с сиротством, материнством и детством, вероятно, произошел в другие виды деятельности. Можно предположить, что такая «миграция» связана с тем, что вид деятельности по профилактике сиротства, поддержке материнства и детства получал по сравнению с другими видами деятельности наименьшее финансирование.

Таким образом, результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что СОНКО как институт поддержки пронаталистской политики в РФ имеет значительный потенциал. С одной стороны, СОНКО активно развивает и поддерживает государство, с другой – статистика СОНКО учитывает вид деятельности, который четко соотносится с задачами пронаталистской политики.

Библиографический список

1. Акишев М. Современная пронаталистская политика в России в сопоставлении с политикой 1980-х годов // Демоскоп Weekly. 2012. № 499-500. Режим доступа: http://www.demoscope.ru (дата обращения: 23.03.2022)
2. Зайцева Е .В. Особенности демографической ситуации в России: кризис или развитие? // Национальный проект «Демография»: от цели к решениям: материалы XXV межрегион. науч. соц. чтений (г. Сургут, 17 ноября 2020 г.). Сургут: Ресурсный центр развития социального обслуживания, 2020. С. 10-17.
3. Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года: Указ Президента РФ от 9 октября 2007 г. № 1351 (ред. от 01.07.2014). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_71673/ (дата обращения: 23.03.2022).
4. Демография // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/folder/12781 (дата обращения: 23.03.2022).
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 23.03.2022).
6. О некоммерческих организациях: Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 02.07.2021, с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/ (дата обращения: 23.03.2022).
7. О мероприятиях по реализации государственной социальной политики: Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 597. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_129344/ (дата обращения: 23.03.2022).
8. Об организации официального статистического учета социально ориентированных некоммерческих организаций (вместе с «Правилами проведения выборочных статистических наблюдений за деятельностью социально ориентированных некоммерческих организаций»): Постановление Правительства РФ от 25.06.2012 г. № 633. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_131794/ (дата обращения: 23.03.2022).
9. Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации: Федеральный закон от 28.12.2013 № 442-ФЗ (ред. от 11.06.2021). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156558/ (дата обращения: 23.03.2022).
10. Послание Президента Российской Федерации: Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 03.12.2015. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_189898/ (дата обращения: 23.03.2022).
11. Мерсиянова И. В., Беневоленский В. Б. Преимущества НКО как поставщиков социальных услуг: апробация в российских условиях // Вопросы государственного и муниципального управления. 2016. № 4. С. 7-26.

K. Sapozhnikova

THE POTENTIAL OF SOCIALLY ORIENTED NON-PROFIT ORGANIZATIONS TO SUPPORT THE RUSSIAN PRONATALIST POLICY

Abstract

Today, measures of pronatalist policy are being actively implemented throughout Russia. However, in recent years, an increasing natural population decline has been recorded. This negative trend, in our opinion, may be due to the relatively weak support of pronatalist policies from social institutions. It seems to us that the support of socially oriented non-profit organizations (SONPO) can influence the situation. In this article, we have identified the main advantages of SONPO, determined the place of such organizations in Russian legislation, and also assessed the potential of SONPO as an institution to support pronatalist policies. The conclusions presented in the article are obtained on the basis of the analysis of legal acts and official statistics.

Keywords: pronatalist policy, socially oriented non-profit organizations, SONPO, non-profit organizations, NPO.

УДК 314.06-053.9

И. В. Шмарова

ИЗУЧЕНИЕ ЗАТРАТ ПРАРОДИТЕЛЬСКОГО ТРУДА: ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ И МЕТОДЫ АНАЛИЗА

Аннотация

Негативные демографические тенденции, наблюдаемые в России с 2016 года, привели к усилению внимания к вопросам воспроизводства человеческих ресурсов, формирования человеческого капитала и качественным аспектам его развития. В мировой и отечественной литературе все чаще прародительство рассматривается в качестве ресурса рождаемости. Вместе с тем, проблема определения затрат труда бабушек и дедушек в научной литературе практически не освещена. Целью исследования является анализ возможных методов оценки затрат, связанных с прародительским трудом. Были получены следующие результаты: 1) предложена классификация затрат, связанных с прародительским трудом; 2) рассмотрены методы сбора информации, необходимой для последующей оценки затрат бабушек и дедушек в процессе воспитания внуков. Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы: 1) прародительство может рассматриваться в качестве фактора, способствующего решению демографических проблем. Необходимо усиление внимания государства к вопросам активного вовлечения бабушек и дедушек в процесс воспитания внуков, а также последующем возмещении связанных с этой деятельностью затрат; 2) классификация затрат прародительского труда; рассмотрение необходимой для их определения информации, методов ее сбора и анализа, позволит в дальнейшем разработать методику определения различных видов затрат прародителей, возникающих в процессе воспитания внуков. Перспективами исследования являются эмпирическая оценка затрат, связанных с реализацией прародительского труда, а также рассмотрение мер, содействующих активному включению прародителей в процесс воспитания внуков.

Ключевые слова: затраты прародительского труда, оценка прародительского труда, прародительство, прародительский труд.

Вновь наблюдаемая с 2016 г. естественная убыль населения, создавшая угрозу национальной безопасности страны, а также продолжающиеся негативные демографические прогнозы, актуализировали поиск факторов, способных изменить существующие тренды.

Сравнительно недавно в научной литературе начались исследования прародительства как ресурса рождаемости [1; 2; 3; 4]. Были изучены вопросы определения методик расчетов возраста вступления в прародительство, вероятности стать прародителем в том или ином возрасте, среднего количества внуков у одного прародителя и др. Вместе с тем проблема определения затрат труда бабушек и дедушек в научной литературе практически не освещена. Актуальность рассмотрения вопросов, связанных с определением этих затрат

© Шмарова И. В., 2022

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта N 20-011-00280.

связана с одной стороны с отмечаемым экономистами ростом объемов домашней (ненаблюдаемой) экономики и обоснованием целесообразности их учета, с другой – рассмотрением прародительского труда в качестве фактора, способствующего решению демографических проблем, а также необходимости разработки мер, содействующих активному включению прародителей в процесс воспитания внуков.

Одним из наиболее перспективных подходов к изучению прародительства, на наш взгляд, является рассмотрение прародительского труда в качестве трудового процесса. Выявлено, что данный вид деятельности соответствует всем признакам трудовой деятельности (созидательность, осознанность, целенаправленность, легитимность, энерго-затратность, востребованность результатов) [5]. Кроме того, рассмотрение прародительского труда в качестве трудового процесса позволит исследовать его экономические аспекты, в частности разработать методику для определения затрат прародительского труда.

На наш взгляд, следует выделять и исследовать следующие виды затрат, связанные с прародительским трудом: 1) трудовые (временные) – время, затрачиваемое бабушками и дедушками на непосредственное выполнение прародительских обязанностей (уход и воспитание внуков); 2) материальные – затраты прародителей в стоимостном выражении, которые возникают в процессе прародительского труда; 3) эмоциональные – степень удовлетворенности прародительским трудом, т.е. определяющиеся как осуществление ожиданий бабушек и дедушек от материальных, социальных и духовно-нравственных результатов своей работы. Следовательно, для полного изучения затрат, связанных с прародительским трудом, необходима реализация количественной и качественной оценки данного вида труда (рис. 1).

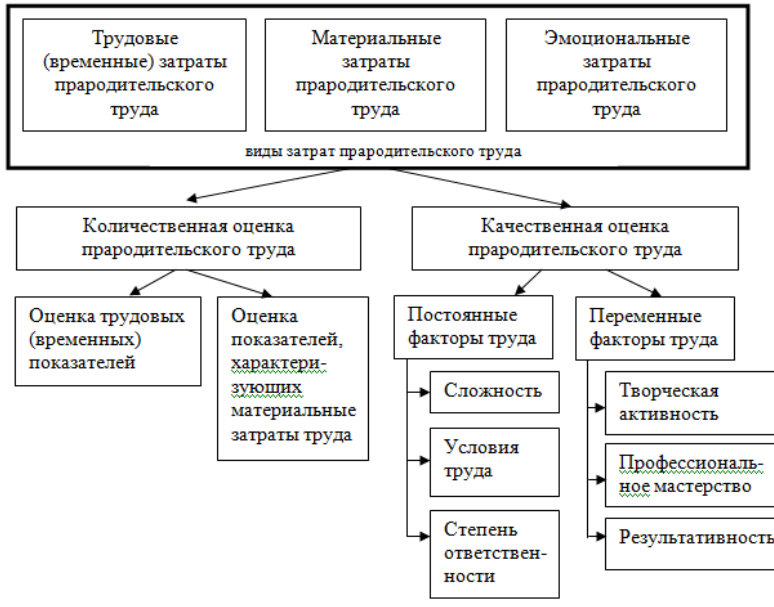


Рис. 1 Оценка затрат прародительского труда

Количественная оценка затрат, связанных с осуществлением прародительского труда, предполагает оценку трудовых (временных) показателей, а также показателей, характеризующих материальные затраты труда. Предполагается, что для анализа трудовых

затрат прародительского труда возможна адаптация методов, традиционно применяемых при изучении рабочего времени: методы нормирования, экономико-статистические методы (методы одномерного и многомерного анализа), методы качественного анализа. Интересный пример адаптации методов нормирования применительно к исследованию затрат родительского труда приведен в работе Н. В. Тонких [6]. Сложность оценки трудовых затрат прародительского труда заключается в отсутствии доступной статистической информации по большинству необходимых для анализа показателей. К ключевым методам сбора информации нами были отнесены: наблюдение (фотография рабочего времени бабушки/дедушки, групповые фотографии рабочего времени семьи), хронометраж, фотохронометраж), опрос (массовый, экспертный), панельные исследования, а также документально-формализованный метод (использование данных бюджетов времени).

Оценка показателей, характеризующих материальные затраты прародителей, по нашему мнению, должна включать: 1) оценку затрат, которые необходимы для обеспечения жизни, здоровья, воспитания и др. внука, т.е. непосредственные расходы на ребенка; 2) сопутствующие затраты – расходы, которые возникают в процессе реализации прародительского труда и без которых невозможно качественное выполнение их функций (транспортные расходы для доставки ребенка в садик, школу, секцию и др.). Основными методами сбора информации в данном случае могут выступать опрос, который может быть реализован в онлайн и офлайн форматах, а также панельные исследования домохозяйств. При анализе данных возможно применение экономико-статистических методов (методы одномерного и многомерного анализа) и методов качественного анализа.

Усиленное внимание исследователей в последние годы уделяется изучению качественной составляющей труда [7], что связано, в том числе, с наступлением 4-й промышленной революции, сопровождающейся изменением целей производства, цифровизацией, трансформацией роли и места человека в организации. Качественная составляющая трудового процесса вызывает повышенный интерес и при изучении прародительского труда. Действительно, прародители, являясь одними из самых близких для ребенка людей, могут оказывать существенное влияние на формирование и развитие его человеческого капитала. По нашему мнению, качественная сторона меры прародительского труда должна основываться на учете двух групп факторов: 1) постоянные факторы качества труда – факторы, которые носят объективный характер и требуют учитывать различия в условиях приложения труда; 2) переменные (субъективные) факторы качества труда.

Применительно к прародительскому труду были выделены следующие постоянные факторы качества труда: сложность, условия труда, степень ответственности.

При оценке сложности труда, по нашему мнению, могут быть адаптированы и применимы следующие методы: безбалльный аналитический метод (факторы и функции труда определяются от очень простой до сложной ступенями сложности); балльный аналитический метод, основанный на применении объективных функциональных критериев. Последний из перечисленных методов предполагает разложение процесса труда на отдельные составляющие его рабочие функции, присущие прародительскому труду. Так, например, можно выделять и углубленно рассматривать степень выполнения бабушками или дедушками таких функций, как уход, воспитание, развитие внуков и др. Кроме того, сложность данной деятельности будет также зависеть и от возраста внуков (стадий родительского труда), количества внуков за которыми будет требоваться уход одновременно, наличия специальных показаний к уходу за ребенком (например, дети с ограниченными возможностями) и др. Важным преимуществом бального аналитического метода, по нашему мнению, будет являться возможность сложения баллов по всем функциям и установления места конкретной работы по уровню сложности среди других работ, осуществляемых прародителями.

Оценка условий прародительского труда предполагает анализ совокупности разнообразных организационно-технических, санитарно-гигиенических и психофизиологических факторов, которые будут характеризовать как обстановку, в которой

осуществляется данный вид трудовой деятельности, так и данный вид конкретного труда. В настоящее время разработаны достаточно совершенные методики, позволяющие получать точные количественные данные для оценки степени влияния различных факторов внешней среды (обстановки). Например, степень освещенности помещения, наличие иных вредных факторов. Однако оценка условий труда, характеризующих вид прародительского труда требует проработки соответствующих методических подходов, позволяющих учитывать не только степень физического труда, но и творческий характер работы, психологические особенности труда, степень умственного напряжения и пр.

Еще одним значимым для характеристики и оценки прародительского труда фактором является степень ответственности. Действительно, ответственное отношение прародителей к выполняемой ими деятельности поможет не только сохранить жизнь и здоровье, но и развивать человеческий капитал внуков. Следует отметить, что, несмотря на очевидность важности данного фактора, в научной литературе отсутствует единая методика, позволяющая объективно и точно определить степень ответственности не только прародителей, но и обычных работников в процессе выполнения ими той или иной работы. Направлением исследований по данному вопросу, по нашему мнению, может являться развитие оценки вклада прародителей в результаты родительского труда и последующая интеграция их в пенсионную систему РФ [8].

Существенное влияние на качество прародительского труда будут оказывать переменные факторы: творческая активность, профессиональное мастерство, результативность и др. Сложность их оценки состоит в том, что они являются абстрактными понятиями. Предлагается использовать следующие методы сбора информации, адаптированные для этого вида труда: наблюдение, интервью (личное, в формате фокус-группы), опрос (массовый, экспертный), панельные исследования. Для последующего анализа полученных данных применимы, по нашему мнению, экономико-статистические методы и методы качественного анализа.

В процессе исследования были получены результаты:

1) прародительство может рассматриваться в качестве фактора, способствующего решению демографических проблем. Бо́льшее вовлечение прародителей в процесс воспитания внуков будет способствовать возвращению женщин на рынок труда после рождения ребенка, а также окажет положительное влияние на психологическое самочувствие бабушек и дедушек: общение с внуками позволит им чувствовать себя востребованными, будет способствовать улучшению их эмоционального состояния [9]. Следовательно, необходимо усиление внимания государства к вопросам активного вовлечения бабушек и дедушек в процесс воспитания внуков, а также последующем возмещении связанных с этой деятельностью затрат;

2) предложено рассматривать следующие виды затрат прародительского труда: трудовые (временные), материальные и эмоциональные. Представленная классификация позволяет акцентировать внимание на различных значимых аспектах затрат, возникающих в процессе реализации данного вида трудовой деятельности. Рассмотрение необходимой для их определения информации, методов ее сбора и анализа, дает возможность в дальнейшем разработать методику определения различных видов затрат прародителей, возникающих в процессе воспитания внуков.

Перспективами исследования являются эмпирическая оценка затрат, связанных с реализацией прародительского труда, а также рассмотрение мер, содействующих активному включению прародителей в процесс воспитания внуков.

Библиографический список

1. Leopold T., Skopek J. The Demography of Grandparenthood: An International Profile. Social Forces. 2015. Vol. 94. № 2. Pp. 801-832. DOI: https://doi.org/10.1093/sf/sov066.

2. Margolis R., Verdery A. M. A Cohort Perspective on the Demography of Grandparenthood: Past, Present, and Future Changes in Race and Sex Disparities in the United

States. Demography. 2019. Vol. 56. № 4. Pp. 1495-1518. DOI: https://doi.org/10.1007/s13524-019-00795-1.

3. Margolis R., Arpino B. The demography of grandparenthood in 16 European countries and two North American countries. Grandparenting practices around the world / ed. by V.Timonen. – Bristol: Policy Press, 2019. Pp. 23-41.

4. Багирова А. П., Шубат О. М. Модели прародительского труда в российском социально-экономическом пространстве // Экономика региона. 2021. Т. 17. № 1. С. 197-208.

5. Багирова А. П., Нешатаев А.В. Прародительский труд: теоретико-методические основы социологического изучения // Социальное пространство. 2021. Т. 7. № 2.

6. Тонких Н. В. Применимость методов нормирования в исследованиях совмещения женской занятости и родительского труда // В сборнике: Достойный труд как основа стабильного общества. Материалы X Международной научно-практической конференции. Ответственные за выпуск Е. Е. Лагутина, М. И. Плутова. 2018. С. 252-257.

7. Ведерников М. Д. Методология качественной и количественной оценки необходимых затрат труда//Вестник Гомельского государственного технического университета им. П. О. Сухого. 2000. № 1. С. 106-112.

8. Багирова А. П., Быкова Д. Г. Интеграция результатов родительского труда в пенсионную систему российской федерации: проблемы и решения // Экономический анализ: теория и практика. 2017. Т. 16. № 2 (461). С. 286-298.

9. Di Gessa G., Bordone V., Arpino, B. Becoming a grandparent and its effect on Well-Being: The role of order of transitions, time, and gender. The Journals of Gerontology: Series B, 2019. № 75 (10). Pp. 2250-2262. doi:10.1093/geronb/gbz135

I. Shmarova

STUDYING THE EXPENSES OF GENERAL LABOR: THEIR CLASSIFICATION AND METHODS OF ANALYSIS

Abstract

The negative demographic trends observed in Russia since 2016 have led to increased attention to the issues of reproduction of human resources, the formation of human capital and the qualitative aspects of its development. In the world and domestic literature, ancestry is increasingly considered as a resource for fertility. At the same time, the problem of determining the labor costs of grandparents is practically not covered in the scientific literature. The purpose of the study is to analyze possible methods for estimating the costs associated with the work of grandparents. The following results were obtained: 1) a classification of costs associated with parental labor was proposed; 2) methods for collecting information necessary for the subsequent assessment of the costs of grandparents in the process of raising grandchildren are considered. The study allows us to draw the following conclusions: 1) ancestry can be considered as a factor contributing to the solution of demographic problems. It is necessary to increase the attention of the state to the issues of active involvement of grandparents in the process of raising grandchildren, as well as the subsequent reimbursement of the costs associated with this activity; 2) classification of the costs of ancestral labor; consideration of the information necessary for their determination, methods of its collection and analysis, will further develop a methodology for determining the various types of expenses of grandparents that arise in the process of raising grandchildren. Research prospects are an empirical assessment of the costs associated with the implementation of grandparental work, as well as consideration of measures that contribute to the active involvement of grandparents in the process of raising grandchildren.

Keywords: costs of ancestral labor, valuation of ancestral labor, ancestry, ancestral labor.

314.06

О. М. Шубат

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВКЛЮЧЕННОСТИ РОССИЙСКИХ БАБУШЕК В ПРОЦЕССЫ ЗАБОТЫ И УХОДА ЗА ВНУКАМИ: СТАТИСТИЧЕСКИЕ ОЦЕНКИ

Аннотация

Целью представленного исследования является анализ региональной дифференциации особенностей участия российских бабушек в процессах заботы и ухода за внуками. Оценки численности бабушек – потенциальных и активно вовлеченных в эти процессы – выполнены на основе авторской методики, предполагающей использование данных официальной статистики о распределении родившихся по возрасту матери, а также данных комплексного наблюдения условий жизни населения, проведенного Росстатом в 2020 г. В процессе исследования были получены оценки среднего возраста, в котором российская женщина становилась бабушкой в 2020 г., а также оценки динамики этого показателя в период с 2011 по 2020 гг.; описана структура включенности бабушек в процессы заботы и ухода за внуками и ее региональная дифференциация; выявлена группа регионов с наибольшей включенностью бабушек в процессы заботы и ухода за внуками и представлены специфические – экономические и социально-демографические – особенности этой группы регионов. Полученные результаты позволяют формулировать гипотезы для проведения дальнейших исследований в рамках данной тематики и создают информационно-аналитическую основу для разработки более эффективных мер государственной демографической политики, учитывающих региональную специфику и нацеленных на преодоление негативных демографических тенденций, складывающихся в России.

Ключевые слова: прародительство, российские бабушки, региональная дифференциация, забота и уход за внуками.

Старение населения является одной из важнейших глобальных тенденций последних десятилетий, которая все очевиднее проявляется во многих странах мира. Эта тенденция означает, что население старшего возраста усиливает свою экономическую, социальную, политическую и демографическую значимость в обществе. Одной из важных социальных ролей, которую выполняют люди старшего возраста, является роль прародителей, а одним из видов активности пожилых людей является участие в процессах заботы и ухода за внуками. Зарубежные и российские исследователи выявляют наличие различных позитивных психологических, социальных, демографических и экономических эффектов от участия прародителей в жизни внуков (см., например, [8-10]). При этом выявляемые авторами эффекты, как и особенности активности прародителей, различаются в исследованиях, проводимых в разных странах. Очевидно, что характер включенности прародителей в уход и заботу о внуках имеет национальную, культурную, региональную и, безусловно, гендерную специфику, поскольку традиционно характер участия мужчин и женщин в воспитании детей и внуков в российском обществе различается. Целью представленного в настоящей статье исследования является анализ региональной дифференциации особенностей включенности российских бабушек в процессы заботы и ухода за внуками.

Важнейшим методическим вопросом исследования является идентификация социально-демографической группы российских бабушек. В официальной российской статистике нет ни общефедеральных, ни региональных данных, позволяющих провести такую идентификацию. Она возможна лишь на основе косвенных данных и досчетов. В наших более ранних исследованиях мы представляли методику оценки возраста вступления в прародительство и, соответственно, методику определения численности этой социально-демографической группы (см., например, [1, 6, 7]). Так, возраст, когда российская женщина приобретает статус бабушки, может быть оценен на основе суммирования среднего возраста женщины при рождении у нее первого ребенка у текущего и предшествующего поколений матерей.

© Шубат О. М., 2022

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00280.

Оценка степени включенности бабушек в процессы заботы и ухода за внуками также возможна лишь на основе косвенных данных. В частности, активность бабушек в этих процессах может быть оценена на основе данных комплексного наблюдения условий жизни населения (далее – КНУЖН), проводимого Росстатом с периодичностью раз в два года. Наиболее актуальные данные относятся к периоду 2020 г. Степень вовлеченности бабушек в процессы заботы и ухода за внуками может быть в первом приближении оценена на основе вопроса данного обследования о том, входит ли в круг обязанностей респондента уход за детьми (внуками) без оплаты. Ответы на этот вопрос предполагали различную частоту участия в этих процессах: на ежедневной основе, несколько раз в неделю, 1-2 раза в неделю, реже.

Для проведения исследования применялись техники описательной статистики – рассчитывались меры центральной тенденции, показатели вариации и дифференциации исходных и сгруппированных данных.

В процессе исследования были получены следующие результаты.

Во-первых, средний возраст, в котором российская женщина становилась бабушкой в 2020 г., составил 49,13 лет. В табл. 1 представлены расчеты этого показателя. Важно, что и сам показатель, и темпы его роста увеличиваются с течением времени (табл. 2).

Таблица 1

Расчет среднего возраста вступления в прародительство для российских женщин в 2020 г.

Показатель	Средний возраст матери при рождении первого ребенка	Год предыдущего поколения матерей (2020-ст. 1)	Средний возраст матери при рождении первого ребенка у предыдущего поколения матерей	Средний возраст вступления в прародительство (ст.1+ст.3)
Столбец	1	2	3	4
Значение	26,60	1993	22,53	49,13

Составлено: [4, 11]

Таблица 2

Динамика возраста вступления в прародительство российских женщин

Год	2011	2014	2016	2018	2020
Возраст вступления в прародительство, лет	47,86	48,03	48,28	48,51	49,13
Темп прироста, %	–	0,36	0,52	0,48	1,28

Составлено: [4, 11]

Во-вторых, доля бабушек, включенных на ежедневной основе в процессы заботы и ухода за внуками, резко сократилась по сравнению с 2011-2018 гг. – более чем в 2 раза и составила лишь 9 % (табл. 3)

Таблица 3

Доля российских бабушек, включенных в процессы заботы и ухода за внуками на ежедневной основе в годы проведения обследования КНУЖН

Год	2011	2014	2016	2018	2020
Доля активных бабушек в общей численности потенциальных бабушек, %	22	19	20	16	9

Составлено: [2]

В-третьих, в структуре включенности бабушек в процессы заботы и ухода за внуками наблюдается приблизительно равное соотношение различных степеней такой включенности. Доли бабушек, задействованных в этих процессах на ежедневной основе, несколько раз в неделю, один-два раза в неделю или реже, различаются незначительно – в пределах 1-2

процентных пунктов, варьируясь в диапазоне от 7 % до 9 %. Около 66 % российских женщин, находящихся в возрасте старше 49 лет (потенциальные бабушки), никаким образом не задействованы в уходе и заботе о внуках. Очевидно, здесь можно говорить о двух группах таких женщин – тех, у которых нет внуков, и тех, кто фактически является бабушкой, но по различным причинам не вовлекается в эти процессы. Безусловно, для понимания социальной, экономической роли прародителей в современном обществе нужно дифференцированное рассмотрение двух этих групп. Однако на сегодняшний день имеющиеся в России информационные ресурсы не позволяют проводить такие исследования на национальном уровне.

В-четвертых, в России наблюдается высокий уровень региональной дифференциации степени включенности бабушек в процессы заботы и ухода за внуками (табл. 4).

Таблица 4

Доли бабушек, вовлеченных в уход и заботу о внуках с разной частотой в регионах России, %

Показатель	Частота вовлеченности бабушек в процессы заботы и ухода за внуками			
	каждый день	несколько раз в неделю	один или два раза в неделю	реже
Среднее	9,4	7,2	8,4	8,6
Медиана	8,8	7,0	7,9	8,2
Стандартное отклонение	5,0	2,7	3,4	3,7
Минимум	0,0	1,1	2,2	0,9
Максимум	34,4	16,2	23,8	18,8
33-й процентиль	7,1	6,1	7,1	6,9
67-й процентиль	9,7	8,0	8,9	10,3
Коэффициент вариации	53	37	41	43

Рассчитано: [2]

Наиболее высокий уровень региональной дифференциации наблюдается для доли бабушек, включенных в эти процессы на ежедневной основе (самый большой коэффициент вариации, составляющий 53 %). Так, в отдельных регионах ежедневная активность бабушек в отношении внуков практически не наблюдается. Это Ненецкий автономный округ (0 %) и город федерального значения Севастополь (1,7 %). С другой стороны, есть регионы с высокой долей бабушек, ежедневно задействованных в процессах заботы и ухода за внуками. Это Республика Тыва (34,4 %), Республика Ингушетия (30,8 %).

В целом, треть российских регионов характеризуются долей активных бабушек (имеется ввиду ежедневная активность), не превышающей 7,1 %; в половине регионов доля таких бабушек не превышает 8,8 %; две третьи всех регионов характеризуются ежедневной активностью бабушек в отношении внуков на уровне не более 9,7 %.

В-пятых, группа регионов с наибольшей включенностью бабушек в заботу и уход за внуками обладает рядом особенностей – экономических и социально-демографических. В табл. 5 показаны 6 таких регионов, идентифицируемых по критерию Тьюки в качестве «выбросов», т.е. нетипичных наблюдений – значения изучаемого показателя в них более, чем на 1,5 межквартильного размаха превышают значение третьего квартиля. В табл. 5 также показаны значения отдельных показателей, которые, по нашему мнению, могли бы быть детерминантами активного участия бабушек в уходе и заботе о внуках.

Таблица 5

Некоторые социально-экономические особенности регионов с наибольшим уровнем ежедневного участия бабушек в заботе и уходе за внуками

	Доля бабушек, ежедневно включенных в процессы ухода и заботы о внуках, %	Суммарный коэффициент рождаемости	Доля детей, родившихся в незарегистрированном браке, %	Число разводов на 1000 населения	Доля городского населения в общей численности населения, %	Доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, %	Уровень безработицы, %
Республика Северная Осетия – Алания	17,6	1,716	27,3	2,5	64,3	13,9	15,4
Ямало-Ненецкий АО	19,0	1,903	21,7	4,7	83,9	5,0	2,4
Республика Алтай	19,3	2,086	29,4	4,7	29,2	23,8	14,0
Республика Саха (Якутия)	19,9	1,863	33,3	3,3	66,3	17,3	7,4
Республика Ингушетия	30,8	1,847	18,5	1,0	55,7	30,0	29,8
Республика Тыва	34,4	2,971	57,7	1,8	54,3	31,7	18,0
В среднем по России	9,4	1,504	21,7	3,9	74,7	12,1	5,8

Составлено: [3]

Можно выделить следующие особенности регионов с наибольшей долей бабушек, ежедневно принимающих участие в уходе и заботе о внуках:

– уровень рождаемости в этих регионах заметно выше общероссийского уровня. Здесь возможно говорить о взаимосвязи активности прародителей и уровня рождаемости. Однако для вывода о направленности этой взаимосвязи нужны отдельные, специально организованные обследования населения;

– в этих регионах, как правило, высока доля детей, родившихся в незарегистрированных браках. Очевидным исключением здесь является Республика Ингушетия, в которой этот показатель ниже среднероссийского уровня. Однако здесь можно предположить приоритетность религиозно-культурных норм и традиций при заключении браков и необязательная их регистрация в органах ЗАГС. Таким образом, данный показатель для Ингушетии может быть не вполне валидным. В целом, здесь можно выдвигать гипотезу о неблагополучии в семейной сфере как о факторе активного прародительства. Вместе с тем, возможна и обратная ситуация, когда активная (чрезмерно активная) помощь бабушек и дедушек может стать фактором неустойчивости семейных союзов их детей. Проверка таких гипотез, безусловно, требует проведения специализированных исследований;

– регионы с наибольшей долей бабушек, ежедневно принимающих участие в уходе и заботе о внуках, как правило, менее урбанизированы – они отличаются более низкой, чем в среднем по России, долей городского населения. Такой результат согласуется с полученными нами ранее результатами. В исследовании [5], нацеленном на изучение специфики родительского труда в Уральском регионе, было выявлено, что в малых городах родители выделяют меньше временных ресурсов на выполнение родительских функций, чем жители мегаполисов. Исследование [5] показало, что территориальная близость ближайших родственников (бабушек, дедушек и др.) в малых городах дает возможность делегировать им

некоторые родительские функции. Очевидно, что и в сельской местности такая закономерность также будет проявляться;

– регионы с наибольшей долей бабушек, ежедневно принимающих участие в уходе и заботе о внуках, как правило, обладают меньшим уровнем экономической безопасности – уровни бедности и безработицы здесь выше, чем в среднем по России. В данной группе регионов специфически выглядит Ямало-Ненецкий автономный округ – высокоурбанизированный регион, в котором уровни бедности и безработицы заметно ниже среднероссийских значений.

В целом, полученные в ходе исследования результаты позволяют сделать выводы о проблемности развития института российского прародительства, наличии его региональной специфики и, очевидно, специфических детерминант развития. Представленные результаты, на наш взгляд, задают проблемное поле и первичные ориентиры для проведения дальнейших более глубоких исследований. Такие исследования необходимы как на региональном, так и национальном уровнях; их результаты будут создавать информационно-аналитическую основу для разработки более эффективных мер государственной демографической политики, учитывающих региональную дифференциацию в России и нацеленных на преодоление негативных демографических тенденций, складывающихся в стране.

Библиографический список

1. Багирова А. П., Шубат О. М. Статистические оценки численности прародителей в российских регионах // Теория и практика общественного развития. 2020. № 12 (154). С. 142-155.
2. Итоги комплексного наблюдения условий жизни населения // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/itog_inspect (дата обращения: 10.03.2022).
3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2021: Стат. сб. / Росстат. М., 2021. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204 (дата обращения: 15.03.2022).
4. Число родившихся по возрасту матери и очередности рождения // Единая межведомственная информационно-статистическая система. Режим доступа: https://fedstat.ru/indicator/data.do?format=sdmx (дата обращения: 05.03.2022).
5. Шубат О. М., Пшеничникова М. М. Родительский труд в малых городах России: опыт экономико-статистического исследования в Уральском регионе // Региональная экономика: теория и практика. 2012. № 15 (246). С. 20-29.
6. Шубат О. М., Багирова А. П. Продолжительность прародительства в России: статистические оценки и возможности управления в рамках национального проекта «Демография» // Вопросы управления. 2020. № 6. С. 142-155.
7. Bagirova A., Shubat O. Models for forecasting the number of Russian grandparents // Communications of the ECMS. 2021. Vol. 35. Iss. 1 (June). Pp. 63-68.
8. Hejun G., Fengqin B., Ehsan E. Impact of availability of grandparents' care on birth in working women: An empirical analysis based on data of Chinese dynamic labour force // Children and Youth Services Review. 2021. Vol. 121 (105859).
9. Okun B. S., Stecklov G. The Impact of Grandparental Death on the Fertility of Adult Children // Demography. 2021. Vol. 58. Iss. 3. Pp. 847-870.
10. Shubat O., Shubat M. Demographic and statistical modelling of grandfatherhood in Russia // Communications of the ECMS. 2021. Vol. 35. Iss. 1. Pp. 57-62.
11. The Human Fertility Database. URL: https://www.humanfertility.org/cgi-bin/main.php (дата обращения: 05.03.2022).

O. Shubat

REGIONAL FEATURES OF THE INVOLVEMENT OF RUSSIAN GRANDMOTHERS IN THE CARING FOR GRANDCHILDREN: STATISTICAL ASSESSMENTS

Abstract

The purpose of the paper is to analyze the regional differentiation of the inclusion of Russian grandmothers in the processes of caring for grandchildren. The number of grandmothers - potential and actively involved in these processes - were estimated on the basis of the author's methodology, which involves the use of official statistics on the distribution of births by mother's age, as well as data from «Comprehensive monitoring of the living conditions of the population» conducted by the Federal State Statistics Service in 2020. During the study, estimates of the average age at which a Russian woman became a grandmother in 2020, as well as estimates of the dynamics of this indicator in the period from 2011 to 2020 were obtained. The structure of grandmothers' involvement in the processes of caring for grandchildren and its regional differentiation were described. A group of regions with the greatest involvement of grandmothers in the processes of caring for grandchildren was identified, and specific economic and socio-demographic features of this group of regions were presented. The results obtained allow us to formulate hypotheses for further research within the framework of this topic and create an information and analytical basis for the development of more effective state demographic policy measures that take into account regional specifics and are aimed at overcoming the negative demographic trends that are emerging in Russia.

Keywords: grandparenthood, Russian grandmothers, regional differentiation, caring for grandchildren.

УДК 316.4.051.3

Д. Янь

АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ ОПЫТА ПРЕБЫВАНИЯ В СТАТУСЕ «ОСТАВЛЕННЫХ ДЕТЕЙ» С ПРЕДСТАВЛЕНИЕМ О РЕЗУЛЬТАТАХ РОДИТЕЛЬСКОГО ТРУДА: ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ В КИТАЕ

Аннотация

В статье приводятся результаты эмпирических исследований представлений о результатах родительского труда китайских субъектов. Объект исследования – китайские родители, которые были раньше оставленными детьми. Предмет исследования – статистические характеристики различий в представлениях результатов родительского труда в двух группах родителей – тех, которые были раньше оставленными детьми, и тех, которые не были таковыми. Источник информации – данные авторского опроса родителей и глубинных интервью, проведенных в Китае в 2021 г. Результаты исследования показали, что две группы респондентов-родителей демонстрируют как сходства, так и различия в ранжировании представлений о результатах родительского труда. Сходство заключается в том, что последним по значимости результатом родительского труда респондентам видится академическая успеваемость детей. Три главных результата связаны с физическим и психическим здоровьем ребенка. Различия же заключаются, во-первых, в иерархии трех главных представлений (у субъектов родительского труда, которые были в прошлом оставленными детьми, это – безопасность жизни, психическое и физическое здоровье); во-вторых, в придании большей значимости "качеству жизни" и "академической успеваемости" своих детей, чем у субъектов родительского труда, которые не имели опыт пребывания в статусе оставленных детей; в-третьих, во влиянии гендерного фактора на представления о результатах родительского труда: женщины, которые ранее были оставленными детьми, придают более высокую значимость психическому здоровью своих детей, чем мужчины; мужчины же, которые не были оставленными детьми, придают в сравнении с женщинами больше важности качеству жизни и академической успеваемости своих детей.

Ключевые слова: оставленные дети, субъекты родительского труда, представление, результаты, различия, Китайская Народная Республика.

Родительский труд является средством воспроизводства человеческого капитала [1].

© Янь Д., 2022

Мы считаем, что разные типы субъектов родительского труда имеют разные представления о результатах такого труда, которые могут влиять на будущие количество и качество человеческого капитала. Наше исследование посвящено изучению уникальной группы родителей в Китае, а именно тех, кто имеет опыт пребывания в статусе оставленных детей. Феномен «оставленных детей» в Китае – это результат изменения структуры населения и разрыва между городскими и сельскими районами, а также миграции рабочей силы из сельских районов, при которой сельские дети не могли мигрировать со своими родителями, что приводило к тому, что дети оставались под длительным присмотром бабушек и дедушек, родственников или друзей. Сравнительный анализ, проведенный между субъектами родительского труда с опытом пребывания в роли оставленных детей и субъектами родительского труда, которые не имеют опыта пребывания в статусе оставленных детей, поможет нам лучше понять характеристики субъектов родительского труда, которые были раньше оставленными детьми.

В ходе исследования в 2021 г. были опрошены две типа родителей, – тех, которые были раньше оставленными детьми, и тех, которые не были таковыми в Сычуань, Китай. Мы использовали Mixed Methods-стратегию, т. е. качественные (20 индивидуальных глубинных интервью) и количественные (N=637, респонденты с детьми) методы анализа. Для количественного анализа мы использовали дескриптивную статистику и корреляционный анализ.

Респондентам двух типов, имеющим детей, было предложено оценить степень их значимости с рядом утверждений, связанных с представлениями о результатах родительского труда (от 1 до 5, где 1 – наименее значимое, 2 – немного значимое; 3 – значимое; 4 – особенно значимое, а 5 – наиболее значимое). Результаты сравнения представлений о результатах родительского труда для двух типов опрошенных с помощью IBM SPSS 26.0 приведены в табл. 1.

Таблица 1

Статистические характеристики различий в представлениях о результатах родительского труда в двух типов его субъектов

Представления о результатах родительского труда	Тип респондентов-родителей			
	имеют опыт пребывания в статусе оставленных детей		не имеют опыта пребывания в статусе оставленных детей	
	ранг	среднее	ранг	среднее
Безопасность	**1**	4.22	**2**	4.76
Психическое здоровье	**2**	4.18	**3**	4.73
Физическое здоровье	**3**	4.10	**1**	4.78
Формирование характера	4	4.01	4	4.33
Навык межличностного общения детей	5	3.99	7	4.11
Хорошие привычки	6	3.98	5	4.31
Способность разрешения трудностей	7	3.97	6	4.29
Способность детей к обучению	8	3.91	9	3.90
Качество жизни	9	3.71	8	3.42
Академическая успеваемость	**10**	3.62	**10**	3.20

Китайские родители привыкли придавать слишком большое значение успеваемости своих детей [2]. Однако с быстрым развитием экономики Китая, расширением урбанизации, значительным повышением уровня жизни населения и реформой образования большинство молодых родителей начинают менять свое мышление: теперь они больше озабочены не столько академической успеваемостью своих детей, сколько их физическим и психологическим развитием. Приведем высказывания на эту тему двух информантов,

отнесенных нами к двум разным категориям субъектов родительского труда:

«*…один из детей моих родственников, двоюродный брат моей жены, пошел в школу и стал глупым. Он читает до депрессии, поэтому мы не придаем слишком большого значения академической успеваемости, мы предпочитаем, чтобы наши дети росли здоровыми и счастливыми» (муж., 27 лет, был раньше оставленным ребёнком).*

«С моими двумя детьми моим главным приоритетом является их физическое и психическое здоровье. Я не придаю большого значения академической успеваемости» (жен., 32 года, не была раньше оставленным ребёнком)

Результаты, приведенные в табл. 1, косвенно подтверждают, что у субъектов родительского труда произошла определенная трансформация представлений – независимо от того, к какому типу субъекта родительского труда относятся опрошенные, академическая успеваемость занимает последнее место среди других результатов труда. Три же самых сильных представления связаны с безопасностью, физическим и психическим здоровьем ребенка.

Мы также обнаружили, что три самых главных представления о результатах родительского труда различались по порядку важности для двух типов субъектов родительского труда. Во-первых, относительно "безопасности" это может быть связано с тем, что у субъектов родительского труда, которые были раньше оставленными детьми, возможно, частота несчастных случаев, связанных с несоблюдением или отсутствием безопасности, была выше, чем у субъектов родительского труда, которые не были раньше оставленными детьми [3, 4]. Безопасность оставленных детей всегда была социальной проблемой, имеющей большое значение для китайского общества и китайских семей. Родители, которые работают в других городах, не могут обеспечить полное опекунство над своими детьми. Межпоколенческая забота о детях со стороны пожилых людей относительно слаба как с точки зрения физического, так и умственного труда. Во-вторых, что касается "психического здоровья" как результата родительского труда – именно опыт пребывания в роли оставленных детей, скорее всего, способствовал невозможности выстраивания этой группой респондентов полноценных детско-родительских отношений со своими родителями и сделал их склонными к формированию неполноценной личности, что, в свою очередь, повлияло на их собственное психическое здоровье. Наконец, что касается "физического здоровья" – согласно одному из исследований, в Китае оставленные дети подвержены более высокому риску недоедания, задержек в развитии, чрезмерного ожирения или недостаточного веса, и все это напрямую связано с физическим здоровьем ребенка [5]. Мы предполагаем, что именно эти негативные следствия собственного пребывания в роли оставленных детей заставили их более серьезно относиться к этим аспектам в отношении собственных детей и сформировали их представления о результатах родительского труда.

Кроме того, данные табл. 1 показывают, что субъекты родительского труда, которые были раньше в числе оставленных детей, придают большее значение «качеству жизни» и «академической успеваемости» своих детей, чем те, кто не были раньше оставленными детьми («качество жизни»: 3.71>3.42; «академическая успеваемость»: 3.62>3.20). Это можно объяснить, на наш взгляд, тем, что одной из важных целей родителей, которые работают в других городах, является улучшение качества жизни семьи. Доход от работы в других городах обычно выше, чем доход от работы в родном городе. В результате материальный уровень, получаемый субъектами родительского труда, которые были раньше оставленными детьми, также относительно высок. Мы полагаем, что такое поведение могло также повлиять на более высокую оценку, которую субъекты родительского труда – в прошлом оставленные дети – придают аспектам качества жизни следующего поколения. Академическая успеваемость, как правило, связана с приобретенными человеком знаниями. Как говорится в Китае, «знания меняют судьбу» – большинство сельских семей считают, что только знания могут привести к получению лучшей работы и более высоким доходам, тем самым улучшая качество жизни семьи и обеспечивая лучшие условия обучения и жизни для следующего поколения. Это осознание особенно ярко проявляется в семьях субъектов родительского

труда, которые были раньше оставленными детьми. Приведем в этой связи высказывание одного из информантов:

«У меня была совсем другая жизнь, чем у моей сестры. Тогда я только пыталась учиться и занимала деньги на учебу в университете, считая, что только учеба позволит мне выбраться из деревни. Но моя сестра не придерживалась этого, и теперь жизнь стала сложнее. Теперь я могу проводить много времени со своим сыном, но моя сестра вынуждена выходить на работу в другом городе и не может проводить много времени со своими детьми» (жен., 41 год, была раньше оставленным ребёнком)

С помощью корреляционного анализа мы также исследовали возможную связь между представлениями о результатах родительского труда у его субъектов и полом в каждой группе респондентов (табл. 2).

Таблица 2

Различия возможной связи между гендерным фактором и представлениями о результатах родительского труда в двух типов его субъектов

Представления о результатах родительского труда	Тип респондентов-родителей			
	имеют опыт пребывания в статусе оставленных детей		не имеют опыта пребывания в статусе оставленных детей	
	Знач. (двухсторонняя)	Коэффициент корреляции Спирмена	Знач. (двухсторонняя)	Коэффициент корреляции Спирмена
Безопасность	0.069	0.088	0.280	-0.076
Психическое здоровье	**0.019**	**0.113***	0.398	-0.059
Физическое здоровье	0.242	0.056	0.249	-0.081
Формирование характера	0.707	0.018	0.534	-0.044
Навык межличностного общения детей	0.553	0.029	0.064	-0.129
Хорошие привычки	0.844	0.009	0.246	-0.081
Способность разрешения трудностей	0.251	-0.055	0.292	-0.074
Способность детей к обучению	0.867	-0.008	0.083	-0.121
Качество жизни	0.301	-0.050	**0.000**	**-0.275****
Академическая успеваемость	0.446	-0.037	**0.021**	**-0.160***

**. Корреляция значима на уровне 0,01 (двухсторонняя), *. Корреляция значима на уровне 0,05 (двухсторонняя).

Источник: составлено автором

Результаты, представленные в табл. 2, показывают, что для родителей, имевших в прошлом опыт пребывания среди оставленных детей, существует связь между полом и представлениями о результатах родительского труда лишь в одном случае - в отношении такого результата родительского труда, как «психическое здоровье». Данные показывают, что женщины придают более высокую значимость психическому здоровью своих детей, чем мужчины. В группе респондентов, которые не были раньше оставленными детьми, взаимосвязь по полу выявлена в двух других случаях – в отношении таких результатов родительского труда, как «качество жизни» и «академическая успеваемость». Данные показывают, что мужчины придают больше важности качеству жизни и академической успеваемости своих детей, чем женщины.

Таким образом, независимо от того, были ли опрошенные раньше оставленными детьми или не были таковыми, респонденты демонстрируют как сходства, так и различия в ранжировании представлений о результатах родительского труда. Сходство заключается в

том, что последним из этих факторов является "академическая успеваемость", а все три первых фактора связаны с физическим и психическим здоровьем ребенка; различия же заключаются, во-первых, в иерархии трех главных представлений (у субъектов родительского труда, которые были в прошлом оставленными детьми, это – безопасность жизни, психическое и физическое здоровье); во-вторых, в придании большей значимости "качеству жизни" и "академической успеваемости" своих детей, чем у субъектов родительского труда, которые не имели опыт пребывания в статусе оставленных детей; в-третьих, во влиянии гендерного фактора на представления о результатах родительского труда: женщины, которые ранее были оставленными детьми, придают более высокую значимость психическому здоровью своих детей, чем мужчины; мужчины же, которые не были оставленными детьми, придают в сравнении с женщинами больше важности качеству жизни и академической успеваемости своих детей.

Библиографический список

1. Ильвес Э. В., Багирова А. П. Анализ признаков и уровня прекаризации родительского труда: выявление и оценка // Экономические исследования и разработки. 2017. № 9. С. 182-198.
2. Li H. B., Yeung W. J. J. Academic Resilience in Rural Chinese Children: Individual and Contextual Influences // Social indicators research. 2019. Vol. 145. Pp. 703-717. DOI: 10.1007/s11205-017-1757-3.
3. Gu X. R. 'Save the children!': Governing left-behind children through family in China's Great Migration // Current sociology. 2021. Pp. 1-26. DOI: 10.1177/0011392
4. Li H. B., Zheng X. D., Parker M., Fang X. M. Childhood Left-Behind Experience and Employment Quality of New-Generation Migrants in China // Population research and policy review. 2020. Vol. 39. Pp. 691-718. DOI: 10.1007/s11113-020-09568-w.
5. Yi C.W., Zhen L .G. An analysis of the nutritional status of left-behind children in rural China and the impact mechanisms of child malnutrition // Children and Youth Services Review. 2020. Vol. 119. Pp. 1-9. DOI: 10.1016/j.childyouth.2020.105598.

D. Yan

AN ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP OF THE EXPERIENCE OF BEING "LEFT BEHIND CHILDREN" AND THE PERCEPTIONS OF THE RESULTS OF CHINESE SUBJECTS OF PARENTING LABOR

Abstract

The results of an empirical study of perceptions of the results of Chinese subjects of parental labor. The object of the study is Chinese parents who were earlier left behind children. The subject of the study is statistical characteristics of the differences in the perceptions of the results of parental work in two groups of parents - those who were previously left behind children and those who were not. The source of information is data from the author's survey of parents and in-depth interviews conducted in China in 2021. The results of the study showed that the two groups of parent respondents show both similarities and differences in ranking perceptions of parenting outcomes. The similarities are that respondents see their children's academic performance as the last most important parenting outcome. The top three outcomes are related to a child's physical and mental health. The differences lie, first, in the hierarchy of the three main perceptions (for the subjects of parental labor, who were children left behind in the past, these are life security, mental and physical health); second, in giving greater importance to "quality of life" and "academic performance" of their children than for the subjects of parental labor who had no experience in the status of left behind children; thirdly, in the influence of the gender factor on the perceptions of the results of parental labor: women who were previously left behind children attach higher importance to the mental health of their children than men; men who were not left behind children attach more importance than women to the quality of life and academic performance of their children.

Keywords: Left-behind children, the subjects of parental labor, perception, results, differences, People's Republic of China.

2.3. МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ СЕГОДНЯ: РИСКИ, ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК: 316.77

Г. А. Банных, М. Е. Баранова, А. И. Режецкая

ИНФОРМИРОВАННОСТЬ МОЛОДЕЖИ О ТЕХНОЛОГИЯХ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНАХ ВЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация

Современный период развития общества связан с масштабным развитием информационно-коммуникационных технологий. Молодежь как представители нового «цифрового» поколения – наиболее яркие потребители и участники публичных коммуникаций. Принципы нового государственного управления также неизбежно актуализируют коммуникативный аспект взаимодействия органов публичной власти с населением – обратная связь является гарантией целедостижения и учета потребностей и интересов граждан. Однако молодежь не всегда знает об используемых органами власти технологиях коммуникации, и не всегда понимает свой потенциал во взаимодействии с ними. Цель статьи – изучить уровень информированности молодежи о технологиях коммуникации в органах власти в условиях цифровизации. В статье рассматриваются цифровые коммуникативные технологии, с помощью которых государство взаимодействует с молодым поколением. Проводится анализ подобных коммуникативных технологий на предмет их результативности, оценивается информированность молодежи о данных средствах и способах коммуникации. Авторы статьи используют для исследования такие методы, как анализ теоретических и статистических данных, социологический метод – опрос граждан в возрасте от 14 до 35 лет. Результаты исследования показывают недостаточную информированность молодежи о технологиях коммуникации в силу отсутствия мотивации к такому взаимодействию.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативные технологии, интернет-коммуникации, цифровизация, молодежь, социальные сети, органы власти, взаимодействие, цифровые коммуникации.

Эпоха цифровизации привела к появлению новых инструментов информационных технологий, которые качественно повлияли на специфику коммуникаций между людьми. Вступление России в глобальное информационное общество превратило передачу информации в фундаментальный источник производительности власти, повысив роль цифровых коммуникаций как важнейшего средства взаимодействия общества с властными структурами, позволив каждому человеку получить интересующую его информацию. Принципы открытости, прозрачности, гласности в деятельности органов власти приводят к актуализации изучения коммуникативного аспекта между сторонами, в особенности обратной связи.

Под коммуникацией П. В. Якупов понимает «многоплановый процесс развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной жизнедеятельности» [14, с. 263]. Значимость сообщения играет ведущую роль для собеседников, при условии, что оно не только принято, но и осмысленно. В 1948 году ученый Г. Лассуэлл разработал модель коммуникации [13, с. 21]. На основе анализа модели стало возможным: улучшение взаимодействия отправителя с адресатом, проведение оценки эффективности каналов передачи информации, прогнозирование воздействия сообщения на целевую аудиторию.

Таким образом, коммуникации органов власти с населением – обмен информацией при помощи системы символов, направленный на регулирование поведения людей, работы институтов по всем ветвям власти. Важной характеристикой взаимодействия согласно распоряжению Правительства РФ № 93-р «Об утверждении «Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти» [1] является степень открытости власти,

© Банных Г. А., Баранова М. Е., Режецкая А. И., 2022

доступности информации. Для эффективного управления государству необходима общественная поддержка и участие в разрешении вопросов, что обуславливает важность информированности населения о способах взаимодействия с органами власти на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Молодежь – наиболее восприимчивая к нововведениям и активная часть населения. По данным Росстата 25,1 % от всего населения России - молодежь, среди них 5,5 % в возрасте от 13 до 17 лет, 6,5 % – от 18 до 24 лет, 13,1 % – от 25 до 34 лет [4]. Так как молодежь – важнейший социальный ресурс, который может быть использован органами государственной власти в публичных и государственных интересах, 25% от всего населения страны – достаточно весомая доля участников с точки зрения значимости для органов власти.

Сегодня одними из эффективных способов взаимодействия федеральных и региональных органов власти с населением являются Интернет-коммуникации, поскольку количество пользователей соцсетей ежегодно увеличивается. В январе 2022 года в России насчитывалось 129,8 млн. интернет-пользователей из них 106 млн. – пользователи соцсетей: 72,7 % от общей численности населения. За данный период уровень проникновения интернета – 89,0 % от численности населения [11]. Согласно данным ресурса Meta (организация, запрещённая на территории РФ), в начале 2022 года у Facebook (организация, запрещённая на территории РФ) было 8,60 млн. пользователей в России, у YouTube – 106,0 млн., у Instagram (организация, запрещённая на территории РФ) – 63,00 млн пользователей [6]. У TikTok согласно данным ByteDance, – 54,94 млн. пользователей в возрасте от 18 лет [11]. Проникновение интернет-коммуникаций в современной жизни – эффективный инструмент для взаимодействия органов власти с населением и вовлечения в принятие решений.

По мнению Е. Л. Вартановой, органы власти обязаны сконцентрироваться на виртуальном пространстве, где молодежь осуществляет коммуникацию и выделяется своим поведением от остальных представителей других возрастных групп [8, с. 9]. Государство должно быть заинтересовано в потенциале молодого поколения и поддерживать с молодежью диалог. Поэтому необходимо повышать уровень информированности молодежи о новых технологиях взаимодействия.

На смену традиционным каналам коммуникации приходят новые, позволяющие обеспечить обратную связь при общении федеральных и региональных органов власти с молодежью на доступном для нее уровне, убрать барьеры в процессе потребления информации. На 2022 год выделяют особую группу форм коммуникаций на основе системы электронного правительства 2.0: социальные сети; видеохостинги; сайты на основе CMS; мобильные приложения.

Центр «Диалог» в 2022 году опубликовал рейтинг ФОИВ в Интернете, по качеству обратной связи. На основании 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» за 2021 год из 62 федеральных министерств и ведомств на первом месте Роспотребнадзор, на втором – Росмолодежь, на третьем – Минпросвещения. Оценка работы проводилась по направлениям: официальные паблики, планирование контента, собственные проекты, интеграции с блогерами, интеграции с неофициальными пабликами. Официальные страницы Росмолодежи представлены в большинстве популярных соцсетей: в Instagram (организация, запрещенная на территории РФ) у агентства 77,3 тыс. подписчиков - свидетельство заинтересованности и узнаваемости сайта среди молодежи. На сайте Росмолодежи представлена система учета молодёжной активности АИС «Молодёжь России». Через нее проведено более 600 всероссийских мероприятий [7]. Федеральное агентство по делам молодёжи выходит на новые и доступные для молодежи каналы коммуникации, предоставляет возможности взаимодействия органов исполнительной власти в оффлайн и онлайн форматах.

Иным инструментом эффективной коммуникации молодежи и власти являются Центры управления регионами (ЦУР). В группе Вконтакте ЦУР Свердловской области 3506

подписчиков, что говорит о низкой узнаваемости, и неэффективности работы [5]. Роль ЦУР в цифровизации страны велика, но показатели узнаваемости центров среди молодежи требуют пересмотра способов информированности.

Главная проблема в России при использовании информационно-коммуникационных технологий органами власти во взаимодействии с молодежью, влияющая на уровень информированности о технологиях коммуникации, является недостаточность финансирования закупки и внедрения механизмов связи, ограниченность доступа к интернету по географическому и экономическому принципам. Граждане отдаленных районов, не затронутых цифровизацией, лишены возможности обратиться во властные структуры и узнать о способах выстраивания диалога. Анализ правительственных сайтов доказывает, что не все органы государственной власти имеют собственные паблики в социальных сетях. А те, которые имеют, не всегда отчитываются о работе. Из-за отсутствия информационной открытости исчезает важнейший элемент взаимодействия – коммуникация, а уровень узнаваемости сокращается.

В 2017 году после многочисленных молодежных митингов органы власти стали активно развивать тему соцсетей, своего присутствия в них и влияние на людей. Сторонники Навального (был внесен в реестр Росфинмониторинга как физическое лицо, в отношении которого имеются сведения о причастности к терроризму и экстремистской деятельности) в 2021 году изменили технологии воздействия на молодежь путем размещения в соцсетях: TikTok, «ВКонтакте», Facebook (организация, запрещённая на территории РФ), Twitter, Instagram (организация, запрещённая на территории РФ), на сервисе YouTube призывы к участию в митингах в России. По оценкам Роскомнадзора, главный «полигон» для агитации был TikTok, где распространялись оппозиционные видеоролики. Сотрудники надзорных и правоохранительных ведомств первыми подключились к данной соцсети и на основании 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и 236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории РФ» заблокировали доступ к ложной информации. Втягивание молодежи в политические игры через соцсети в 2021 году послужило активизации деятельности органов власти в интернет-пространстве.

Для изучения степени информированности молодежи о технологиях интернет-коммуникаций органов власти и выявления оптимальных, эффективных площадок взаимодействия власти с населением в цифровом пространстве проведено эмпирическое исследование, получены результаты соцопроса молодых людей в возрасте 18-35 лет. В исследовании, проведенном авторами статьи методом опроса в Yandex forms, приняло участие 20 человек, 15 респондентов женского пола и 5 – мужского, жители г. Екатеринбург.

По данным опроса самыми распространенными социальными сетями и мессенджерами являются ВКонтакте (94,1 %), WhatsApp (76,5 %), Telegram (58,8 %), Tik Tok (35,3 %). Участникам опроса известны платформы интернет-коммуникации органов власти с населением, а именно Госуслуги. Решаем вместе (94,1 %), АИС «Молодёжь России» (35,3 %), однако о Центрах управления регионом, Объясняем.рф знает не значительное число респондентов, а об Инцидент Менеджмент опрошенные никогда не слышали.

Согласно опросу, более эффективная коммуникация между населением и органами власти на федеральном уровне, ниже на региональном. Процитируем участника опроса. «Хорошие возможности обратной связи представляют органы власти на федеральном уровне. Активностью в цифровой среде отличается Федеральное агентство по делам молодежи, а также Д. Медведев, М. Захарова, на личные страницы которых я подписана»

На вопрос, какую оценку эффективности интернет-коммуникаций органов власти муниципального уровня Вы бы поставили и почему, 70 % респондентов ответили 5 из 10, поскольку после внедрения цифровых технологий органы власти не смогли в полной мере освоиться в интернет-среде. Оценку подтверждает статистика направлений обращений в ОМС через цифровые платформы. 40 % участников опроса направляли обращения в органы

власти на муниципальном уровне через интернет платформы, однако 57,5 % респондентов не получили ответа, а 12,5 % отметили, что ответ был не удовлетворительный.

Респонденты также поделились, на каких политических лидеров и чиновников они подписаны. На федеральном уровне популярностью пользуется Дмитрий Медведев (ВКонтакте – 2,2 млн. подписчиков, Telegram – 211 тыс.), на личные страницы которого подписаны 11 из 20 опрошенных. На втором месте профили Вячеслава Володина (Telegram – 305 тыс. подписчиков) и Марии Захаровой (Telegram – 339 тыс. подписчиков), страницы данных политических деятелей отметили 9 респондентов. На региональном уровне новую страницу ВКонтакте губернатора Свердловской области Евгения Куйвашева видел только 1 человек из опрошенных. На профиль Куйвашева подписано 29 тыс. человек с учетом создания страницы 11.03.2022 г. В завершении блока опроса о личных страницах органов власти в соцсетях низкая популярность у профилей муниципальных служащих. Ровно половина опрошенных знают действующего главу г. Екатеринбург Алексея Орлова, и только 4 из них подписаны на его официальный Telegram-канал (1 226 подписчиков). Других страниц муниципальных деятелей названо не было. Данный блок вопросов показал, что политические деятели ведут активную и эффективную коммуникацию лишь на федеральном уровне, на региональном (Свердловская область) и муниципальном (г. Екатеринбург) уровне коммуникации в интернет-пространстве находятся пока что на начальном этапе развития. По мнению участников опроса, самыми оптимальными и эффективными площадками взаимодействия органов власти с населением в цифровом пространстве являются соцсети, сайты органов власти с удобным интерфейсом, информационные ресурсы и мобильные приложения. Сегодня для качественного диалога органов власти с молодежью не хватает интернет-форумов и семинаров, открытых конференций, а также страниц и пабликов в соцсетях с информацией по получению определенных услуг.

Таким образом, органы публичной власти используют механизмы для внедрения информационно-коммуникационных технологий во все сферы жизни. Но эффективность их применения находится на среднем уровне. Необходимо реформирование единой госполитики и стратегии использования технологий коммуникации для повышения уровня узнаваемости молодежи о способах взаимодействия с органами власти, обеспечения эффективности участия в реализации госполитики. Создание системы материально-технических и информационных условий, выявление специфики активности молодежи, позволит установить конструктивный диалог молодого поколения с органами всех уровней власти, направленный на реализацию соцпартнерства, что позволит использовать потенциал молодежи в интересах человека, государства, общества, улучшит технологии коммуникации и способы получения обратной связи.

Для молодежи интернет – естественная среда жизни, без которой они не представляют свое существование. Пандемия 2020 года усилила погружение общества в цифровые технологии и коммуникации. Именно поэтому необходимо создавать условия для повышения узнаваемости среди населения о способах коммуникации с органами власти, эффективно используя доступные в РФ Интернет-площадки, как: ВК и Telegram. Они отвечают потребностям и интересам молодежи, предоставляя неограниченные коммуникативные возможности, повышая желание молодого поколения проявлять активность и инициативу по взаимодействия с органами власти.

Библиографический список

1. Об утверждении Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти: Распоряжение Правительства РФ от 30.01.2014 года № 93-р. Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/499073612 (дата обращения: 1.04.2022)

2. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления: Федеральный закон от 9.02.2008 года № 8-ФЗ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_84602/ (дата обращения: 1.04.2022)

3. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27.07.2006 года № 149-ФЗ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 1.04.2022)
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Bul_chislen_nasel-pv_01-01-2021.pdf (дата обращения: 1.04.2022)
5. Официальный сайт Вконтакте Центра Управления Регионом Свердловской области. Режим доступа: https://vk.com/tsur66 (дата обращения: 1.04.2022)
6. Интернет в России в 2022 году // Официальный сайт WebCanape – digital 2022. Режим доступа: https://www.web-canape.ru/business/internet-v-rossii-v-2022-godu-samye-vazhnye-cifry-i-statistika/ (дата обращения: 1.04.2022)
7. Федеральное агентство по делам молодежи. Режим доступа: https://fadm.gov.ru/ (дата обращения: 1.04.2022)
8. Вартанова Е. Л. Прорывные медиатехнологии в контексте общественного запроса // МедиАльманах. 2017. № 4. С. 8-13. ISSN: 1992-4631
9. Лассуэл Г. Д. Техника пропаганды в мировой войне. М.: ФГБУН, 2021. 237 с.
10. Якупов П. В. Коммуникация: определение понятия, виды коммуникация и ее барьеры // Вестник университета. 2016. № 10. С. 261-266. ISSN: 1816-4277
11. DataReportal. Digital 2022: The Russian Federation. // DataReportal. URL: https://datareportal.com/reports/digital-2022-russian-federation (дата обращения: 1.04.2022)

G. Bannykh, M. Baranova, A. Rezhetskaya

AWARENESS OF YOUNG PEOPLE ABOUT COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN AUTHORITIES IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Abstract

The modern period of the development of society is associated with the large-scale development of information and communication technologies. Young people as representatives of the new "digital" generation are the brightest consumers and participants in public communications. The principles of the new public administration also inevitably update the communicative aspect of the interaction of public authorities with the population – feedback is a guarantee of achieving goals and taking into account the needs and interests of citizens. However, young people are not always aware of the communication technologies used by the authorities, and do not always understand their potential in interacting with them. The purpose of the article is to study the level of awareness of young people about communication technologies in government in the context of digitalization. The article deals with digital communication technologies, with the help of which the state interacts with the younger generation. An analysis of such communication technologies is carried out in terms of their effectiveness, and the awareness of young people about these means and methods of communication is assessed. The authors of the article use for research such methods as the analysis of theoretical and statistical data, a sociological method - a survey of citizens aged 14 to 35 years. The results of the study show insufficient awareness of young people about communication technologies due to the lack of motivation for such interaction.

Keywords: communication, communication technologies, internet communications, digitalization, youth, social networks, authorities, interaction, digital communications.

УДК 377

Т. Н. Бушуева

СНИЖЕНИЕ МИГРАЦИИ МОЛОДЕЖИ ИЗ МАЛЫХ ГОРОДОВ ПОСРЕДСТВОМ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация

Статья посвящена привлечению внимания к проблеме миграции молодых людей из малых городов Российской Федерации, масштабы которой в последние годы приобрели массовый характер и в основном связаны с выездом в крупные города для получения

© Бушуева Т. Н., 2022

профессионального образования. Основные исследовательские вопросы касались того, как развитие профессионального образования, в особенности среднего профессионального, может оказать влияние на снижение оттока молодых людей из малых городов, на развитие человеческого потенциала территорий муниципальных образований в условиях вызовов новой индустриализации. Исследование включало анализ материалов отечественных исследователей и Интернет-ресурсов. В качестве методологического подхода использовались публикации ученых Отдела социологии образования Института социологии ФНИСЦ РАН в области исследования дифференциации образовательных возможностей молодежи. Исследование и анализ депопуляции населения в малых городах Челябинской области выявил продолжение тенденций миграции молодежи в агломерационные центры. Процессы эти в определенной степени обусловлены количественными и качественными характеристиками региональной системы среднего профессионального образования, следовательно, нивелирование проблем также целесообразно связать с совершенствованием последней.

Ключевые слова: миграция, молодежь, малые города, среднее профессиональное образование.

В последние годы научные дискуссии о роли молодежи в социально-экономическом, инновационном развитии России ведутся весьма активно. Не вызывает сомнений точка зрения известного отечественного ученого И. М. Ильинского о том, что молодежь составляет основную часть инновационного, творческого потенциала общества, выступает важным субъектом территориального развития [2, с. 54]. В этом заключается важнейшая функция молодого поколения, реализация которой становится все менее возможной в малых городах и сельских поселениях по причине массового оттока молодых людей в агломерационные центры [5]. Вместе с этим снижается и способность малых городов выполнять особую социально-культурную, экономическую и организующую миссию для жителей близлежащих сельских поселений. Эти процессы наносят разрушительный удар по локальным рынкам труда и производственной инфраструктуре, а их нарастающее распространение углубляет разрыв между большими и малыми городами, повышают вероятность обезлюдения населённых мест, нарушает социально-политическую стабильность в стране со всеми вытекающими негативными последствиями для России в целом [4, с. 128].

Большинство исследователей единогласны в том, что миграция молодежи из малых городов является важной управленческой проблемой. При этом остаются нераскрытыми пути преодоления этой проблемы, отечественные исследования в этом направлении оказались весьма скудными. Крайне редко в научном и педагогическом сообществе поднимаются вопросы осмысления и экономического обоснования развития среднего профессионального образования в малых городах и крупных сельских поселениях как фактора снижения миграции молодых людей. С этой точки зрения представляется актуальным изучение возможностей снижения оттока молодых людей из малых городов посредством развития системы среднего профессионального образования, чем и объясняется актуальность настоящей работы.

Основной методологической установкой для нас является положение о том, что молодежь является важным субъектом социально-экономического, инновационного и пространственного развития малых городов Российской Федерации. Однако территориальные возможности для получения профессионального образования этой категорией граждан существенно уступают условиям, создаваемым в больших городах [4].

Прежде всего, представляется целесообразным обратить внимание на ряд концептуальных положений, сформулированных авторитетным отечественным ученым И. М. Ильинским, инициатором и разработчиком теоретико-правовых основ государственной молодежной политики в СССР. В этих положениях прослеживается роль молодежи в развитии любого общества:

1. Молодежь – это основная часть инновационного, творческого потенциала общества, его жизненная сила, «носитель новых и новейших знаний, которые она использует на производстве и в других сферах общественной жизни» [2, с. 58].

2. Особые способности к творчеству («повышенная чувственность, восприятие, образность мышления, усиленное воображение, стремление к фантазии, раскованность, острая память, игра ума») в существенной степени обусловлены возрастными особенностями и свойственны именно молодым людям [2, с. 60].

3. Принципиально важно относиться к молодежи как к субъекту прежде всего, а не как к объекту воздействия [2, с. 87].

4. Субъектная роль и ценность молодежи особенно возрастают тогда, когда обществу становятся крайне необходимы те качества и свойства, которые во многом, а некоторые в основном, связаны с изложенными выше положениями [2, с. 51].

Особая значимость в развитии молодежного потенциала принадлежит профессиональному образованию, при этом, если на организации высшего образования традиционно возлагается роль драйвера инновационного высокотехнологичного развития, и в основном они базируются в больших городах, то в целях обеспечения квалифицированными рабочими и специалистами среднего звена рынков труда в малых городах в них должны функционировать организации среднего профессионального образования. Актуальность получения среднего профессионального образования по месту жительства сегодня повышается, во-первых, в связи с необходимостью нового индустриального развития малых городов, «исключительно важная роль» которых обусловлена функцией административного, культурного, образовательного и обеспечивающего центра для прилегающих территорий [4, с. 218]. Во-вторых, внимание к развитию молодежного потенциала именно в малых городах объясняется чрезмерным социальным неравенством в доступе к услугам образования, прежде всего профессионального [3, с. 374]. Наконец, третий аргумент в пользу развития профессионального образования на местах – удобство обучения. Опираясь на материалы социологических опросов, можно констатировать, что 60 % студентов и их родителей при выборе места обучения ориентируются на близость организаций профессионального образования к дому [1, с. 313].

Однако, реалии таковы, что молодежь малых городов и сельских поселений сталкивается с проблемой отсутствия средне-профессиональных образовательных организаций по месту проживания, либо с неудовлетворительным качеством образовательных услуг. Исследователи утверждают, что для большинства малых городов качественное профессиональное образование является «если не утопией, то труднодосягаемой возможностью», а молодые люди, уехав для обучения в большие города, крайне редко возвращаются обратно [3, с. 184].

Анализ статистических показателей и отчетных данных исполнительно-распорядительных органов малых городов и сельских муниципальных образований Челябинской области с целью выявления доступности среднего профессионального образования показал, что в двадцати одном из двадцати трех малых городов Челябинской области организации высшего образования не представлены. При этом реализуется профессиональная подготовка в 1-2 учреждениях среднего профессионального образования, но в трех малых городах и десяти городских поселениях данного региона не функционирует ни одна организация среднего профессионального образования. И если их отсутствие в Кропачевском, Вишневогорском или Межевом городских поселениях можно объяснить крайней малочисленностью населения (4,3 тыс. чел., 4,0 тыс. чел., 4,9 тыс. чел.), то отсутствие возможностей у молодежи для профессионального становления в городе Куса с численностью населения почти 17 тыс. чел. (Кусинский муниципальный район – свыше 29 тыс. чел.) не поддается рационализации. В сельских муниципальных районах, среди которых Агаповский муниципальный район (32,6 тыс. чел.), Увельский муниципальный район (31,5 тыс. чел.), Чесменский муниципальный район (17,8 тыс. чел.), Нагайбакский

муниципальный район (17,6 тыс. чел.) молодежь также сталкивается с проблемой отсутствия возможности получать профессиональное образование на территории проживания. Данные о муниципальных образованиях Челябинской области, в которых программы подготовки квалифицированных рабочих и специалистов среднего звена не реализуются представлены в таблице ниже (табл. 1).

Таблица 1

Данные об отсутствии образовательных организаций среднего профессионального образования в муниципальных образованиях Челябинской области

№ п/п	Наименование муниципального образования, поселения	Площадь территории, кв.км.	Численность населения, тыс. чел.		Количество организаций СПО, ед.	Численность выпускников общеобразовательных организаций, чел.
			2019 г.	2020 г.		
1	Агаповский муниципальный район	2603,59	33178	32944	0	241
2	Кусинский муниципальный район	1533,33	26463	26089	0	411
3	Локомотивный городской округ	10,34	8550	8490	0	143
4	г. Миньяр	15,25	8910	8800	0	125
5	Нагайбакский муниципальный район	3018,93	18201	18083	0	283
6	Увельский муниципальный район	2298,89	31886	31661	0	414
7	Чесменский муниципальный район	2716,85	18250	18055	0	224

Табличные данные свидетельствуют, что в 2020 году по меньшей мере в семи малых городах и сельских муниципальных районах отсутствуют организации среднего профессионального образования, и 1841 выпускник общеобразовательных школ, которые могли стать студентами колледжей на своих территориях и впоследствии пополнили бы локальный рынок труда, вынуждены покидать свое место жительства для продолжения обучения в больших городах. Таким образом, поселения теряют трудоспособных, экономически активных молодых людей, причем признаки стабильного убывания численности населения характерны для большинства малых городов Челябинской области, небольшая выборка которых представлена в табличной форме (табл. 2).

Данные таблицы показывают стабильное убывание численности населения в течение всего анализируемого периода, что во многом ограничивает потенциал их развития. Продолжающаяся длительно годовая убыль населения в каждом муниципальном образовании, во-первых, сопоставима с численностью выпускников школ, а во-вторых, текущая ситуация актуализирует вопрос поиска ограничивающих их развитие факторах.

Таблица 2

Динамика численности постоянного населения малых городов Челябинской области, тыс. чел.

Наименование муниципального образования	2006	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Верхнеуфалейский городской округ	37417	32279	31769	31267	30564	30352	30026
Наименование муниципального образования	2006	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Карабашский городской округ	14811	11555	11385	11202	11059	10959	10818
Кыштымский городской округ	42935	40534	40150	39607	38975	38763	38344
Усть-Катавский городской округ	28639	25721	25583	25266	24922	24647	24371
Южноуральский городской округ	38553	37879	37952	37879	37688	37706	37627

Выявленные тенденции позволяют увидеть, что отсутствие образовательной инфраструктуры выступает одной из предпосылок миграции молодежи в большие города и агломерационные центры на фоне продолжающейся три десятка лет депопуляции населения в большинстве малых городов Челябинской области.

Можно заключить, что воздействие глубокой дифференциации образовательных возможностей на процессы развития потенциала молодых людей становится все более заметным в зависимости от территориального и поселенческого фактора. Причем происходит это в условиях серьезных демографических вызовов, угрожающих сужением экономического пространства. В конечном счете, объективная реальность приводит к тому, что образование из сферы, нацеленной по своей природе на развитие человеческого потенциала, на формирование социальных лифтов за счет обеспечения равного доступа для каждого молодого человека к интеллектуальным и культурным ресурсам, превращается в один из факторов не только оттока молодёжи из малых городов, сколько в фактор деиндустриализации и деградации этих поселений.

Из-за необоснованной «оптимизации» системы профессионального образования в локальных территориях, закрытия филиалов вузов у малых городов отсутствуют перспективы профессионального образовательного воспроизводства, что ограничивает их развитие. Осуществлять свою миссию, быть источником развития и прогресса, выполнять новаторскую функцию молодежь может лишь при условии хорошей профессиональной подготовки, необходимой в условиях научно-технических изменений.

Без этой социальной группы у малых городов нет будущего. Исторически сложившаяся в уральских регионах и переживающая проблемы деиндустриализации система расселения сегодня как никогда нуждается в молодых специалистах не только с высшим образованием, но и рабочих и служащих среднего звена инновационного склада. Для разрешения противоречия между потребностями малых городов в человеческом потенциале для нового индустриального развития и реальной демографической ситуацией на нынешнем этапе важно формировать комфортную среду для молодёжи, предусматривать и реализовывать меры по созданию рабочих мест, повышению доступности и качеству услуг, предоставляемых в сфере здравоохранения, образования, культуры и спорта. Приоритетную роль в названных процессах будет играть доступность среднего профессионального образования, поскольку именно эта образовательная ступень нацелена на подготовку рабочих и служащих нового формата, обладающих компетенциями цифровой эпохи,

идентифицирующих себя с малой Родиной, ценности которых соответствуют целям развития территорий малых городов и сельских поселений.

Чтобы снизить миграцию молодежи из малых городов и остановить процесс их пространственного сжатия, по нашему мнению, необходимо параллельное решение задач экономического обоснования целесообразности и эффективности государственного инвестирования в сферу среднего профессионального образования, совершенствования механизмов привлечения частных инвестиций и приведения качества подготовки вызовам неиндустриального информационного развития. Справедливости ради отметим, что проблемы сферы образования малых городов вряд ли будут полностью решены в ближайшей перспективе. Одним из вариантов более быстрого их решения является создание органами управления сферой образования на депрессивных территориях филиалов организаций среднего профессионального образования, чтобы специальности, получаемые в ходе обучения, были востребованы локальным рынком труда, а дифференциация молодых людей по территориальному критерию снижена.

Библиографический список

1. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России в зеркале социологии. К итогам многолетних исследований. М.: ФНИСЦ РАН, 2020. 688 с.
2. Ильинский И. М. Молодежь. Молодежная политика. Молодежная организация. М.: Терра, 2016. 672 с.
3. Константинова Л. В. Образование – сфера новых неравенств // Россия реформирующаяся: ежегодник: вып. 19 / Под ред. М.К. Горшков. М.: Новый Хронограф. 2021. 488 с.
4. Черныш М. Ф., Маркин В. В., Баймурзина Г. Р. Малые города России: новые вызовы, социальные проблемы и перспективы. М.: ФНИСЦ РАН, 2021. 598 с.
5. Мкртчян Н. В. Миграция молодежи из малых городов России // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2017. № 1. С. 225-242.

T. Bushueva

REDUCING THE MIGRATION OF YOUTH FROM SMALL CITIES THROUGH THE DEVELOPMENT OF THE SYSTEM OF SECONDARY PROFESSIONAL EDUCATION

Abstract

The article is devoted to drawing attention to the problem of migration of young people from small towns of the Russian Federation, the scale of which has become massive in recent years and is mainly associated with leaving for large cities to receive professional education. The main research questions concerned how the development of vocational education, especially secondary vocational education, can have an impact on reducing the outflow of young people from small towns, on the development of the human potential of the territories of municipalities in the face of the challenges of new industrialization. The study included an analysis of the materials of domestic researchers and Internet resources. As a methodological approach, publications of scientists from the Department of the Sociology of Education of the Institute of Sociology of the Federal Scientific Research Center of the Russian Academy of Sciences in the field of studying the differentiation of educational opportunities for young people were used. The study and analysis of the depopulation of the population in small towns of the Chelyabinsk region revealed the continued trend of youth migration to agglomeration centers. These processes are to a certain extent determined by the quantitative and qualitative characteristics of the regional system of secondary vocational education, therefore, it is also advisable to associate the leveling of problems with the improvement of the latter.

Keywords: migration, youth, small towns, secondary vocational education.

УДК 332.851

И. Д. Давыдов, Е. Д. Налимова, Н. Р. Степанова

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА РЫНОК ЖИЛЬЯ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ

Аннотация

В условиях научно-технического прогресса возрастает потребность молодежи в более высокотехнологичном и при этом недорогом жилье, которое как правило, молодыми берется в ипотеку сроком до двадцати пяти лет. В момент, когда наконец-то ипотечный кредит будет погашен, недвижимость не должна потерять свою ликвидность. Поэтому в жилом строительстве необходимо более обширное применение цифровых технологий в предпроектном проектировании, этапе собственно строительства и сдачи объекта, а также в процессе эксплуатации здания. Цифровизация и цифровая трансформация позволяют оптимизировать строительство и дают возможность сделать рынок жилья более привлекательным и доступным, в первую очередь, для представителей поколения Z. По итогам проведенного исследования были сформулированы особенности и потребности возрастной группы от 18 до 35 лет на период до 2030 года при выборе жилья в ипотеку на примере строящегося жилого комплекса “Зеленая долина” в городе Березовский Свердловской области. Также были предложены технические предложения по повышению спроса исследуемой демографической группы на жилищный фонд в будущем многофункциональном жилом комплексе.

Ключевые слова: поколение Z, цифровизация, недвижимость, ипотека, строительство.

Цифровизация все глубже проникает в крупные экономические отрасли и нашу повседневную жизнь. Если еще 20 лет назад слово «цифровизация» было термином, употребляемым лишь в узких кругах, то сегодня мы его слышим повсеместно. Это стало нашей реальностью и будущим, которое требует от нас свежих и технологичных решений, в частности, в строительной отрасли.

Стоит заметить, что такое интенсивное проникновение цифровых технологий значительно влияет и на людей. Меняются поведенческие модели, представление о своем «Я», восприятие реальности. Все это детерминировано научно-техническим прогрессом. Поколение Z практически воспитывалось неотделимо от виртуального мира, так как с раннего возраста имело доступ к первым смартфонам, ноутбукам и планшетам. Именно сетевое пространство заменяло живое общение и, как следствие, межличностное общение подрастающего поколения проявлялось в большей мере в онлайн среде [1].

Актуальность исследования заключается в том, что со сменой поколения, изменятся и предпочтения на рынке потребления. Если застройщики хотят оставаться конкурентоспособными, то им стоит модифицировать свои стратегии развития и выдвинуть на рынок такие продукты, которые бы удовлетворяли потребностям будущей основной целевой аудитории.

Целью исследования является разработка практических предложений строящихся объектов с учетом потенциальных точек роста для повышения спроса демографической группы потребителей, поколения Z, на жилье в планируемом новом многофункциональном жилом комплексе «Зеленая долина» Березовского городского округа (ГО).

Для достижения цели были поставлены и решены следующие задачи:

– Выявление особенностей поколения Z в отличие от Y;

– Изучение демографического положения Березовского ГО;

– Анализ покупательской способности на рынке недвижимости и формулировка потребностей на 2030 г. в возрастном сегменте 18–35 лет

– Поиск и выявление лучшего прикладного опыта строительной отрасли, соответствующего потребностям исследуемой аудитории.

© Давыдов И. Д., Налимова Е. Д., Степанова Н. Р., 2022

Прежде чем понять, какие технологии девелоперам стоит применять, необходимо сравнить поколения Y и Z для выявления тенденций. Для этого обратимся к классической теории поколений Уильяма Штрауса [6] и составим сравнительную таблицу (см. табл. 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика поколений Y и Z

Критерий	Поколение Y (1983-2000 гг. рождения)	Поколение Z (2001-2012 гг. рождения)
Характерные черты	– Готовы работать сверхурочно; – Любят путешествовать и пробовать все новое; – Предпочитают короткую и ясную информацию «без воды»	– Тяга к непрерывному образованию – Не воспринимают большой объем информации; – Не любят читать, им интереснее смотреть и слушать
Психологические особенности	– Гибкость мышления; – Быстрая обработка информации; – Внимание к внешности и здоровью; – Стремление к духовному росту	– Мыслят глобально; – Любят бросать себе вызов; – Четко видят будущее и стремятся быстрее повзрослеть; – Хотят принести пользу не только себе, но и обществу
Мечты и цели	– Нежелание строить карьеру только в одной отрасли; – Хотят результата «здесь и сейчас»; – Хотят жить для себя и получать удовольствие от жизни	– Любят пробовать все новое; – Легко переключаются с одного на другое; – Стараются охватить как можно больше разноплановой информации

Таким образом, можно сделать вывод о том, что зумеры более амбициозны, нежели миллениалы. Они способны быть гибкими, хорошо отслеживать тренды и прекрасно разбираются в новых технологиях. В отличие от поколения Y они любят свободу, а не жизнь «по стандарту». Так же стоит заметить, что они проводят достаточное большое количество времени в социальных сетях [4].

Анализ демографических показателей

Так как объектом нашего исследования является будущий жилой комплекс «Зеленая долина», то необходимо прояснить демографическое положение Березовского ГО на предмет актуальности строительства и последующей сдачи объектов в 2028-2030 гг. [2]. На рис. 1 и 2 представлены показатели роста численности в населенном пункте и классификация населения по половозрастным признакам.

Рис. 1. Численность населения ГО Березовский за 2012–2021 гг., чел.

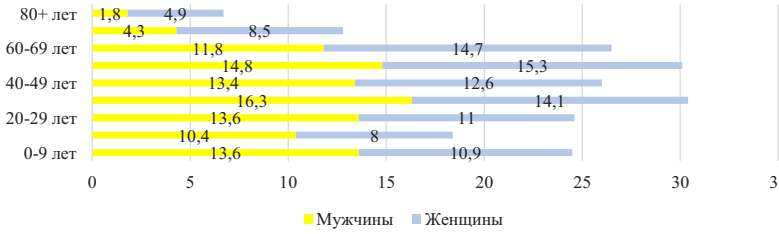


Рис. 2. Гендерный состав ГО Березовский на 2022 г., чел.

Данные на графике (рис. 1) показывают стабильный рост численности населения с 53 264 чел. в 2012 г. до 60 334 чел. в 2021 г. Всего на 1 марта 2022 г. в Березовском постоянно проживают 25 891 мужчин (43,86 %) и 33 139 женщин (56,14 %) (рис. 2). Отсюда можно сделать вывод, что половозрастная динамика распределена равномерно, без критичных отклонений.

Так же стоит отметить тот факт, что по статистике при выдаче паспортов лицам, достигшим 14-летия, обнаружено, что только каждый третий родился в Березовском. Таким образом, мы замечаем закономерность, что прирост населения Березовского происходит за счет миграции и привлечения граждан иных муниципалитетов. Люди выбирают этот город как для того, чтобы провести свою жизнь в более экологически благоприятной обстановке, так и для того, чтобы строить там семьи, рожать детей. Особенно благоприятно на это влияет ввод нового недорого жилья на рынок, это стимулирует их к переезду.

Социально-экономическое исследование

По данным 2021 г. порядка 90 % жилья приобреталось в ипотеку лицами от 25 до 35 лет, а средний срок такого кредита составил 20 лет и 6 месяцев [9]. Чаще всего покупателями в данном возрастном сегменте были молодые семейные пары, которые не хотят снимать жилье или жить с родителями. Из-за нехватки накоплений их бюджет был весьма ограничен, поэтому они склонялись брать жилье в отдаленных районах города или же пригородах. Поколение Z, согласно тенденциям, уже в большинстве своем ориентируется именно на качество жилья – это привлекательный фасад, планировки и современные инженерные решения, к которым они тяготеют [4].

Исходя из вышесказанного, мы видим, что молодым людям хотелось бы приобрести жилье, в первую очередь, по доступной цене, и чтобы квартира соответствовала их образу жизни и потребностям комфорта и безопасности. Месторасположение же играет второстепенную роль.

Технические предложения для реализации в новом жилом микрорайоне

1. Цифровой двойник. В нынешних условиях активного развития IT создание цифрового двойника здания позволит проследить все этапы жизненного цикла постройки от проектирования до сноса. Цифровой двойник – это цифровое представление существующего или проектируемого физического объекта, которое постоянно обновляется на протяжении жизненного цикла планирования, строительства и эксплуатации, вплоть до сноса здания [13].

2. Интернет вещей. Другим методом оптимизации является технология интернета вещей. В условиях цифровизации обширное применение IoT станет необходимостью для строительных компаний. На сегодняшний день уже существует множество различных датчиков, которые применяют в некоторых компаниях [3]. Полноценное использование интернета вещей позволит повысить качество зданий путем своевременного обнаружения неполадок и дефектов, что очень важно для молодых людей, у которых, как правило, бюджет ограничен, и затраты на дополнительный ремонт и

устранение дефектов строительства крайне нежелательно. Помимо этого, контроль условий на стройплощадке позволит снизить количество несчастных случаев.

3. Роботизированная техника. Еще одним способом повышения спроса на рынке жилья может стать уменьшение сроков возведения здания без повышения себестоимости. Такого эффекта можно добиться, роботизируя тяжёлую строительную технику, которую используют все компании без исключения. Роботизированная техника может работать практически без остановок. Бортовой компьютер сможет отслеживать текущее состояние и исправность техники, а в случае возникновения неполадки отправлять отчёт оператору [10]. Помимо этого, при использовании такой техники появится возможность сосредоточить управление несколькими единицами техники в руках одного оператора. Применение робототехники при застройке призвано сократить затраты на штат управляющего и обслуживающего персонала, что также сократит себестоимость строительства.

4. Умный дом. Другим не менее важным фактором для привлечения молодёжи на рынок недвижимости является повышение уровня жизни, в том числе и в технологическом плане. Одной из траекторий развития жилой инфраструктуры в условиях цифровизации является оснащение квартир системами умного дома. Разработка предложений строительных компаний по оснащению квартиры системами умного дома может успешно решить эту проблему. Помимо этого, при разработке плана будущей квартиры появится возможность дополнительного взаимодействия клиента и застройщика в вопросе степени цифровизации будущего жилища [8]. Такой индивидуальный подход существенно повышает клиентоориентированность, что особенно важно для представителей поколения Z.

Исходя из проведенных нами исследований можно сделать вывод о том, что застройщику «Зеленой долины» стоит стремится к внедрению бюджетных технологических решений, которые способны сохранить свою ликвидность в ближайшие десятилетия, а также немного снизить цену на жилье без понижения качества.

Варианты реализации технических решений

Цифровой двойник. На сегодняшний день самый распространённый метод реализации цифрового двойника объекта – это технология BIM. BIM – это процесс, в результате которого формируется информационная модель здания [7]. BIM помогает застройщику избежать инженерных ошибок, что повышает качество дома. Технологию цифрового двойника также можно использовать при обслуживании и ремонте здания, что также повысит качество и эффективность обслуживания, и, как следствие, уровень жизни в доме. Помимо этого, появится возможность во всех деталях ознакомить потенциального клиента со всеми деталями его будущей квартиры, продемонстрировав проект жилища в электронном виде. Цифровую модель квартиры можно будет перенести на внешний носитель информации (например, флеш-память). Молодые люди, активно пользующиеся персональными компьютерами, по достоинству оценят возможность в любой момент открыть электронный план совей квартиры и спланировать будущий интерьер, а в процессе эксплуатации, например, спланировать ремонт.

Интернет вещей. Полноценное использование Интернета вещей на стройплощадке возможно только при наличии множества датчиков, измеряющих такие данные, как температура, влажность, уровень шума и вибрации. Их установка позволит строительным компаниям предотвращать несчастные случаи и нарушения, постоянно контролируя свои площадки на предмет безопасности и соответствия нормам и требованиям. Для осуществления мониторинга приобретаются датчики и размещаются их по всему объекту в соответствии с выполняемой функцией. Затем датчики постоянно собирают данные, отсылают их и анализируют. Данную технологию можно реализовать, например, при помощи компании Pillar Technologies [5].

Роботизированная техника. Благодаря использованию робототехники для таких операций как забивка свай, копание рва под фундамент, погрузка, перенос грузов и т. д. работы можно будет выполнять даже ночью, если уровень шума не будет мешать жителям близлежащих домов. При таком подходе управление несколькими единицами техники

можно сосредоточить в руках одного оператора, или сделать полностью автоматическим. В настоящее время компания Universal Robots активно разрабатывает робототехнику и специализированные 3D принтеры для строительства [5].

Умный дом. Примером компании-поставщика гаджетов для умного дома может послужить российская компания livicom. На сайте компании представлены 2G хабы (согласующие устройства), датчики охраны, движения, температуры и влажности, задымления, потопа, потребляемой мощности, сирены, умные розетки, различные реле и модули управления, ретрансляторы, беспроводные пульты управления, а также сопутствующие устройства (IP-видеокамеры и IP-системы видеонаблюдения, уличные извещатели, шаровые электроприводы, электрические манипуляторы и фурнитура для монтажа). Также в livicom предусмотрено управление всеми системами с помощью единого приложения для всех устройств [12]. Все представленные устройства повышают уровень комфорта и безопасности проживания. Благодаря таким технологиям жильцам будет не страшно отпускать своих детей одних гулять во дворе или оставлять свою квартиру на время длительных поездок, а технологии биометрического опознавания личности решат проблему забытых ключей от дома.

Сотрудничество застройщиков и подобных компаний позволит успешно реализовать описанный выше сценарий с взаимодействием заказчика и исполнителя в области оснащения квартиры технологиями умного дома, а единое приложение для всех гаджетов в квартире делает эксплуатацию таких жилищ не только комфортной и безопасной, но ещё и простой и удобной. В современных условиях научно-технического прогресса, бурного развития робототехники, IT, систем связи и электронной промышленности подавляющее большинство отраслей, представленных на рынке, должны активно внедрять в свою деятельность технические новшества, чтобы оставаться конкурентоспособными.

Исследование авторов статьи подтверждает необходимость и актуальность строительства жилого комплекса «Зеленая долина» в ГО Березовский, соответствующего запросам молодежи. На наш взгляд, для успеха данного проекта необходимо внедрить цифровизацию и цифровую трансформацию. При умелом использовании цифровых технологий строительными компаниями можно не только сократить штат сотрудников и сроки сдачи объектов, но и уменьшить себестоимость возводимого жилья без потери качества. Последнее обстоятельство крайне важно для молодых людей, которые хотят приобрести хорошее и технологичное жилье по доступным ценам.

Библиографический список

1. Воскресенская Н. Г., Рыхтик М. И., Баранова Т. В. Цифровизация в восприятии студентов поколений Y и Z // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2020. № 4 (60).

2. Город в цифрах. Из отчета главы Березовского Евгения Писцова по итогам 2020 года. ГО Березовский, 2020. Режим доступа: https://www.zg66.ru/publications/politics-and-economics/11079-2021-06-03-05-25-20.html (дата обращения: 8.04.2022).

3. Инновации интернета вещей в строительной отрасли. Часть 2. 2020. Режим доступа: https://mrspro.ru/2020/10/innovatsii-interneta-veshhej-v-stroitelnoj-otrasli-chast-2/ (дата обращения: 8.04.2022).

4. Как поколения Y и Z меняют рынок жилья России. 2017. Режим доступа: https://realty.rbc.ru/news/59e750f59a79476b789dcc73 (дата обращения: 09.04.2022).

5. Налимова Е. Д. Комфортный, безопасный и энергоэффективный умный дом как современный тренд для застройщиков // Российские регионы в фокусе перемен: сборник докладов XVI Международной конференции. Екатеринбург. 18-20 ноября 2021 года. Екатеринбург: ООО "Издательство УМЦ УПИ", 2022. С. 306-311.

6. Ожиганова Е. М. Теория поколений Н. Хоува и В. Штрауса. Возможности практического применения // Бизнес-образование в экономике знаний. 2015. № 1 (1).

7. Программы для BIM проектирования – список зарубежных и российских САПР, использующих разработки БИМ-технологии. 2021. Режим доступа: https://www.zwsoft.ru/stati/programmy-dlya-bim-proektirovaniya--spisok--zarubezhnyh-i-rossiyskih-sapr-ispolzuyushchih--razrabotki-bim-tehnologii (дата обращения: 6.04.2022).
8. Система умный дом для квартиры. 2021. Режим доступа: https://www.art-in.ru/umnyj-dom-dlya-kvartiri/ (дата обращения: 6.04.2022).
9. Средний срок ипотеки в России достиг исторического максимума. 2021. Режим доступа: https://rg.ru/2021/11/11/srednij-srok-ipoteki-v-rossii-dostig-istoricheskogo-maksimuma.html
10. Строительные роботы: технологии будущего уже сегодня. 2020. Режим доступа: https://vektorus.ru/blog/stroitelnyj-robot.html#robototehnika-universal-robots-v-stroitelstve (дата обращения: 6.04.2022).
11. Теория поколений X, Y, Z. 2021. Режим доступа: https://mtrening.com/2021/03/01/x-y-z/ (дата обращения: 8.04.2022).
12. Технологии, которые сделают дом умным. 2022. Режим доступа: https://livicom.ru/technology (дата обращения: 5.04.2022).
13. Что такое единая информационная среда (CDE) в строительстве? Режим доступа: https://www.oracle.com/ru/industries/construction-engineering/what-is-cde-and-bim/ (дата обращения: 8.04.2022).

I. Davydov, E. Nalimova, N. Stepanova

THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON THE HOUSING MARKET FOR YOUNG PEOPLE

Abstract

In the conditions of scientific and technological progress, the need of young people for more high-tech and at the same time inexpensive housing is increasing, which, as a rule, young people take on a mortgage for up to twenty-five years. Now when the mortgage loan is finally repaid, the property should not lose its liquidity. Therefore, in residential construction, a more extensive use of digital technologies is needed in pre-project design, at the stage of actual construction and commissioning of the object, as well as during the operation of the building. Digitalization will optimize construction and make the housing market more attractive, primarily for representatives of generation Z. Based on the results of the study, the features and needs of the age group from 18 to 35 years for the period up to 2030 were formulated when choosing housing on the example of the Green Valley residential complex under construction in the city of Berezovsky, Sverdlovsk region. Technical proposals were also developed to increase the demand of the demographic group under study for housing stock in the future multifunctional residential complex.

Keywords: generation Z, digitalization, real estate, mortgage, construction.

УДК 316.35

Н. В. Карасева

ПОКАЗАТЕЛИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ СТАРШЕКЛАССНИКОВ КАРАГАНДИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

В статье проводится анализ оценки навыков по поиску, редактированию и передачи информации старшеклассниками Карагандинской области. Информационная грамотность – навык необходимый современному молодому человеку в условиях постоянного увеличивающегося потока информации. В рамках опроса старшеклассников (2020; N-500, выборка простая случайная бесповторная) особое внимание уделяется вопросам, связанным с умением идентифицировать автора и ссылаться на него, а также оценивать точность и надежность источника информации. Результаты исследования доказывают завышенную самооценку навыков по работе с информацией и низкую критичность к понимаю истинности информации, полученной из Интернета или её возможной ангажированности.

© Карасева Н. В., 2022

Ключевые слова: старшеклассники, информационная грамотность, информация, Интернет, надежность информации.

Школьное образование имеет большое значение в плане долгосрочных перспектив социально-экономического развития, в значительной степени предопределяя количественные и качественные характеристики будущего человеческого капитала. Исходя из этого необходимо изучать образовательные достижения школьников и факторы, их предопределяющие, для понимания и долгосрочного прогнозирования общественного развития [4, с. 73].

Информационная грамотность, являясь основой непрерывного процесса обучения, имеет отношение к любым дисциплинам, любой образовательной среде, ко всем уровням обучения. Информационная грамотность включает три сложных компонента: знание всего спектра современных источников информации, знание использования различных информационных ресурсов, знание методов критической оценки и анализа информации [2, с. 4].

В рамках научного проекта по гранту AP08052518 «Формирование информационной культуры казахстанской молодежи как фактор роста интеллектуального потенциала общества» (2020-2022 гг.) (Комитет науки Министерства образования и науки Республики Казахстан) было проведено анкетирование среди учащихся старших классов общеобразовательных школ (2020; N-500, выборка простая случайная бесповторная) городов Караганда, Темиртау, Сарань. Для расчета параметров квот использовались данные Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан по состоянию на 2019 год [1].

Результаты проведенного опроса свидетельствуют об активном использовании информации из Интернета как со стороны школьников, так и со стороны учителей. Наибольшая часть старшеклассников оценивают свои навыки как достаточно уверенные и умелые. Только незначительный процент старшеклассников указали, что плохо умеют искать информацию и испытывают потребность в дополнительном обучении по получению навыков поиска информации.

Информационная грамотность и грамотность в области информационно-коммуникативных технологий образуют технологический компонент. В состав его входят информационные умения самостоятельного поиска и обработки информации с применением традиционных и информационно-коммуникативных технологий, это оптимальные способы обращения со знаками, моделями, данными, информацией [2, с. 3].

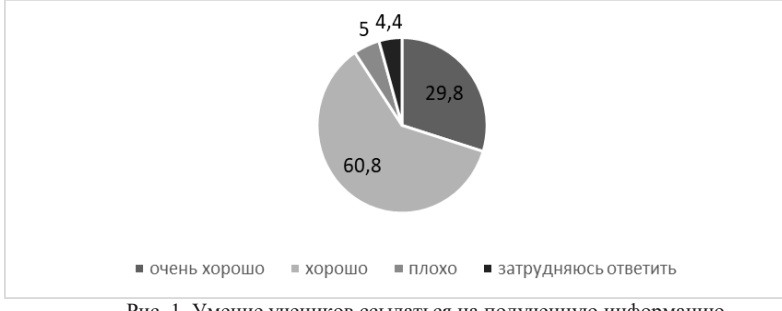


Рис. 1. Умение учеников ссылаться на полученную информацию

Информационная грамотность предполагает и навык корректного использования информации, полученной в результате использования Интернета. 60,8 % школьников оценили свои навыки ссылаться на полученную информацию как хорошие, что предполагает понимание необходимости указывать первоисточник и авторство, а также навыки оценки

репутации сайта используемого в качестве источника. 29,8 % опрошенных старшеклассников отметили что всегда ссылаются на источники полученной информации и умеют это делать очень хорошо. 5 % респондентов сознались что не ссылаются на источники информации, что свидетельствует о необходимости проработки данного вопроса с учащимися и выявления причин отсутствия такой необходимости.

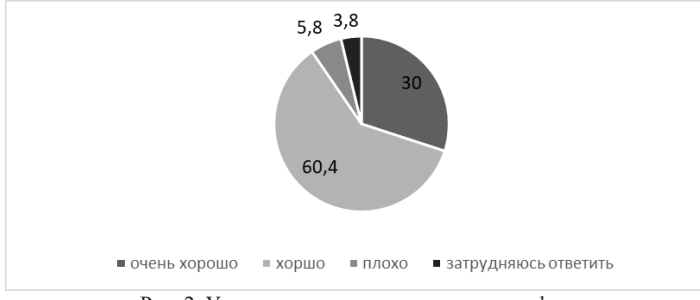


Рис. 2. Умение учеников анализировать информацию

Если необходимой информации нет в учебнике, её приходится искать самостоятельно и это основной навык который школьники должны получить на всех предметах. И если раньше для поиска необходимой информации учащийся должен был обратиться к помощи библиотеки, то у современного школьника библиотеки (городские, учебного заведения, домашние) не являются популярным ресурсом. Умение быстро находить необходимую информацию сегодня может быть оценено выше чем наличие многосторонних энциклопедических знаний. Следовательно, обнаружив необходимую информацию учащийся должен перейти к её анализу и пониманию достоверности и качества полученных данных. 60,4 % оценили свои навыки анализа информации как хорошие. Большинство школьников обращаются к открытым источникам, что не предполагает финансовых затрат и сокращает временные, но снижает качество и повышает риск получения недостоверной информации. Анализ предполагает четкую структуризацию информации т.е. формирование навыка последовательности в разделении большого объёма информации на небольшие элементы и дальнейшее их сопоставление. 30 % опрошенных старшеклассников с уверенностью ответили, что обладают этим навыком и умеют анализировать информацию очень хорошо. 5,8 % опрошенных школьников отметили что не умеют анализировать информацию, а значит испытываю потребность формировании данного навыка, который можно натренировать.

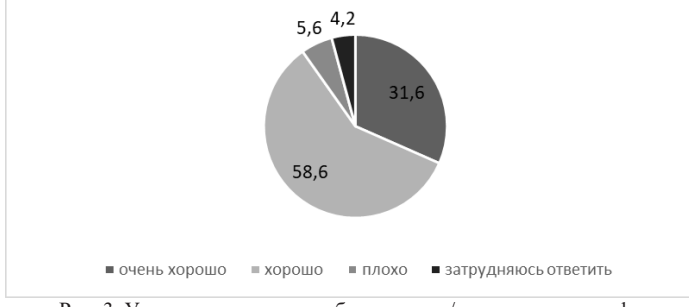


Рис. 3. Умение учеников преобразовывать/редактировать информацию

Работа с текстом один из основных навыков, приобретаемых в школе. Навык поиска примера или иллюстративного материала его обработка, анализ, связь с другими вопросами формируют дальнейшие навыки преобразования и редактирования информации необходимые не только для получения будущей профессии, но в дальнейшей жизни. Навыки преобразования текста способствуют возможности использовать уже имеющуюся информацию в новых условиях и обстоятельствах для решения новых проблем и задач. 58,6 % учеников оценили свои навыки редактировать информацию как хорошие. Навыки редактирования формируются у учащихся при написании эссе или рефератов и способствуют дальнейшему умению написания отчетных и конкурсных работ. 31,6 % старшеклассников могут преобразовывать и редактировать информацию очень хорошо. 5,6 % информантов признают, что плохо могут преобразовывать информацию т.е. не обладают навыком поиска и систематизации данных из разных источников и подготовки целостного ответа или работы.

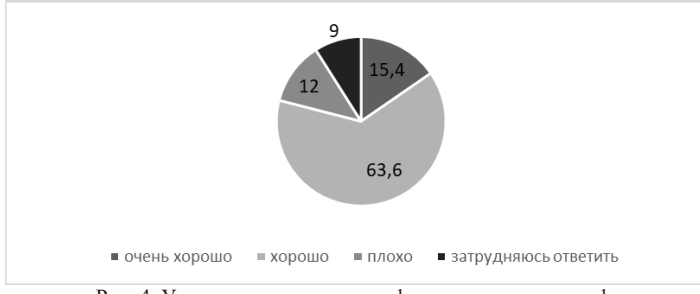


Рис. 4. Умение учеников идентифицировать автора информации

Развитость умений, обучающихся работать с информацией включает в себя один из важных компонентов – умение идентифицировать автора информации. Сформировать этот навык возможно только после успешного освоения навыка поиска, анализа информации и умения ссылаться на источники. Наличие этих навыков предполагает, что учащиеся без труда смогут находить необходимую информацию и идентифицировать автора. 63,6 % учеников школ оценили свой навык идентифицировать автора информации как хороший. 15,4 % старшеклассников отметили что могут идентифицировать автора информации очень хорошо. 12 % признались, что не всегда могут правильно идентифицировать автора информации. Отвечая на вопрос о наличии навыка ссылаться на полученную информацию только 5 % признались, что делают это плохо. В ответах проявляется недостаточно точное понимание и разграничение навыка идентификации авторства и правильного оформления части заимствованного текста. В большинстве случаев старшеклассники не имеют опыта правильного оформления цитирования и предполагают, что отсылка к неопределенному сайту уже предполагает элемент академической честности по отношению к автору информации.

Тематика рисков информационной безопасности, привлекает все большее внимание как в дискурсе массмедиа, так и в научных исследованиях. Имеется немало работ, посвященных киберрискам и информационной безопасности в социальных науках, в том числе их общетеоретическому осмыслению. Отдельным направлением становится изучение особенностей восприятия киберрисков. В центре внимания этих работ – вопрос о том, каким образом кибериски воспринимаются не экспертами по информационным технологиям, не представителями компаний, а неспециалистами – как населением в целом, так и отдельными группами, например, подростками [3, с. 147].

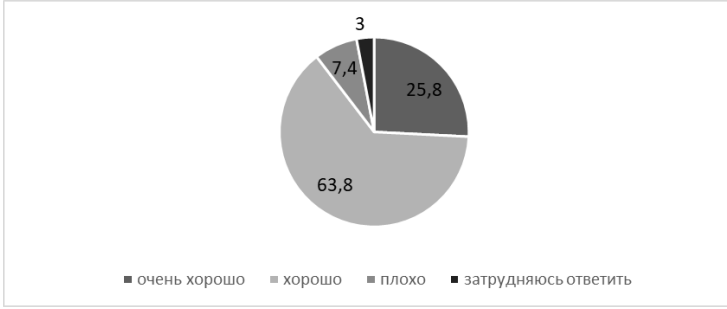


Рис. 5. Умение учеников оценивать точность и надежность информации

Умение школьников правильно определять цель и целевую аудиторию источника, оценить степень надежности, точности, нейтральности и открытости предоставленной информации способствует не только успеху в учебе, но и даст возможность защитится от потенциальных рисков, скрытых на просторах Интернета. 63,8 % учеников оценили свои способности оценивать точность и надежность информации как хорошие, 25,8 % как очень хорошие, 7,4 % как плохие и 3 % опрошенных затруднились с ответом.

Из представленных диаграмм видно, что старшеклассники достаточно высоко оценивают свои умения в области информационной грамотности. Несколько иным получилось распределение ответов, связанное с представлением старшеклассников о возможных рисках, связанных с информацией, полученной из Интернета, представленных в табл. 1.

Таблица 1

Представление старшеклассников о возможных рисках, связанных с информацией, полученной из Интернета

Представление	Не имею, %	Имею, %	Частично имею, %
Представление о разнице между фактом и вымыслом, рекламой и другими видами медиа контента	11,8	30	58,2
Представление о том, что содержание медиа зависит от выбора авторов и заказчиков и может иметь различные трактовки	16,6	34	49,4
Представление о коммерческих, политических и идеологических целях медиа	14,2	31,2	54,6
Представление о том, что нужно искать информацию, используя различные каналы и методики, варьируя и модифицируя поисковые стратегии	14,4	29	56,6
Представление о том, что источники информации имеют свои достоинства и недостатки и нужно выбирать самую существенную информацию	11,8	24,6	63,6

Молодые люди являются наиболее активной и подвижной частью населения способной на активное выражение своих мнений и позиций. Но неоспоримым является и тот факт, что в силу возраста и отсутствия опыта они так же могут быть подвержены влиянию со стороны злоумышленников. Нам было важно узнать, имеют ли ученики старших классов общеобразовательных школ представления о том, что есть факты и вымысел, реклама и

много других видов медиа-контента. Так, 58,2 % указали в анкете, что имеют частичные представления о таком, 30 % указали, что знают о таком, 11,8 % не знают о таком.

Гибкость мышления способствует формированию разносторонних и разноплановых мнений на различные темы. Постоянно изменчивый мир требует постоянной адаптации к новым условиям, для того чтобы быть конкурентоспособными. Только получение сведений из разных источников и от разных авторов формирует представление о том, что каждый автор или заказчик имеет свое видение и свою трактовку, не обязательно являющуюся истинной. Большинство учеников – 49,4 % – имеют частичные представления о том, что содержание медиа зависит от выбора авторов и заказчиков и может иметь различные трактовки, 34 % сформировали такие знания и 16,6 % – нет. Большая часть учеников также не имеет знаний о том, что медиа имеют коммерческие, политические и идеологические цели – 54,6 % и 14,2 % (68,8 %). Только 31,2% указали в анкете, что знают об этом. Почти половина опрошенных имеют только частичное представление о том, что посещаемые ими сайты и информация выложенная в них может быть ангажирована различными политическими или коммерческими силами.

Учащиеся регулярно сталкивающиеся с потребностью поиска информации неизбежно формируют для себя алгоритм её поиска путем ежедневных практик. В случае, когда полученная информация подвергается рациональной критике со стороны учителя в этот алгоритм, добавляются все новые и новые пункты, способствующие поиску более точной и достоверной информации. Основная часть учеников не сформировали представления о том, что нужно искать информацию, используя различные каналы и методики, варьируя и модифицируя поисковые стратегии – 71 % (56,6 % и 14,4 %) и только 29 % знают о такой необходимости. Подобный навык может быть натренирован. К сожалению, молодые люди не всегда способны натренировать его самостоятельно, используя усердие и дисциплину, а, значит, в данном вопросе должны быть задействована школа, способная сформировать траекторию и отследить необходимую последовательность действий.

Возраст опрошенных в рамках исследования предполагает, что они находятся в практически круглосуточном потоке информации. Среди преимуществ основными можно назвать возможности интерактивного общения, быстрый поиск ответов практически на все вопросы, сформировать знания и компетенции по любым предметам. Однако информация из Интернета имеет и недостатки, среди которых спам, недостоверная и неподтвержденная информация, провокационная информация и т.д. Большинство опрошенных школьников не имеют представление о том, что источники информации имеют свои достоинства и недостатки и нужно выбирать самую существенную информацию – 75,4 % (63,6 % и 11,8 %) и только 24,6 % указали вариант ответа, что да, они знают о таких правилах. Старшеклассники, признавшиеся в том, что не знают о недостатках информации полученной из Интернета, зачастую испытывают трудности с формированием верного запроса и критериями оценки надежности и качества получаемой информации.

Таким образом, исследование показало, что только треть старшеклассников имеет представление о том, что содержание медиа может зависеть от мнения и репутации автора, информация может быть вымышленной или носить заказной характер, а при распространении полученной информации надо уметь проверять подлинность и корректно ссылаться на источник. Полученные ответы свидетельствуют о недостаточном понимании того как формируются те или иные информационные тренды и выявляют необходимость формирования у большей части опрошенных навыков выявления нестыковок в аргументации, оценки событий, интерпретации явлений и аналитических навыков.

Библиографический список

1. Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Режим доступа: https://bala.stat.gov.kz/

2. Вдовина И. А. Информационная культура, информационная грамотность и информационная компетентность в подготовке учителя. // Вестник Института образования человека. 2017. № 2. С. 14.
3. Гаврилов К. А., Бутынко М. В. Восприятие традиционных рисков и киберрисков: опыт использования психометрической парадигмы» // Социологический журнал. 2021. Том 27. № 4. С. 146-168.
4. Ибрагимова З. Ф., Франц М. В. Неравенство возможностей в школьном образовании: роль территориальных факторов // Социологический журнал. 2021. Том 27. № 4. С. 72-98.

N. Karaseva

INDICATORS OF INFORMATION LITERACY OF HIGH SCHOOL STUDENTS IN KARAGANDA REGION

Abstract

The article analyzes the assessment of skills for searching, editing and transmitting information by high school students of the Karaganda region. Information literacy is a skill necessary for a modern young person in the conditions of a constantly increasing flow of information. As part of the survey of high school students (2020; N-500, simple random non-repeated sample), special attention is paid to issues related to the ability to identify the author and refer to him, as well as assess the accuracy and reliability of the source of information. The results of the study prove an overestimated self-esteem of skills in working with information and low criticality to understand the truth of information received from the Internet or its possible bias.

Keywords: high school students, information literacy, information, Internet, information reliability.

УДК 39+394.014

А. М. Лиджиева

МОЛОДЕЖЬ ЭЛИСТЫ В ПРОСТРАНСТВЕ ГОРОДА В ПЕРИОД COVID-19

Аннотация

Статья посвящена практикам восприятия городского пространства среди молодежи в период COVID-19. Особое внимание уделяется цели правительства. Цель статьи – рассмотреть особенности восприятия городского пространства у молодых людей в период пандемии: как они «видят» и «читают» город, какие объекты и звуки для них значимы, оцениваются как необходимые, каковы их потребности и ожидания в отношении городской среды в период пандемии COVID-19. Результаты. Автор прослеживает как трансформируется пространства города в контексте их повседневных и пространственных практик в условиях территориальной изоляции во время пандемии COVID-19. Интерпретация города отображающая особенности восприятия пространства у молодых людей в период пандемии COVID-19 включает основные и дополнительные свойства, скрытые в описанных схемах ментальной карты пространства города.

Ключевые слова: Россия, COVID-19, пандемия, калмыки, молодое поколение, восприятие, город.

Пандемия COVID-19 радикально изменила образ жизни людей и использование жизненного пространства, особенно в городах [5]. Период пандемии стал неожиданностью, а способ передачи и природа вируса изначально были недостаточно известны, поэтому первые меры по борьбе с заражением в населенных пунктах, особенно в городах, касались ограничений в использовании пространства [5]. С приказами и рекомендациями «оставаться дома» изменились способы осуществления городской деятельности, такие как образование, работа, шопинг или досуг [3], затронувшие все социальные группы и изменил привычный образ жизни, в частности молодого поколения. Молодежь как наиболее мобильная

© Лиджиева А. М., 2022

Исследование проведено в рамках государственной субсидии – проект «Юго-восточный пояс России: исследование политической и культурной истории социальных общностей и групп» (номер госрегистрации: 122022700134-6).

социальная группа быстро реагирует на потребности кризиса и становится отражением и переосмыслением всех этих процессов.

Социальное поведение и осведомленность граждан считаются важным фактором в борьбе с этой пандемией [3, с. 77]. Как справедливо замечает Г. К. Галкин «одним из аспектов влияния пандемии выступает именно ограниченность мобильности, самоизоляция, часто отсутствие мобильности в целом, что отражается как на биологическом, так и на психологическом здоровье пожилых людей» [11, с. 29]. В целом, мобильность подразумевает гораздо больше, чем просто движение; оно наполнено смыслом [4]. Более того, мобильность «означает разные вещи для разных людей в разных социальных условиях» [4, с. 83]. Воздействие COVID-19 на молодых людей становилось все более заметным в период ограничительных мероприятий, о чем свидетельствуют социологические и культурно-антропологические исследования.

Аналогичная точка зрения, уходящая корнями в гендерную проблематику предпринята в исследовании Т. В. Блиновой, А. А. Вяльшиной, И. А Ножкиной. Влияние COVID-19 исследовалось с позицией субъективных реакций студентов на ограничительные и профилактические меры, направленные на сдерживание распространения коронавирусной инфекции; изучались гендерные различия в социальных опасениях студентов в период пандемии COVID-19. Анализ степени готовности выполнять введенные противоэпидемические меры показал, что почти 40 % студенток поставили здоровье на первое, второе, третье или четвертое место в иерархии жизненных ценностей, включающих также семью, работу, образование, материальное благополучие и другие, среди молодых людей таких чуть более трети. Кроме того, в пятерку субъективно значимых вошли опасения отсутствия эффективных лекарств и схем лечения, неграмотных действий врачей, нехватки лекарств и средств индивидуальной защиты, возможных проблем со своевременной диагностикой. Меньше всего студенты опасаются одиночества во время самоизоляции (6,4 % мужчин и 5,8 % женщин), что во многом объясняется интенсивностью онлайн-коммуникаций, а также возросшей ролью социальных сетей и онлайн-сообществ. [9, с. 57].

Для исследования проблемы восприятия городского пространства можно применить теоретические подходы и методы, разработанные различными гуманитарными дисциплинами. В этой статье мы пользовались ключевой концепцией «воображаемости» (imageability), предложенной Кевином Линчем. К. Линч «воображаемость» (imageability) определял как вообразимость как качество материального объекта, которое может вызвать сильный образ в сознании произвольно избранного наблюдателя. Это качество можно было бы также назвать читаемостью или быть может видимостью в усиленном смысле, когда объекты не просто можно видеть, но они навязывают себя чувствам обостренно и интенсивно [6, с. 7]. В вопросе анализа того, как меняется восприятие молодыми людьми окружающего пространства при перемещении по городу во время пандемии COVID-19 показывает ментальная (когнитивная) карта. Когнитивные или ментальные карты представляют собой тип умственной обработки, состоящий из серии психологических преобразований, с помощью которых индивид может приобретать, кодировать, хранить, вспоминать и декодировать информацию о местоположении и атрибутах явлений в их повседневном или метафорическом пространстве. Материалом для анализа послужили нарративные полуструктурированные интервью с молодыми людьми в Элисте. Участниками исследования стали молодые юноши и девушки в возрасте от 15 до 23 лет. Интервью проводились в форме личных бесед с респондентами. Во время интервью, перед респондентами стояла задача нарисовать на бумаге карту, отражающую маршруты того как, видели они город в период пандемии COVID-19. Создание карт сопровождалось подробными пояснениями и комментариями к изображенным объектам. Интервью проведены в период с января по апрель 2022 г.

23 марта 2020 г. оперативный штаб по борьбе с COVID-19 года поручил органам исполнительной власти субъектов РФ, в том числе Калмыкии, приостановить деятельность ночных клубов (дискотек), кинотеатров (кинозалов), детских игровых комнат и детских

развлекательных центров, иных развлекательных и досуговых заведений, а также ввести запрет на курение кальянов в ресторанах, барах, кафе и иных общественных местах. Через несколько дней, 28 марта, правительство Калмыкии в целях борьбы с распространением пандемии COVID-19 впервые объявило об ограничительных мерах по предупреждению завоза и распространения новой коронавирусной инфекции (2019-nCoV) на территории Республики Калмыкия и ее столицы – г. Элисты. Так, правительство ограничило проведение досуговых, спортивных, выставочных, просветительских мероприятий, посещение ночных клубов (дискотек), баров, кальянных, доступ в образовательные учреждения (школы, университеты), культурные объекты (библиотеки, в том числе передвижные, центры досуга и развлечений, музеи), которые затронули и ограничили различные типы ресурсов большинства категорий граждан, в особенности молодое поколение.

Е. А. Бунич выделяет три основные проблемы, связанные с изучением восприятия городского пространства, которые делают его специфическим предметом исследования и побуждают к использованию методов, отличных от классических: – восприятие пространства происходит в движении, поэтому необходимо использовать мобильные методы; – отсутствие рефлексии относительно восприятия городского пространства; – трудность вербализации чувственных ощущений, связанных с восприятием городского пространства (особенно в случае тактильного восприятия) [10, с. 45]. В схеме ментальной карты единый образ города в период COVID-19 включает в себя важный элемент.

Основным элементом осмысления образа города выступают районы как коммуникация перемещения молодых людей в период пандемии COVID-19. В качестве начальной точки маршрута респондент указал северо-западный район Элисты – свое место жительства. По мере передвижения по городу в период пандемии COVID-19 в качестве ориентира обладающего специфическими чертами было указано предприятие общественного питания под названием «Айс». Это столовая, расположенная по ул. А.С. Пушкина недалеко от улицы Ленина – единственной главной площади в Элисте. Это вполне центральный район, здесь расположены торговые центры, банки, продовольственные магазины, остановки общественного транспорта, пекарни и др. Современный экстерьер и дизайн в стиле эклектики создает «европейскую» атмосферу.

В ходе интервью респондент прибегнул к помощи картографического сервиса Google Карты. По средствам данного сервиса молодой человек указал линейные элементы (границы) площади участка пространств около своего места жительства, по которым было разрешено свободно передвигаться в период 2020 г. Согласно концепции К. Линча «большинство наблюдателей группируют элементы в некие промежуточные объединения, которые можно назвать комплексами. Наблюдатель ощущает комплекс как некоторое целое, част которого взаимозависимы и относительно четко взаимнофиксированы» [6, с. 9]. Как видим, для респондента соединяются основные элементы – первый микрорайон, столовая «Айс» и 101 квартал в единый комплекс восприятия пространства в период ограничительных мер.

Процессы ограничительных мер, развернувшиеся в марте-апреле 2020 г. на территории города привели к тому, что пространство города в период пандемии COVID-19 испытало ряд трансформаций. Для наших собеседников обновленная городская среда имела принципиальное значение в силу ограничения их мобильности. Образ нового города маркируется старыми границами и концентрируется вокруг участков с чувством скованности, что свидетельствует об устойчивости восприятия образа городского пространства и соотношения старого и нового города, закрепляющихся в ориентирах, приобретающих узнаваемость в сознании молодых людей.

Библиографический список

1. Adey P. If mobility is everything then it is nothing: Towards a relational politics of (im)mobilities. // Mobilities. 2006. Vol. 1. Pp. 75-94.

2. Eltarabily S., Elghezanwy D. Post-pandemic cities – The impact of COVID-19 on cities and urban design. Archit. Res. 2020. Vol. 10. Pp. 75-84.

3. Frello B. Towards a discursive analytics of movement: On the making and unmaking of movement as an object of knowledge. //Mobilities. 2008. Vol. 3. Pp. 25-50.
4. Leki´c Glavan, O. Nikoli´c, N. Foli´c, B. Vitoševi´c, B. Mitrovi´c, A.; Kosanovi´c, S. COVID-19 and City Space: Impact and Perspectives. Sustainability 2022. Pp. 2-19.
5. Lynch K. The Image of the City (Harvard-MIT Joint Center for Urban Studies Series) / K. Lynch. Cambridge: The MIT Press, 1960. 208 p.
6. Otchere-Darko, W. COVID-19, spatio-epidemiology and urban planning // Town Planning Review. 2021. Vol. 92. Pp. 209-213.
7. Salazar N. B., Smart A. Anthropological Takes on (Im)mobility // Identities. 2011. Vol. 18. №. 6. Pp. 1-9.
8. Блинова Т. В., Вяльшина А. А., Ножкина И. А. Гендерные аспекты самосохранительного поведения студентов города Саратова в период пандемии COVID-19 // Экология человека. 2021. № 9. С. 55-63.
9. Бунич Е. А. Методы изучения восприятия городского пространства // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2012. № 6 (112). С. 43-47.
10. Галкин К. А. Ограниченное пространство: город вперио пандемии в представлениях пожилых людей // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2021. Т.13. № 2. С. 27-40.

A. Lidzhieva

THE YOUTH OF ELISTA IN THE SPACE OF THE CITY DURING THE PERIOD OF COVID-19

Abstract

The article is devoted to the practices of perception of urban space among young people in the period of COVID-19. Special attention is paid to the purpose of the government. The purpose of the article is to consider the peculiarities of the perception of urban space among young people during the pandemic: how they "see" and "hear" the city, what objects and sounds are significant to them, are assessed as necessary, what are their needs and expectations regarding the urban environment during the COVID-19 pandemic. Results. The author traces how city spaces are transformed in the context of their everyday and spatial practices in conditions of territorial isolation during the COVID-19 pandemic. The interpretation of the city reflecting the peculiarities of the perception of space in young people during the COVID-19 pandemic includes the main and additional properties hidden in the described schemes of the mental map of the city space.

Keywords: Russia, COVID-19, pandemic, Kalmyks, young generation, perception, city.

УДК 316.35

Д. А. Лугин, Я. В. Дидковская

КРЕАТИВНОСТЬ КАК УСЛОВИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР И АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ КОНЦЕПЦИЙ

Аннотация

На сегодняшний день энтузиазм, вызванный концепциями «креативной экономики», впервые опубликованной в книге Джона Хокинса «Креативная экономика. Как делать деньги из идей» в 2001 г., и «креативного класса», отраженного в работе Ричарда Флориды «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» в 2002 г., начал несколько утихать в научной среде. Безусловно, большая часть современных исследований все еще сосредоточена исключительно на положительных аспектах влияния креативной экономики на экономику в целом, но также наблюдается и рост количества исследований «обратной стороны медали» данных концепций, например, такой как повсеместная неустойчивость креативного труда и социально-экономического неравенства. Исходя из этого, в данной статье авторами предполагается рассмотреть место креативности, среди существующих

© Лугин Д. А., Дидковская Я. В., 2022

условий инновационной деятельности молодого поколения, проанализировав современные теоретические концепции креативности и инноваций относительно существующих реалий. На основе анализа существующих эмпирических исследований авторы выделяют основные угрозы применения данных концепций креативности и инноваций на практике для молодого поколения в рамках российского общества.

Ключевые слова: креативность, инновации, инновационный потенциал, молодежь, неравенство.

В российских реалиях все более актуальными становятся новые тенденции управления креативностью и инновациями, вызванные глобальной трансформацией общественных отношений в условиях научно-технического прогресса и цифровизации. Изменение специфики организации социальной жизни требует изменения подходов к стимулированию развития инноваций посредством креативности. Основной проблемой использования существующих в мире концепций развития креативности и инноваций является слабая изученность данной темы в отношении российского общества.

С позиции социологии первое определение креативности дал американский ученый, профессор Стэнфордского университета Д. Као. Он определил креативность как «целостный процесс генерирования идей, их развития и превращения в ценности» [17, с. 22-29]. Наиболее распространенное определение креативности в ракурсе социальной структуры, креативной экономики и урбанистики, представлено в концепции «креативного класса» Ричарда Флориды, порожденной идеями П. Друкера, внедрившего в науку термин «knowledge worker» (1953), таким образом, выделив в социальной структуре новую специфическую группу «информационных работников». Р. Флорида в своей книге «Креативный класс: люди, которые меняют будущее» представил принципы, по которым живет «новая экономика» и современное общество, определив классовую стратификацию по принципу «креативности» и выделив ряд рекомендаций относительно развития общества. Главной задачей креативного класса в современном обществе по Флориде является генерация новых, необычных, нестандартных идей, быстро и эффективно находить и реализовывать на практике эффективные стратегии социально-экономического развития. Флорида отмечает, что формирование в обществе сильного креативного класса превращается в основной источник конкурентного преимущества.

Ричард Флорида, как и многие другие исследователи-социологи, обобщая понятие креативности и инновации, приходит к выводу, что самые инновационные города США являются наиболее неравными, определяя наличие неравенства в городе, как условия существования креативного класса (включающего в себя, прежде всего, молодое поколение) [5, с. 22-29]. Флорида предоставляет доказательства связи инноваций с неравенством в разрезе городов США. Этот вывод является общим для других исследований, которые показывают, что города с высокотехнологичной промышленной базой более неравны [4, с. 46-62]. Ричард Флорида утверждает, что чем более креативным является общество, тем большим социально-экономическим неравенством оно обладает. Данное утверждение было проверено Нилом Ли в эмпирическом исследовании европейских регионов периода с 1995 по 2001 годы. По результатам данного исследования им была найдена слабая корреляция инноваций (креативности) региона и неравенства, что может быть частично объяснено значительным разнообразием или региональными моделями инноваций, а также сложным и неоднородным характером процессов. В качестве индикатора определения уровня инновационности региона Нил Ли использовал количество зарегистрированных патентов, которые, как отмечает сам автор, часто могут относиться к фундаментальным исследованиям, а не к реальному производству новых продуктов [8, с. 2-23].

Исходя из этого, на наш взгляд, важно проанализировать существующие проблемы при реализации «креативной» джентрификации в городах, направленной на формирование

креативных кластеров и привлечения молодых креативных специалистов, путем создания искусственного неравенства, основанной на идеях Р. Флориды.

Для выявления проблем при формировании креативных кластеров в связи с социальным неравенством в городах на базе положений теории креативного класса Флориды мы опирались на обзор ряда эмпирических исследований. Были проанализированы 82 статьи в системе Scopus. Отбор был реализован по ключевым словам «creativ*» и «innovat*», далее из отфильтрованного списка статей были выбраны те, которые отражали результаты эмпирических исследований. Российские источники не были использованы по той причине, что опыт реализации креативной политики, направленной на креативную джентрификацию в России, практически отсутствовал в прошедшее время и остается малоизученным.

Макс Натан, как основной критик концепции «креативного класса», используя эмпирические данные из Великобритании, приходит к выводу, что эти данные противоречат предположениям Флориды о влиянии творческого класса в экономике города. Натан считает, что «творческий класс не обладает отличительными характеристиками и желаниями, в сравнении с рабочим и обслуживающим классом», однако отмечает, что данная точка зрения может потребовать пересмотра с учетом развития социальных отношений в обществе [11]. Другие исследователи отмечают, что за последние два десятилетия программа креативного города превратилась в преимущественно неолиберальный инструмент политики, который скорее скрывает, чем уменьшает городское неравенство, характеризующееся джентрификацией, недоступностью, нестабильностью и сегрегацией молодежи в городах [11].

Сторонники концепции Флориды отмечают, что джентрификация может стимулировать креативную деятельность молодого поколения, что еще больше способствует переосмыслению районов в культурном, но также и в экономическом плане [7, с. 22-29]. Однако, подобная трансформация старых недорогих кварталов влечет за собой сложные социальные последствия. Там, где условия благоприятны, джентрификация на начальном уровне под руководством ответственных лиц может помочь городским сообществам с низким доходом, поскольку они могут извлечь выгоду из роста стоимости собственности, улучшения услуг и укрепления идентичности района. Частичная модернизация района города, путем создания условий для креативных индустрий, также может не вызывать социального обострения, обычно связанного с принудительным переселением жителей из старых домов. Тем не менее, этот процесс вполне может привести и к социальным разногласиям. Поскольку привилегированные группы, включая владельцев, спекулянтов и арендодателей, стремятся максимизировать коммерческую и символическую ценность места, потенциально может возникнуть рост арендной платы, вытеснение арендаторов с низким доходом, эрозия существующих сообществ и социальные конфликты, связанные с изменением идентичности или использованием места [16, с. 2179-2201]. Бомонтиада – культурный центр в Истанбуле (Турция) – пример частичной креативной джентрификации. Данный центр был задуман как открытое пространство для развития креативных индустрий, но в итоге, данный центр обрел негативные аспекты джентрификации и закрытого сообщества [10, с. 99-121]. Другие исследователи приводят в пример город Арнем (Нидерланды), где проводилась неолиберальная политика, направленная на создание рынка креативных индустрий, основанная на идеях Ричарда Флориды, как на уровне города, так и на уровне района. Как отмечают авторы данного исследования, результатом проведения этой политики стало «кладбище» закрытых магазинов и неуспешных предпринимателей, а в дальнейшем, данная неадекватная, по мнению авторов, политика привела к краху креативного инкубатора [6, с. 698-719]. Лесли и Катунгал утверждают, что преследование идей, вытекающих из теории креативного класса Ричарда Флориды, многими муниципальными властями не только углубило классовое неравенство, но и привело к тому, что те специфические черты, которые Флорида выделяет для «креативного города», привели к сохранению и даже обострению классового, гендерного и расового неравенства [9, с. 111-122].

Семятицкий, фокусируясь на Ошаве (Канада) отмечает, что политика, направленная на привлечение работников творческого класса в этот «отстающий регион», привела к некоторым достижениям, но породила растущие проблемы бедности, бездомности и неравенства [15, с. 1766-1784]. Росс, по итогам своего эмпирического исследования креативных профессий, характеризует их, как карьеру, которая «предполагает хроническую безработицу и неполную занятость». Он указывает на отсутствие у многих представителей креативного класса возможностей на реализацию творчества и указывает на «небольшие шансы продвижения по службе» [13]. Пратт и другие в своем исследовании выявили, что работа в сфере креативных индустрий включает преобладание стажировок для молодежи (вызывающих разногласия в социальном классе), как оплачиваемых, так и часто бесплатных [12, с. 495-496]. Имеется явная ирония в том, что, несмотря на эти проблемы, «работа в секторе креативных индустрий Великобритании популярна, высоко ценится и кажется гламурной» [14, с. 711-721]. В итоге, вследствие высокого спроса на возможности в творческой экономике наблюдается значительный рост неоплачиваемых стажировок, волонтерской работы, неполной занятости и низкой оплаты труда выпускников в некоторых секторах [3, с. 389-410]. Как утверждают другие исследователи, «многие организации содержат низкостатусные и низкооплачиваемые рабочие места для молодежи, которые тесно связаны с креативной деятельностью (или служат ей), находящейся в центре производства креативной индустрии» [1, с. 415-430]. Чжэн и Кан в своем исследовании предполагают, что низкоквалифицированный труд не исчезает с процессами городских изменений, но следствием джентрификации является перемещение населения: «бедные люди не покидают Пекин, потому что они могут найти здесь работу, но они должны добираться на большие расстояния от городских окраин до рабочих мест» [1, с. 1-28]. Также имеются серьезные свидетельства экономической маргинализации низкоквалифицированных работников в Кремниевой долине, которую Флорида часто приводит в пример как успешное отражение концепции «креативного класса», несмотря на общее процветание региона [17].

Таким образом, мы можем сделать вывод, что реализация политики, направленной на развитие и поддержку креативных индустрий в городах в соответствии с концепцией «креативного класса» Ричарда Флориды может привести к следующим негативным социальным и экономическим последствиям: обострению классового, гендерного и расового неравенства, растущим проблемам бедности, бездомности, хронической безработицы и неполной занятости, преобладанию неоплачиваемых стажировок и низкой оплаты труда выпускников в некоторых секторах, маргинализации низкоквалифицированных работников и другим. Мы предполагаем, что данные проблемы могут, в первую очередь, влиять на стиль потребления представителей креативного класса и это важно учитывать при реализации политики, направленной на развитие креативного класса в городах, поскольку вакансии профессий креативного класса «не всем доступны в равной степени» [2, с. 394-410].

Мы не отрицаем, что инновации могут вызывать неравенство в распределении доходов населения, поскольку инновационные производства зачастую подразумевают наличие высококвалифицированных специалистов или уникальных специалистов, которые получают более высокую заработную плату, в сравнении с другими типами населения, по той причине, что их труд и их знания являются более уникальными и т.д. Но полагаем, нельзя утверждать об обратной гипотезе, что неравенство в распределении дохода позволяет формировать креативное общество или общество, создающее инновации. Как и Нил Ли, мы считаем, что инновации имеют сложный и неоднородный характер процесса их создания и реализации, а неравенство в доходах представителей креативного класса и потреблении ими товаров и услуг необходимо анализировать более детально, с учетом множества факторов, определяемых спецификой локальностей, в которых находятся конкретные представители креативного класса.

Библиографический список

1. Banks M., Hesmondhalgh D. Looking for work in creative industries policy // International journal of cultural policy. 2009. Т. 15. №. 4. Pp. 415-430.
2. Cnossen B. Creative work, self-organizing and autonomist potentiality: Snapshots taken from Amsterdam's art factories // European Journal of Cultural Studies. 2021. Т. 24. №. 2. Pp. 394-410.
3. Comunian R., Faggian A., Li Q. C. Unrewarded careers in the creative class: The strange case of bohemian graduates // Papers in regional science. 2010. Т. 89. №. 2. Pp. 389-410.
4. Donegan M., Lowe N. Inequality in the creative city: is there still a place for "old-fashioned" institutions? // Economic Development Quarterly. 2008. Т. 22. №. 1. Pp. 46-62.
5. Florida R. The flight of the creative class: The new global competition for talent //Liberal education. 2006. Т. 92. №. 3. Pp. 22-29.
6. Friesenecker M., Lagendijk A. Commercial gentrification in Arnhem and Vienna: The local enactment of, and resistance towards 'globally'circulating creative neighbourhood policies // City. 2021. Т. 25. №. 5-6. Pp. 698-719.
7. Grodach C. Arts, gentrification, and planning for creativity // Carolina Planning Journal. 2016. Т. 41. Pp. 22-29.
8. Leslie D., Catungal J. P. Social justice and the creative city: class, gender and racial inequalities // Geography compass. 2012. Т. 6. №. 3. Pp. 111-122.
9. Mert-Travlos C. The duality of creative hubs in non-Western contexts: the case of Bomontiada // Cultural Trends. 2021. Т. 30. №. 2. Pp. 99-121.
10. Nathan M. The wrong stuff? Creative class theory and economic performance in UK cities. 2007.
11. Pratt A. C. The creative and cultural economy and the recession // Geoforum. 2009. Т. 40. №. 4. Pp. 495-496.
12. Ross A. Nice work if you can get it. New York University Press, 2009.
13. Siebert S., Wilson F. All work and no pay: consequences of unpaid work in the creative industries // Work, employment and society. 2013. Т. 27. №. 4. Pp. 711-721.
14. Siemiatycki E. A Smooth Ride? From Industrial to Creative Urbanism in Oshawa, Ontario //International Journal of Urban and Regional Research. 2013. Т. 37. №. 5. Pp. 1766-1784.
15. Wang Y. Z., Zou S. L.-H. Recent Advances in Direct Functionalization of Quinones // Eur. J. Org. Chem. 2019. Pp. 2179-2201.
16. Zheng S., Kahn M. E. Does government investment in local public goods spur gentrification? Evidence from Beijing // Real Estate Economics. 2013. Т. 41. №. 1. Pp. 1-28.
17. Калужский М. Креативность как социокультурный и экономический феномен. Режим доступа http://www.creativeconomy.ru/library/prd163.php.

D. Lugin, Y. Didkovskaya

CREATIVITY AS A CONDITION FOR INNOVATIVE ACTIVITY OF THE YOUNGER GENERATION: A THEORETICAL REVIEW AND ANALYSIS OF MODERN CONCEPTS

Abstract

To date, the enthusiasm caused by the concepts of the "creative economy", first published in John Hawkins' book "Creative Economy", has begun to subside somewhat in the scientific community. How to Make Money from Ideas" in 2001, and the "creative class" reflected in Richard Florida's work "Creative Class: People who are Changing the Future" in 2002. Of course, most of the modern research is still focused exclusively on the positive aspects of the impact of the creative economy on the economy, but there is also an increase in the number of studies of the "reverse side of the coin" of these concepts, such as the widespread instability of creative work and socio-economic inequality. Based on this, in this article, the authors propose to consider the place of creativity among the existing conditions of innovative activity of the younger generation, analyzing modern concepts of creativity and innovation, relative to existing realities. Having analyzed the existing empirical studies, the authors identify the main threats to the application of these concepts of creativity and innovation in practice for the younger generation within the Russian society.

Keywords: creativity, innovation, innovation potential, youth, inequality.

316.346.32-053.6

М. Ю. Семёнов, С. А. Коровин, В. А. Бородина, К. В. Кочеткова

ИНТЕРНЕТ-ВЕЩЕЙ В ПОВСЕДНЕВНОСТИ ПОКОЛЕНИЯ Z

Аннотация

Исследование посвящено рассмотрению отношения представителей поколения Z к развитию такого социотехнического явления как Интернет-вещей (IoT). Эмпирические данные получены в ходе пилотажного анкетного опроса молодёжи посредством сервиса Google-forms. Оценено общее отношение к внедрению Интернета-вещей в повседневность, а также определена позиция респондентов относительно перспективности развитии данной технологической концепции. В ряде случаев ответы поколения Z соотнесены с ответами более возрастных респондентов. Согласно результатам опроса проранжированы отрасли IoT, которые по мнению респондентов наиболее важны для развития (безопасность, здоровье, промышленность). Определены перспективы для дальнейших исследований в данной области.

Ключевые слова: Интернет, Интернет-вещей, поколение Z, центениалы, умный дом.

Интернет без преувеличения стал неотъемлемой частью повседневной жизни большинства людей. В настоящее время в мире насчитывается 4,66 миллиарда пользователей сети Интернет, что составляет 59,5 % от населения всей планеты [1]. В России доля интернет-пользователей составляет 89 % (129,8 миллионов человек) по данным на январь 2022 года [2]. Таким образом, для населения Российской Федерации характерен высокий уровень проникновения Интернета в повседневную жизнь, а следовательно, и его использование в ежедневных практиках.

Наиболее активными пользователями Интернета в России, как и во всем мире являются представители молодого поколения. Так по данным Mediascope доля проникновения Интернета в возрастной группе от 12 до 24 лет среди населения РФ приблизилась к 100 % и составила 97,1 % [3]. Данная группа молодёжи в большинстве своём может быть отнесена к представителям поколения Z или центениалам.

Теоретико-методологически интересным является тот факт, что в российской и зарубежной литературе существуют различия в понимании временных периодов рождения представителей Z-поколения. В нашем исследовании мы придерживаемся мнения отечественных исследователей (В. В. Радаев [4, с. 32], Ю. В. Асташова [5, с. 109]) и склоняемся к восприятию рождения центениалов начиная с 2000 года.

Одним из новых трендов в развитии повседневности человека стал активный рост количества умных устройств, которые его окружают. Данная концепция получила достаточно модное, однако, уже почти устоявшееся, особенно в зарубежной литературе, название – Интернет-вещей (Internet of things или IoT). Интернет-вещей можно понимать, как концепцию сети передачи данных между физическими объектами, оснащенными встроенными средствами и технологиями для взаимодействия друг с другом или внешней средой.

Первый прообраз данной технологии появился еще в начале 80-х годов 20 века в американском университете Карнеги Меллон [6], однако полноценную реализацию данное явление приобрело после прихода эры семантического Интернета в 2011 году. С того же времени начинается активный рост научных публикаций на тему Интернета-вещей.

Принимая во внимание вышеизложенные факты, в данной статье наш исследовательский интерес был сфокусирован на выявлении отношения представителей поколения Z как наиболее активной возрастной когорты к использованию в своей повседневности техники и электроники, работающих в рамках концепции Интернета-вещей.

© Семёнов М. Ю., Коровин С. А., Бородина В. А., Кочеткова К. В., 2022

Эмпирические данные были собраны в ходе выполнения опроса респондентов посредством сервиса Google-forms. Опрос проведен авторами статьи в ходе подготовки исследовательского проекта в мастерской по прикладной социологии. Данные были собраны в период с мая по июнь 2021 года. Всего в исследовании приняло участие 270 человек, проживающих в городе Тюмень, из которых 173 представителя поколения Z, а также 97 человек из числа более старших поколений, то есть тех, кому в момент сбора информации было более 21 года.

Популярность феномена Интернета-вещей среди представителей поколения Z можно оценить как значительную. Так, 30 % центениалов безоговорочно согласны с тем, что технологии IoT являются популярными в текущее время. При этом скорее согласны, чем нет еще 50 % представителей данного поколения.

Внедрение умных устройств в повседневную жизнь оценивается половиной (50 %) молодёжи Z-поколения положительно. Также отмечено, что среди респондентов мужского пола данная точка зрения прослеживается чаще, чем среди девушек (55 % против 46 %). Предполагаем, что это может быть связано со значительной долей включенности компьютерных игр в повседневность мужчин, а также общим интересом к технологическим новшествам.

В ходе опроса респондентам был задан вопрос «Считаете ли Вы перспективным направление Интернет-вещей?». Полностью согласны с этим 50 % респондентов, еще 43 % скорее согласны, чем нет. Отметим, что иными научными исследованиями уже подтверждался тезис о том, что поколение центениалов имеет «сильное желание интегрировать технологию Интернета вещей в свою жизнь, будучи открытыми для ее применения во всех областях применения, в том числе для личного использования, дома и на работе» [7].

Помимо того, всем респондентам было предложено по пятибалльной шкале оценить важность развития Интернета-вещей в зависимости от направления. Результаты свидетельствуют о том, что наиболее важными отраслями по мнению опрошенных стали безопасность, здравоохранение и промышленность. Наименее важной, как не парадоксально – технологии умного дома (подробнее в табл. 1). Следует также отметить, что респонденты из числа старших поколений хоть и выбрали такие же направления, как и поколение Z, однако, были более сдержаны в оценках важности развития.

Таблица 1

Оценка важности развития Интернета-вещей в зависимости от направления (расчет по пятибалльной шкале, где 1 – абсолютно не важно, 5 – крайне важно)

Направление	Средний балл	
	Поколение Z	Старшие поколения
Умный дом	3,3	3,0
Безопасность	4,3	3,7
Здравоохранение	4,3	3,7
Промышленность	4,0	3,5
Транспорт	4,0	3,4
Логистика	4,0	3,6
Сельское хозяйство	3,6	3,3
Городская среда	3,9	3,5
Торговля/Бизнес	3,8	3,4
Финансы	3,9	3,4

Проведение подобного рода прикладных и фундаментальных социологических исследований, на наш взгляд, имеет определенную научную значимость по следующим причинам. Во-первых, они позволяют прирастить объём знаний о повседневности новой возрастной когорты, относящейся к поколению Z. Предполагаем, что подобные материалы

найдут применение в рамках такой социологической отрасли как социология молодёжи. Во-вторых, проведение исследований о центениалах расширяет возможности в прогнозировании предпочтений и социального портрета будущих активных экономических субъектов. В данном случае круг интересантов выходит за пределы академического сообщества и расширяется до уровня частного бизнеса, который крайне заинтересован в понимании своих потребителей.

Среди перспектив для дальнейшей работы в области исследования отношения представителей поколения Z к феномену Интернета-вещей можно выделить следующее. Во-первых, расширение выборочной совокупности опрошенных в части представителей старших поколений с целью их точной дифференциации согласно теории У. Штрауса и Н. Хау. Во-вторых, определение факторов, детерминирующих отношение представителей различных поколений к использованию технических устройств, работающих по принципу Интернета-вещей.

Библографический список

1. Digital 2021: Global overview report. URL: https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report (Дата обращения: 09.04.2022).
2. Digital 2022: The Russian Federation. URL: https://datareportal.com/reports/digital-2022-russian-federation (Дата обращения: 09.04.2022).
3. Аудитория интернета в России в 2020 году. Mediascope. URL: https://mediascope.net/news/1250827/ (Дата обращения: 09.04.2022).
4. Радаев В. В. Раскол поколения миллениалов: историческое и эмпирическое обоснование. (Первая часть) // Социологический журнал. 2020. Том 26. № 3. С. 30-63. DOI: https://doi.org/10.19181/socjour.2020.26.3.7395
5. Асташова, Ю. В. Теория поколений в маркетинге // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2014. Т. 8. № 1. С. 108-114.
6. Madakam, S., Ramaswamy, R. and Tripathi, S. Internet of Things (IoT): A Literature Review // Journal of Computer and Communications. 2015. 3. P. 164-173. DOI:10.4236/jcc.2015.35021.
7. Gonçalves, S. C., Barbosa, B., & Rocha, A. Perceptions and intentions of adopting the internet of things by generation Z. // CBU International Conference Proceedings. 2015. 7. DOI:10.12955/cbup.v7.1346

M. Semenov, S. Korovin, V. Borodina, K. Kochetkova

INTERNET OF THINGS IN THE DAILY LIFE OF GENERATION Z

Abstract

The study deals with the attitude of Generation Z to the development of such socio-technical phenomenon as the Internet of Things (IoT). Empirical data was obtained in a pilot questionnaire survey of young people through Google-forms service. The general attitude to the introduction of the Internet of Things in everyday life was assessed, and the position of respondents regarding the prospects of development of this technological concept was determined. In some cases, the answers of generation Z are correlated with the answers of older respondents. According to the results of the survey, IoT industries, which, according to the respondents, are the most important for development (security, health, industry), were ranked. Prospects for further research in this area are identified.

Keywords: Internet, Internet of Things, Generation Z, centennials, smart home.

РАЗДЕЛ 3. АКТИВИЗМ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ЯВЛЕНИЕ: ИССЛЕДОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРАКТИК

3.1. СОЦИАЛЬНОЕ УЧАСТИЕ МОЛОДЕЖИ: ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ И ПРОЕКТЫ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ И ГОРОДОВ

УДК 130.122: 316.613

Е. Ю. Бикметов, А. В. Лукьянов

ДУХОВНО-КУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СТАНОВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОСТИ МОЛОДЕЖИ

Аннотация

В статье анализируется проблема социального развития молодежи. Рассматриваются интеллектуальный, нравственный потенциал становления социальности молодежи. Исследуется роль культурных установок, духовных ценностей, сложившихся в сознании молодого поколения. Утверждается, что молодежь включается в борьбу против всякого рода застывших содержаний и структур. Однако молодежь не может включиться в будущее, если она отрывается от латентного содержания, которое исчезало и возникало в прошлом.

Ключевые слова: молодежь, социальность, сознание, духовные ценности, будущее.

Научно-познавательная задача настоящего исследования обусловлена проблемной ситуацией, сопряженной с наличием традиционных, рутинных методов, форм взаимодействия институтов власти, образования с молодежью и новыми требованиями современных социальных процессов, будущим местом молодежи в них. Вызовы глобализационного характера актуализируют проблему социального развития молодежи, становления социальности. Современная эпоха предполагает переход к новым формам интеллектуального и коммуникативного взаимодействия агентов социализации, властных, образовательных, научных институтов и молодежи как активного субъекта, создание благоприятных условий и адекватной социальной среды для реализации ее творческих возможностей, удовлетворения потребности в саморазвитии [1, с. 153]. Молодежь выступает наиболее активной частью населения, максимальное включение которой в общественные преобразования даст ощутимые положительные результаты, поскольку выбранные ею ценностные ориентиры во многом определяют будущее общества. Исследователи обращают внимание на необходимость учета «субъектности молодежи в анализе ее темпоральных установок – отношение к прошлому, оценки настоящего и образы будущего» [4; 5, с. 61]. Возрастает роль культурных установок, духовных ценностей, сложившихся в сознании молодого поколения. Ф. В. Й Шеллинг называет молодежь ключевым субъектом, который способствует укреплению духовных ресурсов человеческого рода. Молодежь, субъективно ощущающая счастье, способствует главной цели укрепления наук [8, с. 91-92]. Молодежь стремится к тому, чтобы выстраивать свободные отношения согласно с разумом. Но разум есть свободное деяние, предполагающее такое состояние, в котором еще не было духовной свободы.

Социальность представляется как совокупность сущностных сил человека, ценностей, освоенных и принятых личностью в процессе социализации. В настоящее время молодежь отличается сильным чувством быть тем, что не существует или почти не существует, своей приверженностью к виртуальному времени. Она находится и одновременно не находится в одном и том же пространстве-времени. Молодость как субъективное мироощущение, миропонимание значительна в становлении социальности, поскольку присуща многим людям вне зависимости от возрастной принадлежности. Современная молодежь охвачена клиповым, фрагментарным сознанием. Однако в общественных отношениях наблюдается противоречие между богатством и бедностью, которое не является фрагментарным, а

© Бикметов Е. Ю., Лукьянов А. В., 2022

напротив напряжением, порождающим конфликт между поколениями. Разрешение противоречия имеет преходящий характер.

Общество, для которого характерны социальные антагонизмы, побуждает обратиться к исследованию молодежи не просто как социально-демографической группы, а как социальной силы, находящейся в общественной среде, где не ослабевает жизненная борьба между тенденциями к гражданским свободам и централизации, авторитаризму, часто присущим власти. Действиям власти свойственна некоторая консервативность. Но нормальная общественная жизнь – это всегда баланс между необходимым ущемлением свобод и безопасностью, связанной с централизацией принятия решений. Когда этот баланс смещается в какую-то сторону (естественно, в ущерб другой), система, объект, субъект входят в неустойчивое положение. И чем больше смещается этот баланс, тем более опасно отклонение от нормы функционирование социальных объектов, что чревато непредсказуемым развитием ситуации. Сила государства как нравственной субстанции общественной жизни не в последнюю очередь является характеристикой диалектического процесса, т. е. насыщенного духовного состояния, которое переходит не только в прошлое, но и в будущее. Но молодежь в силу своей духовной энергии ориентирована прежде всего на инновационное. Это новое связано с вызреванием рациональных зерен предшествующего, которое переходит к жизни неисчерпанных трансцендирований в будущем, характеризующемся неопределенностью.

Сегодня политики, представители педагогической общественности критикуют молодежь, которая якобы отстает от запросов времени. Другие, напротив, идеализируют ее возможности. Однако истина состоит в том, что философия и идеология отражают эпоху, «схватывая» эпоху в мысли (Гегель). В данном отношении молодежь не измеряется в качествах «плохое» или «хорошее». Ее субстанциальные характеристики вырастают не из грубой социальной материи, а из духовных процессов, которые характеризуются недостаточно ставшим, возникшим бытием. Молодежь тем не менее избегает надломов, переломов, сторонится еще не удавшегося будущего, стремится постоянно искать новое. Общество и государство должны высвободить резервы, управленческие структуры для стимулирования творческой активности молодых людей. Когда люди уже устали от постоянных преобразований, то это идет вразрез с диалектическим подходом к реальности. Кладбище мыслей, идей не соответствует движению вперед. Духовная, интеллектуальная обеспокоенность есть такая ценность, которая не погружается в застывшие содержания.

Молодость отличается от других возрастных периодов человека именно тем, что она всегда направлена вовнутрь диалектического, исторического процесса. Молодежь включается в борьбу против всякого рода застывших содержаний и структур. Диалектика беспокойства, т.е. диалектика «неисполненности» становится лейтмотивом современной эпохи, характеризующейся турбулентностью. Молодежь не боится всего несовершенного, ведь несовершенное уже в самом себе содержит противоречие, которое связано с импульсивностью, импульсом жизни [7, с. 55].

Сущность духовной обеспокоенности связана не с тем, что можно увидеть. Эта обеспокоенность осуществляется далеко не формально. Молодые люди не должны рассеиваться в своем бытии, как будто бы им нечего больше сказать, сделать, проявить свои сущностные силы. Молодость, строго говоря, соотносима с понятием «бурлящей», процессуальной материи. Однако духовные чувства, хотя и не наглядны, тем не менее, они являются чем-то неделимым. Как бы далеко ни находились от молодежи будущие состояния мысли, однако существует мнение, что чем дальше мы углубляемся в них, тем все становится намного проще. Но это далеко не так. Еще Аристотель говорит о том, что стартовая опора перехода «от уровня простого изменения места» к превращению человеческих свойств в абсолютные и духовные свойства по своей сути сторонится всего статического. Изменение места не знает истории, перспективы. Люди сторонятся понятийного определения потенциального. Они стремятся выразить свои чувства более рельефно. Это в полной мере относится к молодежи, которая ценит мгновения преходящего.

Но смыслы бытия давят на настоящее, на «теперь». Ведь мир не знает и не имеет себя адекватным образом. Человек, особенно в молодости, не удовлетворяется обладанием в мире, не может насытиться существованием, никогда не удовлетворяется действительным мировым началом. Молодежь постоянно видоизменяется. Она устремлена к сущему, не соотносится с объективной возможностью. Молодежь хоть и стремится к получению образования, тем не менее, образование постоянно видоизменяется, представляя собой тенденцию чего-то частично обусловленного, и это имеет характер объективной возможности. Но откуда начинается «первичное», целое, т.е. то, что толкает действующее начало в бытии? Интенсивность истока движения все же есть нечто внутреннее. Объективное при этом есть все же предметное мышление.

Молодость человека характеризуется тем, что у нее имеется некое «бурлящее» начало, поэтому и внутренний путь к реализации творческих интересов так короток. Духовное, строго говоря, отличается от иных сфер существования человека тем, что процесс созидания превышает созданное. Духовное не потребляется до конца, а постоянно осваивается. Без участия молодежи в духовном, социальном процессе нет нового общественного подъема, а социум обречен на социальное и нравственное выгорание.

Духовное бытие предотвращает раздробление личности на атомы. Духовное не оставляет человека равнодушным к бедам других людей, реализует мир как дом, где человек чувствует себя уютно. А это, как известно, составляет фундаментальную предпосылку развития мышления, освоения мира. Мысль человека схватывает самою себя, продвигается вперед, обходя различные препятствия. Главным из них является отсутствие мотивов, стремления, мечты. Молодые люди как раз и отличаются «бурлящими» желаниями и чувствами. Э. Блох замечает в данном отношении следующее: «Мы живем не для того, чтобы жить, а потому, что мы живем – именно в это мгновение» [3, с. 229]. Побуждение молодости к еще не существующей лучшей жизни становится тем самым историческим. Именно мышление постоянно устремлено к будущему. Мысль лишь тогда увлекает, когда она все в большей мере вовлекается в свои собственные духовные глубины. Для молодежи характерен поиск бытия, социального самоопределения. Однако растущая духовная высота вещей не игнорирует многообразия возникающих деталей. Эти детали связаны с содержательной стороной вещей и процессов, в том числе с мышлением. Существование, жизнедеятельность молодежи связаны с подвижным характером смыслов и значений настоящего времени. Возможность творческой деятельности сопряжена с необходимостью проявить. Но категория возможности заключает в себе случайное. Эта онтология стремится к закрытости. Молодежь есть социальная и одновременно духовная сила. Молодежь сегодня избегает мифологий, мифологического начала. Это начало отстранено от сферы духовного и вполне может отдаляться от действительности, которую невозможно конструировать. Если вдруг оказывается, что это не так, то возникает реально-возможная утопия. Следует отказаться от стереотипа плохой и хорошей молодежи. Сегодня мы находимся в пути, маршрут которого нигде не определен. Но творческий труд требует включения людей в этот процесс, которые порывают с нерешительно-латентным состоянием.

Итак, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, изучение духовного производства и потребления требует междисциплинарного обоснования применения социальных технологий в работе с молодежью, которые предполагают мировоззренческий переход – «осмысление субъектами управления картины жизни, которая учитывала бы такие переменные, как демографические показатели, социально-экономический статус, уровень культуры и образования, социально-духовное здоровье личности и ее самосознание» [2, с. 349]. Необходима кооперация институтов образования с семьей, институтами власти, науки, заинтересованными группами общественности в формировании ценностей молодежи, ориентированная на профессиональное и духовное воспроизводство. Результаты исследований подтверждают, что семья выступает активным агентом образовательной и профессиональной социализации молодежи [6, с. 104], а значит становления социальности.

Во-вторых, молодежь не сможет реализовать свои творческие функции, если отсутствует шкала ценностей и ценностных ориентаций, основанных на преодолении неготового мира, т. е. мира, в основе которого лежит духовное бытие.

В-третьих, молодежь не может включиться в будущее, если она отрывается от латентного содержания, которое исчезало и возникало в прошлом. В человеческом труде, человечности труда отражается нравственный облик культуры. Человеческая культура с ее огромным духовным потенциалом есть возможность творческого успеха. Именно этим обусловлено стремление авторов исследовать духовно-культурный потенциал становления социальности молодежи.

Библиографический список

1. Бикметов Е. Ю., Кунгурцева Г. Ф., Хозинов Р. Р. Сотрудничество местных органов власти с молодежью в кризисный период: проблемы и перспективы // Вопросы управления. 2015. № 6 (37). С. 149-154.
2. Бикметов Е. Ю., Сизоненко З. Л., Юлдашева О. Н. Планирование и реализация здоровьесберегающих технологий управления // Материалы международной научно-практической конференции «Здоровье как ресурс: V. 2.0» / Под ред. З.Х. Саралиевой. Н. Новгород: Изд-во НИСОЦ, 2019. С. 346-349.
3. Блох Э. Тюбингенское введение в философию. Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 1997. 400 с.
5. Коган Л.Н. Вечность. Преходящее и непреходящее в жизни человека. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1994. 208 с.
6. Молодежь о будущем России и о себе: вызовы настоящего и конструирование горизонтов грядущего / Багирова А. П., Банникова Л. Н., Бледнова Н. Д. и др. (по материалам VIII этапа мониторинга динамики социокультурного развития уральского студенчества 1995-2020 гг.). Екатеринбург: УрФУ, 2021. 372 с.
7. Семейная экосистема человека / Саралиева З. Х. М., Александрова Е. А., Воронин Г. Л. и др. Нижний Новгород: Изд-во НИСОЦ, 2018. 224 с.
8. Hegel G. W. F. Gesammelte werke. Bd. 9. Hamburg: Felix Meiner, 1980.
9. Schelling F. W. J. Philosophie der Offenbarung 1841/42. Herausgegeben und eingeleitet von Manfred Frank. Suhrkamp taschen buch wissenschaft. Frankfurt am Main, 1993.

E. Bikmetov, A. Lukyanov

SPIRITUAL AND CULTURAL POTENTIAL OF THE FORMATION OF YOUTH SOCIALITY

Abstract

The article analyzes the problem of social development of youth. The intellectual and moral potential of the formation of the sociality of youth is considered. The role of cultural attitudes, spiritual values that have developed in the minds of the younger generation is investigated. It is argued that young people are involved in the struggle against all kinds of frozen contents and structures. However, young people cannot get involved in the future if they break away from the latent content that disappeared and arose in the past.

Keywords: youth, sociality, consciousness, spiritual values, future.

УДК 304.2

Т. Ю. Быстрова

ВОВЛЕЧЕНИЕ МОЛОДЕЖИ В СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ШКОЛЬНЫЙ ПРОЕКТ: МЕЖДУ НАУЧНОЙ МЕТОДОЛОГИЕЙ И СТЕРЕОТИПАМИ АУДИТОРИЙ

Аннотация

В статье анализируется опыт автора по реализации социокультурного проекта «Лицейский круг: Дягилевка и дягилевцы» в г. Екатеринбурге, предполагающего вовлечение школьников и молодых педагогов в проектирование школьного музея, понимаемого как активное общественное пространство, место усиления школьной идентичности. От инициаторов подобных проектов в каждом отдельном случае требуется: быстрое объяснение доступным языком особенностей новых музеев в их отличии от классических экспозиций; уникальный набор технологий вовлечения и форм организации возникающего контента; готовность к постоянным видоизменениям форматов участия. Чтобы не скатиться исключительно к имитативным практикам вовлечения, реализуемым за счет административного ресурса школы, необходима постоянная обратная связь с целевыми аудиториями проекта.

Ключевые слова: школьный музей, социокультурный проект, новая музейная парадигма, вовлечение, дизайн музея.

Гимназия № 8 «Лицей им. С. П. Дягилева» в Екатеринбурге – школа искусств с большим стажем и хорошей репутацией – в последние годы столкнулась с проблемами утраты популярности. Кроме того, школьники разных классов часто не определяют себя через принадлежность к ней, что, в свою очередь, влияет на профессиональную ориентацию: закончив школу, они не идут учиться творческим специальностям, рассматривая полученные навыки музыка, танца, живописи как хобби. В совокупности с крупной датой – 150-летием С. П. Дягилева в 2022 году – сказанное стало поводом для проекта по созданию школьного музея (авторы И. Я. Мурзина, Т. Ю. Быстрова, Е. Е. Трофимова, поддержано Фондом президентских грантов).

Инициаторы проекта понимали, что лицей постепенно теряет свое влияние на социум и что необходима трансформация образовательной среды, включающей не только классные помещения и привычные формы. Проект нацелен на нахождение новых форм регулярного взаимодействия людей разных поколений – учителей, выпускников, учеников. Работа по сохранению социальной памяти школы и усилению ее идентичности может быть успешной только при условии их вовлечения в общий творческий процесс. Соответственно, и сам музей трактуется в проекте как, прежде всего, площадка взаимодействия разных людей.

В Гимназии № 8 школьный музей когда-то существовал и номинально еще существует. Экспертный опрос (проведен в мае-июне 2021 г. методом экспертных интервью с администрацией и педагогами школы) показал, что педагоги осознают значимость такой институции как школьный музей, но внутри своей школы не видят, что он существует. Есть специально отведенное место без оборудования, фонды, включающие видео- и аудиозаписи, связанные с ключевыми событиями истории школы. К юбилею С. П. Дягилева начала создаваться медиатека записей воспоминаний старейших педагогов и выпускников образовательной организации. Сохраняются материалы художественных выставок, в коридорах школы висят картины учеников разных лет. Потребность в хранении и передаче школьных проектов, ценностей, традиций есть. Но контент, музейное пространство и формы работы не имеют концепции. Дизайн отсутствует, предназначенные для музея стенды не соответствуют требованиям к визуальному оформлению образовательной среды. Интервьюеры высказали, что: «… музей не соответствует своей цели быть хранителем и

© Быстрова Т. Ю., 2022

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ по теме 20-011-00471 «Социальное участие молодежи в социокультурном развитии городов России и постсоветских стран: компаративный анализ потенциала и моделей управления».

транслятором памяти о школе», «… если сравнивать наш музей и другие музеи школ Екатеринбурга, то мы проигрываем», «… детям и педагогам в музее не интересно».

Особое внимание инициаторы проекта обратили на медленные темпы создания музея. При наличии материалов и поводов процесс фактически стоял на месте. Это свидетельствовало об отсутствии лидеров, ключевого концептуального замысла либо привычки к совместным активностям. Все версии однозначно подтверждали необходимость партисипаторного подхода.

В его реализации мы опирались на идеи С. Агаповой и ее коллег о мнимом и реальном вовлечении в сообщество [3, с. 21] (Рис. 1). На ней видны три имитативные формы, к которым достаточно соблазнительно прийти, работая в школе и которых предстояло избегать. Принимался во внимание и целый спектр методов и методик вовлечения, от круглых столов [9, p. 47] до интерактивных объектов [1]. Для уточнения форматов работы с молодежной аудиторией было продуктивным обращение к наработкам социологов, изучающих активности молодежи в городах [2; 10]. Помимо теоретических работ важно обращение к методическим рекомендациям специалистов разных стран и кейсам отдельных проектов [7]. Наконец, большое подспорье дали работы по дизайн-мышлению, помогающие осуществлять декомпозицию совместного проектного процесса, раскладывая ее на минимальное число простых этапов и действий (часть которых все равно не выполняется участниками) [5; 8; 11].

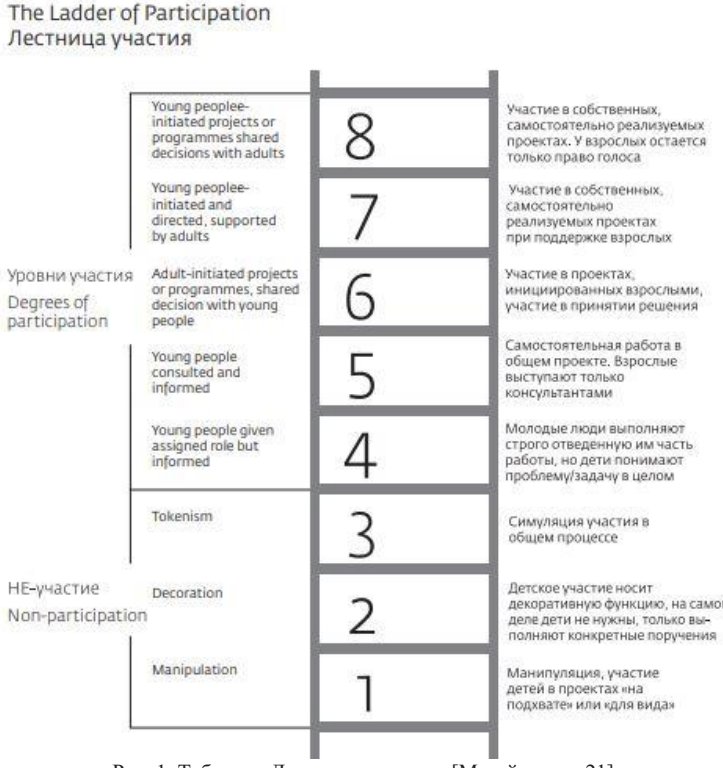


Рис. 1. Таблица «Лестница участия» [Музей как, с. 21]

Каким бы новым и современным, неожиданным и уникальным ни был проектируемый музей, необходимо помнить о его главных функциях как социального института – трансляцию ценностей, актуализацию и интерпретацию культурно-исторических данных, укрепление социальных связей, содействие культурному самовыражению [4, с. 8]. Носителями этих ценностей являются все, кто находится в лицее, их не нужно откуда-то привносить. Поэтому инициаторы проекта предложили провести серию воркшопов с учителями и родителями по выработке решений, касающихся входной группы, логотипа, интерактивного экспоната, композиции и т. п. школьного музея.

На первый воркшоп благодаря требованию директора школы пришло более 30 учителей разных отделений. Несмотря на предварительно проведенный опрос, они настороженно отнеслись к инициаторам проекта. Так, в начальной части воркшопа, где на двух слайдах рассказывалось о специфике современных музеев, раздались достаточно резкие фразы учителей о том, что им это не интересно и они не понимают, зачем их сюда привели. Отчасти в такой раекции было виновато слабое информационное сопровождение проекта, но, скорее всего, только им дело не исчерпывалось. Явно давал о себе знать какой-то предшествующий негативный опыт.

Материалы о партисипаторном проектировании, первые из которых относятся к 1980-м гг., когда его развивали архитекторы-постмодернисты, подобных фактов не содержат [6]. Предполагается, что, если люди пришли на встречу, они тем самым продемонстрировали интерес и некоторое доверие к организаторам и проекту.

Инициаторы вдохновлялись примером, о котором пишет Ч. Дженкс, что архитектура соучастия открыла для проектировщиков решения, о которых в противном случае они могли даже не догадываться. Он приводит в пример архитектора Чарльза Мура, который в 1980-х гг. сотрудничал с местными сообществами и даже телевизионной аудиторией, обсуждая свой проект реконструкции Епископальной церкви Св. Матфея в Лос-Анджелесе. Община была разделена по идеологическим и эстетическим взглядам на несколько групп, а основной раскол проходил между сторонниками высокого и низкого здания. На первой встрече архитекторы просто продемонстрировали слайд-шоу различных зданий и церквей в самых разных стилях; благодаря этому началось обсуждение разных вариантов проекта и способов проведения службы. Затем в течение месяца были проведены четыре мастерские длительностью по целому дню. Первая мастерская была посвящена выбору площадки, вторая – созданию макетов церкви с учетом пожеланий прихожан, третья – работе с набором элементов, предложенных архитекторы, и четвертая – выбору деталей внутреннего убранства. Ч. Дженкс признает, что семинары привели к несогласию и спорам, но именно поляризация мнений подстегнула креативность участников [6, с. 74-75].

Настроение ряда учителей и родителей было настороженным и скептичным, а значит, нетворческим. Они показывали, что их время занимают ерундой и что они сами все знают без организаторов. Конкретных критических замечаний не звучало, внятных предложений по помощи организации процесса – тоже. Ситуация не благоприятствовала получению обратной связи, но гипотетически можно предположить очень низкую степень открытости и социального доверия, незаинтересованность в школьных делах (что, собственно, было ясно и прежде).

На втором воркшопе, на который приглашали исключительно добровольцев и заинтересованных людей, учителей было в три раза меньше, преобладающую часть составляла молодежь. Благодаря интересным совместным находкам участники разошлись удовлетворенными. Третье и четвертое занятия тоже прошли успешно. К этому времени возникла «традиция» демонстрации-напоминания и короткого обсуждения результатов предыдущей встречи для тех, кто не мог присутствовать на ней. Приглашения в чате всякий раз содержали не только тематику, но и четкую структуру занятия. По всеобщему согласию шесть групп, выполнивших шесть логотипов музея, было «втянуты» после занятия в голосование на лучший логотип (этого этапа вовлечения нельзя было предполагать заранее).

Находясь в процессе проектирования музея, на данном этапе инициаторы начинают работу со школьниками старших классов, где выявятся свои стереотипы и свой потенциал. В данный момент можно сказать лишь о том, что любые практики вовлечения дают конкретный набор корректировок, которые трудно просчитать в полном объеме.

Отрицательные стереотипы, которые еще У. Липпман характеризовал, как препятствующие всякой активности, в нашем случае связаны, прежде всего, с оценкой школы как места, где с человека всегда что-то требуют и где он мало получает взамен. Автостереотипы («я очень занят», «я не просто очень занят, но мне необходимо громогласно сказать об этом окружающим», «я занят, значит, я успешный человек) можно обойти довольно быстро, но для этого нужна подготовленность тех, кто проводит воркшоп. От невоспитанности, грубости и пренебрежения не застрахован никто, но именно они, – а не стереотипы, – больше всего тормозят процесс совместного проектирования.

Библиографический список

1. Быстрова Т. Ю. Использование художественных механизмов в современных музейных коммуникациях (проект «Искусство Путешествий», УОЛЕ, 2013–2014) // Художественная специфика и социальный потенциал современного искусства. Сборник научных статей. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2017. С. 20-42.
2. Быстрова Т. Ю., Певная М. В., Асоян Л. А. Место молодежных инициатив в культурном ландшафте Гюмри // Известия УрФУ. 2021. № 4. С. 115-128.
3. Музей как пространство образования: игра, диалог, культура участия / Под. ред. А. Щербакова. Сост. Н. Копелянская. М.: Фонд Михаила Прохорова; Творческая группа «Музейные решения», 2012. 176 с.
4. Мурзина И. Я. Школьный музей: теория, практики, перспективы / Под. ред. Н.А. Симбирцева. Екатеринбург: ООО «Институт образовательных стратегий», 2021. 200 с.
5. Freeman E., Freeman El., Bates B., Sierra K. Head First Design Patterns. Newton: O`Reilly, 2004. 620 p.
6. Jencks Ch. The New Paradigme in Architecture. The Language of Post-Modernism. Second printing. New Haven, London: Yale University Press, 2008. 280 p.
7. Menkshi E., Braholly E., Cobani S., Shehu D. Assessing Youth Engagement in the Preservation and Promotion of Culture Heritage: A Case Study in Korça City, Albania // Sciendo. 01/03/2021. DOI: https://doi.org/10.2478/quageo-2021-0009 (дата обращения: 8.04.2022)
8. Rowe P. G. Design Thinking. London, Cambridge: The MIT Press, 1987. 240 p.
9. Tait R., Kail A., et all. How can we engage more young people in arts and culture& A guide to what works for funders and arts organisations. The Mohn Westlake foundation, 2019. 60 p. URL: https://www.thinknpc.org/wp-content/uploads/2019/08/Arts-Engagement-Report-2019-web.pdf (дата обращения 09.04.2022)
10. Telepaeva D., Pevnaya M. Features of Sport Volunteers' Motivation in the Large Russian Region // The 7th International Conference on Education and Social Sciences: Conference Proceedings. January 20-22, 2020. Dubai, UAE. Pp. 134-139. WoS: 000545005700039.
11. Walters D., Brown L. L. Design First. Design-based planning for communities. Oxford: Elsevier; Architectural Press, 2004. 289 p.

T. Bystrova

YOUTH ENGAGEMENT IN A SOCIO-CULTURAL SCHOOL PROJECT: BETWEEN SCIENTIFIC METHODOLOGY AND STEREOTYPES OF AUDIENCES

Abstract

The article analyzes the author's experience in the implementation of the sociocultural project "Lyceum Circle: Diaghilevka and Diaghilev" in Ekaterinburg, presuming the involvement of schoolchildren and young teachers in the school museum design, understood as an active public space, a place to strengthen school identity. it is from the initiators of such projects in each individual case required: a quick explanation in an accessible language of the features of new

museums in their difference from classical expositions; a unique set of engagement technologies and forms of organizing emerging content; readiness for constant modification of participation formats. In order not to slide down into imitative engagement practices implemented at the expense of the administrative resource of the school, constant feedback from the target audiences of the project is necessary.

Keywords: school museum, sociocultural project, new museum paradigm, involvement, museum design.

УДК 304.44

А. В. Ижик, Е. А. Кострова, А. Н. Тарасова

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОВЕДЕНИЯ ВНЕШНЕЙ ЭКСПЕРТИЗЫ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация

Актуальность темы обусловлена тем, что задача экспертизы социальных проектов, реализуемых некоммерческими организациями, ставится Минэкономразвития России, но при этом утвержденная методика отсутствует. Существующие научные публикации не закрывают методологический пробел в части проведения внешней экспертизы социальных проектов в процессе их реализации. Цель работы – показать возникающие методологические сложности при проведении внешней экспертизы социальных проектов некоммерческих организаций и возможности их преодоления. В данной статье представлен опыт проведения командой студентов внешней экспертизы 18 социальных проектов, получивших поддержку Министерства образования и молодежной политики Свердловской области в 2020-2021 годах с точки зрения используемых методологических принципов и подходов. Авторами выделены и обоснованы основные качественные и количественные показатели оценки социальных проектов в процессе их реализации, показаны подходы к их замеру. В качестве результата приводятся рекомендации по проведению внешней оценки социальных проектов.

Ключевые слова: социальный проект, некоммерческая организация, экспертиза, внешняя оценка, эффективность проекта, Свердловская область.

Ежегодно наблюдается тенденция увеличения интереса к различным социально ориентированным проектам: они получают все больше финансовых средств от государства, о них говорят в СМИ. Однако вопросы оценивания социальных проектов реализуемых СО НКО методологически не проработаны. Те немногочисленные публикации, где поднимается вопрос проведения внешней экспертизы социальных проектов в процессе их реализации, практически не содержат четких методологических рекомендаций по оцениванию. Вместе с тем задача проведения экспертизы социальных проектов, в процессе их реализации некоммерческими организациями, ставится Минэкономразвития России, что определяет актуальность данной темы.

Общепринято выделяется три вида оценки проектов: предварительная, промежуточная и итоговая. Предварительная экспертиза предполагает оценку результативности проекта на этапе его планирования [2]. На данной стадии обычно фиксируются преимущества и недостатки проекта, делаются выводы о реальности его реализации, о значимости результатов и социальном эффекте, которые будут получены в случае осуществления проекта [1]. Такая оценка используется на этапе отбора проектов для того, чтобы сделать вывод о том необходима ли реализация определенного социального проекта. Согласно Н. Л. Борониной, Е. Э. Лайковской, З. В. Сенук промежуточная оценка или экспертиза проекта в процессе его реализации применяется для фиксирования промежуточных результатов [2]. Заключительная экспертиза необходима для сравнения итоговых результатов проекта с запланированными, также она позволяет сделать выводы о достижении поставленной цели и установить дальнейшие направления развития проекта.

© Ижик А. В., Кострова Е. А., Тарасова А. Н., 2022

Подготовлено при поддержке РФФИ, научный проект № 20-011-00471А.

Методологии проведения предварительной и итоговой внешней экспертизы социальных проектов достаточно разработаны и понятны, в отличие от промежуточной внешней оценки проектов, которая имеет множество методологических пробелов и конкретно нигде не определена. При этом внешняя экспертиза социальных проектов в ходе их реализации дает более объективные сведения о том, как реализуется проект, предоставляет возможность корректировки проекта для достижения запланированных итогов.

Бурмыкина И. В. выделяет следующие положительные результаты промежуточной экспертизы: возможность выделить различные направления, в которых реализация проекта проходит наиболее успешно; определить слабые стороны, недостигнутые для данного этапа показатели для прогнозирования возможных отрицательных последствий, чтобы предупредить риск их возникновения; вовремя отследить недостатки и ошибки в ходе реализации проекта, когда еще есть возможность их устранения [3]. Таким образом, положительный эффект от внешней экспертизы имеется и для некоммерческих организаций, так как они получают возможность доработки промежуточных результатов, что дает возможность создать дальнейший план работы.

Определенные критерии и показатели для проведения внешней оценки социальных проектов в процессе их реализации в существующих научных публикациях не указаны. При этом для выделения возможных качественных и количественных показателей оценки социальных проектов в процессе их реализации, следует рассмотреть критерии и показатели, использованные на других этапах экспертизы проектов.

Для предварительной экспертизы проектов «Фонд президентских грантов» использует такие критерии, как актуальность и социальная значимость проекта; логическая связность и реализуемость проекта, соответствие мероприятий проекта его целям, задачам и ожидаемым результатам; инновационность, уникальность проекта; соотношение планируемых расходов на реализацию проекта и его ожидаемых результатов, адекватность, измеримость и достижимость таких результатов; масштаб реализации проекта; собственный вклад организации и дополнительные ресурсы, привлекаемые на реализацию проекта, перспективы его дальнейшего развития; опыт организации по успешной реализации программ и проектов по соответствующему направлению деятельности; соответствие опыта и компетенций проектной команды планируемой деятельности; информационная открытость организации [4].

Для проведения промежуточной внешней экспертизы проекта из критериев предварительной оценки можно позаимствовать, например, такие как: инновационность проекта, масштаб реализации проекта; собственный вклад организации и дополнительные ресурсы, привлекаемые на реализацию проекта, перспективы его дальнейшего развития, но проводить оценку данных критериев не на этапе планирования проекта, а в ходе его реализации, так как план реализации социального проекта может быть расписан подробно и правильно, но только уже в процессе реализации можно понять действительно ли организация используют инновационные методы и подходы в своей работе, в каких масштабах реализуется проект, какой собственный вклад в реальности организация вносит в проект и т.д.

В качестве критериев оценки социальных проектов в виде мониторинга И. В. Бурмыкина выделяет такие показатели как: социальная эффективность; информационная открытость; организационная компетентность; экономическая эффективность; кадровое развитие [3]. При этом данный автор выделяет не только критерии для оценки социальных проектов в виде мониторинга, но и раскрывает показатели, из которых они состоят. Опираясь на многие из данных критериев, можно осуществить внешнюю экспертизу проектов в ходе их реализации, но при этом эти критерии все же требуют определённой трансформации, учета специфики и возможных ограничений именно социальных проектов. Сложность может быть с доступной информацией о проекте и организации его реализующей, что также может ограничивать применение некоторых показателей для промежуточной внешней оценки социальных проектов.

Таким образом, экспертиза в процессе реализации социальных проектов является важным и необходимым этапом оценки. Она имеет свои особенности, отличается от предварительной и итоговой экспертизы, и не сводится и в коем случае к ним. Промежуточная экспертиза проекта дает такие результаты, которые нельзя получить с помощью внешней оценки на других этапах реализации социальных проектов. Одним из главных преимуществ такой экспертизы является получение наиболее реалистичных сведений о том, как реализуется проект, а также она дает возможность организациям доработать промежуточные результаты, что естественно положительно сказывается на итоговых результатах проекта.

По заказу Министерства образования и молодежной политики Свердловской области командой студентов был реализован пилотный в регионе опыт проведения внешней экспертизы социальных проектов в процессе их реализации. Внешней оценке подверглись те проекты, которые уже прошли первичную экспертизу на стадии заявки и признаны лучшими, на данные проекты уже выделены деньги, поэтому в ходе экспертизы сама идея проекта не оценивалась, а оценивалась только реализация этой идеи. В отличии от экспертной оценки, осуществляемой на стадии заявок, в ходе промежуточной экспертизы проекты не сравнивались друг с другом, а оценивалось лишь их соответствие (или не соответствие) собственным запланированным показателям, т.е. при оценке не осуществлялось ранжирования проектов хуже\лучше, а акцент был скорее на изучение точек роста проекта в его уникальном контексте.

Опыт проведения промежуточной внешней экспертизы социальных проектов в ходе их реализации позволил на практике выделить ряд преимуществ, проблем и рекомендаций по внешней экспертизе социальных проектов в процессе их реализации.

В ходе работы нашей команды проведена экспертиза 19 проектов, получивших в 2020-2021 гг. поддержку Министерства образования и молодежной политики Свердловской области. Перед командой стояла задача собрать объективную информацию о реализуемых в регионе социальных проектах с участием молодежи и провести экспертизу с точки зрения использования новых (соответствующих современным тенденциям) технологий вовлечения молодежи в эти проекты, вклада этих проектов в социокультурное развитие городов и местных сообществ. Работа проводилась в несколько этапов:

1) сбор первичной информации об организации и проекте (статьи в СМИ, посты в социальных сетях, видеоматериалы и т.д.);
2) отбор релевантных информационных источников;
3) посещение (при возможности) мероприятий в рамках проекта в очной или онлайн-форме;
4) анализ собранной информации и сопоставление реализации проекта с прописанными в заявке пунктами;
5) составление итогового отчета.

Непосредственно оценивание социальных проектов проходило по трем ключевым направлениям: 1) соответствие информации, поданной в заявке с действительностью (т.е. соотношение плана и фактической реализации), 2) участие молодежи и механизмы ее включения, 3) вклад проекта в социокультурное развитие городского пространства. По завершении по каждому проекту был приготовлен типовой отчет с прописанными критериями оценки и возможными рекомендациями.

Оценка начиналась непосредственно с изучения общей характеристики проекта и реализующей его организации (т.е. с рассмотрения исходной заявки проекта). Затем осуществлялся анализ социальных сетей и сайта организации и проекта, размещенная в СМИ информация о них (т.е. сбор всей возможной информации о проекте, его реализации). На данном этапе оценивалась информационная открытость и активность организации. Следовательно, чем выше эта активность была (количество лайков, комментариев и репостов в социальных сетях, упоминаний в СМИ и пр.), тем выше интерес к проекту со стороны

целевой аудитории. Здесь же проверялась достоверность указанных в заявке источников размещения информации. В случае их отсутствия делались определенные заметки в отчете.

Отдельным пунктом отчета был анализ типов участия молодежи в проекте, оценка эффективности механизмов включения. Здесь рассматривались следующие показатели: целевая аудитория проекта (стоит упомянуть, что изначально были отобраны проекты, предполагающие участие тех или иных групп молодежи), формы молодежного участия, способы и механизмы привлечения молодежи в проект, степень заинтересованности молодежи в проекте, а также давалась оценка влияния проекта на молодежь. В первую очередь такой выбор обусловлен тем, что с каждым годом все острее поднимается вопрос вовлеченности подрастающего поколения в подобные проекты и различные активности, предпринимается попытка воспитать «культуру включенности» для того, чтобы привнести в проекты новое видение, актуализировать разного рода знания, позаботиться о человеческом капитале и будущем страны. Многим НКО было порекомендовано переориентировать работу с молодежью таким образом, чтобы удерживать баланс «общество дает молодежи» и «молодежь дает обществу» без которого социальная активность оказывается не продуктивной и снижается.

И последний раздел отчета был посвящен оценке вклада проекта в социокультурное развитие города. Данный раздел выделен из тех соображений, что любой социальный проект должен способствовать развитию города, местного сообщества. Здесь в первую очередь оценивалось то, что оставляет проект после себя после своего завершения. Например, это может быть какая-то площадка, которая будет пользоваться спросом в дальнейшем и оказывать благотворное влияние на городское пространство. Таким образом, сделана попытка оценить перманентность проекта, его преемственность, чтобы он оказывал влияние на жизнь населения и развитие территории даже после своего завершения.

Нельзя не отметить и возникшие в ходе проведения экспертизы проблемы и трудности. Во-первых, это отсутствие какой-либо информации о проекте или об организации в социальных сетях, СМИ, приходилось судить о качестве реализации проекта лишь по отдельному посещенному мероприятию и интервью с организатором, что несколько усложняло работу и адекватность внешней оценки. Во-вторых, эпидемиологическая ситуация в регионе, которая внесла свои коррективы в проведении ряда мероприятий. В-третьих, многие некоммерческие организации реализуют сразу несколько похожих проектов, при этом ни в заявке, ни в информационном пространстве их четко не дифференцируют. В результате не всегда понятно, где завершается один проект и начинается другой. Допускается, что одно и то же мероприятие может быть реализовано в рамках нескольких отдельных проектов, но тогда стоит более четко показывать суть проекта и его границу, чтобы оценка проектов была более адекватной. Кроме того, как отмечалось ранее, при наличии запроса на данную экспертизу, конкретная методика отсутствует. Из-за этого была трудность в том, чтобы оценить социальные проекты абсолютно разные по конечному результату (например, созданный продукт или проведение ряда мероприятий), по целевой аудитории, по различной проблематике, по величине бюджета и субсидирования и т.д.

В ходе работы командой были сформулированы некоторые общие рекомендации по проведению процедуры внешней оценки социальных проектов:

– по возможности посещать мероприятия оцениваемого проекта для большей включенности и его понимания;

– проводить интервью с участниками проекта и организаторами;

– использовать разные технологии оценки для проектов, предполагающих продуктовый результат, и проектов, основная специфика которых – проведения мероприятий;

– для повышения качества проводимой оценки использовать принцип триангуляции данных;

– обязательно учитывать качественные показатели, а не делать акцент исключительно на количественные;

– оценивать проект в контексте дальнейшего масштабирования и расширения аудитории.

Министерство образования и молодежной политики отметило данный пилотный опыт проведения промежуточной оценки социальных проектов как успешный. Положительный эффект получили и некоммерческие организации, которые в представленных им отчетах увидели, как их проект воспринимается «со стороны», каковы точки роста для дальнейшего развития проекта. Важно продолжать дальнейшую работу по развитию процедуры организации и проведения промежуточной внешней оценки проектов НКО, поскольку это может стать отличным инструментом развития некоммерческих организаций и их проектов.

Библиографический список

1. Бачков Р. А. Методические рекомендации «Социальные проекты: разработка, реализация и оценка (оценивание)». Режим доступа: https://xn--80atbhfheqr.xn--p1ai/wp-content/uploads/2019/07/metodicheskierekomendacii_social-nyieproektyi.pdf.

2. Боронина Н. Л., Лайковская Е. Э., Сенук З. В. Моделирование технологии оценки социальных проектов: подходы и методы // Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления: материалы всероссийской научно-практической конференции, памяти профессора Валерия Трофимовича Шапко (Екатеринбург, 28 февраля 2014 г.). Екатеринбург: Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2014. С. 37-45.

3. Бурмыкина И. В. Мониторинг и оценка эффективности реализации проектов/программ социально ориентированных некоммерческих организаций. Режим доступа: https://grans.hse.ru/data

4. Процедура и критерии оценки заявок экспертами конкурса // Фонд президентских грантов. Режим доступа: https://xn--80ahaefyxhn.xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/Article/?id=134.

A. Izhik, E. Kostrova, A. Tarasova

PROBLEMS AND PROSPECTS OF EXTERNAL EVALUATION OF SOCIAL PROJECTS OF NON-PROFIT ORGANIZATIONS

Abstract

The relevance of the topic is due to the fact that the task of examining social projects implemented by non-profit organizations is set by the Ministry of Economic Development of the Russian Federation, but there is no approved methodology. Existing scientific publications do not close the methodological gap in terms of external evaluation of social projects in the process of their implementation. The purpose of the work is to show the methodological difficulties that arise when conducting an external examination of social projects of non-profit organizations and the possibilities of overcoming them. This article presents the experience of a team of students conducting an external examination of 18 social projects that received support from the Ministry of Education and Youth Policy of the Sverdlovsk Region in 2020-2021 in terms of the methodological principles and approaches used. The authors identified and substantiated the main qualitative and quantitative indicators of the evaluation of social projects in the process of their implementation, and showed approaches to their measurement. As a result, recommendations are given for conducting an external evaluation of social projects.

Keywords: social projects, non-profit organization, external evaluation, project efficiency, Sverdlovsk region.

УДК 304.44

Д. В. Минченко, М. В. Певная

ПОТЕНЦИАЛ КУЛЬТУРНОГО ВОЛОНТЕРСТВА МОЛОДЕЖИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

Волонтерство представляет собой реализацию социальной активности молодых граждан, что полностью соответствует основным направлениям молодежной политики современной России. Помимо социального, экологического, спортивного, образовательного и других видов добровольчества, особое развитие в рамках нашей страны получило именно культурное волонтерство. В статье, основываясь на результатах анкетного опроса старшеклассников Свердловской области (2021; N – 667), предпринята попытка охарактеризовать потенциал волонтерской деятельности молодых людей и девушек Среднего Урала в культурной сфере. В ходе исследования была обнаружена корреляционная зависимость между добровольческим опытом по оказанию безвозмездной помощи в социокультурных практиках и уверенностью старшеклассников в том, что они в силах оказать определенное влияние на текущее положение дел в их родных городах.

Ключевые слова: молодежь, добровольческая деятельность, культурная сфера, культурное волонтерство, социальное участие молодежи.

В современной России в условиях социально-экономических потрясений возрастает популярность добровольчества. Такая растущая активность находит свое отражение в желаниях и действиях граждан страны безвозмездно оказывать помощь тем, кто в ней действительно нуждается. Добровольческая деятельность определяется как форма гражданского социального участия, которая заключается в мобилизации общественных усилий, направленных на решение значимых социальных задач [3]. Волонтерство как особый социальный феномен характеризуется неравнодушным отношением людей к чужим проблемам и трудностям, стремлением воплотить в жизнь идеалы, помочь незащищенным социальным группам [2, с. 165].

В соответствии с результатами Всероссийского опроса волонтеров, реализованного в 2019 году Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ «Высшая школа экономики» в рамках мониторинга состояния гражданского общества совместно с Агентством стратегических инициатив, 59 % добровольных помощников от общего числа опрошенных принадлежат возрастной категории 18-35 лет, еще 20 % добровольцев относятся к возрастной группе «до 18 лет» [6]. Становится очевидно, что волонтерство в рамках государства охватывает все население, независимо от пола, семейного положения, уровня образования, сферы трудовой деятельности, и других социально-демографических характеристик. Но превалирующей возрастной группой в добровольческом участии на территории России является именно молодежь. Сегодня государством создаются условия для поддержки социально значимого участия молодежи в разрешении каких-либо общественных проблемных ситуаций. Федеральный закон от 30 декабря 2020 года № 489-ФЗ «О молодежной политики в Российской Федерации» фиксирует основные направления реализации молодежной политики. Среди прочих можно выделить такое направление, как «содействие участию молодежи в добровольческой (волонтерской) деятельности» [5]. Таким образом, можно сделать вывод, волонтерство является актуальным направлением реализации молодежной социальной активности.

Итоги федерального статистического наблюдения в сфере молодежной политики за 2017-2020 гг., размещенные в открытом доступе на официальном сайте Федерального агентства по делам молодежи Российской Федерации, демонстрируют постепенное ежегодное увеличение числа молодых граждан, вовлеченных в волонтерскую деятельность. Численность молодежи, задействованной в программных мероприятиях по направлению

© Минченко Д. В., Певная М. В., 2022

Исследование выполнено при поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00471.

«Вовлечение молодежи в волонтерскую деятельность» в 2017 году равнялась 2,8 млн. молодых граждан, в 2018 – 3,6 млн. человек, в 2019 – 4,9 млн. По последним данным за 2020 год данный показатель вырос до значения 5,9 млн. молодых россиян [7]. Так, увеличивается число молодых людей и девушек, имеющих опыт волонтерства, расширяется и спектр направлений их деятельности. Общепринято выделять такие направления добровольческой активности, как социальное, спортивное, экологическое, образовательное, медицинское (в т.ч. донорство), медиа-волонтерство и другие. Но сегодня особую популярность среди прочих видов приобретает добровольчество именно в сфере культуры.

Актуальность исследования потенциала культурного волонтерства молодых людей и девушек Свердловской области обусловлена подъемом интереса молодежи не только к добровольчеству в целом, но и к волонтерской деятельности в сфере культуры на фоне повышенного интереса к культурным событиям и мероприятиям. Цель статьи – дать характеристику добровольческой деятельности молодежи Среднего Урала в культурной сфере, изучив опыт молодых граждан и наиболее популярные направления практик по культурному развитию городской среды, в которые уже вовлекались молодые люди и девушки региона в качестве добровольных помощников.

Российский исследователь волонтерской активности Н. И. Горлова трактует культурное добровольчество как деятельность в сфере культуры и искусства, которая «представляет собой реализуемую посредством активного личного участия волонтера добровольную помощь в поддержке культурных проектов и мероприятий, направленных на приобщение населения к лучшим мировым образцам искусства» [1, с. 101]. Согласно Распоряжению Правительства РФ от 27.12.2018 № 2950-р «Об утверждении Концепции развития добровольчества (волонтерства) в РФ до 2025 года», основными направлениями волонтерства в сфере культуры являются: поддержка деятельности организаций культуры, содействие в организации и проведении массовых мероприятий в сфере культуры, участие в осуществлении работ по сохранению объектов культурного наследия и вовлечение деятелей культуры и искусства в добровольческую деятельность [4].

Однако стоит отметить, что понятие «культурное волонтерство» отсутствует в зарубежном дискурсе. Иностранными социологами добровольчество в проектах культурной сферы рассматривается в рамках понятия «эпизодическое волонтерство», подразумевающее краткосрочные и четко определенные добровольческие практики, приуроченные к проведению каких-либо крупных городских мероприятий и праздников для всех категорий граждан. Американские исследователи социальных процессов резюмируют, что эпизодический доброволец – это человек, желающий оказать какую-либо помощь в организации и проведении одноразовых мероприятий [8]. При этом, эпизодическое волонтерство может осуществляться в различных сферах жизнедеятельности общества, в том числе и в культурном направлении.

В статье в качестве эмпирической базы послужили данные реализованного в 2021 году социологического исследования, выполненного научной группой молодых ученых кафедры СиТГМУ УрФУ. Опрос старшеклассников (9-11 класс) был проведен методом анкетирования (выборка целевая, № – 667). Целевая выборка включала в себя ответы респондентов из 42 городов региона, в том числе 502 (75 %) по г. Екатеринбургу и 165 (25 %) по другим городам Свердловской области. В выборку были включены 34 % юношей и 66 % девушек. Данные были обработаны в пакете SPSS, версия 22.

С целью выявления наличия волонтерского опыта у старшеклассников Среднего Урала респондентам был задан вопрос: «Принимали ли вы участие в волонтерской деятельности?». Результаты распределения ответов на вопрос опрошенных учеников старшей школы представлены в табл. 1.

Таблица 1

Наличие волонтерского опыта у старшеклассников Свердловской области (в % от опрошенных)

Волонтерский опыт	г. Екатеринбург	Другие города Свердловской области
Постоянная работа в качестве волонтера	4	14
Периодическая работа в качестве волонтеров	20	33
Случайное единоразовое участие в добровольческих проектах в качестве волонтера	24	21
Отсутствие опыта работы в качестве волонтера	52	32
Всего	100	100

Результаты опроса продемонстрировали более высокий уровень вовлеченности старшеклассников региональных городов Свердловской области в добровольческую деятельность, чем учащихся старшей школы города Екатеринбурга. Более половины опрошенных из столицы Урала (52 %) не имеют опыта участия в волонтерской деятельности. Этот же показатель ниже у учеников из региональных городов. Опыт работы в качестве волонтера отсутствует у 32 % опрошенных из других населенных пунктов области. При этом характер добровольческого участия старшеклассников остальных городов Среднего Урала чаще носит характер периодической работы (33 %) по сравнению с опытом молодых людей и девушек из Екатеринбурга, которые чаще принимали участие лишь единоразово (24 %).

Было установлено, что старшеклассники региональных городов чаще принимают волонтерское участие в социокультурных проектах, чем ученики из крупнейшего города области (см. рис. 1).

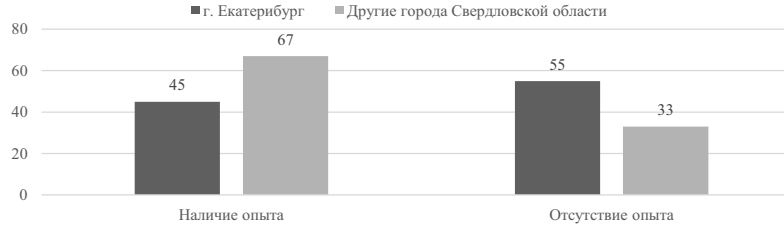


Рис. 1. Наличие опыта культурного волонтерства у старшеклассников Свердловской области (в % от опрошенных)

У 67 % молодых людей и девушек, обучающихся в старшей школе и проживающих в небольших городах и прочих населенных пунктах на территории Свердловской области, встречается опыт по оказанию безвозмездной помощи в организации и проведении различных проектов социокультурной направленности. Что касается опрошенных екатеринбуржцев, то такой опыт имеют лишь 45 % молодых людей и девушек. Почти каждый второй респондент из региональной столицы (55 %) не принимал участия в практиках культурной сферы и проектах по преобразованию городской среды.

В ходе исследования были определены наиболее популярные виды волонтерской работы в социокультурной сфере, опыт реализации которой уже есть у старшеклассников Свердловской области (см. табл. 2).

Таблица 2

Наиболее популярные направления волонтерской работы по культурному развитию городской среды, опыт реализации которой уже есть у респондентов (в % от опрошенных)

Направления волонтерской работы по культурному развитию городской среды	г. Екатеринбург	Другие города Свердловской области	Всего
Оказание помощи в проведении выставок, театрализованных и концертных мероприятий	22	41	63
Помощь в проведении публичных мероприятий (мастер-классов, перформансов, выставок)	23	49	72
Помощь в продвижении учреждений культуры и их деятельности среди целевой аудитории	12	25	37
Осуществление переводов информационных материалов, оказывать помощь в подготовке публикаций	6	16	22
Участие в разработке мультимедийных дизайн проектов для экспозиций музеев, театральных постановок, продвижения и сопровождения выставок	7	15	22

К популярным направлениям, в практиках которых респонденты ранее принимали участие, относятся оказание различной помощи при организации и проведении выставок, театрализованных, концертных (63 %) и прочих публичных мероприятий (72 %), а также помощь в продвижении учреждений культуры и их деятельности среди соответствующей целевой аудитории (37 %). Менее востребованными направлениями среди молодежи Свердловской области оказались работа по осуществлению перевода информационных материалов, подготовке публикаций (22 %) и участие в разработке мультимедийных дизайн проектов в культурной сфере (22 %).

В ходе анализа полученных ответов учащихся ведущих образовательных учреждений региона различных городов Свердловской области была зафиксирована умеренная корреляционная зависимость. Удалось установить взаимосвязь между наличием опыта участия старшеклассников Свердловской области в роли добровольных помощников в практиках социокультурной сферы и их уверенностью в своих силах оказать влияние различного характера на сложившийся уклад жизни в их городах, селах, поселках и районах ($r = 0{,}319$).

Таким образом, было выявлено, что учащиеся старшей школы региональных городов Свердловской области чаще вовлекаются в практики социокультурной направленности, чем ученики более крупного областного города, то есть Екатеринбурга. Такой опыт имеют 67 % опрошенных из небольших населенных пунктов Среднего Урала, а среди респондентов из региональной столицы наличие опыта отметили лишь 45 %. При этом среди направлений, в проектах которых молодые люди и девушки уже пробовали свои силы в качестве волонтеров, особо популярны организация и проведение публичных мероприятий, выставок, театрализованных постановок и различных концертов. Можно сделать вывод, что такое участие молодежи в культурной сфере носит эпизодический характер, что зачастую приурочено к реализации крупных городских праздников. Помимо этого, было установлено наличие у молодых людей и девушек Свердловской области уверенности повлиять на происходящее в их родных населенных пунктах, что связано с волонтерским опытом в сфере культуры и развития городской среды.

Библиографический список

1. Горлова Н. И. Исторические аспекты развития культурного волонтерства в России // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2016. № 3 (39). С. 101-108.
2. Косыгина К. Е. Российское добровольчество: тенденции и характеристики // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2019. № 4 (56).
3. Никовская Л. И., Скалабан И. А. Гражданское участие: особенности дискурса и тенденции реального развития // Политические исследования. 2017. № 6. С. 43-60. DOI: 10.17976/jpps/2017.06.04.
4. Об утверждении Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 27 декабря 2018 года № 2950-р. Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/552050511 (дата обращения: 28.03.2022).
5. О молодежной политике в Российской Федерации: федер. закон от 30 декабря 2020 года № 489-ФЗ. Режим доступа: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202012300003 (дата обращения: 22.03.2022).
6. Результаты всероссийского опроса волонтеров // Онлайн-университет социальных наук. Режим доступа: https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1649591864&tld=ru&lang=ru&name=43c7392f9d84fd3525814d2db7b25f06.pptx& (дата обращения: 25.03.2022).
7. Федеральное агентство по делам молодежи // Статистика. Режим доступа: https://fadm.gov.ru/activity/statistic (дата обращения: 25.03.2022).
8. Ram A. Cnaan, Femida Handy. Towards Understanding Episodic Volunteering // Vrijwillige Inzet Onderzocht. 2005. Pp. 29-35.

D. Minchenko, M. Pevnaya

THE POTENTIAL OF CULTURAL VOLUNTEERING OF THE YOUTH OF THE SVERDLOVSK REGION

Abstract

Volunteering is the realization of social activity of young citizens, which fully corresponds to the main directions of youth policy of modern Russia. In addition to social, environmental, sports, educational and other types of volunteering, it is cultural volunteering that has received special development within our country. The article based on the results of a questionnaire survey of high school students of Sverdlovsk region (2021; N – 667), attempts to characterize the potential of volunteering of young people of the Middle Urals in the cultural sphere. In the course of the research the correlation between volunteering experience in gratuitous assistance in sociocultural practices and high school students' confidence that they are able to have a certain impact on the current situation in their hometowns was found.

Keywords: youth, volunteer activities, cultural sphere, cultural volunteering, social participation of young people.

УДК 2964

Д. В. Некрасова, А. А. Урасова

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕГИОНА В МЕЖСЕКТОРНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

Аннотация

Межсекторное взаимодействие объединяет три сектора экономики, которые имеют разность в восприятии социальных проблем и возможных ресурсах для решения проблем. Для эффективного решения социальной проблемы необходима консолидация трех секторов

© Некрасова Д. В., Урасова А. А., 2022
Работа выполнена в рамках НИР ИЭ УрО РАН.

экономики. Некоммерческие организации могут инициировать процесс межсекторного взаимодействия.

Ключевые слова: межсекторное взаимодействие, некоммерческие организации, социально ориентированные некоммерческие организации, три сектора экономики.

Относительно новое для российской экономики понятие «межсекторное взаимодействие» активно рассматривается в научных работах и входит в перечень актуальных исследуемых научных тем.

Так, К. Косыгина в своем исследовании отмечает, что на сегодняшний день одним из итогов перехода советской модели управления к рыночной экономике стало формирование трех секторов экономики: государственный, частный и добровольно-общественный секторы. Государственный объединяет все органы власти и учреждения, которые находятся в их подчинении. Частный сектор включает в себя коммерческие предприятия, преследующие основной целью своей деятельности извлечение прибыли. Добровольно-общественный же сектор состоит из формальных и неформальных групп, которые не входят в частный и государственный секторы, в этих группах люди объединяются для продвижения общих интересов [1, с. 51]. Таким образом, мы понимаем, что на сегодняшний день, в экономике выделяется 3 сектора: государства, бизнеса и представителей некоммерческих организаций и общественных объединений, которые взаимодействуя, образуют процесс межсекторного взаимодействия.

В свою очередь, в своем исследовании Ю. Васютин и Н. Стебелец обращают внимание на то, что сущность межсекторного взаимодействия заключается в налаживании конструктивного контакта между тремя секторами экономики, с государственными структурами, которые действуют в общественном пространстве муниципального образования или региона, коммерческими и некоммерческими организациями. Для решения проблем социальной сферы представители каждого сектора имеют разные возможности и ресурсы, а также различное представление о природе социально-экономических проблем. Но, стоит учесть, что, несмотря на разность секторов в восприятии проблемы и возможностях для ее решения, ни один сектор не способен напрямую преодолеть социально-экономическое неравенство [2, ст. 89]. Соответственно, межсекторное взаимодействие – это процесс, объединяющий и взаимодополняющий деятельность трех секторов экономики и объединяющий их ради достижения одной взаимовыгодной цели.

Однако, необходимо обратить внимание и на то, что К. Косыгина в своей работе обращает внимание на типы отношений в межсекторном взаимодействии и формы их реализации. Так, автор говорит, что межсекторное взаимодействие может быть представлено как на трехсторонней, так и на двухсторонней основе. На двухсторонней основе типы отношений бывают: государство – бизнес, государство – общество, бизнес – общество. Так, исходя из типов отношений существуют действующие формы, которые закреплены в российском правовом поле. Первый тип – это реализация практикоориентированной концепции государственного-частного партнерства, которые включают в себя различные проекты софинансирования производств товаров и услуг за счет средств бизнеса и бюджетных источников. Второй тип – общественно-государственное партнерство, где общество на прямую участвует в создании благ и услуг социального характера. Во втором типе характерной чертой является то, что в социальную сферу привлекаются ресурсы, которые дополняют бюджетные средства. Институциональными единицами тут являются неправительственные-некоммерческие организации. Что касается третьего типа отношений, то в качестве партнеров выступает частный и добровольно-общественные сектора. Такое взаимодействие бизнеса с обществом (преимущественно с НКО) происходит в рамках благотворительной деятельности и добровольчества.

Стоит обратить внимание на то, что А. Родина и Л. Джиджелаева в контексте рассматриваемого явления важнейшую роль в обеспечении устойчивого развития региона играют не только органы исполнительной власти и эксперты, но и представители

предпринимательства, некоммерческие организации и населения, а от правильно выстроенного межсекторного взаимодействия в регионе зависит успешная реализация региональных проектов, стратегий социально- экономического развития и их мероприятий [3, ст. 61].

Таким образом, мы понимаем, что межсекторное взаимодействие является одним из важнейших понятий для выстраивания экономики и развития региона. Соответственно, для успешного экономического развития региона на сегодняшний день должны консолидироваться усилия выделенных секторов экономики: усилия государства, бизнес и некоммерческого сектора.

Е. Сесявин и М. Кирсанов говорят о том, что одной из точек ускоренного развития в регионах может стать активизация механизмов межсекторного партнерства [3, ст. 170]. На сегодняшний день эффективное взаимодействие всех секторов экономики способно создавать успешные проекты на территории региона. Межсекторное взаимодействие инициирует один из секторов экономики, притягивая и объединяя оставшиеся ради общей цели. Успешное межсекторное взаимодействие может инициировать в регионе ряд значимых для развития региона проектов, в том числе, и активное развитие социально-значимых направлений в регионе, что, несомненно, становится возможностью развития региона, роста его привлекательности и качества жизни населения в территории.

Зачастую инициатором межсекторного взаимодействия становятся социально ориентированные некоммерческие организации, которые работая с социальной напряженностью объединяют все сектора экономики. Некоммерческие организации, объединяя индивидов, видят проблемы общества и способны более «чутко» реагировать на них, когда государство не способно выполнить функцию регламента общественной жизни. Гражданское общество, в некоторых случаях, берет на себя функции, которые не может выполнить государство. Сегодня институт некоммерческих организаций способен оказывать влияние на политическую, социальную, экономическую, культурную сферы жизни общества, а также успешно объединять государство, бизнес и некоммерческие организации для решения того или иного вопроса.

Как обращает внимание в своем исследовании З. Сабирова в межсекторном взаимодействии «наиболее распространенной формой является межсекторное социальное партнерство (МСП) – конструктивное взаимодействие представителей из двух или трех секторов (государство, бизнес, некоммерческий сектор), выгодное населению территории и каждой из сторон, и обеспечивающее синергетический эффект от сложения разных ресурсов при решении социальных проблем» [4, ст. 71].

На территории Пермского края существует множество примеров активного взаимодействия трех секторов экономики, инициированных социально ориентированными некоммерческими организациями. Одной из наиболее показательных практик межсекторного взаимодействия на территории Пермского края является инициированный Пермской региональной общественной организаций по поддержке семьи, материнства, отцовства и детства «НАСМНОГО» в 2018 году проект Ресурсный центр «Пермь семейная».

Ресурсный центр «Пермь семейная» – это уникальная площадка для укрепления семьи, развития форм семейного досуга, развития творческих, оздоровительных и образовательных направлений в сфере работы с семьей. «Пермь семейная» объединит на своей площадке многодетные, молодые и многопоколенные семьи, семьи, воспитывающие детей с ОВЗ, молодежь, студентов, просемейные НКО. Данный проект объединил все сектора в создании пространства для укрепления института семьи в Пермском крае. Поддержку проекту оказали: Фонда президентских грантов, Администрация губернатора Пермского края, ООО «ЛУКОЙЛ-ПЕРМЬ», Министерство социального развития Пермского края, XXI конкурса социальных проектов «Город – это мы!».

Сегодня проект Ресурсный центр «Пермь семейная» направлен на укрепление семьи, развития форм семейного досуга, развития творческих, оздоровительных и образовательных направлений в сфере работы с семьей. Ресурсный центр «Пермь семейная» – это создание

условий равных возможностей для развития детей, независимо от дохода родителей. Повышение родительских компетенций, создание благоприятной атмосферы для сплочения и развития семьи. Развитие и укрепление добрососедских отношений, сохранение национальных и семейных традиций, укрепление семьи. Пробуждение интереса к истории малой родины, воспитание патриотизма и уважения к традициям края и страны. Ресурсная площадка для некоммерческих организаций города по работе с целевой аудиторией и развитию партнерства НКО. Создание условий для роста предпринимательской и общественной активности жителей города. Центр притяжения большого количества людей – создание традиций проведения уличных праздников, культурно-массовых мероприятий. Повышение инвестиционной привлекательности территории пешеходной улицы. Сохранение и развитие культурного и исторического наследия края. Увеличение престижа и известности Перми среди других городов РФ, усиление чувства гордости пермяков за свой город и край, эстетическое и патриотическое воспитание. Повышение туристической привлекательности города за счет развития улицы Пермской.

Таким образом, мы понимаем, что в создании центра были включены и органы государственной власти и местного самоуправления, бизнес, некоммерческие организации и просто гражданские активисты.

На сегодняшний день, Ресурсный центр «Пермь семейная» также продолжает работать, объединяя все 3 сектора. А именно:

1. Площадка центра открыта для гражданских активистов и некоммерческих организаций. На площадке центра некоммерческие организации и гражданские активисты проводят мероприятия и встречи. (Взаимодействие НКО – НКО, а, следовательно, развитие тех или иных сторон жизни общества).
2. Площадка центра выступает точкой приема гуманитарной помощи от бизнеса, после чего с помощью ТУ Министерства социального развития распространяется по нуждающимся семьям. (Взаимодействие Бизнес – НКО – ОГВ/ОМСУ).
3. Площадка центра выступает площадкой для проведения мероприятий органов государственной власти и местного самоуправления. Например, круглых столов. (НКО – ОГВ/ОМСУ).

Таким образом, на территории Пермского края представлена практика успешного взаимодействия трех секторов экономики, преследующая реализацию социально-значимой цели. В рассмотренном нами примером инициатором взаимодействия выступила некоммерческая организация, идею которой поддержали органы местного самоуправления, выделив помещение, бизнес и органы государственной власти и органы местного самоуправления, оказавшие финансовую поддержку проекта. Взаимная цепочка поддержки позволила создать уникальное для региона пространство в центре города.

Также стоит обратить внимание на то, что эффективным инициатором решения социальной проблемы и организации межсекторного взаимодействия для ее решения могут становится социально ориентированные некоммерческие организации. Социально ориентированные некоммерческие организации зачастую специализируются на определенной отрасли и работают напрямую с целевой аудиторией, что позволяет им выделять социальные проблемы своей аудитории и более гибко реагировать на нее, решая ее. Так, для решения тех или иных проблем социально ориентированные некоммерческие организации могут успешно привлекать государство и коммерческие организации, консолидируя общие усилия для решения проблемной ситуации или совершенствования той или иной стороны общественной жизни.

В процессе управления и развития региона, значимую роль играет консолидация усилий всех трех секторов экономики и выстраивание эффективного межсекторного взаимодействия. Имея разность в восприятии и возможностях, все три сектора экономики способны взглянуть с разных точек зрения на решение определенной социальной проблемы и внести свой уникальный вклад в разрешения проблемы.

Библиографический список

1. Косыгина К. Е. Межсекторное взаимодействие: типы отношений и тенденции развития в современном российском обществе // Проблемы развития территории. 2020. № 6 (110). С. 51. DOI: 10.15838/ptd.2020.6.110.4
2. Васютин Ю. С., Стеблецова Н. Н. Социальное партнёрство: роль и место институтов гражданского общества в межсекторном взаимодействии // Социально-экономическое развитие регионов России: реалии современности, тенденции, перспективы (посвящается 70-летию колледжа Западного филиала РАНХиГС): материалы I Международной научно-практической конференции. Калининград, 05-09 июля 2016 года. Калининград: Западный филиал РАНХиГС, 2016. С. 88-91.
3. Сесявин Е. А., Кирсанов М. Ю. Новации в развитии межсекторного взаимодействия бизнеса и НКО в регионе // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. 2015. № 8-6. С. 169-172.
4. Сабирова З. Э. Формирование межсекторного взаимодействия в сфере социальных услуг // Евразийский союз ученых. 2014. № 8-2(8). С. 70-71.
5. Родин А. В. Джиджелава Л. Д. Технология организации межсекторного взаимодействия на региональном уровне // Экономика и управление в современных условиях: проблемы и перспективы. 2020. Майкоп. С. 61.
6. Официальный сайт Пермской региональной общественной организации по поддержке семьи, материнства, отцовства и детства. Режим доступа: http://www.насмного59.рф (дата обращения: 12.03.2022).

D. Nekrasova, A. Urasova

SOCIO-ECONOMIC EFFICIENCY OF REGIONAL NON-PROFIT ORGANIZATIONS IN INTER-SECTOR INTERACTION

Abstract

Intersectoral interaction brings together three sectors of the economy that have a difference in the perception of social problems and possible resources for solving problems. To effectively solve the social problem, it is necessary to consolidate the three sectors of the economy. Non-profit organizations can initiate the process of intersectoral interaction.

Keywords: intersectoral interaction, non-profit organizations, socially oriented non-profit organizations, three sectors of the economy.

УДК 316.752

Е. И. Пашинина

КОНСТРУИРОВАНИЕ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ СРЕДСТВАМИ МОЛОДЕЖНОГО АКТИВИЗМА НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

Историческая память как ценностно опосредованное и эмоционально окрашенное отношение к историческим эпохам, личностям и событиям может воспроизводиться и конструироваться с помощью инструментов и механизмов молодежного активизма. Обзор региональных практик молодежного активизма на примере Саратовской области демонстрирует примеры патриотически ориентированных и протестных действий, акций солидарности и гражданского участия. Историко-культурные проекты, ориентированные на участие молодежи, имеют существенный потенциал для коммеморации на основе репрезентации значимых событий прошлого и сохранения их смыслов для будущих поколений.

© Пашинин Е. И., 2022

Статья подготовлена при поддержке гранта «Формирование субъективного благополучия и исторической памяти молодежи как условие региональной сплоченности (на примере Саратовской области)» в рамках областного конкурса социальных проектов среди некоммерческих неправительственных организаций в 2021 году.

Ключевые слова: историческая память, молодежный активизм, региональная молодежная политика, конструктивистский подход, гражданская идентичность молодежи.

Череда социально-экономических, политических, эпидемических, вызовов и национальных угроз в условиях необходимости защиты суверенитета и сохранения культурной идентичности и трансляции исторической памяти задает новые грани, предпосылки и формы молодежного активизма. Историческая память как ценностно опосредованное и эмоционально окрашенное отношение к историческим эпохам, личностям и событиям не только прошлого, но и переносимое на современность, символически закрепляемое в объектах материальной и нематериальной культуры воспроизводится и конструируется с учетом современных реалий с помощью разных инструментов и механизмов, одним из которых можно считать молодежный активизм.

Проекция всероссийских акции и движений на региональном уровне дополняется работой локальных молодежных сообществ, административными ресурсами, побуждающими молодежь к формированию активной социальной позиции и социально одобряемым формам поведения. Необходимость осуществления практик нормирования и контроля проявлений молодежного активизма обусловлена требованиями легитимного проведения акций и митингов, профилактики экстремистского поведения и предотвращения вовлечения молодежи в террористические группы. В итоге в регионе формируются молодежные сообщества и практики контроля молодежного активизма, поддерживаемые сетью государственных и негосударственных организаций, в том числе историко-культурного и патриотического профиля.

В. В. Амелин, В. С. Воронцов, В. В. Степанов, отмечая дефицит общегражданской идентичности при исследовании гражданского потенциала студенческой молодежи в Приволжском федеральном округе, указывают, что «преодоление негативного образа своей страны и своего народа является одним из важнейших условий сохранения молодых кадров» [1, с. 37]. При этом знание истории страны, ее достижений и наследия желает лучшего, а в глазах молодежи «историческая картина зачастую представляется как разрозненная мозаика фактов или домыслов» [1, с. 37]. Поэтому существенные усилия следует прикладывать как системно представленному и интересно оформленному историческому материалу в процессе обучения молодого поколения, так и развитию критического мышления, позволяющего искать субъектов историко-политических фейков и искажений, предполагаемую выгоду их заказчиков.

Д. В. Зайцев и Ж. А. Калиева на материалах интервью с активистами Саратовского региона выявляли практики «классического» (волонтерство в социозащитных учреждениях, культурные мероприятия, экологические и политические акции, защита животных) и «агрессивного» активизма (провокация педофилов, маркирование «автохамов»), особенности работы региональных молодежных организаций. Интересно отметить их вывод о том, что «динамичные и остросоциальные акции привлекают молодежь больше, нежели поисковые практики или военно-историческая реконструкция. Последние отличаются конструктивно-аналитической сложностью, пролонгированностью» [2, с. 81]. В работе авторы указывают на необходимость межведомственного взаимодействия и поддержки деятельности молодежных объединений, учета правомерности действий активистов при явном или латентном социальном одобрении преобразующих действий.

Анализ кейса молодежной гражданской-политической онлайн-мобилизации представлен в работе О. Е. Негрова [3, с. 25] на Саратовском примере поисковой акции пропавшей девочки в 2019 году. Автор демонстрирует процессы вовлечения и развития действий активистов, их переход в офлайн формы протестного поведения в традициях конструкционистского подхода к анализу социальных проблем. Такой подход позволяет отслеживать актуальные примеры мобилизационных практик с учетом эффективности взаимодействия с разными государственными и негосударственными структурами и объединениями, видеть роль молодежи в этих процессах.

В качестве другого кейса региональных протестных акций с деструктивным компонентом при участии молодежи отметим митинги и петиции против создания в регионе новых производств по переработке отходов высокого класса опасности. При этом на уровне молодежной политики отмечаются как меры профилактики экстремистского поведения (вовлечение в волонтерство, патриотические клубы, студотряды, органы самоуправления и т.д.), так и проблемы злоупотребления волонтерской помощью, добровольно-принудительный характер участия, несформированная региональная идентичность молодежи, несогласованности мер региональной и муниципальной молодежной политики, недофинансирование и проблема кадров [4, с. 596, 604]. Такие кейсы дают представление об остро воспринимаемых молодежью проблемах, проявившиеся механизмы гражданской активности, степень доверия государственно-властным структурам, и одновременно определяют новые вехи в истории региона, формируют опыт деятельностного переживания рискогенных событий.

В исследовании И. Ю. Сурковой, В. В. Щеблановой, Л. В. Логиновой на основе данных анкетного опроса были представлены примеры и потенциал социально-политической активности студенческой молодежи Саратовской области, связанной с критической оценкой социально-экономического положения жителей области и ответственностью за изменения как маркера гражданственности [5, с. 94]. В контексте обращения к механизмам трансляции исторической памяти, среди форм молодежного активизма созвучны теме примеры ивент-акционизма – акции и демонстрации, посвященные празднованию государственных праздников, в том числе Дня Победы. Среди других проявлений гражданского активизма студенческой молодежи авторы указывают волонтерство, экологические рейды, участие в выборах, акциях протеста, общественных организациях и движениях, подпись обращений и петиций. В части социально-политического участия, готовность к действиям, в том числе протестного свойства, чаще имеют молодые люди, активно интересующиеся политикой и обсуждающие события и проблемы в социальных сетях. Общей характеристикой регионального активизма авторы считают ее относительно высокую интенсивность при конструктивной основе инструментальной направленности на личностно-профессиональное развитие.

Возможность конвертации молодежного активизма в разные формы символического капитала может стать основой повышения социального статуса молодых людей, создавая аттрактивную основу для интериоризации традиционных ценностей, идеологических и патриотических убеждений. В современных условиях, к примеру, волонтерство может дать возможность получения дополнительных баллов при поступлении в вуз или рекомендаций, полезных для карьерного или профессионального продвижения, а также для развития ценных личностных компетенций. Участие в патриотически ориентированных массовых мероприятиях, таких как «Бессмертный полк», поисковых отрядах по выявлению мест захоронений погибших бойцов времен Великой Отечественной войны, участие в автопробегах с патриотической символикой являются примерами социально одобряемых формам социального активизма и реконструирования исторической памяти. При этом есть и другие памятные даты и национальные праздники (День независимости России, День народного единства, День Конституции, и ряд других), а также события недавнего прошлого, связанные с присоединением Крыма и даже строительством «Северного потока», способные вызвать эмоциональный отклик у российской молодежи. Среди наиболее эффективных форм привлечения молодежи к практикам проправительственной социально-политической активности в акциях и мероприятиях, например «Молодой гвардии» или движения «Наши», и в иных мероприятиях общероссийского значения отмечается использование традиционного административного ресурса образовательных организаций и информационных и мобилизационных инструментов социальных сетей.

Учет процессов символической конвертации мемориального урбанистического пространства Саратова, конкуренции регионов в отношении приватизации «рентабельных исторических сюжетов», представленных в работе Д. А. Аникина, позволяет увидеть сочетание традиционных и инновационных смыслов взаимодействия с исторически

значимыми городскими объектами [6, с. 29]. Региональная политика памяти основывается на практиках закрепления смыслов за рядом материальных историко-культурных и архитектурных объектов: мемориал «Журавли» и музеи на Соколовой горе Саратова, и других, дающих отсылку к подвигам оборонного города трудовой доблести.

Динамика модификации исторической памяти о ВОВ, ее оценка как ресурса «мягкой силы» учитываются В. А. Гижовым, А. Н. Учаевым, Н. В. Шалаевой с позиций анализа механизмов ее формирования у молодежи регионов Поволжья, понимаемых как «совокупность системы трансляции имеющихся в обществе исторических знаний и представлений посредством системы образования, СМИ, интернет-коммуникации, мест памяти» [7, с. 58]. Одновременно факторами сохранения или утраты социальной памяти называются идеология, религия, рынок, ИКТ, определяющие содержание и механизмы трансляции культурных смыслов. Отношение молодежи к историко-культурному наследию Саратова, представлено также в исследовании Н. В. Шахматовой [8, с. 527], в котором на основании анкетного опроса было выявлено влияние институтов социализации в передаче социальной памяти (интернет-ресурсы, региональные СМИ, краеведческие телепрограммы, образование, музеи, выставки, друзья, семья) посредством осведомленности о новостях, событиях и истории региона и страны, вовлеченности в меморизаторские практики.

Обратимся к нескольким актуальным региональным практикам молодежного активизма, среди которых отметим участие молодежи в проектах благоустройства городского пространства, волонтерские акции помощи социально уязвимым группам населения в период пандемии, культурные инициативы популяризации исторических событий, объектов, персон, образов и символов регионального значения, патриотически ориентированные акции, нацеленные на сохранение исторической памяти, в частности об участниках и героях Великой Отечественной войны, жертвах нацизма, необходимости защиты Родины.

Учитывая, что благоустройство российских городов является одним из трендов последних лет и является частью федерального проекта «Формирование комфортной городской среды» нацпроекта «Жилье и городская среда», в Саратове и Саратовской области реализуется серия процедур по разработке и реализации соответствующих проектов и конкурсов. При этом нередко свои проекты благоустройства предлагают, как опытные проектировщики, так и студенты специальностей и направлений обучения, связанные с архитектурой, строительством, дизайном, учитывая специфику саратовского градостроения и истории региона. К примеру, в 2020 году в Саратове был реализован проект благоустройства парка имени М. М. Расковой, героя-летчицы времен Великой отечественной войны, где создано мемориальное пространство с памятником, на который возлагаются цветы, размещена серия информационных стендов о героических событиях, связанных с этим именем. Данный проект продолжается и в 2022 году, причем на портале DOBRO.RU уже был осуществлен набор волонтеров для поддержки Всероссийского голосования за объекты благоустройства.

Волонтерство в период пандемии коронавируса 2020-2022гг. приобрело новые черты и задачи, включая присоединение к всероссийской акции «#Мывместе», оказанием помощи маломобильным категориям граждан с доставкой товаров первой необходимости, с элементами автоволонтерства, работой волонтеров-медиков, волонтеров в колл-центрах с заявками на оказание помощи и рядом других практик. Так, по данным официального сайта Правительства Саратовской области на декабрь 2020 года, содействие предотвращению распространения коронавируса в регионе оказывали 1182 зарегистрированных волонтера [9]. Если ранее региональное волонтерство носило более спонтанные формы и локализовывалось преимущественно при молодежных государственных и общественных, образовательных организациях, то практики волонтерства в период новой коронавирусной инфекции предусматривают более определенные требования к волонтерам, стандарты предоставления ими помощи, зоны ответственности, развитую систему менеджмента и контроля за волонтерской деятельностью.

Другим примером реализации проекта сохранения исторической памяти является инициатива, представленная О. В. Михиным и Н. В. Михиной, «Живые голоса Великой Победы», которая заключается в формировании аудио и видео архива воспоминаний саратовских участников ВОВ и тружеников тыла, позволяющая интегрированно увидеть и историю человека, и семьи, поколения, важный этап в жизни страны [10, с. 164]. Данный социокультурный проект осуществлялся в 2019-2020 гг. в рамках конкурса социальных и инфраструктурных проектов Саратовской городской Думы в номинации «Патриотизм» и ориентирован на трансляцию воспоминаний и героических примеров участников ВОВ, сохранения информации из первых уст о достижениях и победах, о трагических событиях в целях недопущения фальсификации и забвения о цене Великой Победы у нового поколения.

Ввиду проведения военной операции 2022 года в наши дни важно указать на проведение акций под символом «Z» и «V», сбор гуманитарной помощи в разных регионах России с участием молодежи. Особую актуальность в этих условиях приобретает проведение информационно-просветительской работы с детьми и молодежью, предоставление достоверных и подтвержденных данных как об исторических событиях, так и о современных.

Представим также пример регионального проекта 2021-2022 года по конструированию исторической памяти средствами молодежного активизма, когда некоммерческой организацией сектора креативных индустрий инициируется исследование взаимовлияния культурной идентичности, исторической памяти и субъективного благополучия молодежи, а также проведение творческих сессий с молодежью для создания архетипически обусловленных культурно-исторических образов и символов Саратовской области в керамическом мозаичном панно. Такой нестандартный подход позволил обратиться к волонтерам из числа студентов творческих специальностей и всех желающих, интересующихся историей и культурой Саратова и Саратовской области с предложением представить ключевые образы, связанные с городом, его известными личностями, историческими и культурным наследием и запечатлеть их в керамических фрагментах, из которых будет воссоздано панно молодежного коллективного творчества. Проект также предполагает учет результатов социологического исследования представлений молодежи об историко-культурном наследии города и региона, о механизмах реконструирования исторической памяти ключевыми институтами социализации для представления рекомендаций по организации работы с молодежью региональным структурам. Такой подход позволяет нацеливать работу с молодежью на «формирование и поддержание национальной идентичности, сохранение и преемственность норм и традиций, культурно-исторической памяти, воссоздание архетипичных образов русской культуры и российской объединяющей идеи» [11, с. 196].

Таким образом, на основе обзора ряда научных исследований молодежного активизма в Саратовской области, региональных проектов с участием молодежи в решении социальных проблем, в сохранении исторической памяти как условии региональной и национальной безопасности, можно отметить, что формы и проявления конструктивной или деструктивной социально-политической, гражданской активности молодежи отражают оценку условий жизни и уровень субъективного благополучия, жизненных перспектив, особенности влияния ключевых агентов социализации, вовлеченность в молодежные организации и мероприятия. В работу с молодежью в регионе включены представители системы государственного управления, образования, культуры, социальной защиты, молодежной политики, некоммерческих организаций, причем характерно сочетание региональных инициатив и проектов по работе с молодежью и вливание во всероссийские проекты. движения и форматы работы. Конструирование исторической памяти средствами молодежного активизма может выступать инструментом воспитания молодого поколения, усвоения им ключевых культурных ценностных детерминант и гражданской идентичности, сплоченности. И наоборот, недостаточное внимание к стержневым культурно-историческим событиям может проявиться ценностном нигилизме, в протестном поведении, отражая нерешенные социально-экономические проблемы, ценностные дилеммы, влияние оппозиционных сил.

Библиографический список

1. Амелин В. В., Воронцов В. С., Степанов В. В. Гражданский потенциал студенческой молодежи в Приволжском федеральном округе / Российское студенчество: идентичность, жизненные стратегии и гражданский потенциал. М., 2014. С. 36-39.
2. Зайцев Д. В., Калиева Ж. А. Опыт активистской молодежной деятельности в Саратовском регионе // Инновационная деятельность. 2016. № 2 (37). С. 77-82.
3. Негров Е. О. Технологии и модели молодёжной политической онлайн-мобилизации и онлайн-дискурса в современном общественно-политическом процессе: ивент-анализ конкретных кейсов в мегаполисах Российской Федерации // Южно-российский журнал социальных наук. 2020. Т. 21. № 4. С. 24-43. DOI: 10.31429/26190567-21-4-24-43.
4. Щебланова В. В., Логинова Л. В., Зайцев Д. В., Суркова И. Ю. Гражданский активизм студентов: риск деструктивных проявлений в Поволжском регионе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2020. Т. 20. № 3. С. 595-610.
5. Суркова И. Ю., Щебланова В. В., Логинова Л. В. Гражданский активизм молодежи Саратовской области: социально-политическая включенность и потенциал участия // Социологические исследования. 2020. № 8. С. 90-100. DOI: 10.31857/S013216250009485-6
6. Аникин Д. А. Политика памяти в культурном ландшафте Саратова: военный аспект / Под ред. А. В. Соловьев // Человек в мире культуры: культурное описание территории. Материалы X Международного философско-культурологического симпозиума. 2015. С. 27-31.
7. Гижов В. А., Учаев А. Н., Шалаева Н. В. Механизм формирования исторической памяти о Великой Отечественной войне в молодежной среде (по результатам регионального социологического опроса студентов Саратова и Волгограда) // Общество: философия, история, культура. 2022. № 2. С. 57-62. https://doi.org/10.24158/fik.2022.2.8.
8. Шахматова Н. В. Социальные институты формирования отношения молодежи к культурно-историческому наследию города Саратова / Историческая память в теории и социокультурной практике: грани трансформаций и потенциал осмысления. Материалы IX Международной научной конференции / Под ред. А. В. Баранова, Е. Н. Многолетней. Саратов, 2021. С. 526-534.
9. Официальный сайт Правительства Саратовской области. Режим доступа: https://saratov.gov.ru/news/myvmeste_bolshe_1000_volonterov_pomogayut_v_borbe_s_koronavirusom22122020/ (дата обращения: 09.04.2022).
10. Михин О. В., Михина Н. В. Социокультурный проект "Живые голоса Великой Победы" / Культурное наследие г. Саратова и Саратовской области. Материалы VIII Международной научно-практической конференции. 2019. С. 161-166.
11. Пашинина Е. И., Бабаян И. В. Проводники перемен и агенты исторической памяти: интеллигенция в системе воспроизводства социокультурных смыслов // Интеллигенция: поиск ответов на вызовы времени. М.: РГГУ, 2022. С. 196-205.

E. Pashinina

CONSTRUCTION OF HISTORICAL MEMORY THROUGH YOUTH ACTIVISM ON THE EXAMPLE OF THE SARATOV REGION

Abstract

Historical memory as a value-mediated and emotionally colored attitude to historical epochs, personalities and events can be reproduced and constructed using the tools and mechanisms of youth activism. A review of regional practices of youth activism on the example of the Saratov region demonstrates examples of patriotically oriented and protest actions, actions of solidarity and civic participation. Historical and cultural projects focused on the participation of young people have a significant potential for commemoration based on the representation of significant events of the past and the preservation of their meanings for future generations.

Keywords: historical memory, youth activism, regional youth policy, constructivist approach, youth civic identity.

3.2. ПРОЕКТНЫЕ ИНИЦИАТИВЫ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ: НОВЫЕ ИДЕИ И ПРАКТИКИ ИХ РЕАЛИЗАЦИИ

УДК 316.776

А. С. Кульчихина, А. В. Кульминская

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КОМИССИИ РЕГИОНА С НАСЕЛЕНИЕМ

Аннотация

В статье представлены промежуточные результаты реализации проекта по совершенствованию взаимодействия избирательной комиссии Тюменской области с гражданами. Теоретически обоснована необходимость организации процесса взаимодействия органов власти с населением. Статья содержит результаты нормативно-правового анализа по теме исследования и результаты первых двух этапов опроса мнения жителей Тюменской области о необходимости создания системы взаимодействия и о реализации его механизмов. Результаты второго этапа дают право оценить промежуточные результаты реализации проекта по совершенствованию системы взаимодействия Избирательной комиссии Тюменской области с населением. Отмечается повышение уровня доверия населения к деятельности Избирательной комиссии. Дана характеристика дальнейшему направлению развития проекта.

Ключевые слова: взаимодействие с населением, открытость органов власти, социальные сети, избирательная комиссия, проектные технологии в ГМУ.

Как во многих развитых зарубежных странах, так и в Российской Федерации, одним из основных направлений совершенствования государственного управления на настоящий момент является увеличение открытости и прозрачности деятельности органов государственной и муниципальной власти, которое основано на реализации механизмов взаимодействия с населением. Данный тезис находит подтверждение в научных работах. Ряд отечественных и зарубежных авторов все чаще обращают внимание на принципиальное изменение процессов взаимодействия общественных структур, организаций и населения с властью в лице уполномоченных органов власти. К примеру, Кабытов П. П. отмечает в отечественном пространстве проявления общемировой тенденции к цифровизации государственного управления. Помимо этого, заключает упомянутый автор, цифровизация и внедрение цифровых технологий в сферу госуправления неразрывно связаны с выстраиванием новой системы ответственности государства перед гражданами [7, с. 114]. Солидарен с данной точкой зрения А. В. Григорьев, утверждая, что внедрение информационно-коммуникационных технологий в практику реализации прав граждан на участие в управлении делами государства будет способно решить проблему низкого доверия населения к органам власти [6, с. 47].

Избирательные комиссии субъектов Российской Федерации, являющиеся органами государственной власти, также увеличивают свою «открытость», постепенно внедряя в деятельность механизмы взаимодействия с населением. В то же время, в силу специфики деятельности избирательных комиссий субъектов РФ, количество предложенных к реализации механизмов взаимодействия увеличивается, что еще сильнее усложняет возможности их применения. В связи с этим появляется необходимость комплексного совершенствования реализации механизмов взаимодействия избирательных комиссий субъектов Российской Федерации с населением.

На данный момент деятельность избирательных комиссий субъектов Российской Федерации по взаимодействию с населением регулируется следующими нормативными правовыми актами:

– Федеральный закон № 8-ФЗ от 09.02.2009 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»,

© Кульчихина А. С., Кульминская А. В., 2022

в котором содержатся положения об организации доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления, порядок предоставления информации об их деятельности и ответственность за нарушение порядка доступа к информации [3].

– Федеральный закон № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации», в котором закреплены следующие возможные механизмы взаимодействия: информационное обеспечение выборов и референдумов, информирование избирателей и участников референдума, опросы общественного мнения, организации телерадиовещания и периодические печатные издания, используемые для информационного обеспечения выборов и референдумов [4].

– Федеральный закон № 59-ФЗ от 2.05.2006 «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации». Данным законом регулируются правоотношения, связанные с реализацией гражданином Российской Федерации закрепленного за ним Конституцией Российской Федерации права на обращение в государственные органы и органы местного самоуправления, а также устанавливается порядок рассмотрения обращений граждан государственными органами, органами местного самоуправления и должностными лицами [2].

– Федеральный закон № 7-ФЗ от 13.01.1995 «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации», который регулирует отношения, возникающие в связи с распространением государственными средствами массовой информации материалов или сообщений о деятельности органов государственной власти Российской Федерации и субъектов Российской Федерации [1].

– Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 10.04. 2019 № 200/1532-7 «Комплекс мер по обучению организаторов выборов и иных участников избирательного процесса, повышению правовой культуры избирателей на 2019–2021 годы». В Постановлении зафиксированы следующие варианты взаимодействия: информационно-разъяснительная деятельность в период подготовки и проведения выборов различного уровня, создание информационных центров избирательных комиссий субъектов Российской Федерации, развитие и регулярное информационное наполнение сайтов (разделов сайтов) избирательных комиссий субъектов Российской Федерации, территориальных избирательных комиссий, посвященных вопросам обучения организаторов выборов и иных участников избирательного процесса, повышения правовой культуры избирателей, организация и проведение мероприятий по повышению правовой культуры молодых и будущих избирателей [5].

– Избирательные кодексы субъектов Российской Федерации.

При работе с населением избирательные комиссии субъектов Российской Федерации обязаны учитывать достаточно большое количество нормативно-правовых актов федерального и регионального уровня, что препятствует эффективному взаимодействию с гражданами. Именно поэтому необходимо выстраивать деятельность избирательных комиссий субъектов РФ по взаимодействию с населением более комплексно, учитывая специфику комиссий как органа власти и все предложенные к реализации нормативно-правовые акты.

Зачастую комплексная работа, направленная на увеличение открытости избирательных комиссий, не может быть выстроена в силу отсутствия в аппаратах комиссий структурных единиц, ответственных за взаимодействие с населением (пресс-секретарей или пресс-служб). Реализация каждого отдельного механизма взаимодействия распределена между сотрудниками аппаратов избирательных комиссий, что не может положительным образом сказываться на предоставлении своевременной, оперативной и полезной для населения информации о деятельности комиссии. Выстраивание взаимодействия с населением, СМИ должно носить планомерный, системный характер, что не может быть

обеспечено при условии отсутствия конкретного специалиста, отвечающего за реализацию данного направления работы.

Этот вывод подтверждают результаты панельного исследования, проведенного в 2020 и 2022 годах на базе Избирательной комиссии Тюменской области. Исследование было направлено на изучение мнения граждан, проживающих на территории Тюменской области, о реализации механизмов взаимодействия Избирательной комиссии Тюменской области с населением. В каждом этапе исследования приняло участие 240 человек (использовалась квотная выборка по полу и возрасту) из крупных и малых городов Тюменской области, а также из сел и поселков. Доля респондентов, проживающих на территории крупных и малых городов, составила 67 %, из сел и поселков, соответственно, 33 %. Структура выборки одинаковая, что позволило сопоставить результаты двух исследований.

Следует отметить, что в 2020 году реализация принципов открытости в Избирательной комиссии Тюменской области осуществлялась силами сотрудников аппарата Избирательной комиссии, в чьи основные обязанности не входила работа по взаимодействию с населением. Летом 2021 года в работу Избирательной комиссии Тюменской области был внедрен проект, направленный на совершенствование механизмов взаимодействия избирательной комиссии с гражданами. В рамках проекта был привлечен внештатный специалист, в обязанности которого входило ведение социальных сетей и сайта Комиссии, что положительно отразилось на мнении населения.

При сравнении результатов опроса можно отменить увеличение процента доверия к деятельности избирательной комиссии (в 2020 году полное доверие артикулировали 7 % от общего числа опрошенных, в 2022 году – 17 %), и, соответственно уменьшение процента тех, кто совершенно не доверяет деятельности комиссии (с 43 до 33 %).

Повысился процент тех, кто осведомлен о наличии сайта избирательной комиссии с 28 % до 37 %. Количество людей, отметивших, что они пользовались сайтом, также повысилось – изменения составили 25 %. Ведение сайта избирательной комиссии и наполнение его актуальной информацией, по мнению граждан, влияет на доверие к ее деятельности.

В лучшую сторону изменилась ситуация с официальными страницами Избирательной комиссии Тюменской области в социальных сетях. Резко сократился процент тех, кто не знал о наличии официальных страниц (с 72 % до 49 %), увеличилось количество подписчиков (за 1,5 года с 36 до 1100 человек). Респонденты начали отмечать, что новости на официальных страницах подаются под другим углом, отличным от того, что есть на сайте, и заметили, что вовлеченность подписчиков сообщества стала гораздо выше, чем была в 2020 году.

Кроме взаимодействия с населением в социальных сетях и через официальный сайт Избирательной комиссии Тюменской области, респондентам таже предлагалось оценить реализацию такого механизма, как проведение мероприятий по повышению правовой культуры избирателей. Результаты опроса показали увеличение удельного веса той категории респондентов, кто осведомлен о проводимых мероприятиях, и тех, кто принимал в них участие.

Резюмируя результаты, полученные в ходе проведения панельного исследования, можно отметить, что отсутствие конкретного специалиста (пресс-секретаря) снижает качество реализации механизмов взаимодействия избирательных комиссий субъектов Российской Федерации с населением. В связи с этим, становится очевидным, что необходимо включение должности пресс-секретаря в штатное расписание избирательной комиссии. Это позволит не только снизить дополнительную нагрузку на сотрудников аппарата Избирательной комиссии, но и обеспечит формирование положительного образа данного государственного органа среди населения.

Учитывая актуальность проектных технологий в сфере государственного и муниципального управления, успешный опыт их внедрения в работу Избирательной комиссии Тюменской области, в качестве рекомендации по совершенствованию взаимодействия Избирательной комиссии с населением можно предложить разработку

проекта по формированию и включению должности пресс-секретаря избирательной комиссии в перечень должностей государственной службы аппарата избирательной комиссии. Проект должен включать в себя разработку документов, необходимых для согласования и формирования должности, разработку должностного регламента пресс-секретаря, порядка проведения конкурсного отбора кандидатов на замещение вакантной должности государственной службы и штатного расписания аппарата Избирательной комиссии.

Применение проектных технологий при совершенствовании системы взаимодействия избирательной комиссии с населением позволит систематизировать не только процесс формирования новой должности, ее включение в штатное расписание, но и выстраивание процесса взаимодействия, что, в свою очередь, приведет к увеличению доверия к деятельности Избирательной комиссии как органа государственной власти.

Библиографический список

1. О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации: Федеральный закон от 13.01.1995 года № 7-ФЗ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5410/ (дата обращения: 10.03.2022).
2. О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации: Федеральный закон от 02.05.2006 года № 59-ФЗ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_59999/ (дата обращения: 10.03.2022).
3. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления: Федеральный закон от 09.02.2009 года № 8-ФЗ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_84602/ (дата обращения: 10.03.2022).
4. Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации: Федеральный закон от 12.06.2002 года № 67-ФЗ. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37119/ (дата обращения: 10.03.2022).
5. О Комплексе мер по обучению организаторов выборов и иных участников избирательного процесса, повышению правовой культуры избирателей на 2019-2021 годы: Постановление Центральной избирательной комиссии Российской Федерации от 10 апреля 2019 года № 200/1532-7. Режимдоступа: https://docs.cntd.ru/document/554562388?section=text (дата обращения: 10.03.2022).
6. Григорьев А. В. Реализация конституционного права граждан на управление делами государства в условиях цифровизации // Журнал российского права. 2020. № 2. С. 45-57.
7. Кабытов П. П., Стародубова О. Е. Влияние цифровизации на реализацию полномочий органов исполнительной власти // Журнал российского права. 2020. № 11. С. 113-126.

A. Kulchikhina, A. Kulminskaya

USING OF PROJECT TECHNOLOGIES IN THE ORGANIZATION OF INTERACTION SYSTEM IN THE REGION'S ELECTION COMMISSION WITH THE CITIZENS

Abstract

The article presents the intermediate results of the implementation of the project of improving the interaction system in the election commission of the Tyumen region with citizens. The necessity of organizing the process of interaction between the Commission and the citizens is theoretically substantiated. The article contains the results of a legal analysis about the research topic and the results of the first two stages of a survey of the opinions of citizens of the Tyumen region about the need of creating a system of interaction and implementing its mechanisms. The results of the second stage give the right to evaluate the intermediate results of the implementation of the project about the improving of the system of interaction between the Electoral Commission of the Tyumen Region and the citizens. The results show the increasing of the level of public confidence in the activities of the Electoral Commission. The characteristic of the further direction of the project development is given.

Keywords: interaction with the citizens, openness of government, social networks, election commission, project technologies in government management.

УДК 352

С. В. Ольховикова, С. В. Яковлева

ВНЕДРЕНИЕ ОДНОУРОВНЕВОЙ МОДЕЛИ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ НА ТЕРРИТОРИИ ПЕРМСКОГО КРАЯ

Аннотация

В статье рассматривается проблема укрупнения муниципальных образований, которая является общероссийской тенденцией в свете последних законодательных инициатив. Пермский край является одним из первых регионов, в котором процесс перехода на одноуровневую модель организации местного самоуправления проводится наиболее активно. В статье проанализированы статистические данные по укрупнению муниципальных образований на территории Пермского края. Дан обзор общего положения дел по состоянию на март 2022 года, произведена оценка удовлетворенности населения деятельностью органов местного самоуправления муниципальных и городских округов Пермского края.

Ключевые слова: муниципальный округ, объединение муниципальных образований, реформа местного самоуправления, городской округ, укрупнение муниципальных образований.

В последние годы в Российской Федерации наблюдается тенденция к укрупнению муниципалитетов. Так, 3 апреля 2017 года был принят Федеральный закон № 62-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», в котором предусматривалась возможность преобразования муниципального района путем объединения поселений с уже существующим городским округом [7]. Непременное условие преобразований – согласие населения, получение которого возможно не через референдум, а решением местных законодателей. Это позволило муниципалитетам, которые ранее изъявляли желание укрупнить территорию, но не могли этого сделать, начать процесс объединения.

Активизации процесса укрупнения муниципальных образований способствовало принятие Федерального закона от 1 мая 2019 г. № 87-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»», благодаря которому были созданы правовые основы для развития одноуровневой системы муниципального управления [2]. Новый вид муниципалитета второго уровня – муниципальный округ – отличается от городского преимущественно сельским укладом экономики, а также тем, что доля сельских жителей в общем составе населения должна составлять не менее одной трети.

Пермский край стал одним из первых регионов, где укрупнение муниципальных образований стали использовать как инструмент для создания эффективной системы муниципального управления. Динамика количества муниципальных образований в Пермском крае представлена в табл. 1.

Таблица 1

Характеристика муниципальных образований Пермского края

Годы	2017	2018	2019	2020	2021	Абс. изм.
Число муниципальных образований – всего	337	280	111	69	62	- 275
– городские округа	8	14	26	25	25	+ 17
– муниципальные округа	0	0	13	18	19	+ 19
– муниципальные районы	40	32	7	2	1	- 39
– городские поселения	29	21	0	0	0	- 29
– сельские поселения	260	213	65	24	17	- 243

Рассчитано: [3, с. 21]

© Ольховикова С. В., Яковлева С. В., 2022

В результате происходящего на территории Пермского края процесса укрупнения муниципальных образований и создания городских и муниципальных округов в период 2017 – 2021 гг. количество муниципалитетов уменьшилось на 275 единиц: с 337 до 62. На сегодняшний день система местного самоуправления в Пермском крае представлена 62 муниципальными образованиями:

– 25 городских округов (ГО) – Суксунский, Верещагинский, Чернушинский, Осинский, Октябрьский, Ильинский, Красновишерский, Нытвенский, Добрянский, Очерский, Чердынский, Чайковский, Чусовской, Соликамский, Оханский, Лысьвенский, Краснокамский, Губахинский, Гремячинский, Горнозаводской, Пермский, город Кизел, город Кудымкар, город Березники и ЗАТО Звездный.

– 19 муниципальных округов (МО) – Бардымский, Березовский, Еловский, Александровский, Гайнский, Кишертский, Косинский, Кочевской, Кудымкарский, Ординский, Уинский, Юрлинский, Юсьвинский, Сивинский, Карагайский, Частинский, Куединский, Кунгурский и Большесосновский.

– 1 муниципальный район (МР) – Пермский.

– 17 сельских поселения (СП) – Бершетское, Гамовское, Двуреченское, Заболотское, Кондратовское, Кукуштанское, Култаевское, Лобановское, Пальниковское, Платошинское, Савинское, Сылвенское, Усть-Качкинское, Фроловское, Хохловское, Юговское и Юго-Камское.

Таким образом, в 44 из 45 муниципалитетов второго уровня (городские округа, муниципальные округа и муниципальные районы) действует одноуровневая модель местного самоуправления, что составляет 97,78 %. Следует отметить, что 17 марта 2022 года депутатами Законодательного Собрания Пермского края был принят Закон «Об образовании нового муниципального образования – Губахинского муниципального округа [1]. Основной целью создания округа является стабильность и рост социально-экономического развития вновь образованной территории. Переходный период должен завершиться к 1 января 2023 года. К концу 2022 года количество муниципальных образований Пермского края сократится на 1 и составит 61 муниципалитет (23 городских округов, 20 муниципальных округов, 1 муниципальный район, 17 сельских поселений).

25 января 2022 года в первом чтении поддержан законопроект об организации местного самоуправления в Российской Федерации, которым предлагается ввести одноуровневую систему организации местного самоуправления, установить полномочия муниципалитетов, а также усилить ответственность глав муниципальных образований [4]. Законопроектом предполагается, что основная часть положений вступит в силу с 1 января 2023 года, а переходный период к одноуровневой организации управления на местах будет постепенным и завершится до 1 января 2028 года.

Реализуя данный федеральный закон, в Пермском крае необходимо ликвидировать низовой уровень (сельские поселения). Возможным решением при этом является преобразование муниципального района и 17 сельских поселений, входящих в его состав, в муниципальный округ. На сегодняшний день, опираясь на опыт завершающих объединение муниципалитетов, наблюдается проблема несвоевременного выполнения ликвидационных мероприятий. Следствием проблемы является нарушение сроков подачи сведений в различные организации, что провоцирует появление сдвигов в ликвидационном процессе. Организовать процесс преобразования муниципалитетов можно с помощью проектного управления с использованием, например, программного обеспечения MS Project. Программа позволит определить последовательность выполнения различных этапов перехода муниципальных образований из одного типа в другой с минимальной вероятностью ошибок и своевременным выполнением мероприятий ликвидационного процесса, а также даст наглядность того, как управлять временем проекта.

Преобразовав муниципальный район и сельские поселения в муниципальный округ, Пермский край на 100 % перейдет на одноуровневую модель организации местного самоуправления и будет состоять из 44 муниципалитетов. Поскольку перспективы развития

местного самоуправления связываются во многом с форматом ТОС (территориального общественного самоуправления граждан), активность и вовлеченность в процессы самоуправления жителей территорий, а также их оценка работы местной власти является приоритетной как во время проведения реформы, так и в дальнейшем. Далее проанализируем удовлетворенность населения деятельностью органов местного самоуправления некоторых муниципальных районов, городских и муниципальных округов Пермского края (табл. 2).

Таблица 2

Удовлетворенность населения деятельностью органов местного самоуправления городского округа (муниципального района, округа)

Муниципальное образование	Примечание	2017	2018	2019	2020	Абс. изм.
Берёзовский муниципальный округ Пермского края	До 2019 года Берёзовский муниципальный район	24,81	39,02	5,27	5,51	- 19,3
Частинский муниципальный округ	До 2020 года Частинский муниципальный район	36,77	51,84	6,78	0,20	- 36,57
Гремячинский городской округ	До 2018 года Гремячинский муниципальный район	1,31	9,06	0,00	27,98	+ 26,67
Кунгурский муниципальный район	С 2021 года Кунгурский муниципальный округ	92,92	73,90	0,20	81,51	- 11,41
Кунгурский городской округ		75,54	78,62	88,15	94,85	+ 19,31
Муниципальное образование	Примечание	2017	2018	2019	2020	Абс. изм.
Пермский муниципальный район	Предполагается преобразование в 2023 году	93,75	0,00	22,98	22,90	- 70,85

Рассчитано: [6]

Данные таблицы показывают, что степень удовлетворенности после объединения в Гремяченском городском округе вырос, а в Березовском и Частинском муниципальных округах снизился. Что касается Пермского муниципального района, то в нем, согласно пояснительной записке к докладу главы района, показатель удовлетворенности сократился более чем на 70% и в качестве причины, повлиявшей на снижение, указана слабая активность граждан в оценке качества представляемых услуг на портале «Оценка качества муниципальных услуг в Пермском крае» в 2019 и 2020 годах и её отсутствие в 2018 году [5].

Для повышения активности граждан исполнительно-распорядительным и представительным органам власти необходимо чаще информировать население о возможности выражения своего мнения (оценки) на портале «Оценка качества муниципальных услуг в Пермском крае», через новостную ленту на официальных сайтах и страницах в социальных сетях. Безусловно, информационная составляющая не является единственной гарантией повышения гражданской активности сельского населения. Необходима длительная просветительско-воспитательная работа, подкрепленная взаимной заинтересованностью населения в формировании гражданской активности. Только в этом случае замена поселенческого уровня муниципального управления на территориальные органы местных администраций в совокупности с фактическим «властным» бесправием предлагаемых старост не приведет к дальнейшей деградации сельских и удаленных городских поселений.

Библиографический список

1. Депутаты поддержали объединение Губахи и Гремячинска. Режим доступа: https://gubakhaokrug.ru/okrug/novosti?id=148680 (дата обращения: 22.03.2022).
2. Нормотворческая деятельность органов местного самоуправления при преобразовании муниципальных образований. Режим доступа: https://vestnik-prokurorperm.ru/news/important/592 (дата обращения: 22.03.2022).
3. Пермский край в цифрах. 2021: Краткий статистический сборник/ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Пермь, 2021. 209 с.
4. Поддержан законопроект об организации местного самоуправления в РФ. Режим доступа: http://duma.gov.ru/news/53290/ (дата обращения: 24.03.2022).
5. Пояснительная записка к докладу главы Пермского муниципального района Цветова Владимира Юрьевича «О достигнутых значениях показателей для оценки эффективности деятельности органов местного самоуправления за 2020 год и планируемых значениях на 3-летний период». Режим доступа: https://permraion.ru/2020-god-doclady-o-dostignutykh-znacheniiakh/ (дата обращения: 25.03.2022).
6. Сводный доклад Пермского края о результатах мониторинга эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов Пермского края за 2020 год. Режим доступа: https://www.permkrai.ru/upload/iblock/adc/svodnyi_-doklad.pdf (дата обращения: 25.03.2022).
7. Сибилева А. Ю. Муниципальный округ – новый вид муниципального образования: проблемы и перспективы реформы территориальной организации местного самоуправления // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Юридические науки. 2020. № 2. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/munitsipalnyy-okrug-novyy-vid-munitsipalnogo-obrazovaniya-problemy-i-perspektivy-reformy-territorialnoy-organizatsii-mestnogo (дата обращения: 25.03.2022).

S. Olkhovikova, S. Yakovleva

INTRODUCING SINGLE-LEVEL MODEL OF LOCAL SELF-GOVERNMENT IN THE TERRITORY OF THE PERM KRAI

Abstract

Consolidation of municipal formations is an all-Russian trend. Perm territory is one of the first regions in which the process of transition to a single-level model of local self-government organization is carried out most actively. This article reviews and analyzes statistical data from 2017 on the consolidation of municipalities in Perm territory. An overview of the general state of affairs on this issue for March 2022 is given. The article also analyzes the satisfaction of the population with the activities of local governments of some municipal and urban districts in Perm territory.

Keywords: municipal county, association of municipalities, local government reform, urban district, consolidation of municipalities.

УДК 316.7

А. С. Полянская, Л. Н. Боронина

ПРОЕКТНОЕ ОБУЧЕНИЕ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ВЫСШЕЙ ШКОЛЕ

Аннотация

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования ставит перед академическим сообществом новые задачи, связанные с интеграцией в единую образовательную среду обучающихся с ограниченными возможностями здоровья вне зависимости от тяжести нарушений их развития. Одним из глобальных трендов развития

© Полянская А. С., Боронина Л. Н., 2022

современных университетов является сочетание в образовательном процессе традиционных и современных форматов. Проектное обучение в новом, практико-ориентированном формате университетской подготовки специалистов является надежным способом формирования компетенций будущего. В статье обобщается опыт проектного обучения студентов с ограниченными возможностями здоровья в Уральском федеральном университете. Выявляются основные преимущества и ограничения проектной деятельности студентов в условиях цифровизации инклюзивного образования.

Ключевые слова: высшая школа, инклюзивное образование, лица с ограниченными возможностями здоровья, проектное обучение.

Инклюзивное образование – это «обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся с учетом разнообразия особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей» [1], совместное обучение и профессиональная социализация лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ) и лиц, не имеющих таких ограничений. Особенностью инклюзивного образования является гибкость в использовании различных форм, методов, технологий образования, направленных на развитие познавательных творческих навыков обучающихся, умения ориентироваться в информационном образовательном пространстве, всестороннее развитие их психических качеств [4]. Основным критерием эффективности инклюзивного образования в высшей школе является успешность профессиональной социализации студента, развитие его социального опыта наряду с усвоением им профессионального знаний [2].

Внедряемые в образовательный процесс активные методы обучения способствуют умению самостоятельно мыслить, критически осваивать информацию, формулировать проблему, предлагать варианты ее решения. Одним из инновационных и перспективных средств формирования профессиональных и коммуникативных компетенций являются технологии проектного обучения. Проектное обучение в парадигме практико-ориентированной подготовки специалистов для цифровой экономики и Индустрии 4.0 является одной из самых современных и многообещающих педагогической технологией. Проектная деятельность студентов способствует развитию их познавательного интереса, формирует навыки сотрудничества, коммуникативные навыки, помогает развивать творческую активность, превращает обучение в увлекательный, интересный и творческий процесс. В этом контексте организация проектного обучения в российских университетах рассматривается не как отдаленная перспектива, а как актуальная задача образовательного менеджмента. Однако, если в условиях традиционного обучения лиц с ОВЗ уже накоплен некоторый опыт, позволяющий эффективно формировать ключевые компетенции обучающихся на основе проектно-исследовательской технологии, то в инклюзивном образовании высшей школы такой опыт только начинается.

Какова успешность использования технологий проектного обучения в условиях инклюзивного обучения в вузе? Уральский федеральный университет один из первых в России осуществил переход на проектное обучение на принципиально новой модульной основе построения учебного процесса. Перед университетом была поставлена задача содержательного и организационно-методического обеспечения формирования проектной культуры будущих специалистов. Анализируя опыт тех, кто уже осваивал проектное обучение, можно оценить промежуточные результаты и подвести некоторые итоги.

Весной 2022 года авторами исследования было проведено пилотное полуформализованное интервью студентов с ОВЗ Уральского федерального университета. Цель опроса – выявить отношение студентов с ОВЗ к содержанию и организации проектного обучения, его преимущества и ограничения в условиях цифровизации инклюзивного образования. В УрФУ обучаются 235 студентов с ОВЗ. Выборочная совокупность опроса составила 20 бакалавров 1-3 курсов четырех учебных подразделений УрФУ: Уральского гуманитарного института, Института физической культуры, спорта и молодежной политики, Института строительства и архитектуры, Института экономики и управления.

Первый блок вопросов был общим. Исследователей интересовало отношение студентов к учебе, их удовлетворенность осваиваемой профессией, профессиональные планы. На вопрос «Удовлетворены ли Вы осваиваемой профессией?» 16 информантов дали положительный ответ. Те студенты (N=12), которые полностью удовлетворены выбранной специальностью, отметили, что стараются не ограничиваться рамками учебного плана, стремятся получать дополнительные знания из других источников: *читают профильную литературу, журналы, смотрят тематические программы и обзоры*. Были и такие (N=4), кто демонстрировал формальное отношение к учебе: «*стараюсь своевременно отчитываться по текущим дисциплинам, но особого интереса к учебе нет*». Еще 4 информанта разочаровались в выбранной профессии: «*осваиваемая профессия не совсем то, что я хотел*». Отсутствие их интереса к учебе подкрепляется прагматическими мотивами – *«особых усилий к учебе не прилагаю, просто стараюсь не вылететь из университета, потому что хоть какое-то образование получить надо».* В структуре профессиональных планов ведущей установкой являлась работа по специальности (N=9). Вместе с тем каждый третий информант свою будущую профессиональную деятельность не связывает с получаемой в вузе специальностью. Желание продолжить свое образование в магистратуре и аспирантуре высказали 6 информантов.

Основной блок вопросов был связан с проектным обучением. Стартовым стал вопрос об участии в проектном обучении. 12 студентов из 20 подтвердили, что уже были участниками проектного обучения. 8 информантов первого курса затруднились с ответом. В соответствии с регламентами УрФУ, проектное обучение по всем направлениям подготовки начинается со второго семестра и продолжается до окончания обучения бакалавров. Вхождение в систему проектного обучения требует тщательной подготовки со стороны руководства образовательной программы, включая большую разъяснительную работу со студентами. Тот факт, что в нашем опросе первокурсники не идентифицировали процесс обучения с проектным практикумом, свидетельствует о недостаточной работе, в первую очередь, кураторов студенческих проектов по обоснованию системы целеполагания, особенностей организации и содержания проектного обучения.

Дальнейшее применение вопроса-фильтра ограничило выборочную совокупность до 12 информантов. Цель проектного обучения, по мнению оставшихся информантов, носит практико-ориентированный характер. Формат проектного обучения создает «*условия, при которых можно приобрести новые знания из разных источников и, пользуясь приобретенными знаниями, решить практическую задачу»; «только работая над конкретной темой, можно максимально углубиться в нее, определить разного рода нюансы, понять, как работают те или иные процессы при определенных обстоятельствах»*.

При общем понимании значимости проектного обучения в процессе формирования профессиональных компетенций, мнения информантов относительно самого процесса проектного обучения разделились. Половина опрошенных отметили участие в проектном обучении как «*интересно проведенное время», «возможность развить свои навыки, которые помогут в трудоустройстве после окончания университета*», «*возможность познакомиться с реальным работодателем».* Другая половина – как «*всего лишь формальность и неизбежную необходимость для закрытия сессии».* В качестве достоинств проектного обучения информантами была отмечена возможность самим определиться с темой проекта «*в соответствии с личными интересами и мотивами».*

Оценки студентов роли заказчика проекта неоднозначны. Половина информантов артикулировали пассивность заказчиков студенческих проектов: *«заказчик не принимал участия при выполнении проекта», «он только обозначил проблему и ждал решения от группы».* У второй половины информантов была возможность взаимодействовать с заказчиком. Студенты подтвердили, что *«могли свободно задать уточняющие вопросы, которые возникали при работе над решением поставленной задачи».* Средний балл оценок деятельности кураторов проекта довольно высокий – 4,5. Две трети информантов положительно оценили эффективность работу преподавателей, организующих и

координирующих проектную деятельность студентов: *«куратор постоянно контролировал работу группы, направлял в нужное направление, если группа отклонялась от намеченной цели».*

Одним из основных вопросов интервью стал вопрос о выполняемой в проектной деятельности роли самого студента. Ситуация полевого этапа исследования выявила относительную закрытость студентов с ОВЗ, что на подготовительном этапе отражалось в нежелании значительной части студентов участвовать в опросе. В этих обстоятельствах нам было особенно интересно узнать ролевое распределение студентов в проектной деятельности. Работа в группах, дифференциация участников проекта на членов проектной команды и менеджеров проекта, большой удельный вес внутренних и внешних коммуникаций проекта – позволяют соотнести проектное обучение с публичной, открытой деятельностью, интегрирующей в образовательном процессе студентов с различными образовательными потребностями и возможностями. Успешность интеграции во многом зависит не только от правильно понимаемых целевых установок проектного обучения, но и от равных возможностей студентов с различными образовательными потребностями и возможностями, одобрения и принятия предлагаемых ролей участникам проекта. Оценки студентов показательны. Треть студентов с ОВЗ выполняли роль руководителей студенческих проектов, треть – членов проектной команды. Треть опрошенных затруднились ответить на вопрос, объяснив это тем, что *«изначально не имели возможности самостоятельно выбрать понравившийся проект»,* поэтому и роль им *«досталась такая, какую дали».*

Дифференциация студенческих проектов по уровням сложности (проекты типа А, В, С) в модели проектного обучения УрФУ, с одной стороны, учитывает уровень когнитивных способностей студентов, распределяемых по типам проектов руководителем образовательной программы и кураторами проектов; с другой – создает неравные условия для формирования проектной культуры обучающихся в полном объеме [5]. Так, при организации проектного обучения, в результате подготовки и защиты триггерного учебного проекта типа А студенты разделяются на две группы: получившие высокие оценки – для выполнения в следующем семестре проектов типа В, получившие невысокие оценки – в дальнейшем снова разрабатывают проекта типа А. Эта же процедура повторяется во всех последующих семестрах. Данный механизм, на наш взгляд, позволяет хорошо замотивировать студентов к возможно лучшему изучению теории и выполнению практических заданий в ходе всех четырех частей проектного модуля. Тем не менее, очевидно, более слабые студенты не имеют реального шанса попасть в команду проектов повышенной сложности типа В и С ни разу за все время обучения [5]. Вместе с тем, несмотря на плюсы и минусы реализуемой модели проектного обучения в УрФУ, все студенты, независимо от их образовательных и физических возможностей, попадают в равные конкурентные условия.

Наши информанты хорошо осознают, что тип и качество выполняемых проектов во многом зависит от них самих. В качестве основной трудности, связанной с проектным обучением, студенты артикулировали «*недостаток знаний и компетенций при решении проблемы, обозначенной заказчиком»,* вследствие чего *«пришлось потратить время на восполнение пробелов», «постоянно корректировать проект по замечаниям куратора»* в процессе итераций. Для повышения результативности проектного обучения студентам «*хотелось бы больше практики, например, из личного опыта приглашенных экспертов, которые каждый день решают подобные задачи и могут поделиться своим опытом».*

Условия пандемии COVID-19 создали уникальную ситуацию в высшем образовании. Быстрый и тотальный перевод обучения в дистанционный режим сделал цифровые технологии и ресурсы единственно возможными в профессиональной подготовке кадров. В УрФУ на дистанционный формат было переведено и проектное обучение. Последний блок вопросов интервью был связан с выявлением мнений информантов относительно влияния дистанционных технологий на качество и результативность проектного обучения.

Главное преимущество дистанционных технологий, по мнению опрошенных, это *«экономия времени», «комфорт, когда ты остаешься дома вне зависимости от погодных условий за окном»,* а также *«возможность не носить средства индивидуальной защиты (маски)», «возможность не соблюдать социальную дистанцию, то есть не подвергать возможному риску заразиться новой коронавирусной инфекцией ни себя, ни окружающих».* 9 информантов из 12 уверены в том, что дистанционный формат проектного обучения способствовал его результативности, потому что позволял «*больше времени уделять изучению материалов, вместо сборов и поездок до университета»*. Однако отсутствие очных контактов с участниками проектов повлияло, по мнению трети информантов, на сам процесс проектного обучения: «*не всегда присутствовали необходимые условия для того, чтобы беспроблемно подключаться в обозначенное время для обсуждения хода работы проектной группы*; *кто-то «живет не один»,* у кого-то *«идет ремонт»*, или просто *«элементарно бывают проблемы с интернет-соединением».*

Несмотря на артикулируемые сложности и проблемы проектного обучения, свидетельством успешной интеграции студентов с ОВЗ в образовательное пространство проектного обучения УрФУ являются итоги Всероссийского сетевого конкурса студенческих проектов с участием студентов с ОВЗ «Профессиональное завтра» [3], инициатором которого выступило Министерство науки и высшего образования РФ. Основные задачами конкурса – формирование интереса студентов с ОВЗ к будущей профессии, расширение кругозора в сфере выбранной профессиональной деятельности, стимулирование студентов к дальнейшему профессиональному развитию и трудоустройству по выбранному направлению подготовки. Местом проведения конкурса в 2021 году стал ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского». Студенты с ОВЗ Уральского федерального университета Ксения Волкова и Борис Бредихин, а также сотрудник Центра инклюзивного образования Алексей Христолюбов победили в заочном этапе. На очном этапе Борис Бредихин успешно защитил свой проект «Система онлайн-заказа услуг с подбором исполнителей с учетом нозологии «Бартер» в номинации «Мое полезное изобретение». Алексей Христолюбов и Ксения Волкова представили в дистанционном формате свой проект «Сервис по поиску работы и стажировок Endlessly» в номинации «Профессиональный стартап молодежи». Предложенные ими сервисы должны способствовать интеграции в социум лиц с ограниченными возможностями здоровья [3].

Библиографический список

1. Об образовании в Российской Федерации. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ. Режим доступа: https://base.garant.ru/70291362/741609f9002bd54a24e5c49cb5af953b/ (дата обращения 23.03.2022).
2. Голуб Е. В., Сапрыкин И. С. Инклюзивное образование в высших учебных заведениях России: проблемы и решения // Поволжский педагогический вестник. 2015. № 4 (9). С.109-114.
3. Студенты вуза представили свои проекты на конкурсе «Профессиональное завтра». Режим доступа: Студенты вуза представили свои проекты на конкурсе «Профессиональное завтра» (urfu.ru) (дата обращения 18.03.2022).
4. Тропина Е. А. Проектно-исследовательская деятельность как инновационная технология в инклюзивном образовании // V Международная научно-практическая конференция «Образовательное пространство детства: исторический опыт, проблемы, перспективы». 2018. С. 262-265.
5. Boronina L., Senuk Z., Baliasov A. Project training at university: opportunities and challenges // ICERI2020 Proceedings. 2020. Pp. 8509-8517

A. Polyanskaya, L. Boronina

PROJECT TRAINING AS AN INNOVATIVE TECHNOLOGY OF INCLUSIVE EDUCATION IN HIGHER SCHOOL

Abstract

The federal state educational standard of higher education for students with special educational needs sets new tasks for education related to the integration of students with disabilities into a single educational environment, regardless of the severity of their developmental disorders. One of the global trends in the development of modern universities is the combination of traditional and modern formats in the educational process. Project training in a new, practice-oriented format of university training of specialists is a reliable way to form the competencies of the future. The article summarizes the experience of project training of students with disabilities at the Ural Federal University. The main advantages and limitations of the project activities of students in the context of digitalization of inclusive education are revealed.

Keywords: higher school, inclusive education, people with disabilities, project training.

УДК 316.7

Э. Р. Якубова, Л. Н. Боронина

АКТИВИЗАЦИЯ УЧАСТИЯ МОЛОДЕЖИ В ГОРОДСКИХ КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТАХ

Аннотация

На сегодняшний день привлечение молодых людей к общественным проектным практикам становится приоритетным направлением молодежной политики. Национальные стратегии, федеральные, региональные и муниципальные программы нацелены на вовлечение молодежи в социально-культурные проекты. Участие в культурных городских проектах способствует не только развитию творческого и духовно-нравственного потенциала молодого поколения, но и изменяет его ролевое поведение – от пассивного потребителя культурных благ к субъекту преобразования культурной городской среды. Исследование и оценка существующих технологий рекрутирования волонтеров в реализацию городских культурный проектов выявили их консервативный характер. Отсутствие инновационных, креативных технологий, которые бы соответствовали особенностям и запросам современной молодежи, нередко создают ситуацию количественного и качественного дефицита потенциала добровольческой деятельности. Результатом авторского исследования стал проект по совершенствованию технологий активизации участия молодежи в реализации культурных проектов в муниципальном образовании «город Екатеринбург».

Ключевые слова: молодежь, добровольческая деятельность, культурные проекты, управление участием молодежи.

В государственной молодежной политике особая роль отводится молодежи, занимающихся волонтерской деятельностью [2]. В национальных проектах все чаще акцентируется внимание на выстраивание коммуникаций с талантливой молодежью для ее вовлечения в проекты, нацеленных на развитие городских территорий, благоустройство городской среды, улучшение имиджевых характеристик города, развитие общественных пространств. Участие молодежи в таких проектах позволяет ей в полной мере реализовывать свое «право на город» [6, с. 66], сформировать чувство эмоциональной привязанности к городу, утвердить собственную территориальную идентичность [3, с. 447].

На 1 января 2020 года общее количество российской молодежи составило 27 368 077 человек. Только 12 % от общей численности молодого российского поколения были вовлечены в добровольческую деятельность, в сфере культуры – 3 % [1]. Исследователи отмечают, что социальные проекты, которые исходят непосредственно от государства, зачастую игнорируются молодыми людьми. Чаще всего это связано с недостаточным и неэффективным информационным сопровождением актуальных событий. Более того,

© Якубова Э. Р., Боронина Л. Н., 2022

формат реализуемых форм участия, который в большинстве случаев представляет собой формализованный и стандартизированный процесс, не отвечает их потребностям [4, с. 180].

В 2018 году в Екатеринбурге было проведено масштабное исследование культурной жизни города [5, с. 512]. Результаты исследования показывают, что культурная жизнь Екатеринбурга, в целом, находится на высоком уровне, а масштаб и разнообразие культурной городской среды оценивается на одном уровне с Москвой и Санкт-Петербургом. Вместе с тем, в качестве негативной тенденции исследователями отмечается замедление развития культурного пространства города. Причины – несогласованность интересов основных стейкхолдеров, отсутствие инновационных подходов, проектных практик. Творческие екатеринбуржцы часто встречают препятствия в реализации своего потенциала из-за несогласованности и излишней бюрократизации процессов. Конфликт государственного и частного приводит к превалированию в культурной жизни города традиционных культурных мероприятий.

Одним из инновационных и успешных субъектов развития городских проектов в Екатеринбурге является фонд «STENOGRAFFIA» (далее – Фонд), каждый год организующий международный фестиваль уличного искусства. Фонд часто привлекает волонтеров для реализации своих проектов, как молодых, так и людей в зрелом возрасте. Общее количество волонтеров, привлекаемых к организации и проведению международного фестиваля за период с 2010 по 2020 гг., организаторы оценивают в 650 человек. Однако, на практике отмечается разобщенность волонтеров, которые прошли отбор, а затем просто «потерялись» во время реализации мероприятия.

С целью выявления проблемной ситуации осенью 2021 году был поведен опрос молодежи города Екатеринбурга в возрасте от 16 до 24 лет (N = 258, выборка стихийная). Метод опроса – анкетирование. На вопрос «Знаете ли вы о фестивале уличного искусства "Стенография» 73 % респондентов дали положительный. Несмотря на общую осведомленность и положительное отношение к проводимому мероприятию, чуть более половины (51 %) опрошенных указали на то, что они не знают о возможности их участия в фестивале в качестве волонтеров, что может указывать на неэффективные каналы коммуникации и информирования. 79 % респондентов отметили, что не принимали участия в проекте в качестве волонтеров. Обобщая результаты опроса, суть проблемной ситуации можно сформулировать следующим образом: при одобрении подавляющим большинством респондентов необходимости дальнейшего развития фестиваля лишь малая доля знает о возможности принять участие в качестве волонтера, и еще меньше принимало участие в проекте.

В ходе дальнейшего исследования проблемной ситуации была выдвинута гипотеза, объясняющая возможную причину сложившейся ситуации: существующие технологии информирования и привлечения волонтеров к реализации проекта «Стенография» стандартны и предполагают лишь пассивное участие волонтеров. Для проверки исследовательской гипотезы была проведена оценка существующих технологий, с помощью которых фонд «STENOGRAFFIA» привлекает добровольцев к реализации социальных проектов.

Первым этапом является организация набора волонтеров. Ежегодно, за несколько месяцев до старта для всех желающих поучаствовать в проекте на официальном сайте появляется ссылка для заполнения анкеты. Также о проведении фестиваля сообщается в социальных сетях (ВКонтакте, Фейсбуке, Инстаграме), а также в крупнейших региональных СМИ. Второй этап – проведение собеседований и отбор. В процессе собеседования уточняются потребности волонтеров, оцениваются их умения, квалификация и интересы, а также количество свободного времени, которое они готовы уделить фестивалю. Негативные аспекты процедуры собеседования заключается в том, что множество кандидатов отсеивается на данном этапе, некоторых пугает сама многоступенчатая процедура. Процесс собеседования является достаточно длительным по времени. Необходимы более современные способы отбора волонтеров. На третьем этапе происходит формирование

команд. Волонтеров распределяют по командам (в чаты), в зависимости от их интересов и навыков: работа с арт-объектами; логистика; организаторский блок; работа в пресс службе. Заключительный этап определяется контролем рабочих процессов уже после запуска фестиваля. Экспертная оценка технологий работы с волонтерами показала неэффективность существующей технологии рекрутирования и отбора потенциальных волонтеров. Гипотеза подтвердилась.

В качестве новой технологии, интегрирующей новые способы привлечения и отбора волонтеров в реализации культурного проекта «Стенография», может выступать информационно-коммуникативная площадка «STENOGRAFFIA_VOLUNTEEN». Создание информационно-коммуникативной площадки должно способствовать развитию современных форм привлечения волонтеров к участию в проектах, затрагивающих вопросы формирования городского пространства, тем самым реализуя у молодых людей право на город.

Рамках функционирования площадки запланировано проведение серии мероприятий. Предлагается скорректировать каналы коммуникации и сделать упор на социальные сети, которые пользуются популярностью у молодежи (TikTok). Также планируется распространение информации о наборе волонтеров через медийных лиц. Не секрет, что в настоящее время роль инфлуенсеров (от англ. Influence – влиять) велика, особенно их репутация и уровень доверия среди молодежи. Потенциальных волонтеров предлагается собрать на городской квест по арт-объектам «Стенографии», организовать лекторий на тему современного искусства с приглашенными экспертами, провести мастер-классы от художников прошлых лет. На наш взгляд, привлекательным дополнением будем проведение двух конкурсов: один для молодого художника, второй – для волонтеров, ориентированных на работу со средствами массовой информации. Интересной для молодежи будет и возможность участия в вебинаре по созданию собственного проекта по улучшению городского пространства. Все вышеперечисленные мероприятия направлены непосредственно на волонтеров. Разнообразие их форм позволяет сосредоточиться на большом количестве молодых людей, которые, вероятнее всего, найдут занятие себе по душе. Совершенствование технологий набора волонтеров поможет на ранних стадиях сформировать интерес, лояльность и чувство ответственности к различного рода городским культурным проектам.

Библиографический список

1. Статистика // Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь). Режим доступа: https://fadm.gov.ru/activity/statistic (дата обращения: 20.01.2022).
2. Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 года No 2403. Режим доступа: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70713498/ (дата обращения: 12.12.2021).
3. Антонова Н. Л., Абрамова С. Б., Полякова В. В. Право на город: повседневные практики молодежи и партисипация в производстве городского пространства // Мониторинг. 2020. № 3 (157). С. 443-462.
4. Бурнашева А. А., Тарасова А. Н. Участие молодежи в формировании городской среды города Екатеринбурга // XXII Уральские социологические чтения. Национальные проекты и социально-экономическое развитие Уральского региона: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург: изд-во Уральского университета, 2020. С. 176-181. Режим доступа: http://elar.urfu.ru/handle/10995/82319 (дата обращения: 08.01.2022).
5. Екатеринбургский пульс. Культурная среда и символический капитал // Аналитический доклад по инициативе Управления культуры города Екатеринбурга. 2019. Режим доступа: http://cpolicy.ru/studies (дата обращения: 28.01.2022).

6. Социальное участие молодежи в развитии городов: методологические идеи, методические подходы и опыт исследования конструктивных практик: монография / М. В. Певная, Е. А. Шуклина, Т. Ю. Быстрова, М. С. Федорова и др.; Под ред. М. В. Певной. Екатеринбург: изд-во Уральского университета, 2020. Режим доступа: https://elar.urfu.ru/handle/10995/94782 (дата обращения: 14.12.2021).

E. Yakubova, L.Boronina

ACTIVATION OF YOUTH PARTICIPATION IN URBAN CULTURAL PROJECTS

Abstract

For today the involvement of young people in public project practices is becoming a priority area of youth policy. National strategies, federal, regional, and municipal programs are aimed at involving young people in socio-cultural projects. Participation in cultural urban projects contributes not only to the development of the creative and spiritual and moral potential of the younger generation, but also changes its role behavior – from a passive consumer of cultural goods to a subject of transformation of the cultural urban environment. The study and evaluation of existing technologies for recruiting volunteers in the implementation of urban cultural projects revealed their conservative nature. The lack of innovative, creative technologies that would correspond to the characteristics and needs of modern youth often creates a situation of quantitative and qualitative shortage of volunteer activity potential. The result of the author's research was a project to improve technologies for enhancing youth participation in the implementation of cultural projects in the municipal formation "Yekaterinburg city".

Keywords: youth, volunteering, cultural projects, youth participation management.

РАЗДЕЛ 4. ИССЛЕДОВАНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА И ИНСТИТУТЫ

4.1. УНИВЕРСИТЕТЫ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ: ЧЕЛОВЕК ИЛИ "ЦИФРА" ?

УДК 007

М. А. Барейчева, Е. А. Кубина, Л. В. Дайнеко

ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ОСВОЕНИЯ НОВЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Аннотация

В современном мире важное значение приобретает способность быстрого освоения новых, незнакомых ранее, компетенций, например, освоение цифровых образовательных инструментов во время экстренного перехода в дистанционный формат, вызванного пандемией, всеми участниками образовательного процесса. Следует отметить, что и в обычной жизни компетенции, связанные с обучением и взаимодействием в онлайн-пространстве будут актуальны, так как все больше привычных на первый взгляд вещей в период пандемии перешли и стали развиваться в оффлайн-среде. Авторами было проведено исследование, целью которого стало выявление приобретенных или усовершенствованных компетенций, связанных с обучением в онлайн-формате. Методологической базой исследования стало проведение опросов и интервью с респондентами УрФУ, а также изучение других исследований на схожую тему. Сделанные выводы могут стать хорошим мотиватором для внедрения и использования цифровых технологий в процессе обучения не только в университетах, но и в колледжах, а также на курсах повышения квалификации и тренингах.

Ключевые слова: компетенции, онлайн-образование, дистанционное обучение.

Одним из факторов влияния пандемии COVID-19 стало не только стремительное развитие рынка онлайн-образования, но и осознание вузами необходимости поддержки дистанционного или смешанного формата обучения, некоторые программы переводятся или создаются с нуля в онлайн-формате. Это связано с тем, что подобная практика в период пандемии показала себя как высокоэффективная, доступная и комфортная для студентов и преподавателей. Каждая из сторон в учебном процессе выявила для себя преимущества, положительные стороны онлайн-образования, а также научилась бороться с возникающими трудностями.

После вынужденного перехода учебного процесса в дистанционный формат в марте 2020 года, многие студенты и преподаватели не понимали, как взаимодействовать в новом пространстве. Адаптация проходила по-разному – у преподавателей возникали сложности с проведением занятий, подготовкой материала и переносом учебного процесса и мероприятий на онлайн-платформы, у студентов были сложности с концентрацией, усвоением материала, коммуникацией в группе и обратной связью с руководителями и т.д. Однако все трудности удалось преодолеть, приспособиться к новому формату: появилось множество площадок, предоставляющих доступ (в том числе и бесплатный) для преподавателей и студентов. Многие университеты разработали самостоятельно или модернизировали существующие платформы для онлайн-образования, а некоторые воспользовались услугами сторонних организаций. Одним из примеров эффективного внедрения онлайн-образования в учебный процесс стал Уральский Федеральный университет (УрФУ) в г. Екатеринбурге (Россия). К началу пандемии вуз уже имел большой опыт работы на различных онлайн-площадках, поэтому экстренный перевод образовательного процесса в дистанционный формат прошел успешно.

Авторы в своем исследовании опирались на данные, полученные в результате проведения собственных опросов и интервью с сотрудниками и студентами УрФУ. Также в

© Барейчева М. А., Кубина Е. А., Дайнеко Л. В., 2022

качестве методологической базы использовались исследования ученых УрФУ и РАНХиГС в период пандемии.

Многие исследователи во время пандемийных ограничений изучали отношение участников образовательного процесса к переводу в дистанционный формат для выявления и измерения ожидания трудностей, с которыми могут столкнуться студенты и преподаватели в процессе перехода на дистанционный формат обучения. Так, Панов и др., выявили недостаточный уровень цифровой грамотности и недостаточность методических разработок для реализации образовательного процесса в полностью дистанционном формате [12, с. 70]. По мнению Кондюковой и др., внедрение онлайн-технологий в образовательный процесс является долгосрочным градиентом развития, однако большая часть вузов находится на начальной стадии информатизации. По этой причине необходимо последовательно переводить вузы на «цифровые рельсы» [9, с. 117-120]. Беляева и др., отметили, что новые цифровые инструменты и технологии изменяют не только образовательный процесс, но и роли участников этого процесса: преподаватели становятся провайдерами контента и ресурсов – тьюторами, а студенты могут выступать в роли обучающего по отношению к другим студентам [6, с. 95-97]. Также, пандемия выступила катализатором внедрения дистанционного образования в университеты [8, с. 47-53], вынуждая преподавателей и студентов менять привычные образовательные практики, развивая умения использовать образовательный контент в дистанционном формате [7, с. 200]. Гончарова и Зайцева разделили российские университеты на две группы – «цифровых новичков», вынужденных переводить образовательный процесс в асинхронный формат, и достигших продвинутой стадии цифровой трансформации, выбравших синхронный формат организации учебного процесса [2, с. 222-225]. Кокшаров и др. также отмечают разницу в возможностях университетов адаптироваться к новым условиям [3, с. 10-15].

В УрФУ также проводилось исследование отношения студентов и преподавателей к экстренному переводу образовательного процесса в дистанционный формат. В результате исследования 2020 года было выявлено, что более половины опрошенных ежедневно использовали корпоративные сервисы университета, 75 % активно осваивали различные онлайн-курсы, введенные в учебный процесс. Главными факторами, которые «тормозят» освоение или представление образовательного контента в онлайн-формате стали: трудности с самоорганизацией и мотивацией у студентов (56 %), технические проблемы (71 %), сложности в коммуникации (50 %). Однако 54 % опрошенных преподавателей отметили эффективность дистанционного обучения и высокую вероятность его дальнейшего применения в процессе обучения [10, с. 160-167; 11, с. 26-28]. Еще одно исследование, проведенное в формате глубинных интервью выявило, что адаптация к новому формату работы прошла гармонично за счет высокой вовлеченности администрации университета, сотрудников и студентов, которые смогли быстро перестроиться под новые реалии [4, с. 163-164; 5, с. 48-50].

Для осмысления опыта дистанционного обучения в 2021 году был проведен еще один опрос преподавателей и студентов УрФУ, который выявил, с одной стороны, усталость преподавателей от онлайн-формата обучения, с другой стороны, рост цифровой компетентности преподавателей и повышение доли преподавателей, активно использующих цифровые сервисы и платформы для реализации дистанционного обучения (с 47 % до 99 % преподавателей). Также, основные опасения преподавателей в марте 2020 года были связаны с возможными техническими проблемами организации дистанционного обучения, а фактически проблемными оказались вопросы коммуникации со студентами и их мотивации. Со стороны студентов наблюдался достаточно высокий уровень адаптации к новому формату обучения, снижение опасений за свою успешность и повышение уровня самоорганизации [1, с. 120-126].

Центром полевых исследований Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС на протяжении 2-х лет (с 2020 по 2021 года) проводились опросы среди студентов университета, которым предлагалось ответить на некоторые вопросы, связанные с их

отношением к дистанционному формату обучения. Проанализировав полученные за три волны данные можно говорить о том, что студенты и преподаватели стали чувствовать себя комфортнее в онлайн-пространстве (в первую волну 27 % студентов и 28 % преподавателей отметили удобство данного формата, в 3-ю волну 41 % и 44 % соответственно), что говорит об эффективной политике университета в связи с переходом на дистанционную форму, а также о высоком уровне адаптации респондентов к изменяющимся условиям работы [13].

Преодолевая сложности и проходя адаптацию к новому формату обучения, студенты и преподаватели приобрели новые важные компетенции, которые позволяют применять их и в повседневной жизни. Для выявления приобретенных компетенций авторами были проведены интервью и опросы среди сотрудников и студентов УрФУ. В качестве платформы для проведения опросов использовались Google-формы, а для интервью Microsoft Teams. Аудиторией исследования стали студенты бакалавриата пяти направлений подготовки (менеджмент, экономика, металлургия, история, инженерия), а также преподаватели УрФУ в возрасте от 30 до 60 лет.

Три четверти (74 %) опрошенных (совокупная выборка студентов и преподавателей) отметили значительное улучшение такого навыка как «Ведение онлайн-дискуссий». В более ранних исследованиях авторами было выявлено, что взаимодействие и коммуникация в онлайн-пространстве является одной из основных проблем дистанционного обучения. Однако за 2 года респонденты адаптировались и смогли получить новые важные в современном и изменившемся мире компетенции, такие как умение выразить и отстоять свою точку зрения, провести дискуссию с другим экспертом, выслушать собеседника, емко формулировать свои мысли и т.д.

Среди всех респондентов 56,5 % отметили положительные изменения в применении негласного этикета на веб-встречах. Так, в начале участникам было сложно взаимодействовать за счет того, что собеседники постоянно перебивали друг друга, не давали возможности высказать свою точку зрения. Зачастую данная проблема была связана с особенностью коммуникации на определенных платформах: несколько собеседников не смогут услышать друг друга, если будут говорить одновременно, это происходит из-за глушения сигналов динамика и микрофона. Проблема решилась с введением негласного этикета. Так, участники встречи имеют возможность высказаться за счет небольших пауз между монологом выступающего (преподавателя) или размеренного диалога с паузами между всеми участниками. На некоторых платформах есть возможность подавать веб-сигналы (как «поднятая рука» в Microsoft Teams или «реакции» в Zoom), которые значительно упрощают организацию процесса обсуждения.

Почти половина (44,7 %) респондентов (студентов) отметили, что научились больше уделять внимания самообучению. В начале перехода на дистанционное образование, концентрация на основной теме обсуждения рассеивалась прямо пропорционально длительности мероприятия. Поэтому многие студенты отметили снижение усваиваемого материала. К тому же задания теперь выполнялись полностью автономно, и обратная связь с результатами поступали к студентам спустя какое-то время (чтобы преподаватель успел все проверить). Для успешной сдачи зачетных единиц самостоятельно изучались дополнительная литература и другие источники. Популярность набрали и консультации (тоже онлайн), где студенты могли обсудить интересующие их вопросы или подискутировать с руководителями дисциплин. Многие студенты отметили, что им стало проще адаптироваться к малознакомым темам и в жизни (например, на работе), так как процесс самостоятельного изучения материала стал занимать меньше времени.

Половина (50,2 %) всех респондентов получили навыки ведения онлайн-мероприятий и защиты научных трудов на конференциях. Ограничения, введенные в период пандемии, перевели все групповые мероприятия в онлайн-формат. Преподаватели и студенты столкнулись с новой задачей: грамотно сопроводить материал доклада запоминающимся выступлением. Респонденты отмечают, нто раньше даже с большим опытом очных защит, на

онлайн-конференции чувствовалось непривычное волнение, подпитанное непредсказуемостью техники и нерабочей домашней атмосферой.

На сегодня, большинство участников опроса отмечают развитие навыков ведения онлайн-защит: как грамотно преподнести информацию, как оформлять презентацию, как вести себя при ответе на вопросы и что делать в случае перебоев сети – все это и многое другое сейчас помогает студентам и преподавателям и в обычной жизни. Некоторые мероприятия продолжают вести онлайн, так как это гарантирует присутствие максимального количества участников из любой точки мира, что значительно улучшает систему обмена информацией.

Таким образом, авторы отмечают, что опыт дистанционного обучения стал сильным толчком к развитию образовательной системы не только в плане ее доступности, но и в плане эффективности. Грамотно налаженная коммуникация выявила новые возможности смешанного формата, например, приобретение ключевых компетенций для ведения онлайн-мероприятий или участие в них. Объединив две модели обучения, можно внедрить наиболее эффективные инструменты каждой из них, аккумулировав полученный опыт в образовательную стратегию. Так авторы видят систему образования в будущем: дисциплины, требующие непосредственного участия студентов, будут проводиться очно в аудиториях на базе университета, остальные направления могут быть освоены с помощью сторонних сервисов и платформ университета в дистанционном формате.

Библиографический список

1. Daineko L., Yurasova I., Larionova V., Karavaeva N. Reflecting on the experience of forced transition to distance learning during the COVID-19 pandemic // Proceedings of the 20th European Conference on e-Learning, ECEL. 2021. Pp. 119-129. URL: https://doi.org/10.34190/EEL.21.052
2. Goncharova N., Zaitseva E. Responses of Russian universities to the challenges of COVID-19 pandemic // Proceedings of the 19th European Conference on e-Learning, ECEL. 2020. Pp. 221-228. URL: https://doi.org/10.34190/EEL.20.140
3. Koksharov V. A., Sandler D. G., Kuznetsov P. D., Klyagin A. V., Leshukov O. V. (2021). The Pandemic as a Challenge to the Development of University Networks in Russia: Differentiation or Collaboration? // Voprosy Obrazovaniya. 2021. Vol. 2021. Iss. 1. Pp. 1-17. DOI 10.17323/1814-9545-2021-1-
4. Kubina E., Bareicheva M., Stepanova N., Brown K. Problems and ways of forming the educational strategy of students in the process of remote learning // Proceedings of the European Conference on e-Learning, ECEL : 19. 28 – October 30, Berlin. 2020. Pp. 260-269. DOI 10.34190/EEL.20.046.
5. Барейчева М. А., Кубина Е. А., Степанова Н. Р. Опыт организации дистанционного обучения в сжатые сроки // Первая Международная научная конференция по проблемам цифровизации: EDCRUNCH URAL – 2020: Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2020. С. 42-54.
6. Беляева Е. А., Грунт Е. В., Салганова Е. И. Образовательные платформы дистанционного образования в российских и китайских вузах: новые вызовы высшей школе // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2020. Т. 20. № 4. С. 93-98. DOI 10.14529/ssh200412.
7. Грунт Е. В., Беляева Е. А., Лебедкина Е. Г. Деконструкция образовательных практик преподавателей и студентов российских вузов в условиях вынужденного перехода на дистанционное образование // Социология. 2021. № 1. С. 191-201.
8. Грунт Е. В., Беляева Е. А., Лисситса С. Дистанционное образование в условиях пандемии: новые вызовы российскому высшему образованию // Перспективы науки и образования. 2020. № 5 (47). С. 45-58. DOI 10.32744/pse.2020.5.3.

9. Кондюкова Е. С., Шершнева Е. Г., Зорин А. К. Дистанционный формат обучения в университетах: вызовы и перспективы // Успехи гуманитарных наук. 2021. № 1. С. 116-121.

10. Ларионова В. А., Дайнеко Л. В., Юрасова И. И. Опыт экстренного перехода на полностью дистанционное обучение в уральском федеральном университете // Первая Международная научная конференция по проблемам цифровизации: EDCRUNCH URAL – 2020 : материалы конференции (г. Екатеринбург, 29–30 сентября 2020 года) Министерство науки и высшего образования РФ, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2020. С. 155-172.

11. Ларионова В. А., Семенова Т. В., Шмелева Е. Д. Вынужденный переход на дистанционное обучение: ожидания и опасения студентов // Университетское управление: практика и анализ. 2020. Т. 24. № 4. С. 22-29. DOI 10.15826/umpa.2020.04.032.

12. Панов В. И., Борисенко Н. А., Капцов А. В. Некоторые итоги цифровизации образования на примере вынужденного удаленного школьного обучения / // Педагогика. 2020. Т. 84. № 9. С. 65-77.

13. Рогозин Д. Поддерживают или не поддерживают преподаватели российских вузов цифровую трансформацию высшего образования? // X зимняя школа преподавателя: Партнерство в цифровом образовании 2022-2030. Юрайт Академия. 2022. Режим доступа: https://griat.kai.ru/documents/678086/12297794/10.10_%D0%A0%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D0%BD_31.01-%D0%941.pdf/9135b7fe-8c1a-4092-96eb-0ae20c7deb71 (дата обращения: 21.03.2022).

M. Bareicheva, E. Kubina, L. Daineko

DIGITAL TOOLS AS AN OPPORTUNITY TO ACQUIRE NEW COMPETENCES

Abstract

In today's rapidly changing world, the ability to master new, previously unknown, competences quickly become very important. A good example of this is mastering digital educational tools during an emergency complete transfer to a distant format, caused by pandemic. It should be noted that competences related to learning and interaction in the online space will also be relevant in ordinary life, as more and more seemingly familiar things have moved and started to develop in the offline environment during the pandemic. The authors carried out a study aimed at identifying acquired or improved competences related to online learning. The methodological basis of the study was surveys and interviews with respondents from UrFU, as well as an examination of earlier studies on a similar topic. The findings can be a good motivation and one of the factors for the introduction and use of digital technologies in the learning process, not only in universities, but also in colleges, as well as in continuing education courses and trainings.

Keywords: competencies, online education, distance learning.

УДК 304.444

Н. В. Гончарова, А. В. Ворожцова

ОСОБЕННОСТИ ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Аннотация

Цифровая трансформация экономики позволила персоналу организаций взаимодействовать в режиме онлайн, используя информационно-коммуникационные технологии. Целью статьи является анализ последствий влияния цифровых технологий на внутриорганизационные коммуникации. Авторами были рассмотрены особенности перевода работы в дистанционный режим, проанализированы мнения работодателей относительно изменения эффективности работы сотрудников в дистанционном режиме. В статье описаны основные проблемы в сфере коммуникаций при дистанционном режиме: увеличение времени взаимодействия, коммуникационные провалы, неспособность коллектива работать

© Гончарова Н. В., Ворожцова А. В., 2022

в команде, уменьшение степени вовлеченности сотрудников в работу, затруднение управленческих процессов. Сделан вывод о влиянии коммуникаций на эффективность работы организации.

Ключевые слова: коммуникации, дистанционная работа, цифровая трансформация, персонал, компетенции.

Цифровизация все больше становится необходимым условием мирового социального развития, обеспечивающим экономический рост и улучшение качества жизни. Под влиянием цифровизации во всех сферах общества происходят глобальные трансформационные процессы, затрагивающие деловые коммуникации в коммерческих организациях. Предпосылками трансформации коммуникаций являются распространение интернет-технологий, рост вычислительной мощности процессоров, повсеместное использование мобильных устройств, рост значимости социальных сетей в процессе общения, развитие цифровых стартапов. В коммуникационных процессах организаций активно применяются новейшие цифровые информационно-коммуникационные технологии, позволяющих работать в дистанционном режиме, активно используя интернет, беспроводные сети, электронный документооборот, электронные средства коммуникации, различные способы для хранения, обработки и передачи информации [4, 15].

За последние пять лет в России количество организаций, использующих цифровые технологии, увеличилось в 1,3 раза. Доля сотрудников, использующих интернет в работе, составляет 40 %, а персональными компьютерами пользуются 50 % сотрудников [18].

Пандемия COVID-19 ускорила цифровизацию экономики. На дистанционный режим работы перешли 16 % взрослого населения России. Большей частью изменения коснулись специалистов с высшим образованием в бюджетной и коммерческой сферах. Организации столкнулись с необходимостью приспосабливаться к новым условиям работы. Наиболее подготовленными к изменениям оказались предприятия Москвы, Санкт-Петербурга и городов-миллионников [17].

При переходе на работу из дома россиянам пришлось столкнуться с использованием новых программных продуктов, многие начали осваивать программы для организации видеоконференций (ZOOM, Google-meet, Microsoft Teams и другие приложения), обучаться использованию мессенджеров и электронной почты. Значительно возросла роль мобильных устройств, позволяющих оперативно обмениваться информацией и находить нужные сведения в сети Интернет. Общение вне офиса стало осуществляться при помощи уже знакомых многим приложений, таких как WhatsApp, который использовали 86% работающих дистанционно, и Skype – 43 % [8]. Использование мессенджеров раскрывает широкие возможности для взаимодействия сотрудников. Мессенджеры дают возможность обмениваться документами, фото, голосовыми сообщениями, общаться по видеосвязи, создавать группы для обсуждения производственных вопросов.

По данным социологического опроса, можно сделать вывод, что россияне достаточно легко освоили цифровые навыки, необходимые для работы. У 62 % сотрудников, переведенных в режим онлайн, владение цифровыми компетенциями находится на уровне выше среднего. Лишь у 20 % работников низкий уровень владения компетенциями [17].

Наличия цифровых сервисов для организации эффективной работы недостаточно. В условиях удаленной занятости важную роль играют внутриорганизационные коммуникации. Многие исследователи изучают особенности изменения практики корпоративных коммуникаций в период пандемии [10], анализируют общие тенденции развития коммуникаций в условиях технического процесса [5], исследуют особенности работы персонала в диктантном режиме [9; 12; 13; 14] изучают отношение сотрудников к удаленной работе [6; 7], рассматривают особенности и проблемы управления сотрудниками при удаленном режиме работы [11, 3], описывают преимущества и недостатки удаленного режима работы как для сотрудников, так и для работодателей [2].

Внедрение цифровых технологий ведет к востребованности дистанционных работников на рынке труда. К 2028 году ожидается, что 73 % мировых компаний будут иметь в штате удаленных сотрудников, дистанционная работа станет приемлема для широкого круга отраслей и профессий [16]. Однако, на сегодняшний день, многие работодатели не стремятся к полному переводу работы в онлайн-режим. На рис. 1 представлены данные опроса, отражающие желание российских компаний продолжать работать в дистанционном режиме.

Рис. 1. Доля компаний, желающих перевести сотрудников на дистанционный режим работы (составлено автором по данным [17])

Опрос показывает, что только 5 % компаний хотят продолжить работать полностью в дистанционном режиме после пандемии, 32 % компаний хотят работать в очном режиме, 63 % компаний планируют часть сотрудников оставить работать в дистанционном формате, а часть сотрудников вывести на очный режим работы. Несмотря на то, что перевод сотрудников в дистанционный режим позволяет работодателям экономить на аренде офисных помещений, на оплате коммунальных услуг и т. д., 95 % работодателей не планируют полный перевод работы в дистанционный режим, что во многом связано с нерешёнными проблемами в сфере коммуникаций.

Общение с помощью технических устройств привело к увеличению времени коммуникаций. Деловые встречи и совещания, организованные в формате видеоконференций, значительно затягиваются. Возросла угроза срыва коммуникаций. Сотрудники не всегда имеют возможность эффективно организовать свое рабочее место. Наличие помех, таких как плохой сигнал, посторонние шумы, несоответствие средства связи характеру передаваемого сообщения, препятствуют общению. Например, отсутствие корпоративной телефонной линии не позволяет оперативно решать производственные вопросы. Еще одним примером срыва коммуникаций является отсутствие обратной связи. Оно может происходить как по объективным причинам, так и вследствие сознательного уклонения работника от своих обязанностей. Массовый переход на удаленную работу привел к необходимости организации коллективного общения в режиме онлайн. Для данной цели организовываются групповые чаты в мессенджерах. Они позволяют донести информацию до большого круга лиц. Однако, часто рабочие группы оказываются перегружены. Работнику приходится ознакомляться с информацией, непосредственно не касающейся его работы. Большое количество спама приводит к потере важной информации.

На рис. 2 отражена оценка работодателями эффективности работы сотрудников в дистанционном режиме.

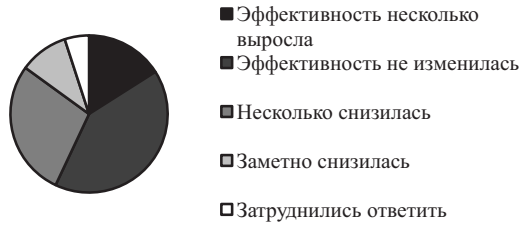


Рис. 2. Доля работодателей, оценивающих степень эффективности работы сотрудников в дистанционном режиме (составлено автором по данным [17])

Почти половина работодателей (43 %) не отмечают изменения эффективности работы сотрудников в дистанционном режиме, 38 % работодателей считают, что эффективность работы снизилась, и только 5 % работодателей считают, что эффективность выросла. Необходимо отметить, что как правило, организации не используют специальные инструменты или программные средства для измерения или управления эффективностью работы дистанционных сотрудников. В основном это субъективные оценки работодателей. Основной причиной возможного снижения эффективности сотрудников является несовершенство организационных процессов, которые обострились при переходе в онлайн (много нерегламентированных коммуникаций, сложнее воспроизводить устные договоренности и т. д.). К тому же на эффективность работы сотрудников влияет снижение контроля со стороны руководства.

Негативным последствием перехода на удаленный режим работы является разрушение корпоративной культуры. Корпоративная культура играет важную роль в жизни организации. Она способствует формированию у работника чувства приверженности фирме, мотивирует его к более эффективной работе. В новых условиях коммуникации сосредотачиваются только на рабочих вопросах. Вследствие отстранения от дел организации, отсутствия неформального общения, недостаточности информации, наблюдается снижение мотивации и вовлеченности сотрудников в работу [1].

Вышеперечисленные проблемы внутриорганизационных коммуникаций представлены на рис. 3.

Основными проблемами коммуникации являются: увеличение времени коммуникаций, коммуникационные провалы, неспособность работать в команде, уменьшение степени вовлеченности сотрудников в работу. Причинами возникновения указанных проблем служат плохо налаженные коммуникации и отсутствие необходимых компетенций. Руководители оказываются не способны эффективно управлять персоналом так как традиционные управленческие практики не подходят для удаленной работы. Подчиненные часто оказываются не готовы к самоорганизации, и ослабление контроля ведет к ухудшению качества работы. Так же сильное влияние на результаты работы оказывает разрушение корпоративной культуры.

Дистанционная работа в условиях цифровой трансформации экономики становится необходимостью и затрагивает многие категории сотрудников. Данные социологических опросов показали, что организации не готовы к полному переводу сотрудников в режим онлайн. Основной причиной этому служит отсутствие навыков взаимодействия в дистанционном формате. Использование технических средств усложняет процесс общения, удлиняет время протекания коммуникаций. К тому же происходит разрыв внутренних связей, который негативно сказывается на результатах работы. В связи с этим работодатели все чаще выбирают комбинированный режим работы, основанный на чередовании работы в офисе и в режиме онлайн. Это позволяет руководителям сохранять контакт с подчиненными и при личной встрече решать накопившиеся вопросы.

Рис. 3. Проблемы внутриорганизационных коммуникаций в условиях удаленной занятости (составлено автором по данным [1])

Главная роль в обеспечении эффективных коммуникаций в условиях цифровой трансформации должна отводиться управленческому персоналу организации. Важно находить «узкие» места в процессе коммуникации и своевременно принимать меры по их устранению. Руководителям необходимо отработать режим онлайн-взаимодействия и обеспечить вовлеченность всех членов коллектива в процесс работы. От того насколько грамотно построена внутриорганизационная модель взаимодействия зависит эффективность работы и конкурентоспособность компании.

Библиографический список

1. Абрамов Р. Н., Климов И. А. Работа на удаленке: конец эксклюзивности // СоциоДиггер: Труд и занятость. 2021. Т. 1. № 6. С. 16-25. Режим доступа: https://profi.wciom.ru/fileadmin/file/nauka/podborka/wciom_sociodigger_012021.pdf (дата обращения: 28.02.2022).

2. Белобровская А. А., Сидорова В. Н. Особенности перехода организаций на удаленный режим работы на примере современных компаний // Нормирование и оплата труда в промышленности. 2021. № 1. С. 24-29.

3. Воблая И. Н., Григорян Л. К. К вопросу управления рисками при удаленном режиме работы в условиях пандемии // Управленческие науки. 2021. № 2. С. 73-84.

4. Гончаров И. Л. Трансформация управленческих процессов под влиянием цифровизации // Инновации и инвестиции. 2020. № 9. С. 106-110.

5. Кривоносов А. Д., Лебедева Т. Ю. Цифровая эпоха: взаимовлияние технического прогресса и прогресса коммуникации // Коммуникации в эпоху цифровых изменений. 2020. С. 10-13.

6. Никитина Н. А. Удаленная занятость на российском рынке труда и отношение к ней работников // Социальные и экономические системы. 2021. № 3. С. 143-151.

7. Михеенкова Т. А., Морозова К. В., Лобачева А. С. Отношение сотрудников организаций к удаленной работе // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2020. Т. 9. № 1. С. 54-60.

8. Муссель М. К., Ермоленко Ю. С. Бизнес в эпоху коронакризиса: тренды и перспективы // СоциоДиггер: Бизнес и предпринимательство. 2021. Т. 1. № 6. С. 5-18. Режим доступа: https://profi.wciom.ru/fileadmin/file/nauka/podborka/wciom_sociodigger_012021.pdf (дата обращения: 28.02.2022).

9. Обанова А. С. Особенности работы компаний при переходе на удаленную работу // Актуальные исследования. 2021. № 2. С. 29.

10. Рассохина И. Ю., Сармаева М. И. Трансформация внутрикорпоративных коммуникаций в условиях пандемии COVID-19 // Российская школа связей с общественностью. 2021. № 21. С. 111-128.

11. Савченко М. С., Гримашевич О. Н. Проблемы управления персоналом на предприятиях в условиях удаленной работы // Парадигмы управления, экономики и права. 2020. № 2. С. 26-31.

12. Сергеева И. И. и др. Некоторые аспекты организации удаленной работы персонала в условиях пандемии // Экономическая среда. 2021. № 1. С. 47-52.

13. Ткешелиадзе Д. В., Дворядкина А. А. Особенности организации удаленной работы на предприятиях во время пандемии коронавируса // Гипотеза. 2020. № 1 (10). С. 25.

14. Федорова Н. В., Минченкова О. Ю., Макеева В. Г. Особенности работы менеджеров в условиях перевода сотрудников на удаленную форму работы // Наука и искусство управления. 2021. № 1/2. С. 32-43.

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

16. Полная статистика по удалённой работе за 2021 год. Режим доступа: https://promopoisk.com/articles/polnaya-statistika-po-udalyonnoy-rabote-za-2021-god (дата обращения: 20.03.2022).

17. Цифровая грамотность и удаленная работа в условиях пандемии // Совместный аналитический доклад ВЦИОМ и Social Business Group. Режим доступа: https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/czifrovaya-gramotnost-i-udalennaya-rabota-v-usloviyakh-pandemii (дата обращения: 25.02.2022).

18. Цифровые технологии (ЦТ) в России // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/technologies.pdf (дата обращения: 03.03.2022).

N. Goncharova, A. Vorozhtsova

FEATURES OF INTRA-ORGANIZATIONAL COMMUNICATIONS IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION

Abstract

The digital transformation of the economy has allowed the personnel of organizations to interact online using information and communication technologies. The purpose of the article is to analyze the consequences of the influence of digital technologies on intra-organizational communications. The authors considered the features of transferring work to remote mode, analyzed the opinions of employers regarding changes in the efficiency of employees' work in remote mode. The article describes the main problems in the field of communications in remote mode: an increase in interaction time, communication failures, the inability of the team to work in a team, a decrease in the degree of employee involvement in work, and the difficulty of management processes. The conclusion is made about the impact of communications on the efficiency of the organization.

Keywords: communications; remote work; digital transformation; staff; competencies.

УДК 378.14

Н. В. Гончарова А. И. Голоднова

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Аннотация

В статье рассмотрены форматы реализации образовательных программ. Выделены особенности взаимодействия коммуникатора и реципиента, которые образуются при обучении в различных форматах. Проведен анализ деструкторов и реструкторов коммуникации (преподавателя и обучающихся). Обобщены статистические данные по работе студентов группы 3 курса технической специализации в системе среднего профессионального образования при различных форматах обучения: очном, дистанционном и гибридном.

Ключевые слова: коммуникация, информационное поле, деструктор, реструктор.

Согласно Государственной программе Российской Федерации «Развитие образования» целью реализации мероприятий молодежной политики является «повышение уровня информированности молодых людей от 14 до 30 лет о потенциальных возможностях самореализации и саморазвития, дополнительных возможностях профессионального роста». При этом целью национального проекта РФ «Образование» является воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов РФ, исторических и национально-культурных традиций.

Именно работа в условиях пандемии подтолкнула общество к необходимости создания условий для внедрения современной и безопасной цифровой образовательной среды, обеспечивающей коммуникации для всех участников образовательных отношений.

На сегодня реализация образовательных программ в сфере среднего профессионального, высшего и послевузовского образования в зависимости от текущей эпидемиологической ситуации с COVID-19 может проводиться в следующих форматах: очный; дистанционный; гибридный.

Многие исследователи изучают особенности коммуникации между преподавателем и обучающимися, в том числе анализируют основные средства невербального общения в системе «преподаватель-студент», их значение в деятельности преподавателя, требования к их применению [4, с. 107], изучают наиболее предпочтительные способы коммуникации с позиции студентов и преподавателей [9, с. 35], описывают особенности коммуникации при дистанционном обучении [3, с. 23; 6, с. 170; 8, с. 490]. Некоторые из них утверждают, что культура коммуникации «преподаватель-студент» задает модель поведения, которая воспроизводится выпускником во взаимоотношении «работник-работодатель», и в ней, как в зеркале, отражаются огрехи «педагогоцентристской» организации образовательного процесса [7, с. 201].

Основой коммуникации является информационное поле, которое представляет совокупность информации, объектов и субъектов данных, использующейся для формирования профессиональных компетенций у обучающихся. Источником информации является преподаватель, который как профессионал в определенной области знаний отвечает за формирование компетенций, знаний и навыков у обучающихся. Обучающийся является получателем информации, который в результате коммуникации с преподавателем приобретает профессиональные компетенции [10].

Коммуникации между преподавателем и обучающимися осуществляются с использованием двухстороннего канала коммуникации. Коммуникационный канал предоставляет коммуниканту и реципиенту средства для создания и восприятия сообщения, т. е. знаки, языки, коды, материальные носители сообщений, технические устройства. Эффективность коммуникации между преподавателем и обучающимися зависит от наличия реструктуров и деструктуров. Реструктор – часть информационного поля, которая помогает в

© Гончарова Н. В., Голоднова А. И., 2022

настройке каналов коммуникации между обучающимися и преподавателем. Деструктор часть информационного поля, которая мешает в настройке каналов коммуникации между обучающимися и преподавателем [7, с. 204].

Характеристики информационного поля: границы информационного пространства, интенсивность потоков информации, масштабность, сложность, количество коммуникационных каналов, скорость движения информации, надежность работы.

При очном формате обучения студенты и преподаватель находятся внутри информационного поля. Коммуникант (преподаватель) и реципиент (студент) общаются друг с другом face-to-face. Коммуникационный канал прямой, включает устную и документальную коммуникации, с использованием невербальных и вербальных средств. Непосредственный визуальный контакт коммуниканта и реципиента позволяет дополнить вербальную коммуникацию эмоциональными и чувственными компонентами: жестикуляцией, мимикой, позой и т. д. На эффективность коммуникации оказывает влияние и внешний вид коммуниканта и реципиента (одежда, обувь, стрижка, сотовый телефон, часы и т. д.) [2, с. 38].

Для очного образовательного формата характерны следующие реструкторы коммуникации: наличие невербальных и вербальных средств коммуникации; среднее число событий регулирует преподаватель в зависимости от интереса аудитории; преподаватель регулирует объем данных, выдаваемый им в отрезок времени; высокая способность системы справляться с ошибочными данными и с ошибками во время выполнения задач.

Деструкторами коммуникации при очном образовательном формате являются: ограниченность территории (занятие происходит в конкретной аудитории), ограниченность масштаба передачи данных (потоки информации ограничены физическими особенностями аудитории, занятие происходит в заданной аудитории), преподаватель разделяет субъективную информацию и объективную в рамках ограниченного масштаба.

Для очного формата план занятия строится на балансе базовой информации и интерактивной составляющей. Учитывая, что очный формат содержит физические границы потоков информации, преподаватель свободно может контролировать все характеристики коммуникации [1, с. 85].

При дистанционном формате обучения студенты и преподаватель находятся вне информационного поля. Коммуникант и реципиент общаются друг с другом по средствам виртуальной коммуникации. Коммуникационный канал электронный, включает устную, документальную и электронную коммуникации. Как правило, студенты в лучшем случае видят сидящего перед экраном преподавателя (говорящую голову), а преподаватель не видит обучающихся, так как скорость интернета не позволяет использование двусторонней видеосвязи. А в худшем случае – визуальный контакт отсутствует (использование систем Open edX или Moodle). Отсутствие непосредственного визуального контакта коммуниканта и реципиента не позволяет передавать эмоциональные и чувственные компоненты, что может снижать эффективность коммуникации. В таком формате появляется интерактивная составляющая обучения, на которою переносят всю коммуникативную нагрузку [5, с. 173].

Для дистанционного образовательного формата характерны следующие реструкторы коммуникации: среднее число событий регулирует преподаватель в зависимости от интереса аудитории; наличие электронного канала, позволяет использовать при коммуникации иллюстративные (интерактивные) материалы; преподаватель регулирует объем данных, выдаваемый им в отрезок времени.

Деструкторами коммуникации при дистанционном образовательном формате являются: расширение и размытость границ образовательного информационного поля, наличие вербального канала, отсутствие ограничений масштаба передачи данных (источники информации ограничены физическими особенностями аудитории), потеря контроля разделения на субъективную информацию и объективную в рамках ограниченного масштаба, низкая способность системы справляться с ошибочными данными и с ошибками во время выполнения задач. Снижение объема воспринимаемой информации из-за сложностей

самоорганизации обучающихся в домашней обстановке, снижение контроля со стороны преподавателя за восприятием информации обучающимися. отсутствие индивидуального подходя к обучающимся.

Для дистанционного формата целесообразность представления учебного материала связана только с вербальным каналом коммуникации, поэтому план занятия строится на представлении базовой информации в интерактивной составляющей. Так как формат не содержит границы ни в территориальной составляющей, ни во временной, ни масштабной, то преподаватель сталкивается с проблемами в контроле всех характеристик коммуникации и в установлении границ образовательного поля и времени коммуникации (дедлайны заданий, форматы отчетности, консультирование по текущим вопросам) [1, с. 85].

При гибридном формате обучения студенты и преподаватель находятся в двух информационных полях очной и виртуальной коммуникации, поэтому одновременно могут находиться как внутри, так и вне информационного поля. Коммуникант (преподаватель) и реципиент(студент) общаются друг с другом, как в очном формате, так и по средствам виртуальной коммуникации (он-лайн конференции, виртуальные оболочки, информационные системы). В таком формате интерактивная составляющая обучения становится инвариантной. То есть студенты имеют право выбора присутствовать на занятии очно или дистанционно [2, с. 37].

При гибридном образовательном формате присутствуют как деструкторы и реструкторы коммуникации, характерные для очного образовательного формата (для очных слушателей), так и деструкторы и реструкторы коммуникации, характерные для дистанционного формата (для онлайн слушателей).

Все присутствующие на виду у преподавателя, поэтому преподаватель может регулировать темп подачи информации и ее полноту или достаточность, поэтому есть наличие контроля у преподавателя за разделением на субъективную информацию и объективную. При этом, отмечается отсутствие индивидуального подхода к обучающимся, снижение объема воспринимаемой информации из-за сложностей в стыковке двух форматов. (студенты в аудитории отвлекаются на технические средства связи с дистанционными участниками, присутствующие удаленно коммуницируют после очных участников). Наличие электронного канала, позволяющего использовать при коммуникации иллюстративные (интерактивные) материалы (для очной аудитории данные материалы будут недоступны), что снизит объем воспринимаемой информации из-за сложностей самоорганизации как присутствующих удаленно, так и для очных слушателей в связи с наличием фактора неравенства с дистанционной аудиторией.

Для гибридного формата целесообразность представления учебного материала связана как с вербальным, так и невербальным каналами коммуникации, но при этом план занятия строится на балансе базовой информации и интерактивной составляющей, а также базовой информации, представленной в интерактивной форме. Данный формат содержит условные границы по территории и времени и не содержит границ в масштабе, поэтому преподаватель сталкивается с проблемами в контроле всех характеристик коммуникации, а также в установлении границ образовательного поля и времени коммуникации (дедлайны заданий, форматы отчетности, ведение переписки и консультирование по текущем вопросам) [1, с. 84].

Основными факторами, определяющими эффективность использования информационных полей в образовательном процессе, являются показатели работы студентов. В табл. 1 представлены показатели работы группы студентов 3-го курса колледжа (СУЗ), технического направления, которые столкнулись с тремя формами обучения за период Весна 2020/2021 – Осень 2021/2022.

Таблица 1

Показатели эффективности использования информации в образовательном процессе студентов 3-го курса колледжа. (составлена авторами на основании журнала группы 3 курса СУЗа в городе Екатеринбург)

Показатели, %	Дистанционный формат (Весна 2020/2021)	Очный формат (Осень (1 полсеместра) 2021/2022)	Гибридный формат (Осень (2 полсеместра) 2021/2022)
Посещаемость	75	70	90
Аттестация/успеваемость	70	75	90
Вовлеченность в учебный процесс	65	50	80
Темп продвижения в освоении знаний	65	90	75
Самостоятельность	40	50	60
Гибкость в переключении на новые способы и приемы работы	50	50	50

Независимо от используемого формата, основное требование к образовательному процессу состоит в том, что информационные поля должны быть управляемыми со стороны коммуниканта и реципиента. Для наглядности рассмотрим различия в статистических данных эффективности использования информации при прохождении обучения группы студентов 3-го курса в виде диаграммы (Рис. 1.).

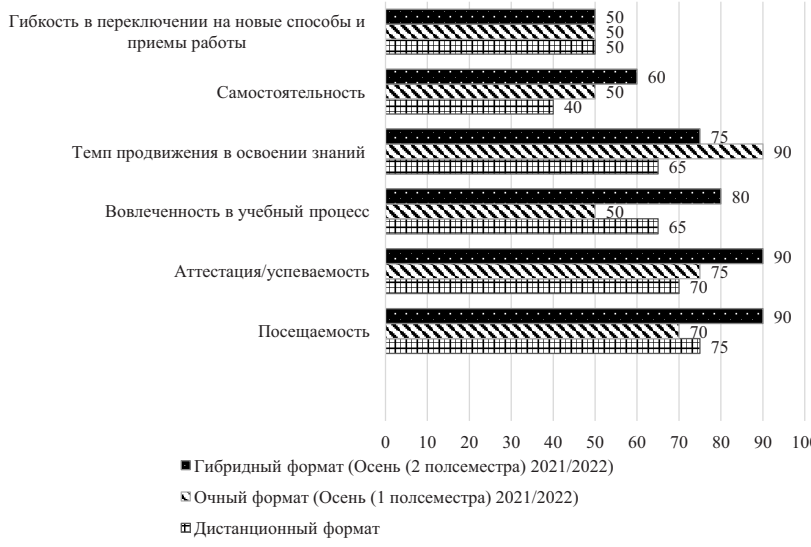


Рис. 1. Распределение показателей эффективности использования информации в образовательном процессе для различных форм обучения

По представленной диаграмме можно сделать вывод, что гибридный формат является самым привлекательным для студентов. Для данного формата отмечается самая высокая посещаемость и успеваемость. Высокий уровень посещаемости объясняется тем, что

смешанный формат объединяет сторонников как очного, так и дистанционного формата. Повышение успеваемости объясняется тем, что студенты получают возможность сдавать текущие задания в удобном формате. Показатели вовлеченности в учебный процесс и самостоятельности в данном случае указывают, что для данного курса были верно установлены границы информационного поля и времени коммуникации.

Различия реструкторов и деструкторов коммуникации при различных форматах обучения приводят к тому, что преподаватель должен вносить коррективы при подготовке к занятиям для улучшения качества коммуникации при переходе от одного формата в другой. К тому же использование дистанционного формата в образовательном процессе требует от преподавателя расширения знаний как в области IT-технологий, так и в области психологии коммуникаций, чтобы поддерживать качество образования на высоком уровне.

Самым трудоемким для преподавателя является гибридный формат, так как образовательные материалы нужно структурировать для двух информационных полей, преподавателю необходимо найти баланс между интерактивным и очным режимами. При гибридном формате преподавателю необходимо контролировать все характеристики онлайн и офлайн коммуникации, устанавливать границы образовательного поля и времени коммуникации (дедлайны заданий, форматы отчетности, ведение переписки и консультирование по текущем вопросам). К тому же, для гибридного формата требуется разработка методики оценки восприятия материала аудиторией.

Библиографический список

1. Бурцева Е. Т. Педагогические условия развития инновационных процессов в контексте непрерывного профессионально образования. Невинномысск: НГГТИ. 2004. С. 85-86.
2. Бухтиарова Е. Ю. Методологические основы непрерывного профессионального развития педагогов // Проблемы современного педагогического образования. 2020. № 68. С. 36-39.
3. Лифшиц М. В. Особенности межличностной коммуникации студента и преподавателя в ситуации дистанционного обучения // Дистанционные технологии в профессиональном психологическом образовании, психологии и психоанализе. 2020. С. 22-27.
4. Мальцев А. О. Средства коммуникаций дистанционного обучения // Фундаментальные исследования. 2009. № 3-S. С. 106-109.
5. Погорелова И. Г., Жукова Е. В., Калягин А. Н. Невербальные коммуникации в деятельности преподавателя высшей школы //Сибирский медицинский журнал (Иркутск). 2009. Т. 86. № 3. С. 172-174.
6. Скрипалёва Н. Н., Полетайкин А. Н. Методы и средства эффективной коммуникации студент-преподаватель //Возможности и перспективы цифровой экономики в науке и образовании. 2021. С. 167-173.
7. Чамкин А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации): Учебное пособие. М.: Инфра-М, 2018. 384 с.
8. Чванова М. С., Храмова М. В. Проблемы организации коммуникаций студентов наукоемких специальностей в системе открытого образования //Образовательные технологии и общество. 2011. Т. 14. № 2. С. 482-501.
9. Чевтаева Н. Г., Никитина А. С., Вишневская А. В. Культура коммуникации преподавателя и студента как матрица формирования «soft skills» выпускника // Высшее образование в России. 2020. № 12 С. 33-44.
10. Шляхова С. С. Эффективность каналов коммуникации с целевыми аудиториями технического университета // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2017. № 4.

N. Goncharova, A. Golodnova

PECULIARITIES OF COMMUNICATION IN THE IMPLEMENTATION OF VARIOUS TRAINING FORMATS

Abstract

The article discusses the formats of the implementation of educational programs. The features of the interaction between the communicator and the recipient, which are formed during training in various formats, are highlighted. The analysis of destructors and restructors of communication (teacher and students) is carried out. Statistical data on the work of students of the 3rd year group of technical specialization in the system of secondary vocational education in various training formats: full-time, distance and hybrid are summarized.

Keywords: communication, information field, destructor, restructor.

УДК 378.4:005

Е. В. Зайцева, Л. И. Воронина

КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ УНИВЕРСИТЕТОВ: ЧТО ДАЛЬШЕ?

Аннотация

Цель статьи – это изучение кадрового потенциала университетов в условиях трансформации высшего образования. Авторы статьи выявляют и классифицируют факторы, влияющие на возможности преподавателей университетов по осуществлению научной деятельности. Доказывают, что на развитие кадрового научного потенциала российских преподавателей влияют сформировавшиеся статусы университетов, наличие или отсутствие организационных структур, обеспечивающих поддержку научной деятельности преподавателей, применение кадровых процедур, используемых для оценки достижений и мотивации. Выдвигают некоторые предложения по повышению результативности научного потенциала преподавателей вузов.

Ключевые слова: университеты, профессорско-преподавательский состав, кадровый потенциал, научный потенциал, результативность научной деятельности.

В российской науке нет однозначного мнения относительно изучения кадрового потенциала. Есть авторы, которые анализируют кадровый потенциал, как потенциал всех работников и классифицируют этот вид потенциала по конкретным признакам [1, с. 28]. Такое понятие кадрового потенциала позволяет применять эти признаки или характеристики для оценки деятельности как индивидов, так и всех работников, а также форм стимулирования. Противоположное мнение состоит в том, что понятие кадрового потенциала применяется только к совокупности работников, их способностям и возможностям, необходимым для достижения поставленных целей [2]. Рассмотрение возможностей и способностей работников осуществлять целенаправленные действия для развития организаций и социально-экономических систем [3] позволяет исследовать не только настоящее, но и будущее состояние кадров, а также условия, необходимые для их развития.

При изучении кадрового потенциала преподавателей университетов можно анализировать совокупность социально-демографических характеристик ППС университетов и оценивать их по полу, возрасту, семейному состоянию, уровню дохода в вузах, доле доходов, получаемых от научно-исследовательской работы и публикаций. Предметом исследования могут быть такие кадровые характеристики, как стаж, должности, научные степени и звания. Кадровый научный потенциал можно оценить, изучая способности и возможности, необходимые для выполнения научно-исследовательской деятельности, как в настоящий период, так и в перспективе. И, безусловно, возможна оценка условий, создаваемых в университетах для развития кадрового научного потенциала анализируемых групп работников.

В настоящее время задачи по трансформации высшего образования отражены в государственных программах и национальных проектах, принятых во многих странах.

© Зайцева Е. В., Воронина Л. И., 2022

Но этим действиям предшествовал поиск международного сообщества по направлениям и задачам развития высшего образования. Коллективные идеи нашли отражение во Всемирной декларации о высшем образовании для XXI века – «высшее образование и научные исследования в настоящее время выступают в качестве важнейших компонентов культурного, социально-экономического и экологически устойчивого развития человека, сообществ и наций. В связи с этим перед самим высшим образованием встают грандиозные задачи, требующие его самого радикального преобразования и обновления, подвергать которым его еще никогда не приходилось, с тем чтобы наше общество, которое ныне переживает глубокий кризис ценностей, могло выйти за рамки чисто экономических соображений и воспринять более глубокие аспекты нравственности и духовности» [4].

За прошедшие двадцать лет эти идеи получили развитие, отразились в трансформации высшего образования. Процессы изменений в странах происходили разными темпами, что признается зарубежными и российскими исследователями. Так, авторы доклада Юнеско по науке (2015 г.) анализируют тематику научных исследований, основываясь на специализации стран в научных исследованиях. По их мнению, Европейский Союз по-прежнему лидирует в мире по числу публикаций (34 %), за ним следуют США (25 %). Но за последние пять лет доля публикаций стран Евросоюза снизилась, поскольку удвоилось количество публикаций китайских исследователей (до 20 %). И этот рост, по мнению авторов доклада, отражает зрелость научной системы Китая по таким показателям как объем инвестиций в развитие научно-исследовательской деятельности, так и количество исследователей и публикаций [5, с. 24].

Результаты трансформации высшего образования нашли отражение не только в увеличении исследовательской и публикационной активности, но и в новых подходах к финансированию университетов в зависимости от достижений и прежде всего, научно-исследовательской деятельности. Среди зарубежных исследователей есть отрицательные оценки этого нововведения [6; 7].

Процесс трансформации продолжался более двадцати лет, в течение которых проявились факторы, по-разному влияющие на научный потенциал преподавателей университетов, а также на научную и публикационную активность. Факторы можно классифицировать следующим образом: факторы организационного, нормативно-правового, финансово-экономического и социально-психологического характера.

Так, к организационному фактору относятся статусы университетов и соответствующие им цели и задачи развития, в том числе по кадровому научному потенциалу. В соответствии со стратегией развития высшего образования в РФ федеральные университеты должны способствовать развитию конкурентоспособного человеческого капитала в федеральных округах, создавать и реализовывать инновационные проекты и услуги. Для достижения этой цели федеральные университеты координируют свою деятельность не только с федеральными, но и региональными органами власти, организациями и предприятиями. Ведь обеспечить федеральные округа квалифицированными кадрами и внести вклад в социально-экономическое развитие можно только благодаря координации и взаимодействию. Соответственно статус федерального университета, его цель и задачи, расположение на конкретной территории, у которой есть сформировавшиеся отраслевые специализации и конкретная программа развития влияют на тематику научно-исследовательской деятельности преподавателей [8, с. 112].

В. В. Арутюновым проведен анализ результативности научной деятельности федеральных и национальных исследовательских университетов, оценка дана на основе таких показателей как активность научной деятельности преподавателей, научная влиятельность авторов публикаций, в целом научная продуктивность университетов. По его мнению, в пятерку лидеров, имеющих высокие показатели научной активности и продуктивности можно включить такие национальные университеты, как Национальный исследовательский ядерный университет, Московский физико-технический институт, Томский государственный университет, Московский государственный технический

университет имени Н. Э. Баумана, Высшая школа экономики, а также федеральные университеты – Уральский, Южный, Сибирский, Казанский (Приволжский), Северо-Кавказский федеральные университеты [9].

Действительно, по всем показателям, характеризующим научный потенциал, в течение пяти лет эти университеты лидируют (Рис. 1).

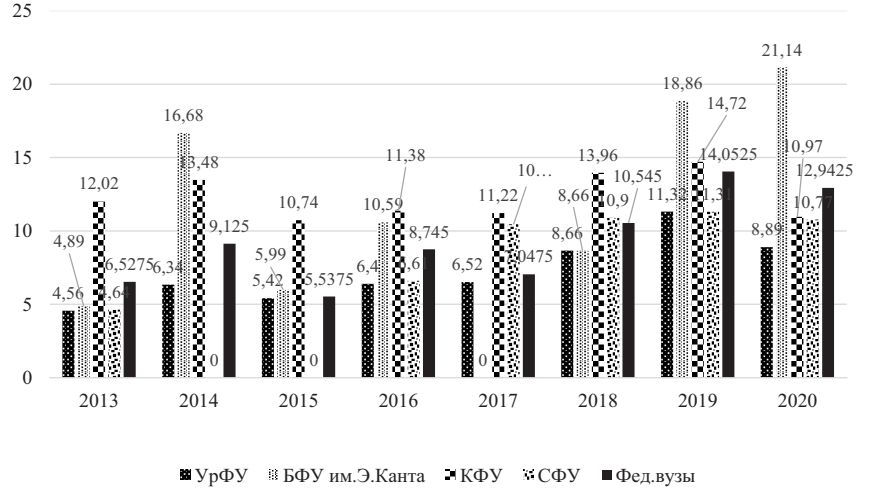


Рис. 1. Результативность научной деятельности федеральных государственных и национальных исследовательских университетов (2014-2020 гг.) составлено авторами

Приведем пример по УрФУ, в его структуру входят 11 институтов, в том числе Химико-технологический институт, который (по итогам 2019 и 2020 гг.) является лидером по эффективности научных исследований. Этому достижению способствуют и другие высокие показатели института: по совершенствованию учебного процесса, уровню квалификации кадрового профессорско-преподавательского состава, интернационализации и взаимодействию с органами власти, промышленными предприятиями региона [10]. Все действия руководства университета осуществляются в соответствии с нормативными документами, устанавливающими показатели, критерии рейтинга институтов.

Статус Национального исследовательского университета России (далее – НИУ) присваивается на конкурсной основе и устанавливается Правительством Российской Федерации сроком на 10 лет. Первые НИУ были созданы Указом Президента России от 7 мая 2008 года: это Национальный исследовательский ядерный университет, созданный на базе Московского инженерно-физического института (государственного университета) и Национальный исследовательский технологический университет, созданный на базе Государственного технологического университета «Московский институт стали и сплавов». Эти высшие учебные заведения эффективно осуществляют как образовательную, так и научную деятельность, в основе которой интеграции науки и образования. Важнейшими отличительными признаками НИУ являются способность, как генерировать знания, так и обеспечивать эффективный трансфер технологий в экономику. Заметим, что научный потенциал НИУ формировался в течение длительного периода: это научные школы, диссертационные советы, преемственность в научной тематике.

Научные потенциалы таких университетов в целом развиваются планомерно, имея не только традиции, но и мощную ресурсную поддержку. Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС» в 2019 году вновь подтвердил свои возможности

кадрового и научного потенциала: по итогам защиты «дорожной карты» вошел в первую группу абсолютных лидеров Программы повышения конкурентоспособности российских вузов (Проект 5-100) [11]. Одним из показателей научного потенциала университетов является количество молодых исследователей и их достижения, в том числе в получении грантов научных фондов. Шестнадцать научных проектов аспирантов «МИСиС» получили поддержку Российского фонда фундаментальных исследований по итогам конкурса в рамках национального проекта «Наука».

И все же несмотря на положительное влияние организационного и нормативно-правового факторов на состояние и развитие кадрового научного потенциала, федеральные и национальные университеты имеют значительную разницу в показателях научной деятельности. А. О. Цивинская и К. С Губа следующим образом объясняют таковую причину: это специфика профиля или отрасли научной деятельности университетов. Например, Международный университет природы, общества и человека «Дубна» демонстрирует самые высокие показатели публикационной активности по Scopus и Web of Science, что можно объяснить исторически сформировавшейся естественно-научной направленностью исследований [12]. Заметим, что и международное сообщество (ЮНЕСКО) также акцентирует внимание на научной специализации стран и соответственно результатах научной деятельности университетов.

На состояние и развитие кадрового научного потенциала влияет финансовый фактор, а именно, система стимулирования преподавателей университетов за достижения в научной деятельности. Размер стимулирующей надбавки зависит от выполнения показателей. Во всех российских федеральных и национальных исследовательских институтах установлены единые показатели для оценки научных достижений организационных структур и преподавателей: это 1) количество статей, индексируемых Scopus, Web of Science, в расчете на одну ставку НПР; 2) число цитирований, исключая самоцитирование по Scopus, в расчете на одну ставку НПР; 3) эффективность аспирантуры; 4) количество диссертаций, защищенных в течение отчетного года, на число имеющих право руководить аспирантами в институте.

Конечно, темп трансформации управленческих процедур в российских вузах различный, в том числе, в создании системы стимулирования научной деятельности. Например, Государственный университет управления (Москва) в 2018 г. не имел системы стимулирования научной деятельности преподавателей, что привело к низкой публикационной активности этого университета и его преподавателей в высокорейтинговых журналах, снижению количества выполняемых научно-исследовательских работ [14]. Но не все исследователи однозначно оценивают положительное влияние финансового фактора на развитие научного потенциала преподавателей. Так С. В., Паникарова, М. В. Власов и В. Драшкович сравнили долю заработной платы преподавателей в общем объеме государственных затрат на высшую школу и получили, по их мнению, неожиданную среднюю отрицательную корреляцию между переменными, характеризующими долю заработной платы преподавателей в общем объеме затрат на высшее образование: «чем больше доля финансирования высшей школы во всем объеме финансирования образования, тем выше показатели инновационного развития страны. При этом уменьшение доли заработной платы преподавателей высшей школы в общих расходах на высшее образование оказывает позитивное влияние на инновационное развитие» [15].

Однако последние международные события, связанные с военной операцией в Украине, привели к прекращению сотрудничества международного научного сообщества с российскими учеными. Это вызвало принятие решения президиума Высшей аттестационной комиссии при министерстве науки и высшего образования об отказе/приостановке использования показателей научной результативности ППС [13] для их стимулирования и прохождения по кадровым конкурсам.

Таким образом, трансформация высшего образования в России, безусловно, в основном состоялась, хотя процессы полностью не завершены, а новое время посылает

серьезные вызовы для университетов. В системе высшего образования изменилось многое, включая отношение к кадровому потенциалу преподавателей. Для обеспечения трансформации потребовалось усиление государственного управления, установление жесткой связи между стратегическими задачами государства и изменениями в управлении университетами. В процессе трансформации выявились факторы, влияющие на состояние кадрового научного потенциала университетов: это такие факторы как статусы (национальный исследовательский, федеральный университеты), отраслевая направленность вузов, применение кадровых процедур для оценки достижений и стимулирования. Однако в условиях политической изоляции и санкций вузы России столкнулись с необходимостью пересмотра системы оценки и стимулирования ППС за публикационную активность. Для нашей страны остро стоят вопросы не только о создании собственной конкурентной системы научного цитирования, которая позволит в дальнейшем использовать ее на международном пространстве, но и разработки новой системы показателей кадрового научного потенциала, построенных не только на публикациях и цитировании в базах по Scopus и Web of Science.

Библиографический список

1. Гальдикас В. А. Оценка реализации кадрового потенциала в системе управления образовательными услугами вуза: автореферат … кандидата экономических наук, 08.00.05. 2012. СПб, 2012. Режим доступа: https://www.dissercat.com/content/otsenka-realizatsii-kadrovogo-potentsiala-v-sisteme-upravleniya-obrazovatelnymi-uslugami-vuz/read
2. Гладышева А. В., Горбунова О. Н. Современные теоретические подходы к дефиниции «кадровый потенциал предприятия» // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 6 (052). С. 68-71.
3. Смирнова П. В. Повышение эффективности деятельности предприятий на основе развития кадрового потенциала: дис. … канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2011.
4. Всемирная декларация о высшем образовании для XXI века: подходы и практические меры. 9 октября 1998 года http://docs.cntd.ru/document/901839539
5. Доклад Юнеско по науке: на пути к 2030 году. 2015. Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры, Париж, Франция.
6. Mateos-González, José Luis. Performance-Based University Funding and the Drive towards 'Institutional Meritocracy' in Italy // British Journal of Sociology of Education. 2018. Vol. 40. № 2. Pp. 1-14. DOI: 10.1080/01425692.2018.1497947.
7. Абрамова М. А., Балганова Е. В. Качество высшего образования как детерминанта общественного развития // Философия образования. 2018. № 4. С. 3-12.
8. Зайцева Е. В., Исламутдинов Т. И. Оценка кадрового научного потенциала федеральных университетов // Universe of university. 2021. С. 111-115.
9. Арутюнов В. В. Сравнительный анализ результативности научной деятельности федеральных государственных и национальных исследовательских университетов России // Науч. и техн. б-ки, 2018. № 1. С. 80-91.
10. Итоги деятельности институтов УрФУ за 2019: отчет Режим доступа: https://urfu.ru/ru/
11. Итоги деятельности Национального исследовательского технологического университета «МИСиС» за 2019 г. Режим доступа: https://misis.ru/files/-/169bd61a44a3d64110152f3f5da15802/Report_2019.pdf
12. Цивинская А. О., Губа К. С. Мониторинг эффективности образовательных организаций как источник данных о российском высшем образовании. University Management: Practice & Analysis. 2020, Vol. 24. № 2. С. 121-130.
13. О публикациях, индексируемых в международных базах данных (по Scopus и Web of Science) // Рекомендация президиума Высшей аттестационной комиссии при министерстве науки и высшего образования № 7/1-разн. от 18.03.2022.
14. Статегия развития научно-исследовательской деятельности ФГБОУ ВО «Государственный университет управления». Москва. 2018.

15. Паникарова С. В., Власов М. В., Драшкович В. Система высшего образования как драйвер инновационного развития страны // Университетское управление: практика и анализ. 2020. Т. 24. № 1. С. 96-105. DOI: 10.15826/umpa.2020.01.007.

E. Zaitseva, L. Voronina

PERSONNEL POTENTIAL OF UNIVERSITIES: WHAT'S NEXT?

Abstract

The purpose of the article is to study the personnel potential of universities in the context of the transformation of higher education. The authors of the article identify and classify the factors that affect the ability of university teachers to carry out scientific activities. They prove that the development of human scientific potential of Russian teachers is influenced by the established status of universities, the presence or absence of organizational structures that support the scientific activities of teachers, the use of personnel procedures used to assess achievements and motivation. They put forward some proposals to improve the effectiveness of the scientific potential of university teachers.

Keywords: universities, faculty, personnel potential, scientific potential, effectiveness of scientific activity.

УДК: 378.048.2

В. В. Запарий

ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ КУРСА ИСТОРИИ НАУКИ ДЛЯ АСПИРАНТОВ ИНЖЕНЕРНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

Аннотация

В статье анализируются новые методы работы с аспирантами инженерных специальностей в условиях пандемии, проходившей в виде лекций и практических занятий онлайн. Одной из важнейших особенностей являлось желание преподавателя уйти от отвлечённости и абстрактности, характерной для чтения курса специалистами-философами сделать занятия для аспирантов инженерных специальностей. С этой целью им было предложено на выбор или написание рефератов по истории инженерии, или по истории своей отрасли знания. Допускались написание рефератов в виде обзора литературы по теме исследования. Далее эти рефераты обсуждались по Microsoft Teams и доводились совместно с преподавателем. Особенно продуктивным было написание статей о преподавателей и ученых вуза, посвященных 100-летию УрФУ, ряд из которых был опубликован. Положительным следует считать привлечение для написания отзыва на реферат научных руководителей аспирантов и рецензий ведущими доцентами кафедр.

Ключевые слова: университет, онлайн-занятия, подготовка специалистов, аспиранты, онлайн-занятия.

Похоже пандемия COVID-19 приобретает перманентный характер, и это страшное заболевание прочно и надолго вписалось в нашу действительность. В связи с этим чрезвычайно актуальным является накопление и анализ имеющегося опыта работы в данных условиях [1]. Справедливости ради следует сказать, что работ, посвященных этой теме уже достаточно, но большинство из них носят общий, широкий характер [2], а жизнь заставляет нас рассматривать не только общие подходы, но и проникать в частные вопросы, являющиеся в ряде случаев, принципиальными [3, 4]. Именно к таким вопросам в системе подготовки кадров высшей квалификации и работы высших учебных заведений является подготовка аспирантов к сдаче кандидатского экзамена [5].

Хотелось бы поделиться опытом и обсудить проблемы, возникающие в данных условиях на примере работы с аспирантами инженерных специальностей Уральского федерального университета при чтении курса «История и философия науки в разделе история науки».

© Запарий В. В., 2022

Следует сказать, что ситуация с переходом на онлайн-курсы диктовалась не только общенациональными особенностями, которые хорошо всем известны, но и рядом причин специфических, характерных для данной ситуации. К ним можно отнести разнородность аудитории аспирантского сообщества, занятых как в вузовских аудиториях, так и в лабораториях научно-исследовательских институтов и предприятий. Вторым аспектом является то, что преподают в такой аудитории обычно возрастные преподаватели, обличенные помимо опыта и званий еще и хроническими заболеваниями, в силу чего им не рекомендуется общаться с большой и постоянно обновляющейся аудиторией [6, 7].

Конечно, в преподавательской среде существует неоднозначное отношение к преподаванию тех или иных курсов онлайн. Есть их сторонники и противники. Но ни у кого не было поползновений даже, что придется весь учебный процесс переводить на онлайн платформу. Причем если раньше она осуществлялась в системе Zoom, то затем в Microsoft Teams.

Конечно, сложно заменить личное общение в образовательном процессе. Крайне важно для преподавателя видеть, как воспринимают его лекцию слушатели, как реагируют на его информацию. Это позволяет корректировать содержание и форму лекции, добавлять фактологию или ее сокращать и т. д. Однако в работе онлайн есть по мнению некоторых и свои плюсы. Среди них называют возможность включение в лекционный процесс как из дома, так и из рабочих аудиторий. Приходилось сталкиваться и с тем, что один из слушателей через Microsoft Teams присутствовал на занятиях, добираясь домой на общественном транспорте, при этом слушая как проходит занятие.

Сокращение временных затрат, за счет того, что не надо ехать, часто через весь город, на лекцию. Особенно важно то, что проще делать выступление в форме презентаций. К плюсам относят и возможность размещение как материалов, представленных преподавателем на сайте в «комнате» группы в Microsoft Teams, так и размещение докладов или презентаций слушателей во время практических занятий для дальнейшей работы при подготовке к экзамену.

Определенное удобство для преподавателя есть и в том, что по презентации можно делать замечания или обращать внимания коллектива и спикера на недочеты и ошибки в выступлении. Есть и плюсы в том, что можно скачать список слушателей, присутствующих на занятии, а также перед глазами преподавателя имеется список слушателей с именем и отчеством, что позволяет свободно общаться с коллективом во время занятия.

Существенно упрощает работу и отправка по интернету рефератов преподавателю или списков, выбранных тем, что, впрочем, имело место быть и до пандемии, а в ее условиях стало просто обязательным делом.

Однако есть и ряд минусов, связанных с ненадежной связью и плохой слышимостью во время выступления, неумением некоторых загрузить презентацию или неумелым с ней обращением, что приводит к потере времени.

Следует, отметить, что несмотря на возможность присутствовать на занятиях виртуально, посещаемость лекций и практических занятий катастрофически падает. Так посещаемость лекций в этом текущем году в среднем составила треть от списочного состава и существенно колебалась по направлениям и институтам. Что касается практических занятий, то она колеблется от трети до двух третей списочного состава, мало меняясь в ходе учебного процесса.

Все это является отражением общих тенденций снижения эффективности такой формы, как аспирантура, на фоне наполнения ее совершенно не нужным содержанием и подмены результата процесса, в виде предоставлением готовой диссертации по итогам аспирантуры, каким-то дипломом о том, что аспирант прослушал курсы. Эти вывод были сделаны нами и отражены в публикации [8], как на основе анализа большого объема информации по стране в целом, так и на основе опыты собственного и многочисленных коллег, руководителей аспирантских программ. Т. е. бег за результатом был заменен имитацией, бегом ради бега.

Определенную проблему представляют аспиранты иностранцы, как правило, плохо владеющие русским языком. Поэтому восприятие ими объемного и специфического научного материала, сложного для восприятия и самих русских, является большой проблемой.

Имея опыт работы с аспирантами инженерных специальностей порядка десяти лет, как в условиях обычной работы, так и в онлайн режиме можно сделать и ряд замечаний относительно общих подходов в работе с ними.

Крайне важно в тематике рефератов использовать темы, связанные с историей техники и инженерных наук. Причем ориентировать аспирантов на темы по общенаучным проблемам, которые способствуют развитию общей эрудиции молодых ученых в технических областях истории науки и техники и на вопросы, связанные с историей создания научных школ или деятельности ученых нашего вуза, что нам представляется крайне важным и необходимым в деле формирования специалиста высшей квалификации.

Опыт написания литературного обзора по теме диссертации в форме реферата по курсу история науки выявил целый ряд проблем. Во-первых, темы, представленные работы аспирантов носят, как правило, очень специфический и узкий характер, и плохо соотносятся с задачами изучения истории науки. Во-вторых, они не всегда соответствуют по объему. И в-третьих, по содержанию литературный обзор по структуре сильно отличается от структуры реферата по истории науки.

При подготовке реферата тема обсуждается не только с преподавателем, ведущим курс «История науки», но и с научным руководителем аспиранта, который пишет и подписывает отзыв на реферат, который представляется вместе с рефератом при сдаче кандидатского экзамена по истории и философии науки. Кроме того, обязательным является рецензия ведущего доцента или профессора кафедры на реферат, где дается оценка с точки зрения специалиста отрасли науки, где осуществляет свою работу аспирант.

Важным позитивным условием написания реферата является защита реферата, осуществляемая в условиях пандемии в форме онлайн, путем осуществления презентации, которая может быть сохранена в MICROSOFT TEAMS и доступна всем желающим в дальнейшем. Вообще осуществление занятий в онлайн формате, который записывается в принципе позволяет вернуться к лекции или практическому занятию, что может быть востребовано аспирантами при необходимости. Следует подчеркнуть, что презентация по реферату структурно существенно отличается от обычно презентации по какому-либо вопросу, с которой выступают обучающиеся во время обычного практического занятия.

Представляется спорным решением кафедры философии, ведущей занятия по истории и философии науки чтение курса и проведение практических занятий по истории науки на гуманитарном и естественно-научном направлениях. На наш взгляд этот курс должен читаться историками, имеющими специализацию в области истории науки и техники и соответствующий сертификат, дающий право на проведение занятий по курсу истории и философии науки. Этот вывод проистекает на основе знакомства с программой практических занятий и набором экзаменационных вопросов, рекомендованных в этом году в качестве примерных для подготовки к экзамену. Во-первых, рекомендация проводить занятия по теме отдельных отраслей инженерных наук, не представляется разумным.

Проводить занятия для разнородных инженерных направлений по два часа истории металлургии, химии, строительного дела и т. д. не дает возможности даже вскользь ознакомиться с основными этапами развития данных отраслей знания. И здесь следовало бы пойти по более углубленному ознакомлению для научного направления аспирантов, собранных в той или иной группе. Например, металлургия или строительное дело и т. д. Кроме того надо подробно рассказать аспирантам о правилах написания и оформления научных публикаций, т. к. предыдущие курсы, прочитанные им по данному вопросу, не оставляют в их памяти значимого следа.

И крайне важным, на наш взгляд является необходимый отход от изучения произведений философов по истории науки, в которые реально упакованы вопросы

философского, но не исторического осмысления развития инженерных наук, что нашло отражение в том, что из 30 вопросов по истории науки, только 10 представлены историей науки, а 20 должны освещать мнение того или иного философа по тому или иному вопросу истории и философии науки, что очень смахивает на изучение классиков в эпоху господства КПСС. Вызывает вопрос и вкусовое отношение к перечисленным философам, среди которых нет ни одного представителя инженерных наук.

Именно поэтому следует существенно присмотреть программу курса истории науки в сторону изучения инженерных наук с учетом интересов заказчика, т. е. самих представителей этой отрасли знания и передать чтения курса историками, изучающих историю естественных и гуманитарных наук, которые имеются на кафедре истории России УрФУ.

В качестве заключения можно сказать следующее. Использование онлайн-технологий позволило в условиях пандемии не сорвать обучение аспирантов и подготовить их к сдаче очно кандидатского экзамена по истории и философии науки по завершении курса на протяжении уже нескольких лет. Онлайн работа не вызвала больших трудностей не у преподавателя, ни у аспирантов, хотя личный контакт был бы предпочтительней. И онлайн-работа может считаться возможной только в чрезвычайных условиях.

Библиографический список

1. Goncharova N., Zaitseva E. Responses of Russian universities to the challenges of COVID-19 pandemic // European Conference on e-Learning. Academic Conferences International Limited. 2020. С. 221.
2. Воронина Л. И., Зайцева Е. В. Государственное управление системой оценки эффективности деятельности профессорско-преподавательского состава российских вузов // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. 2016. № 4 (36).
3. Зайцева Е. В., Исламутдинов Т. И. Оценка кадрового научного потенциала федеральных университетов В сборнике материалов Международной научной интернет-конференции. Екатеринбург. 2021. С. 111-115.
4. Зайцева Е. В., Запарий В. В. Профессиональное самочувствие и профессиональная культура преподавателей вуза: социологический анализ // Вестник Уральского института экономики, управления и права. 2014. № 1 (26). С. 90-98.
5. Zaitseva E., Goncharova N., Pelymskaya I. S. Professional culture of young specialists consistent with innovative development of the region // 20th Conference on Professional Culture of the Specialist of the Future (PCSF). European Publisher, 2020. С. 271-282.
6. Voronina L., Zaitseva E., Gaisina E., Izmozherova N. Competence of teachers of Russian universities // 13th International Conference on Education and New Learning Technologies. Dates: 5-6 July, 2021. EDULEARN21 Proceedings (browse) Pp. 7336-7340. doi: 10.21125/edulearn.2021.1483.
7. Voronina L., Zaitseva E., Gaisina E., Izmozherova N. Personnel potential of teachers of Russian universities in the conditions of digitalization // 13th International Conference on Education and New Learning Technologies Dates: 5-6 July, 2021. EDULEARN21 Proceedings (browse). Pp. 7470-7476. doi: 10.21125/edulearn.2021.1517.
8. Zapariy V. V., Zaitseva E. V., Ludinin I. A. Institutional-sociological analysis of scientific and scientific-pedagogical personnel regeneration. International Days of Statistics and Economics Conference Proceedings September 14-16, 2018; Prague, Czech Republic. Pp. 2014-2023.

V. Zapariy

FEATURES OF TEACHING THE COURSE OF THE HISTORY OF SCIENCE FOR POSTGRADUATE STUDENTS IN ENGINEERING SPECIALTIES IN THE CONDITIONS OF A PANDEMIC

Abstract

The article analyzes new methods of working with graduate students of engineering specialties in a pandemic, which took place in the form of lectures and practical classes online. One of the most important features was the desire of the teacher to get away from abstractness and abstraction, which is typical for the course given by specialist philosophers, to make classes for graduate students of engineering specialties. To this end, they were offered the choice of either writing essays on the history of engineering, or on the history of their branch of knowledge. It was allowed to write abstracts in the form of a literature review on the research topic. Further, these abstracts were discussed on Microsoft Teams and brought together with the teacher. Particularly productive was the writing of articles about the teachers and scientists of the university, dedicated to the 100th anniversary of UrFU, a number of which were published. It should be considered positive that leading associate professors of departments are involved in writing a review on the abstract of scientific supervisors of graduate students and reviews.

Keywords: university, online classes, training of specialists, graduate students, online classes.

УДК 796.093.49:004:347

Д. Л. Сивоволов, Е. В. Зайцева

КИБЕРСПОРТ. ЕСТЬ ЛИ ЕМУ МЕСТО В УНИВЕРСИТЕТЕ?

Аннотация

Статья раскрывает эволюцию развития киберспорта и необходимость введения образовательных программ в области киберспорта в Росийской Федерации. Человечество находится в процессе модернизации классического спорта в направлении цифровой трансформации. Последнее время стали чаще говорить, писать и принимать государственные решения в сфере киберспорта. Среди направлений цифровой трансформации 13-ти отраслей российской экономики и социальной сферы были рассмотрены проекты в сфере образования. Среди прочих мер цифровой трансформации в образовании было заявлено о внедрении в образовательный процесс дисциплин, связанных с киберспортом. Наметился новый этап использования этих технологий для получения профессий менеджера в различных сферах деятельности на основе создания сценариев нахождения решений.

Ключевые слова: киберспорт, цифровизация, университеты, образование, образовательные программы.

Процессы цифровизации общества сформировали такое новое социальное явление, как киферспорт. Основные факторы, повышающие внимание к киберспорту в России, следующие: во-первых, российские киберспортсмены в составе интернациональных команд выиграли три самых крупных мировых турнира в 2021 году. Во-вторых, киберспорт активно развивается как направление спортивной экономики и индустрии развлечений, конкурируя с самыми популярными видами традиционного спорта. И, в-третьих, технические решения из сферы киберспорта становятся детерменантами IT-сектора.

Правительством, были рассмотрены стратегии цифровой трансформации. Среди направлений цифровой трансформации отраслей российской экономики и социальной сферы были рассмотрены проекты в сфере образования. Среди прочих мер ЦТ в образовании было заявлено о внедрении в образовательный процесс дисциплин, связанных с киберспортом, в 2021 г. была утверждена «дорожная карта» [1]. Представляет интерес блок № 7, который посвящен вопросам разработки компьютерных игр профессионального видеоконтента на территории РФ. Речь идет как о введении курсов для развития дополнительных навыков, так и о подготовке разработчиков игр [2].

© Сивоволов Д. Л., Зайцева Е. В., 2022

«Коммерсантъ» и другие источники говорят о дате «запуска образовательных программ в области киберспорта» – это должно произойти к концу 2022 года. Но на наш взгляд, в этих сообщениях есть неточность. Дело в том, что первая российская образовательная программа в области киберспорта была запущена Высшей школой экономики еще в конце 2017 г. [3]. К настоящему моменту уже несколько российских вузов уже реализовали киберспортивные образовательные дисциплины.

Наиболее системно к киберспортивному образованию подошли в Российском государственном университете физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК). В этом университете открыли специальность «теория и методика компьютерного спорта», которой обучают в бакалавриате и магистратуре. В бакалавриате специализированные предметы начинаются с третьего курса. Это такие предметы как «киберспортивный менеджмент, организация соревнований, теория и методика киберспорта, история компьютерного спорта и другие киберспортивные дисциплины» [4]. Первый набор на киберспортивную подготовку в ГЦОЛИФК был проведен в 2020 году (см. Рис. 1).

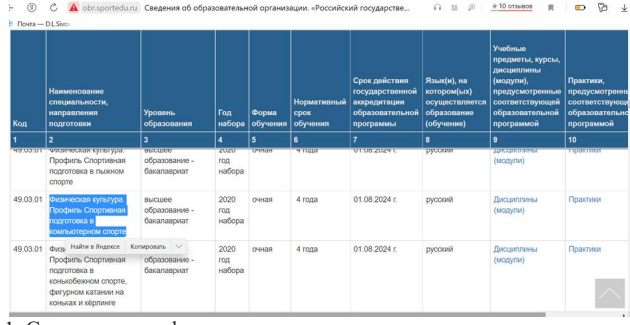


Рис. 1. Сведения о профиле «спортивная подготовка в компьютерном спорте» на сайте ГЦОЛИФК

Кроме этих вузов высшее образование в сфере киберспорта на постоянной основе можно получить в Университете «Синергия» на Факультете игровой индустрии и киберспорта. Дополнительную подготовку в сфере киберспорта можно получить в Институте отраслевого менеджмента РАНХиГС по пяти программам доп. образования (см. Рис. 2).

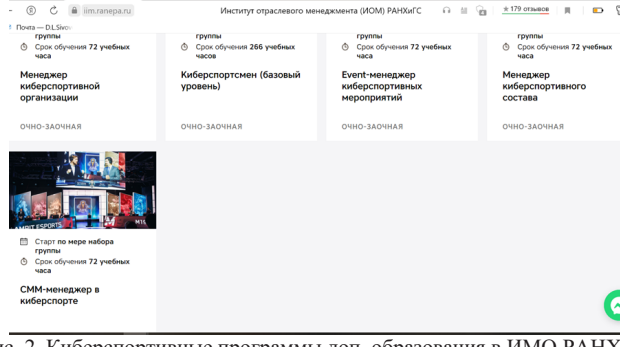


Рис. 2. Киберспортивные программы доп. образования в ИМО РАНХиГС

Нельзя не сказать о том, что у киберспорта есть «противники» в нашей стране. В частности, многие россияне старшего поколения (50+) относятся к киберспорту отрицательно. Непопулярность киберспорта среди россиян среднего и старшего возрастов

объясняется такими клише, как «жестокость», «пустая трата времени», «нежелание заниматься настоящим делом» и т. д., то есть связана с незнанием сути этой спортивной деятельности. Из этого вытекает и непонимание деятельности органов власти РФ по организации киберспорта. В связи с чем, мы должны вкратце охарактеризовать роль киберспорта в современном мире.

Сутью киберспорта является то, что это спортивное игровое, иногда командное соревнование, в котором выявляется победитель по результатам игры. Игровая спортивная суть сама по себе является позитивной характеристикой, что позволяет развивать киберспорт в других его общественно-полезных качествах для РФ. Примечательно, что именно в России киберспорт был признан впервые в мировой практике. Это произошло в 2001 году, (но в 2006 году киберспорт был исключен из реестра видов спорта РФ). Киберспорт (компьютерный спорт) был снова зарегистрирован как вид спорта в 2016 году Приказом Министерства спорта Российской Федерации от 29.04.2016 № 470 «О признании и включении во Всероссийский реестр видов спорта спортивных дисциплин, видов спорта и внесении изменений во Всероссийский реестр видов спорта». С этого момента появилась возможность проведения в России официального чемпионата страны, появлению разрядов и званий по компьютерному спорту. Победы российских киберспортсменов на крупнейших мировых соревнованиях в 2021 году являются одним из следствий легализации киберспорта в 2016 году в Российской Федерации.

Киберспортсмен, в процессе тренировок и соревнований приобретает и оттачивает навыки получения профессии с помощью современных методов и технологий. К таким технологиям относятся дополненная реальность (AR) и виртуальная реальность (VR). VR и AR применяются на практике в получении профессий в опасных условиях труда или на удаленных объектах производства. К таким отраслям относятся нефтегазовый комплекс, работа в органах МЧС при тушении пожаров, водолазные работы, VR и AR используются для получения профессий и повышения квалификации в атомной промышленности.

Наметился новый этап использования этих технологий для получения профессий менеджера в различных сферах деятельности на основе создания сценариев нахождения решений. Список таких профессий все время расширяется, поскольку у данной технологии есть много преимуществ, таких как эффект «полного погружения», интерактивность, возможности трансформировать объект в самых различных комбинациях с помощью его 3D-модели, геймификация образования (суть киберспорта как игры) и многие другие преимущества и возможности «киберспортивной технологии обучения».

Многие российские компании используют эти технологии. «В России успешные образовательные VR проекты реализовали Сбер, Норильский никель, Сибур, РЖД, Газпромнефть, Сургутнефтегаз, М-Видео, Ростелеком, Yota, X5 Retail Group и др.» [5]. С этой точки зрения, киберспортсмены могут гораздо легче, чем другие люди, получать профессиональные знание на основе VR, AR, геймификации и других IT-методик. Добавим, мы считаем, что геймеры могут быть инструкторами для людей, получающих профессию с помощью VR и AR и на базе других компьютерных технологий. Это может, и должно, стать фактором интенсивной реализации подпроекта «Кадры для цифровой экономики» Национального проекта «Цифровая экономика».

Киберспорт относится к драйверам развития IT-сектора экономики. Классическим примером влияния киберспорта на IT является скачкообразный эффект в развитии ПК с помощью технологии видеокарт, которые производители совершенствовали первоначально для качества улучшения графики видеоигр. А в начале нулевых годов видеокарты стали массово использовать в ПК. Современные устройства, трансформировавшиеся из видеокарт, позволяют не только улучшить видеоподсистему компьютера, но и разгрузить центральный процессор, направив его ресурсы на другие вычисления. Как мы сказали в начале статьи, «технические решения из сферы киберспорта часто становятся триггерами IT-сектора».

Самый важный фактор с социологической точки зрения – аудитория киберспорта стремительно растет. Согласно данных исследования Центра развития НИУ ВШЭ,

проведенного в 2020 году, «… в РФ насчитывается свыше 65 млн игроков, по экспертным оценкам – огромная перспективная и платежеспособная аудитория. По оценкам «Яндекса», средний возраст российских игроков составляет 36 лет, что опровергает популярный миф – в компьютерные игры играют в основном подростки и молодежь» [6]. Надо добавить, что геймеры высказали критическое отношения к данным об аудитории киберспорта в России, назвав их «завышенными», но «это уже другая история».

Можно продолжать про влияние роста аудитории киберспорта на его развитие как спортивного бизнеса и быстрорастущего сегмента индустрии развлечений, но мы сейчас не будем отвлекаться от темы образования в сфере киберспорта. Прибегнем к простой констатации: киберспорт вышел за рамки спортивной дисциплины и стал площадкой развития цифровой экономики.

В завершении мы хотим уделить внимание теме комплексного развития киберспорта. Несмотря на повышение интереса к развитию этого направления со стороны органов российской власти, принимаемые меры пока носят мозаичный характер. Мы хотим предложить ряд конкретных мер, совокупность которых придаст комплексный и системный характер развитию киберспорта:

– включение киберспорта в школьное доп. образование, чтобы уже на этом этапе перевести интерес подростков к компьютерных играм в позитивное и легальное русло;

– использование потенциала киберспорта в патриотическом воспитании молодежи, в том числе с помощью World of Tanks и World of Warships белорусского разработчика Wargaming.net – такой опыт уже используется. (Эти, аналогичные и специально разработанные компьютерные игры могут быть взяты в качестве образовательных программ для военных специалистов). Есть другой опыт использования киберспорта в воспитательно-патриотических целях;

– использование возможностей киберспорта в туристической сфере, когда исторические, фольклорные, литературные сценарии в форме компьютерных игр служат способом продвижения туристических брендов;

– проведение киберспортивных соревнований в качестве площадок развития цифровой экономики.

Приведенный перечень направлений для комплексного развития киберспорта далеко не окончателен и будет расширяться – «дорогу осилит идущий». Самое важное, чтобы была разработана и внедрена комплексная образовательная программа деятельности ГМУ в этой сфере. Это, на наш взгляд, есть практический подход в сфере образования, а именно, – разработка образовательной программы (ОП) «Государственное управление киберспортом». Реализация данной образовательной программы может восполнить пробелы в знании системной организации киберспорта органами ГМУ.

Библиографический список

1. План мероприятий («дорожная карта») «Создание дополнительных условий для развития отрасли информационных технологий» от 09.09.2021. // Новости // Правительство России. Режим доступа: http://static.government.ru/media/files/gwQRcF4e3G6lA8vTMTNfNAcTWGeQxrt2.pdf (Дата обращения: 12.02.2022)

2. Рубись, студент. Российское высшее образование дополнят киберспортом // Коммерсант от 29.07.2021. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/4919703 (Дата обращения: 15.02.2022.)

3. Программа управление киберспортом стартовала // Федерация компьютерного спорта России. Режим доступа: https://resf.ru/news/programma-upravlenie-kibersportom-startovala/ (Дата обращения: 15.02.2022.)

4. Где в России получить киберспортивное образование? // ESPORTCONF RUSSIA 2018. Режим доступа: https://esportconf.ru/ru/post/gde-v-rossii-poluchit-kibersportivnoe-obrazovanie-86462 (Дата обращения: 15.02.2022)

5. Соснило А. И. Применение технологий виртуальной реальности (VR) в менеджменте и образовании // Управленческое консультирование. 2021. С.158-163. Режим доступа: https://doi.org/10.22394/1726-1139-2021-6-158-163 (Дата обращения: 04.03.2022)

6. Индустрия компьютерных игр – 2020. Центр развития НИУ ВШЭ, 2020 г. Режим доступа: https://dcenter.hse.ru/data/2020/07/27/1599127653/Индустрия%20компьютерных%20игр-2020.pdf (Дата обращения: 10.03.2022)

D. Sivovolov, E. Zaitseva

ESPORTS. DOES IT HAVE A PLACE IN THE UNIVERSITY?

Abstract

The article reveals the evolution of the development of cybersport and the need to introduce educational programs in the field of cybersport in the Russian Federation. Humanity is in the process of modernizing classical sports in the direction of digital transformation. Recently, they have begun to speak, write and make government decisions more often in the field of e-sports. Among the areas of digital transformation of 13 sectors of the Russian economy and the social sphere, projects in the field of education were considered. Among other measures of digital transformation in education, it was announced the introduction of disciplines related to e-sports into the educational process. There has been a new stage in the use of these technologies to obtain managerial professions in various fields of activity based on the creation of scenarios for finding solutions.

Keywords: cybersport, digitalization, universities, education, educational programs.

УДК 371.39

С. В. Соколов, И. Е. Еробкин, Д. А. Васьков, С. М. Рябов

ОПЫТ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ МАССОВОГО ОТКРЫТОГО ОНЛАЙН-КУРСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КУРСА УРФУ «ИСТОРИЯ»)

Аннотация

В статье рассматривается процесс создания, внедрения и реализации онлайн-курса «История» УрФУ, расположенного на платформе «Открытое образование». Авторы приходят к выводу о неизбежности процесса цифровизации, реализуемого в крупнейшем вузе Урала. Доказывается, что разработка онлайн-курсов может стать одним из действенных ответов российских университетов на вызовы стремительно развивающейся цифровой экономики и рынка труда. Делается заключение, что разработка и реализация онлайн-курсов способствует осуществлению перехода от массового образования для всех к качественному образованию, основанному на самостоятельной работе обучаемых и их совместной работе в малых группах, направляет образовательный процесс по такому предмету как «История» не столько на заучивание исторических фактов и запоминание исторических деятелей, сколько на овладение посредством знакомства с историей компетенциями XXI века, а также позволяет сделать упор на творческом применении студентами получаемых знаний за счет технологии проектного обучения.

Ключевые слова: цифровизация, образование, цифровые технологии, высшее образование, геймификация, образовательный процесс, компетенции XXI века.

На сегодняшний день процесс цифровизации в сфере высшего образования стремительно развивается. 23 августа 2017 г. вышел Приказ Министерства образования и науки РФ № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ», который обеспечил нормативно-правовую базу дляцифровой трансформации отечественных вузов [6]. В Уральском федеральном университете с 2019 г. реализуется Программа цифровой трансформации Уральского федерального университета, развивающая существующие информационные сервисы и создающая новые [7]. Основными направлениями программы выступают

© Соколов С. В., Еробкин И. Е., Васьков Д. А., Рябов С. М., 2022

следующие: Цифровые образовательные технологии, Индивидуальные образовательные траектории, Компетенции цифровой экономики, Система управления на основе данных.

Столь обширная программа основывается на четком понимании неотвратимости перехода от массового образования для всех к качественному образованию и всестороннему развитию личности каждого, что обусловлено совершающейся на наших глазах новой технологической революцией и третьей волной отечественной цифровизации [8, с. 13-14].

Серьезным вызовом для университетов является разработка новых методик, а также новых курсов, которые будут отвечать потребностям всех стейкхолдеров (заинтересованных сторон) образовательного процесса.

Новые курсы должны обладать несколькими характеристиками: должны опираться на самостоятельную работу обучаемыхи их совместную работу в малых группах; ориентация на результат и персонализацию посредством компетенциями XXI века: критическим мышлением, способностью к самообучению, умением полноценно использовать цифровые инструменты, источники и сервисы в своей повседневной работе, применять имеющиеся знания в развивающейся цифровой среде [8, с. 15]. Одним из ответов российских университетов на вызовы стремительно усиливающейся цифровой экономики может стать разработка онлайн-курсов [1, с. 334]. Вместе с технологией «мобильного обучения», позволяющей пользоваться учебной информацией с персональных цифровых устройств (смартфонов, планшетов и др.), именно онлайн-курсы способны обеспечить персонализированный подход на современном этапе образования [5, с. 354]. Важным является и возможность оперативного дополнения и достраивания таких курсов, что является несомненным плюсом в связи с возрастанием популярности такой образовательной технологии как «геймификация». Разработчики онлайн-курса могут включать в его структуру веб-квесты, интерактивные карты и т. д. [9].

В своей статье мы хотели бы поделиться опытом создания и введения в образовательный процесс онлайн-курса «История», расположенного на платформе «Открытое образование», разработка которого осуществлялась на базе кафедры истории России департамента «Исторический факультет» Уральского гуманитарного института УрФУ [3]. Онлайн-курс реализуется как полностью онлайн, так и в смешанной форме (3 зачетные единицы, 108 часов, 16 недель реализации). Курс состоит из 16 видеолекций, которые разбиты на фрагменты от 5 до 10 минут, сопровождаемые конспектом. После изученного раздела запланирован контроль для перехода на следующий модуль. Структура курса состоит из четырех разделов: 1) Цивилизации Средневековья, 2) Модерное общество: зарождение современного мира (XV–XVII вв.); 3) Формирование индустриального общества; 4) Глобальные процессы и явления в новейшее время.

Особенностями онлайн-курса являются следущее: возможность в короткий срок освоить основные вехи отечественной истории, фокусирование на исторических процессах и явлениях, а не на заучивании исторической хронологии и фактов, постановка проблем и нацеленность развитие критического мышления, наполненность анимированным и интерактивным контентом, а также возможность консультации с разработчиками курса.

Обратимся к опыту реализации представленного онлайн-курса в ходе осуществления смешанной формы обучения в университете, которая предполагает самостоятельное освоение онлайн-курса обучающимися с очным посещением практических (семинарских) занятий.

Онлайн-курс «История» позволил университетским историкам-преподавателям активно включиться в разработанную УрФУ систему индивидуальных образовательных траекторий [2]. Система была запущена в университете и открыта для первокурсников в 2020 г. изначально по 18 образовательным программам. Обучающийся, пользуясь системой индивидуальных образовательных траекторий, в рамках освоения онлайн-курса на сегодняшний день имеет выбор из трех треков исторической направленности: «Наука, технологии и общество в истории», «Россия и мир», «Глобальные проблемы современности в истории». Выбор формата изучения курса «История» проходит в течение первой недели,

после презентации преподавателями своих треков. Первоначально студентам необходимо определиться с технологией реализации курса – онлайн или смешанная. Одной из специфических черт реализации смешанной технологии, которая первоначально настораживала участников проекта, являлось то, что студенты образуют на треках уникальные команды и при этом выходят за пределы традиционной академической группы, часто формирую команду из представителей различных институтов. Судя по опыту, накопленному за несколько лет реализации проекта, можно говорить об успехе данного подхода к организации учебных команд, актуализирующего коммуникативные компетенции студентов с первых дней обучения в университете.

Образовательный трек «Наука, технологии и общество в истории» состоит из девяти модулей: 1) Наука и технология в модернизационном постижении истории, 2) Научная и инженерная деятельность в традиционном обществе, 3) Промышленный переворот и рождение индустриального общества, 4) Институционализация инженерной мысли: этапы, события, результаты, 5) Изобретения и открытия, определившие облик современной цивилизации, 6) Научно-техническая революция и ее основные направления, 7) Российский модернизационный проект, 8) Информационные технологии, 9) Специальные исторические дисциплины и их роль в постижении прошлого. Так, курс формирует представление о роли технологий, техники и новаторства в истории человечества, раскрывает феномен инженерного творчества. Основное внимание удаляется тому, как историческое развитие подготавливало инновации, и как новые технологии изменяли мир. Устойчивой популярностью среди обучающихся пользуется практика создания с помощью программ 3D-моделирования виртуальных моделей тех или иных изобретений, которые были выбраны в качестве темы исследования малой команды, состоящей из 3-5 участников. Подобного рода практики закрепляют в понимании студентов связь изученного материала курса «История» и профессиональных навыков. В отдельных случаях обучающимися были созданы физические модели изобретений с публичной демонстрацией их работы во время защиты проектов.

Основной идеей образовательного трека «Россия и мир» является показ взаимосвязи событий, явлений, процессов в России и мире. Российская история перестает рассматриваться в отрыве от мировой. При этом на занятиях рассматриваются не только и не столько дипломатия и войны, но также широкий спектр торгово-экономических, культурных и гуманитарных контактов между Россией и другими странами, а также процессы колонизации, эмиграция и иммиграция. Главные цели трека – показать взаимосвязи и взаимозависимость различных процессов в России и за рубежом, дать представление о месте и роли России в системе международных связей и контактов в исторической ретроспективе. На занятиях рассматривается место России в сообществе мировых цивилизаций, обсуждается специфика взаимодействия Руси/России с цивилизациями Запада и Востока.

Программа курса состоит из восьми модулей: 1) Средневековая Русь в системе международных связей: торговля, дипломатия, войны, 2) Русь, Россия и Степь: динамика и диалектика взаимодействий, 3) Россия и ближайшие соседи в конце XV–XVII вв.: специфика взаимоотношений, 4) Россия и «дальние» страны в конце XV–XVII вв., 5) Российская империя и ее место в «концерте» европейских держав в XVIII–XIX вв., 6) Россия и СССР в мировых войнах XX в., 7) Международные связи позднего СССР и Холодная война, 8) Российский фактор в мировой политике конца XX – начала XXI в. Каждая тема трека затрагивает проблему взаимодействия российской цивилизации с цивилизациями Запада и Востока. Исторический подход позволяет проследить эволюцию данных взаимосвязей, выявить характерные черты отношений России с внешним миром на самых различных уровнях: политики, торговли, миграций, культурного трансфера и т. д. При этом важно показать отличительные тенденции и особенности, а также выявить устойчивое и неизменное в историческом диалоге России с Западом и Востоком. В этой связи среди проблемных вопросов, которые поднимаются на семинарах по треку «Россия и мир» следует отметить следующие: 1) что можно увидеть общего/различного/особенного в отношениях Россия-Западный мир и Россия-мир Востока; 2) можно ли говорить о влиянии Руси/России

на внешней мир, мировую цивилизацию, и в какой степени (конкретные исторические периоды и т. д.); 3) проблема места России в общемировой культуре, мировой цивилизации; 4) что исторически определило Россию как самостоятельную, самобытную цивилизацию: внутренние факторы (географический, этнический и др.), внешние (например, золотоордынский период, принятие западных идей), их совокупность (изменение заимствованных извне религиозных идей, социально-политических институтов, политических воззрений и проч. в условиях российской действительности). Таким образом, на занятиях по треку рассматриваются все формы и специфика взаимодействий России с цивилизациями Запада и Востока.

Курс «Глобальные проблемы современности в истории» разделен на семь модулей: 1) Как понимать прошлое и предсказывать будущее, 2) Эффективность государственных институтов, 3) Миграция и интеграция, 4) Коллективная историческая память, 5) Реформы и революции, 6) Войны и ресурсы, 7) Историческое мифотворчество: fakenews и пост-правда в истории.

Занятия по образовательным трекам проводятся в смешанной форме, в которой лекционную составляющую берет на себя онлайн-курс «История». Практические же занятия проводятся очно с преподавателем. По каждому треку, после выбора студентами своей образовательной траектории, формируются команды по 25 человек. При этом форма проведения практических занятий в соответствии с современными представлениями об учебном процессе в высшей школе может существенно варьировать в зависимости от профессиональных компетенций и личных предпочтений конкретного преподавателя. Также в условиях общей гуманизации и демократизации учебного процесса, без которых немыслимо современное образование, учащиеся могут и сами выбирать и даже предлагать те или иные формы и варианты проведения занятий. Например, занятия можно организовывать в форме дискуссионного клуба или различных дидактических и проблемных интеллектуальных игр. Весьма перспективно выглядит такая образовательная технология, как «перевернутый класс», когда основное усвоение нового материала студентами происходит посредством самостоятельной работы, а время аудиторной работы выделяется на выполнение различных творческих заданий, упражнений, «кейсов», проведение практических исследований. В ходе практических занятий особый упор делается на работу обучающихся в малых группах, а также на геймификацию образовательного процесса с помощью веб-квестов, интерактивных карт и мультимедийного сопровождения. В течение всего курса, разделившиеся по командам студенты, готовят проекты, которые, в качестве основного задания, обязаны защитить в конце семестра. Среди примерных тем-заданий для проектовможно выделить следующие: создание и ведение виртуальной странички в социальных сетях от имени исторического деятеля, создание веб-квеста на платформе мессенджера «Telegram», создание цифрового рисунка, изображения, карикатуры на историческую тематику, запись мини-видеоролика на историческую тематику с последующим помещением его на платформах социальной сети «ВКонтакте», а также на онлайн-сервисах «YouTube» и «Rutube» [4].

Таким образом, с помощью онлайн-курса «История» и разработки образовательных треков исторической тематики для системы индивидуальных образовательных траекторий УрФУ удалось решить несколько задач. Был осуществлен переход от массового образования для всех к качественному образованию, основанному на самостоятельной работе обучаемых и их совместной работе в малых группах. Образовательный процесс стал направлен не столько на заучивание исторических фактов и запоминание исторических деятелей, сколько на овладение посредством знакомства с историей компетенциями XXI века. Основной упор был сделан на творческом применении студентами получаемых знаний за счет технологии проектного обучения.

В условиях растущего спроса на онлайн-курс «История» и смешанную технологию реализации, как внутри УрФУ, так и за его пределами, следует обратить внимание на возможность путем интеграции соответствующих модулей гибко учитывать запросы

конкретных направлений подготовки. Успешный опыт реализации смешанной формы обучения на базе внедрения онлайн-курса «История» и образовательных треков в учебный процесс УрФУ ни в коей мере не отменяет необходимости дальнейшего совершенствования рассмотренного курса, который, кстати, входит в базовую (обязательную) часть образовательных программ ВПО. В ближайшей перспективе для успешного продвижения курса представляется необходимым расширение номенклатуры привлекаемых в учебный процесс новейших образовательных технологий, в том числе путем углубления уже названных геймификации и цифровизации. Важным условием улучшения курса и повышения его конкурентоспособности среди других аналогичных продуктов видится также необходимость расширения тематики образовательных треков как путем углубления, собственно, чисто «исторической» составляющей, так и посредством расширения междисциплинарных связей с другими учебными дисциплинами гуманитарного и социально-экономического циклов.

Библиографический список

1. Ахметжанова Г. В., Юрьев А. В. Цифровые технологии в образовании // Балтийский гуманитарный журнал. 2018. № 3 (24). С. 334-336.
2. Индивидуальные образовательные траектории. Режим доступа: https://urfu.ru/ru/iot/ (дата обращения: 25.03.2022).
3. История. Режим доступа: https://openedu.ru/course/urfu/HIST/ (дата обращения: 25.03.2022).
4. МЕН-113105 проект Ельцин. Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=cHThdclOqjU (дата обращения: 25.03.2022).
5. Петрова Н. П., Бондарева Г. А. Цифровизация и цифровые технологии в образовании // Мир науки, культуры, образования. 2019. № 5 (78). С. 353-355.
6. Приказ Министерства образования и науки РФ от 23 августа 2017 г. № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ». Режим доступа: https://base.garant.ru/71770012/ (дата обращения: 27.03.2022).
7. Программа цифровой трансформации Уральского федерального университета. Режим доступа: https://urfu.ru/ru/about/digital/ (дата обращения: 27.03.2022).
8. Трудности и перспективы цифровой трансформации образования / Под ред. А. Ю. Уварова, И. Д. Фрумина. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. 342 с.
9. Человек в эпоху войн и революций. Режим доступа: https://abshnko.github.io/revolution-game/#/ (дата обращения: 25.03.2022).

S. Sokolov, I. Erobkin, D. Vaskov, S. Ryabov

THE EXPERIENCE OF CREATING AND DEVELOPMENT OF A MASSIVE OPEN ONLINE COURSE IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION (THE EXAMPLE OF THE URFU ONLINE COURSE “HISTORY”)

Abstract

The article examines the process of creation, implementation, and realization of the online course “History” of Ural Federal University, located on the platform “Open Education”. The authors concluded about the inevitable process of digitalization of the domestic educational environment. It is argued that the development of online courses may become one of the effective responses of Russian universities to the challenges of the rapidly developing digital economy. It is concluded that the development and implementation of online courses contributes to the transition from mass education for all to quality education, based on the independent work of students and their joint work in small groups, directs the educational process in such subject as “History” not so much to memorization of historical facts and historical figures, as to mastering through familiarization with history competencies of the XXI century, and also allows to focus on the creative application of students received.

Keywords: digitalization, education, digital technologies, university education, gamification, educational process, 21st century competencies.

УДК 378

Д. В. Шуняков

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ВУЦ УРФУ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ

Аннотация

Актуальность статьи обусловлена необходимостью изучения опыта организации учебного процесса в военном учебном центре (далее ВУЦ) в условиях пандемии. В статье обусловлены положительные и отрицательные моменты применения дистанционных средств обучения, приведены примеры адаптации образовательного процесса в условиях пандемийных ограничений. Вместе с тем, нельзя сказать, что переход прошел безболезненно, возникли трудности с информированием курсантов и преподавателей о происходящих изменениях, технические проблемы, вызванные отсутствием или нехваткой необходимого оборудования для участия в онлайн-занятиях, обнажилась нехватка навыков преподавания и обучения в дистанционном формате.

Ключевые слова: дистанционное обучение, электронные образовательные ресурсы, пандемия, онлайн обучение, военное обучение.

Пандемия COVID-19 оказала огромное влияние на все сферы жизни Российской Федерации, в том числе на сферу высшего образования. В соответствии с приказами Министерства науки и высшего образования РФ, Роспотребнадзора, ректора УрФУ, в целях предотвращения коронавирусной инфекции ВУЦ перешел к учебному процессу с учетом ограничительных мер, предусмотренных противоэпидемиологическими мероприятиями [1; 2].

Во исполнении вышеперечисленных приказов в ВУЦ были реализованы следующие меры:

1. Введен масочный режим. Профессорско-преподавательский состав, курсанты и сотрудники находились в помещении в масках и перчатках, прибывшие без маски на территорию ВУЦ не допускались.
2. Утверждено новое расписание занятий. Лекционные занятия, подведение итогов ответственными преподавателями во взводах, беседы по дням воинской славы объединялись вместе по методу военного дня и проводились дистанционно. Для проведения семинарских, групповых упражнений, практических занятий курсанты пребывали на кафедру и занятия проводятся в штатном режиме на учебно-материальной базе ВУЦ. Дни дистанционных и практических занятий на кафедрах чередовались в целях ограничения количества одновременно прибывающих в ВУЦ курсантов.
3. Установлен «скользящий» распорядок дня. Смещены на некоторых кафедрах перерывы, для снижения массового скопления преподавателей и обучающихся в местах общего пользования.
5. Веден специальный пропускной режим. Прибывшие на занятия курсанты разделялись на несколько потоков по кафедральному принципу. Вход в учебный корпус № 7 осуществлялся по трем направлениям, включая основной и запасные входы, через пункты термометрического контроля. Замер температуры осуществлялся три раза в день: по прибытии утром (8.00), после обеда (13.30) и в последний час самостоятельной подготовки (16.00).
6. На каждом перерыве производилось проветривание помещений, влажная уборка силами дежурных, обработка рук дезинфицирующем раствором. В конце военного дня проводилась полная влажная уборка помещений дезинфицирующими средствами.

© Шуняков Д. В., 2022

7. Профессорско-преподавательский состав осуществил доступ к платформе Microsoft Teams, дистанционно прошел обучение по пользованию программой.

Аккумулируя полученный опыт дистанционного обучения, можно выделить следующие преимущества:

1. Доступность. Обеспечение учебного процесса независимо от местоположения, обучающего/обучаемого, что позволило обеспечить обучение без прерывания (отмены, переноса) занятий.

2. Технологичность. Обеспечение быстрого внедрения современных информационных и телекоммуникационных технологий. Разработка (усовершенствование) учебно-методических материалов.

3. Взаимосвязь. Обеспечение обмена информацией между обучающим/обучаемыми в режиме реального времени.

4. Экономия. Резкое снижение нагрузки на аудиторный фонд и дорогостоящую мультимедийную аппаратуру.

5. Снижение нагрузки на профессорско-преподавательский состав, в следствии отсутствия необходимости громкого речевого сопровождения занятия (микрофоны и видеокамеры прекрасно передают сигнал дистанционно). Кроме того, нет необходимости многочасового хождения в аудитории. Отсутствие непосредственного контакта с курсантами создает психологический комфорт.

Вместе с тем имеются и негативные момент онлайн обучения, к числу которых можно отнести:

1. Отсутствие очного общения курсантов с преподавателем, что не позволяет сформировать четкой служебной вертикали «начальник – подчиненные», что создает проблемы для понимания сущности военной системы управления. Кроме того, в ходе онлайн занятий, обучающимся сложно задавать вопросы по ходу занятия, что снижает эффективность теоретического обучения.

2. Отсутствие очного общения курсантов между собой. Разобщенность не позволяет сформировать коллектив как необходимое условие для обучения военному делу, не позволяет сформировать «чувство локтя», исключает возможность подчинения личного эго интересу общего дела, не вырабатывает необходимости в трудную минуту, не раздумывая, оказать помощь товарищу, даже ценой своей жизни. Как говорил генералиссимус А. В. Суворов: «Сам погибай, а товарища выручай». Курсантский коллектив необходим для прохождения военных сборов в воинской части в течение месяца.

3. Отсутствие возможности транслировать по открытым интернет-ресурсам режимной (секретной) информации, что резко снижает (исключает) объем выдаваемого материала, из-за чего приходилось часть лекционных занятий проводить в аудиториях ВУЦ, увеличивая, тем самым, COVID-риски.

4. Невозможность дистанционно проводить практические и групповые занятия без применения специализированных лабораторий, классов, учебно-действующих стендов, макетов и т. д. для получения практических умений в применении военной техники, оружия, боеприпасов, другого снаряжения.

5. Снижение успеваемости. Хотя, на первый взгляд, ситуация обратная. Анализ успеваемости учебных взводов И-320 (специальность «Боевое применение инженерно-саперных (инженерных) соединений, воинских частей и подразделений») и С-320 (специальность «Применение инженерных дорожно-строительных и мостостроительных воинских частей и подразделений») по дисциплине «Тактико-специальная подготовка» при сдаче семинаров электронным тестированием и дифференцированного зачета в форме независимого тестового контроля (НТК) показал рост усвоения материала на 38 % по сравнению с коллоквиумом. Скажем, на зачете неудовлетворительных оценок не было вообще. Однако, опросом курсантов было установлено, что при сдаче зачета с «прокторингом», обучающиеся через программу deskroll.com получили доступ к компьютеру

преподавателя, установили задания и нашли в конспектах на них ответы. Для создания видимость честного сдачи зачета, часть курсантов сознательно ставили неверные ответы.

6. Недостаток мощностей ВУЦ и компетенций профессорско-преподавательского состава для организации онлайн обучения.

7. Перенасыщенность информацией. Сгруппированные лекционные занятия не помогали, а скорее мешали учиться.

8. Низкая мотивация курсантов к занятиям в формате онлайн. Опросом обучающихся установлены следующие способы обмана преподавателей. Технические неполадки во время занятия, такие как отсутствие звука, «зависание» картинки и др. Применение фоторедакторов для подделывания отчетных материалов и заданий. Использование заранее записанного зацикленного видеоматериала для прикрытия прогула. Различные розыгрыша и приколы вследствие безнаказанности удаленного формата обучения. Наличие видеоконтроля каждого обучающегося не всегда возможно по причинам, указанным в предыдущем пункте.

10. Неумение самостоятельно организовать образовательный процесс. Далеко не все курсанты способны заниматься самостоятельно, вследствие чего они откладывали на потом выполнение заданий или посещение семинаров, от чего эффективность учебного процесса существенно снижалась.

Таким образом, представленное исследование показало особенности организации онлайн обучения в ВУЦ со всеми «плюсами» и «минусами». Предпринятые руководством и профессорско-преподавательским составом усилия позволили ВУЦ интегрироваться в образовательную среду с применением электронных образовательных и информационных ресурсов, дистанционных образовательных технологий. Вместе с тем автор не разделяет всеобщей эйфории об абсолютности цифровизации образования и считает, что образовательный процесс в стенах учебного центра должен проводиться по классическому формату.

Библиографический список

1. С днем знаний! // Красная звезда. 30 августа 2014. № 157 С. 1.

2. Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 11 ноября 2020 г. № 1402 «О мерах по снижению рисков распространения новой коронавирусной инфекции в образовательных организациях высшего образования» // Система «Гарант». Режим доступа: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74790194/ (дата обращения: 25.04.2022).

D. Shunyakov

ORGANIZATION OF THE TRAINING PROCESS OF URFU IN PANDEMIC CONDITIONS: NEW OPPORTUNITIES AND LIMITATIONS

Abstract

The relevance of the article is due to the need to study the experience of organizing the educational process in a military training in a pandemic. The article explains the positive and negative aspects of the use of distance learning tools, gives examples of the adaptation of the educational process in conditions of pandemic restrictions. At the same time, it cannot be said that the transition was painless, difficulties arose in informing cadets and teachers about the changes taking place, technical problems caused by the lack or lack of the necessary equipment to participate in online classes, the lack of teaching and learning skills in remote format was exposed.

Keywords: distance learning, electronic educational resources, pandemic, online training, military training.

4.2. ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

УДК 372.853

А. Б. Берзин

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБЩНОСТЬ «УЧИТЕЛЬСТВО» В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы функционирования общности «учительство» в современных условиях. Выделяются проблемы, которые существенным образом влияют на профессиональную жизнедеятельность российской школы. Среди признаков, имеющих особое значение, выделяется профессиональная идентичность. При этом делается особый акцент на различия в формировании идентичности в условиях стабильного общества и находящегося в состоянии постоянных изменений и трансформаций. Рассматриваются происходящие при этом преобразования внутри самой общности, которые, в зависимости от избранных критериев могут образовывать три и более субобщностей. Рассмотрены различия между субобщностями учителей по 4 признакам: а) административно-территориальный район (сравнивалось 7 районов г. Екатеринбурга); б) преподаваемая дисциплина; в) уровень – начальная, основная и средняя школа; г) степень идентичности – маргинальности. Причины дифференциации внутри общности связаны как с объективными, так и с субъективными факторами. Важную роль играет возраст и стаж работы.

Ключевые слова: общность, субобщность, профессия, учительство, идентичность, маргинальность, школа.

Трансформации современного российского образования продолжаются уже не одно десятилетие, но до сих пор нет ни четко обозначенной цели, ни очерченного вектора развития. Принятые федеральные программы и национальный проект исполняются лишь по формальным показателями и мало влияют на содержание и качество российского среднего общего образования. В этих условиях идет дальнейшая бюрократизация системы, дифференциация школ по «статусу», снижение престижности учительской профессии, ее «феминизация» и уменьшение доли молодых учителей. В связи с этим особое значение в современных условиях приобретает исследование такой профессиональной общности как «учительство».

Под общностью, как правило, понимается объединение индивидов, которое определяется совпадением потребностей и интересов, благодаря схожим условиям образа жизни, близости характеристик основного вида деятельности, а также совпадению их позиций по основным проблемам бытия Термин «общность» вошел в научную литературу благодаря работам Ф. Тенниса, который выделял среди общностей некие социальные совокупности, в которых люди мыслят схожим образом, принадлежат к каким-то социальным сословиям и т.д. [10, с. 223].

В качестве критерия появления профессиональной общности обычно выделяется общественная потребность, определенные нормативы и стандарты деятельности, которые требуют нужных знаний, навыков, умений, а также система мотивации, детерминирующая стремление к приобретению профессиональных компетенций (благодаря авторитету профессии, ее статусу, уровню доходов и т.п.). Посредством этого формируются общие ценности, нормы поведения, эталоны исполнения профессиональных ролей [6, с. 114].

В качестве предмета нашего анализа была избрана профессиональная общность (учительство). В пользу этого выбора говорят такие критерии как распространённость общностей, значимость для общества, а также насколько процессы, происходящие внутри общности, могут оказывать влияние в будущем на социум в целом [5, с. 233].

Благодаря общественному разделению труда в мире насчитывается более 40 тысяч

© Берзин А. Б., 2022

профессий, в современной России, если основываться на «Едином тарифно-квалификационном справочнике работ и профессий рабочих» [2] – более 7 тысяч профессий. Одни из них имеют массовый характер, другие очень редки, их численность достигает нескольких десятков человек.

По данным Росстата, из 72 млн. человек, занятых в различных сферах: водителей – 7 %; продавцов – 6,8 %; экономистов и бухгалтеров – 3,6 %; учителей и преподавателей – 2,8 % [1]. Несмотря на различное количество людей, занятых в профессии, все они являются общностями. Их объединяет принадлежность к профессии. Профессия обычно представляется как вид трудовой деятельности индивида или социальной общности, для ее осуществления требуется специальные знания, нормы и правила поведения, профессиональный язык, владение профессиональным инструментом, определенный уровень освоения навыков и умений, необходимых знаний.

Современный мир находится в состоянии постоянных изменений и трансформаций. В результате традиционные типы идентичности подвергаются сильной коррозии, их роль в становлении стабильности и целостности личности ослабевает, происходит неизбежный переход к другим видам идентичности. То же самое относится и к профессиональной идентичности. Трансформациям подвергается идентичность и в связи со сменой профессии (из-за изменений в системе общественного разделения труда), а также «размывания» основных параметров самой идентичности из-за распада социальных связей, снижения мотивации совместной трудовой деятельности, необходимости сохранения своего статуса, доминирования первичных общностей над вторичными, реальных над воображаемыми, конструируемыми. Внутри структуры самой профессиональной общности происходят изменения: появляется в обобщенном виде три субобщности – 1) индивиды, полностью воспринявшие все ценности и нормы профессии, идентифицирующие себя с ней. Для них профессия – смысл жизни, основа бытия. 2) группа профессионалов, воспринимающих профессию как способ получения доходов и поддержки своего статуса; 3) лица, «находящиеся» в профессии, но реализующие свои потребности в других сферах [4, с. 2577]. На наш взгляд 2,3 группы несут признаки маргинальности.

Общность «учительство», так как и другие профессиональные общности, находящиеся на периферии такой доминантной структуры, попадают в ситуацию социальных изгоев – их пополнение идет за счет лиц, оказавшихся менее успешными, не сумевшими пробиться в престижные сферы деятельности [9]. Профессиональная общность «учительство» обладает всеми перечисленными ранее чертами и учительский труд является достаточно сложной, умственной деятельностью, требующей высокой квалификации, постоянного профессионального самосовершенствования. Для нее характерны ненормированный по времени характер труда, специфические условия осуществления, низкое по современным критериям материальное обеспечение – все это может вызывать эмоциональное истощение.

Профессиональные особенности труда обусловили возможность досрочного ухода на пенсию. Деятельность учителя регламентируется профессиональным стандартом. Действующий стандарт был утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты в 2013 году [7]. В 2022 г. вступает в силу новый стандарт профессии учителя [8]. В нем содержится 27 трудовых действий, 27 умений и 44 позиции, посвященных знаниям учителя.

В ходе исследований, проведенных научной группой Уральского гуманитарного института УрФУ и Уральского института управления – филиала РАНХиГС в 2016-2021 годах было опрошено более 940 учителей в 2 крупных городах Свердловской области, более 1000 выпускников школ и 1500 родителей учащихся. Были, например, проанализированы позиции районных сообществ педагогов г. Екатеринбурга по некоторым моментам проходящей реформы общего образования, а также отношение к ним преподавателей различных дисциплин гуманитарного и естественно-научного циклов.

Так, при анализе по 7 районам города ответов учителей на вопрос «в какой степени содержании образования нуждается в обновлении была получена достаточно однородная

картина по ответу «изменения должны носить частичный характер» (три четверти опрошенных) – коэффициент вариации 10,3 %, то разброс оценок был заметен по ответам «ничего менять не надо» – коэффициент вариации 69,8 %, и «необходимы кардинальные изменения» – коэффициент вариации 40,2 % (22,3 % опрошенных). Больше всего «кардинально настроенных» в Верх-Исетском районе, меньше всего в Железнодорожном районе. Различия могут объясняться как особенностями системы управления в конкретной территории, так и составом ее населения, особенностями социально-экономического развития. Подобная общность ответов проявилась и в отношении к отчётности, которую вынуждены составлять учителя: «она необходима в том виде, в каком существует» – коэффициент вариации 45 %, «должна быть только по итогам учебного года» – коэффициент вариации 31,8 % (27,4 % опрошенных), и «отчетность необходимо уменьшить» – коэффициент вариации 9,3 % (66,2 % опрошенных учителей). Наибольшее число неудовлетворенных существующей системой отчетности в Железнодорожном районе, согласны с ней больше всего в Чкаловском районе.

Различаются «субобщности» учителей в зависимости и от преподаваемого предмета. Для анализа были сформированы две подвыборки: учителя гуманитарного цикла (литература, история, иностранные языки – 159 чел.) и естественно-научного цикла (физика, химия, биология и т.п., а также математика – 117 чел.). Можно сделать вывод, что по своим взглядам на «инструментальные» ценности», ценности-средства, две эти субобщности отличаются своим подходом.

Есть отличия в оценках между «субощностью» преподавателей средних и старших классов и учителям начальной школы (подвыборки по Екатеринбургу составили, соответственно, 326 чел. и 188 чел.). Так, профессию «учитель» выбрали «по призванию» 46,7 % опрошенных учителей начальных классов и 33,7 % преподавателей в основной и средней школе, а из-за интереса к предмету, который преподают, соответственно 9,6 % и 32,1 %. В первом случае видим ориентацию на сам процесс обучения и воспитания, а во втором – на содержательный аспект преподаваемых дисциплин. Вызывает особый интерес ответ на вопрос «Хотели бы вы, чтобы кто-нибудь из Ваших детей стал учителем?» – каждый второй учитель начальных классов высказался отрицательно (нет – 52,7 %, да – 13,8 %), преподаватели старших классов были менее категоричны (36,5 % и 19,9 %, соответственно).

В ходе анализа была сделана попытка выделить «субощность» по степени идентификации со своей работой. Работа – это не только профессия, это и отношения в школе с учениками, коллегами, администрацией, это и взаимодействие с родителями, и это, наконец, степень участия во внеучебных мероприятиях, классное руководство – в широком смысле участие в воспитательном процессе. Поэтому была выделена связь согласия с утверждением «работа – главное в жизни» с ответами на другие вопросы анкеты. При этом данное суждение рассматривается в качестве одного из индикаторов профессиональной идентичности, степень идентификации может рассматриваться и как уровень сплоченности, единства, так и социального и профессионального самочувствия. Согласие с утверждением, согласно выдвинутой гипотезе, означает высокую степень идентичности, несогласие предполагает маргинальный статус профессии (хотя эта гипотеза имеет относительный характер). При этом следует учитывать демографический состав учительства – абсолютное большинство педагогов женщины и, соответственно, приоритетом для большинства из них будет семья. Следует также учитывать, что принципиальных различий по качеству образования, уровням зарплат и учебной нагрузке не выявлено. В опросе 2016 года 54,2 % респондентов не считают свою работу «главным в жизни» («маргиналы») и 23,7 % опрошенных, напротив согласны с этим утверждением (назовем их «идентичные»).

Таким образом, получает подтверждение предположение, что идентификация с работой косвенным образом свидетельствует и о профессиональной идентичности, и о идентификации с общностью. Степень идентификации в определенной мере может искажать и, подчас деформировать устоявшиеся представления о жизненном успехе.

Об этом свидетельствуют и очевидные различия в степени идентификации в зависимости от стажа работы: педагоги, сформированные в иных условиях, отличаются по своим взглядам от преподавателей, проработавших в школе относительно непродолжительное время.

Выдвинутая гипотеза получила определенное подтверждение в ответах на другие вопросы. Среди «маргиналов» каждый четвертый выбрал профессию под давлением внешних обстоятельств, или случайно, осознанный выбор по ранее указанным мотивам в этой группе был сделан относительно меньшим числом респондентов (призвание – 7,5 %, пример любимого учителя – 18,5 %, любовь к детям – 8,0 %). Точно также, заметны различия в удовлетворенности профессией. В группе «идентичных» – профессией доволен, она нравится» – 64,2 %, «маргиналы» – 40,4 %. Заметны расхождения во взглядах и при ответе на вопрос: «Хотели бы Вы, чтобы кто-нибудь из Ваших детей стал учителем?». Среди «маргиналов» эту возможность отверг каждый второй опрошенный, среди «идентичных» – каждый третий и столько же высказались за это пожелание.

Среди «маргиналов» оказалось вдвое меньше учителей, которые бы довольно точно представляли при выборе свою профессию (25,4 % и 51,2 % среди «идентичных»). Они также более критично относятся к тем возможностям, которые предоставляет профессия. Среди них больше половины опрошенных настроены на работу, дающую больше возможности зарабатывать (56,4 % против 32,5 % «идентичных»), более остро реагируют на материальные затруднения (51,6 % и соответственно 34,1 % «идентичных»). Большинство «маргиналов» (71,8 %) ассоциируют свою профессию с образом «белка в колесе» («идентичные» – 53,7 %). Каждый пятый «маргинал» отметил метафору «громкоговоритель» и «смотритель».

Расхождение в позициях можно объяснить как объективными, так и субъективными причинами. Среди объективных факторов можно назвать возраст («маргиналы» – более молоды, 40 % в возрасте до 39 лет, «идентичные» – 18,7 %), у них меньше стаж работы в системе образования (каждый третий работает от года до 8 лет). В группе «идентичных» три четверти опрошенных имеют стаж более 18 лет. К объективным причинам можно отнести и семейное положение: замужем (женаты) 61,0 % «маргиналов» и 39,6 % «идентичных» учителей (в этой группе 23,6 % разведенных и 7,3 % овдовевших). Поэтому «маргиналы» поставили на 1 место среди достижений «хорошую семью» (42,5 % против 23,6 %). «Идентичные» поставили на 1 место успех в работе (36,6 %, в другой группе – 15,0 %) и «уважение товарищей по работе» – 25,2 % (17,3 % – «маргиналы»).

К субъективным причинам можно отнести некоторые личностные особенности: «идентичные» учителя более оптимистичны: общение с другими людьми дает им большой заряд энергии (82,9 % против 69,7 %), неожиданности дарят интерес к жизни (61,0 % и соответственно «маргиналы» – 49,5 %).

«Маргиналы» отметили, что непредвиденные трудности сильно утомляют (48,0 %, 34,1 % в другой группе), более подвержены перепадам настроения 32,1 % (соответственно 17,9 % «идентичных»). Определенный пессимизм нашел выражение в высказывании – «У меня нет возможности влиять на события в политической жизни страны» – 44,9 % (в другой опрошенной группе – каждый третий). Среди них только 10 % чувствуют себя на работе «уверено и спокойно», среди «идентичных» учителей – 31 %.

Сегодня профессиональная идентичность учительства проходит испытание на «прочность» – результаты опросов свидетельствуют о процессе маргинализации, идущем в данной общности. При сравнении с результатами исследований начала девяностых годов прошлого столетия существенно снизилась доля лиц, ориентированных на работу и, наоборот, увеличилось вдвое количество педагогов, ориентированных на другие сферы жизни (прежде всего, на личную жизнь). И, хотя число учителей, готовых сменить профессию, незначительно, но это можно объяснить как трудностями с поиском иной работы, так и отношением к своему труду как средству удовлетворения целей, находящихся вне школы.

Проведенное исследование позволило сделать вывод о том, что современные профессиональные общности в своей структуре содержат элементы интеграции и дифференциации – образуются субобщности. Они создаются в зависимости от развития социально-экономической ситуации и направленности сознания индивидов, образующих общность либо какую-то ее часть, субобщность. Сегодня динамика развития общности «учительство» зависит во многом от процессов дальнейшего реформирования системы образования.

Библиографический список

1. В России 10 млн. водителей и продавцов: Мониторинг рынка труда. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/3441720 (дата обращения: 15.02.2022).

2. Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих. Выпуск 67. «Перечень-алфавит профессий рабочих, помещенных в Едином тарифно-квалификационном справочнике работ и профессий рабочих, с указанием наименований профессий по ранее действовавшему ЕТКС»: утв. Госкомтрудом СССР. Режим доступа: https://base.garant.ru/188942/ (дата обращения: 10.02.2022).

3. Ермолаева Е. П. Современные тенденции динамики профессиональной идентичности. М.: ИП РАН, 2017. С. 2576-2584.

4. Зборовский Г. Е. Теория социальной общности: монография. Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2009. 300 с.

5. Кораблева Г. Б. Становление подходов к социологии профессий // Социологические исследования. 2013. № 1 (345). С. 109-117.

6. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 18.10.2013 г. № 544н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог (педагогическая деятельность в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования) (воспитатель, учитель)». Режим доступа: https://base.garant.ru/70535556/ (дата обращения: 12.02.2022).

7. Проект Приказа Министерства труда и социальной защиты РФ «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог (педагогическая деятельность в сфере начального общего, основного общего, среднего общего образования) (учитель)» (подготовлен Минтрудом России 31.01.2022). Режим доступа: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/56809182/ (дата обращения: 15.02.2022).

8. Исаев Д. П., Клименко Л. В., Нор-Аревян О. А. Профессиональная идентичность в российском обществе (вопросы истории, теории и практики): монография. Ростов-на-Дону: Изд-во Южного федерального ун-та, 2017. 177 с.

9. Тённис Ф. Общность и общество // Социологический журнал. 1998. № 3-4. С. 206-229.

10. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. Москва: Академкнига: Добросвет, 2003. 595 с.

A. Berzin

PROFESSIONAL COMMUNITY OF TEACHERS IN THE CONTEXT OF THE TRANSFORMATION OF RUSSIAN EDUCATION

Abstract

The article deals with the functioning of the community of teachers in modern conditions. The problems that significantly affect the professional life of the Russian school are highlighted. Among the features of particular importance, professional identity stands out. At the same time, special emphasis is placed on the differences in the formation of identity in a stable society and in a state of constant change and transformation. The transformations occurring in this case within the community itself are considered, which, depending on the chosen criteria, can form three or more subcommunities. Differences between subcommunities of teachers on 4 grounds are considered: a) administrative-territorial region (7 districts of Yekaterinburg were compared); b) taught discipline; c) level - primary, basic and secondary school; d) the degree of identity – marginality. The causes

of differentiation within the community are associated with both objective and subjective factors. Age and work experience play an important role.
Keywords: community, subcommunity, profession, teaching, identity, marginality, school.

УДК 378.1

А. В. Васева

АДАПТАЦИОННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ НА ОСНОВЕ КРИТЕРИЕВ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ЗДОРОВЬЯ

Аннотация

В настоящее время в Российской Федерации еще больше возросла социальная значимость психологического здоровья. Это связано, прежде всего, с тем, что в нашей стране очень ярко и быстро происходят социально-политические изменения, нарастают негативные явления в социальной и экономической сферах общества. В данной статье анализируется исследования психологического здоровья преподавателей высшей школы при реализации педагогической деятельности в условиях неопределенности.

Ключевые слова: психологическое здоровье, условия неопределенности, педагогическая деятельность, высшая школа, преподаватели, адаптационные возможности.

Анализ публикационной активности по данным электронной библиотеки elibrary показывает, что только за 2021 год было опубликовано более 600 работ, посвященных тематике психологического здоровья личности. Если рассматривать исследования психологического здоровья в педагогической деятельности, то исследователи чаще всего уделяют внимание проблемам сохранения здоровья обучаемого контингента [1]. Интерес к психологическому здоровью преподавателей высшей школы проявляется в гораздо меньшей степени, а ведь низкий уровень здоровья педагога ограничивает продуктивность его профессиональной деятельности, что может негативно влияет на эффективность учебно-воспитательного процесса.

Целью данного исследования стало теоретическое и эмпирическое изучение взаимосвязи психологического здоровья преподавателей высшей школы к неопределенности, а также адаптационные возможности при реализации педагогической деятельности.

Методы исследования:

1. Наблюдение за педагогической деятельностью преподаватели.
2. Интервьюирование студентов по этой проблеме.
3. Анализ теоретических источников, изучающих адаптационные возможности при реализации педагогической деятельности

В настоящее время не существует какого-то общепринятого определения феномена психологического здоровья. В научных исследованиях можно обнаружить различные определения психологического здоровья. Данное понятие наиболее точно и конкретно раскрыто в словаре практического психолога, где определяется психологическое здоровье, как состояние душевного благополучия, характеризующееся отсутствием болезненных психических явлений и обеспечивающее адекватную условиям окружающей среды регуляцию поведения и деятельности [2].

Определение критериев психологического здоровья является сложной и комплексной проблемой таких наук как философия, социология, психология и медицина. В словаре практического психолога выделяются следующие критерии психологического здоровья, что представлено в табл. 1.

© Ввсева А. В., 2022

Таблица 1

Критерии психологического здоровья

Перечень критериев	Название и содержание критериев
Первый критерий	Соответствие субъективных образов отражаемым объектам действительности и характера реакций (внешним раздражителям, значению жизненных событий).
Второй критерий	Адекватный возрасту уровень зрелости личностной, эмоционально-волевой и познавательной сфер.
Третий критерий	Адаптивность в микросоциальных отношениях.
Четвертый критерий	Способность самоуправления поведением, разумного планирования жизненных целей и поддержания активности в их достижении.

Если рассматривать критерии психологического здоровья в педагогической среде, то одной из распространенных моделей в научной чреде считается модель А. Маслоу [3]. Критерии психологического здоровья представлены в табл. 2.

Таблица 2

Модель критериев психологического здоровья А. Маслоу

Название критериев	Содержание критериев
Умение принимать себя, других, природу	Такие люди принимают себя такими, какие они есть, осознавая собственную ценность и уникальность. Они не сверхкритичны к своим недостаткам, не отягощены чрезмерным чувством вины, стыда, тревоги. Они принимают свою физиологическую природу, ощущая радость от еды, сна, сексуальной жизни.
Непосредственность, простота, естественность	Подобные люди не стремятся произвести впечатление. Позволяют себе быть собой и открыто выражают свое мнение, общаясь с людьми различных социальных слоев и статусов. Они не прячутся за социальную роль, разрешают себе выходить из нее. Не имеют запретов на проявление чувств, то есть умеют открыто заявлять о своем гневе, обиде, страхе, не ущемляя при этом интересы других людей.
Свежесть восприятия	Это умение видеть новое и прекрасное в обычных событиях жизни (прогулка по лесу, общение с людьми). Поэтому жизнь представляется таким людям радостной и интересной.
Межличностные отношения	Такие люди умеют устанавливать близкие взаимоотношения с родными и друзьями. Они легко общаются с детьми.
Наличие чувства юмора	Предпочитают философский доброжелательный юмор. Любят посмеяться и часто улыбаются.
Креативность	Такие люди умеют подходить к жизни творчески. Имеется в виду творчество в широком смысле этого слова.
Самодостаточность	Это возможность полагаться на свой собственный потенциал и не зависеть от оценок окружающих, что проявляется в отсутствии обязательного стремления к высокому статусу, престижу, популярности.
Центрированность на проблеме	Это наличие приверженности какой-то задаче, долгу, призванию или любимой работе. Имеется в виду, что такие люди центрированы не на себе, а на проблеме, которую они считают своей жизненной миссией.

Анализ теоретических источников показал, что в настоящее время нет единого подхода в формулировке критериев психологического здоровья, а к критериям, обозначенным в настоящее время необходимо добавить способность человека быть адаптивным к ситуациям неопределенности.

В психологической энциклопедии дается следующее определение понятия «неопределенность» – это большая или меньшая степень беспокойства в состоянии неясности для субъекта ситуации, в которой он находится [4].

В современном мире восприятие неопределенных ситуаций чаще всего негативное. Это объясняется тем, что «типичный» взрослый представитель нашей культуры стремится к тому, чтобы жить в безопасном, стабильном, организованном, предсказуемом мире, в мире, где полностью исключены неприятные сюрпризы и незапланированное разрешение ситуаций ожидания [1].

В условиях неопределенности в педагогической деятельности еще больше предъявляется повышенные требования к личности преподавателя и к состоянию его психологического здоровья. На первый план выходит ответственность за принимаемые решения, эмоциональная уравновешенность и стрессоустойчивость преподавателей высшей школы [5]. Можно сделать вывод, что в настоящее время преподаватель высшей школы должен быть адаптирован к условиям неопределенности в целях эффективности учебно-воспитательного процесса.

В словаре психологических терминов дается следующие определение адаптации – это приспособление к существованию в меняющихся условиях окружающей среды» [6]. Данное определение является классическим и может применяться во многих сферах жизнедеятельности человека, в том числе и преподавательской деятельности.

Проблемы адаптации преподавателей высшей школы к педагогической деятельности нашли отражения во многих научных исследованиях [7]. Однако в данных исследованиях не рассматривается адаптация педагога к ситуациям неопределенности. Чаще всего исследователей привлекает внимание молодые, начинающие преподаватели высшей школы у которых наблюдается не только психологическая, но и социальная, методическая, научная, воспитательная, физиологическая и другие виды адаптации. При этом в научных статьях делается вывод, что не все перечисленные виды адаптации значимы и влияют на продуктивную педагогическую деятельность [8].

Анализируя научные исследования проблематики адаптации к ситуации, неопределенности важно сделать вывод, что развитие процессов адаптации зависит от отношения к неопределенности, при этом важную роль в процессе адаптации играют социально-психологические установки.

На основе проведенного анализа работ, исследующих различные социально-психологические установки, которые являются актуальными в процессе адаптации к изменяющимся жизненным обстоятельствам, можно выделить следующие виды (блоки) установок (Табл. 3).

Таблица 3

«Виды (блоки) установок» адаптации к изменяющимся жизненным обстоятельствам

Установка
Ролевые установки личности как позитивно/негативные отношения к себе и окружающим (Э.Берн).
Установки функциональной готовности к выбору в ситуации неопределенности (вера в свои силы по преодолению ситуации, готовность изменяться, свобода действовать по личному выбору и позволять другим делать выбор в ситуации неопределенности, открытость, базальное доверие, риск)
Установки в виде личностного закона, для которого важна негативная направленность (трудно, неудача, сожаление, сверхконтроль) (К. Роджерс).

На основе полученных данных в процессе изучения проблематики, а также в результате анализа ответов по результатам проведения интервью со студентами высшей школы можно сделать следующие выводы:

– социально-политические изменения, негативные явления в социальной и экономической сферах общества оказывают влияние на психологическое здоровье преподавателей высшей школы;

– низкий уровень психологического здоровья преподавателя ограничивает продуктивность его профессиональной деятельности, что негативно влияет на эффективность учебно-воспитательного процесса;

– процесс адаптации зависит от отношения к неопределенности, при этом важную роль в процессе адаптации играют социально психологические установки;

– адаптация к условиям неопределенности «легче» и «спокойнее» происходит у преподавателей «со стажем»;

– эмоциональная связь влияет на обучение и его результаты.

Таким образом, изучение адаптационных возможностей преподавателей высшей школы при реализации педагогической деятельности в условиях неопределенности требует проведения дальнейших исследований и теоретических обоснований.

Библиографический список

3. Кондрашихина О. А. Психологическое здоровье, ощущение счастья и толерантность к неопределенности студентов-психологов // Человек в условиях неопределенности: сборник научных трудов. Самара. 2018. Т. 1. С. 270.

4. Головин С. Ю. Словарь практического психолога. Режим доступа: https://vocabulary.ru/slovari/slovar-prakticheskogo-psihologa.html (дата обращения: 22.03.2022).

5. Маслоу А. Г. Мотивация и личность. СПб.: Евразия. 1999. 478 с.

6. Филиппов А. В., Романова Н. Н., Летягова Т. В. Тысяча состояний души. Краткий психолого-филологический словарь. Режим доступа: https://vocabulary.ru/termin/neopredelennost.html (дата обращения: 22.03.2022).

7. Гредюшко О. П. Эмоциональное выгорание преподавателей высшей школы // Вестник ТГГПУ. 2009. № 17-18. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/emotsionalnoe-vygoranie-prepodavateley-vysshey-shkoly (дата обращения: 22.03.2022).

8. Березин С., Лисецхий К., Серебрякова М. Словарь психологических терминов. Режим доступа: https://vocabulary.ru/termin/adaptacija.html (дата обращения: 22.03.2022).

9. Мычко Е. И. Молодые профессионалы – потенциал будущего // Материалы XX юбилейной международной научно-практической конференции «Миссия образования – мир будущего: достижения и перспективы». Калининград. 2021. С. 75-81. Режим доступа: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45977538 (дата обращения: 22.03.2022).

10. Романова Е. В., Пронина Н. А. Построение эффективной модели управления стрессом в образовательном процессе у преподавателей ВУЗов // Концепт. 2021. № 4. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/postroenie-effektivnoy-modeli-upravleniya-stressom-v-obrazovatelnom-protsesse-u-prepodavateley-vuzov (дата обращения: 22.03.2022).

A. Vaseva, T. Rezer

ADAPTIVE CAPABILITIES OF HIGHER SCHOOL TEACHERS IN THE IMPLEMENTATION OF PEDAGOGICAL ACTIVITY IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY BASED ON THE CRITERIA OF PSYCHOLOGICAL HEALTH

Abstract

Currently, the social significance of psychological health has increased even more in the Russian Federation. This is primarily due to the fact that socio-political changes are taking place very vividly and quickly in our country, negative phenomena in the social and economic spheres of

society are increasing. This article analyzes the research of the psychological health of higher school teachers in the implementation of pedagogical activity in conditions of uncertainty.

Keywords: psychological health, uncertainty conditions, pedagogical activity, higher school, teachers, adaptive capabilities.

УДК 371.2

А. В. Владыко

ОЦЕНИВАНИЕ КАК ОБУЧАЮЩИЙ ЦИФРОВОЙ ИНСТРУМЕНТ

Аннотация

Оценивание играет важную роль в процессе обучения, поскольку оно позволяет определить, в какой степени были достигнуты образовательные цели, а также помогает построить траекторию учащегося для дальнейшего улучшения обучения. Ученые и педагоги во всем мире исследовали этот важный вопрос, предлагая различные типы оценивания и подходы к ним, однако обеспечение эффективного оценивания остается актуальной проблемой. Пандемия COVID-19 создала уникальные условия, в которых обучение и оценивание должны были осуществляться в цифровом виде, что выявило проблемы, с которыми столкнулись педагоги, особенно в сфере измерения прогресса учащихся и предоставления результатов и продуктивной обратной связи. Данная статья посвящена анализу того, как успешность проведения оценивания в цифровой образовательной среде влияет на результат обучения, и потенциалу цифрового оценивания, которое не только преследует цель проверки уровня достижений учащихся, но и может быть использовано в качестве эффективного инструмента обучения. В статье представлены результаты опроса, проведенного среди школьных учителей, в котором отмечены наиболее эффективные цифровые инструменты, используемые ими для оценивания, а также неосведомленность о полном потенциале этих инструментов для более углубленного обучения.

Ключевые слова: оценивание, цифровой инструмент, цифровая образовательная среда, игровые технологии, учебные стратегии.

Современное общество переживает времена технологических изменений, а мобильные устройства стали частью повседневной жизни. Поэтому социальные взаимодействия происходят как в реальной жизни, так и через Интернет. Поскольку компьютерные технологии стали повсеместными и взаимосвязанными, грань между реальным и виртуальным миром стала менее явной.

Образовательные учреждения всех уровней внедряют технологии в образовательный процесс с разной степенью успешности. Индустрия технологий предлагает преподавателям все новые и новые технологии, которые способны сделать процесс обучения более эффективным. Однако, как показывает практика, инновации не всегда легко интегрировать в процесс обучения. Отсюда возникает необходимость в кардинальных изменениях педагогических подходов к преподаванию.

За последнее время в научных источниках в центре внимания находятся процессы диагностики, оценивания и контроля качества образования. Поскольку функции контроля включают в себя мотивирующую и оценивающую составляющие, то возникает вопрос о том, насколько оценивание результатов обучения мотивирует учащихся, позволяя им осознать свой уровень сформированности компетенций, а также, какие шаги им необходимо предпринять, чтобы повысить уровень знаний и компетенций.

Основная цель современного образования состоит в том, чтобы научить учащихся учиться самостоятельно и критически оценивать результаты своего обучения. Однако методы оценивания в настоящее время не отвечают требованиям для достижения этой цели, поскольку они измеряют только то, чему научились учащиеся, а не сам процесс обучения.

По мнению М. Кутумису, Д. Б. Чина и Д. Л. Шварца, большинство традиционных методов оценивания не дают учащимся возможности учиться во время тестового контроля. Поэтому М. Кутумису, Д. Б. Чин и Д. Л. Шварц предлагают использовать динамические,

© Владыко А. В., 2022

интерактивные методы оценивания, направленные на измерение прогресса учащихся во время образовательного процесса и на выявление не только их текущего уровня знаний и умений при освоении нового материала, но и на развитие образовательного потенциала для получения образования в будущем [3, с. 2977-2978].

Авторы настаивают на том, что идеальные условия для измерения готовности учащихся к самостоятельной учебной деятельности должны соответствовать трем принципам:

– принципу типичной успеваемости, то есть текущей успеваемости;
– принципу подготовки учащегося к будущему обучению;
– принципу выбора образовательной траектории.

Под принципом типичной успеваемости авторы понимают оценивание ежедневного учебного поведения обучающихся, а также его успешность в конкретной учебной ситуации. Среда, в которой происходит оценивание, должна быть комфортной для учащихся, чтобы предоставить им возможность экспериментировать с различными стратегиями и демонстрировать свое типичное поведение для решения учебных проблем.

Принцип подготовки учащихся к будущему обучению предполагает, что оценивание должно обеспечить образовательные возможности для применения их в будущем. Так подход Л. С. Выготского подчеркивает важность оценивания процессов обучения с целью получения более полного представления о развитии учащихся в процессе обучения, а не только финальной оценки результатов обучения [4, с. 295].

Принцип выбора образовательной траектории подразумевает сбор информации о самостоятельном выборе учащихся учебных стратегий для решения проблемных задач в цифровой образовательной среде. Следовательно, необходимо создать цифровую образовательную среду с широким спектром опций для выбора, так как образование учащихся будет продолжаться на протяжении всей жизни и основываться на свободе выбора [3, с. 2981-2982].

В качестве примера метода оценивания качества образования в цифровой образовательной среде авторы рассматривают программу Posterlet, собирающую доказательства, касающиеся стратегий, которые обучающиеся выбирают самостоятельно во время обучения. Три исследования, в которых приняли участие около 300 учащихся средних школ и колледжей в Калифорнии, предоставили эмпирические доказательства того, что выбор учащихся может предсказать как обучение в игре, так и обучение вне игры, и что игра помогает учащимся учиться [3, с. 2983-2985].

Д. Ф. Барринджер, Дж. Д. Пламмер, Дж. Крегенов и К. Пальма также предлагают игровые технологии в качестве инструмента оценивания в цифровой образовательной среде, поскольку игровые технологии побуждают учащихся размышлять над обучающими игровыми стратегиями и делать самостоятельный выбор. [2, с. 2469].

Например, исследование игровой обучающей платформы Kahoot включает 93 количественных и качественных исследования, в которых делается вывод о том, что платформа оказывает положительное влияние на отношение учащихся, динамику в классе и успеваемость [5, с. 1].

Игровые технологии как инструмент оценивания получили широкое признание и в России. Поэтому многие образовательные организации в России используют цифровые платформы для повышения эффективности оценивания, например, Kahoot, привлекательность которого заключается в его доступности на мобильных устройствах, которыми владеют практически все современные учащиеся и студенты: сотовые телефоны, планшеты, ноутбуки, что обеспечивает доступность получения результата образовательной деятельности в цифровой образовательной среде.

Далее, исследователи Владивостокского государственного университета экономики и сервиса провели экспериментальное обучение в 2018-2019 учебном году с использованием цифровой платформы Kahoot, подтвердив статистически заметные различия в

совершенствовании владения иностранным языком у студентов контрольной и экспериментальной групп [1, с. 197].

В рамках исследования использования цифровых технологий оценивания в школах мы провели опрос учителей различных предметов школы №210 г. Екатеринбурга с целью выявления эффективности оценивания учащихся с использованием цифровых инструментов. В опросе принял участие 41 учитель из 56. 46,3 % учителей подтвердили, что могут эффективно оценивать успеваемость учащихся с помощью цифровых инструментов, 21,9 % участников опроса ответили отрицательно и 31,7 % респондентов затруднились дать ответ.

Самыми популярными цифровыми инструментами среди учителей стали Google Classroom (60,9 %), Kahoot (58,5 %) и Padlet (36,5 %). Что касается оценки, 53,7 % учителей используют тесты на платформе Google Classroom, где только 18 % респондентов создают свои собственные тесты, оцениваемые на этой цифровой платформе автоматически. Платформы Padlet и Kahoot используются в основном как инструмент мотивации (88 %), и только 12 % учителей используют Kahoot для формирующего оценивания, позволяющего учащимся анализировать свой выбор и улучшать свою успеваемость за счет дополнительной практики. Кроме того, 26,8 % учителей заявили о необходимости проведения тренингов по использованию технологий оценивания.

Результаты исследования позволили сделать следующие выводы:

1. Более важно оценивать процессы обучения, чем результаты обучения.
2. Существует ряд цифровых инструментов, которые можно эффективно использовать в качестве инструмента оценки, а также в качестве инструмента обучения.
3. Нам необходимо повышать осведомленность учителей о возможностях цифровых инструментов для оценки.
4. Должны быть проведены дополнительные тренинги, чтобы учителя могли практически научиться успешно проводить различные виды оценивания в цифровой образовательной среде.

Таким образом, значительная роль оценивания в обучении давно признана исследователями и педагогами как за рубежом, так и в российской системе образования. Однако оценка остается важным вопросом, требующим безотлагательного внимания.

Библиографичекий список

1. Пак Л. Е., Данилина Е. К. Оптимизация системы контроля на занятиях по иностранному языку на базе мобильного приложения «Kahoot» // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2019. Т. 8. № 3 (28). С. 197-199.
2. Barringer D. F., Plummer J. D., Kregenow J. & Palma C. Gamified approach to teaching introductory astronomy online // Physical Review Physics Education Research. 2018. Vol. 14. No. 1. Pp. 2469-9896. DOI: 10.1103/PhysRevPhysEducRes.14.010140
3. Cutumisu M., Chin D. B., & Schwartz D. L. A digital game-based assessment of middle-school and college students' choices to seek critical feedback and to revise // British Journal of Educational Technology. 2019. Vol. 50. No. 6. Pp. 2977-3003. DOI: 10.1111/bjet.12796
4. Vygotsky L. S. (Ed.). The collected works of L.S. Vygotsky: Problems of the theory and history of psychology. 1997. New York, NY: Springer, US, Science & Business Media. Pp. 396.
5. Wang A. I., Tahir R. The effect of using Kahoot! for learning – A literature review // Computers and Education. 2020. Vol. 149. DOI: 10.1016/j.compedu.2020.103818

A. Vladyko

ASSESSMENT AS A DIGITAL LEARNING TOOL

Abstract

Assessment plays a major role in the learning process since it evaluates to which extent the educational aims have been met and helps build the learner's trajectory for further improvement in learning. Scientists and educators around the globe have been researching this significant matter

having suggested different types of assessment and ways to approach them, however, providing efficient assessment remains an urgent issue. The COVID-19 pandemic created unique conditions exposing both teachers and students to a new learning environment where the educational instruction and assessment had to be delivered digitally, which revealed the challenges educators faced, especially in the sphere of measuring the students' progress and giving instant feedback. This article focuses on the analysis of how the success of assessment delivery in the digital educational environment impacts the learning outcome and the potential of digital assessment which does not only pursue the goal of testing the level of students' achievements but can also be used as an effective instrument for learning. The article shows the results of a survey conducted among school teachers which highlights the most effective digital tools used by them for assessment as well as lack of awareness of the full potential of these tools to be used for more profound learning.

Keywords: assessment, digital tool, digital learning environment, gaming technology, learning strategies.

УДК 378.1

Т. М. Резер

ТРАНСФОРМАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Аннотация

Неопределенность рассматривается как особое состояние личности, возникающее и обусловленное причинами чаще всего внешнего характера, не зависящими от профессиональной деятельности преподавателя и связанными с социально-экономическими изменениями и потрясениями. Таким явлением стала пандемия COVID-19. В современной психологии труда профессиональная самореализация подразумевает динамику уровня личностной зрелости и профессионального мастерства, потребность в осознании и выражении своих уникальных свойств, критерий профессионализма, отражение системы жизненных смыслов, целей и полученных результатов. Все это можно определить как совокупность возможностей преподавателей в профессиональной деятельности, которые он может реализовать в полном объеме, если не возникнут трансформации в педагогической практике, обусловленные личностными и мотивационными изменениями.

Ключевые слова: пандемия, преподаватель, деятельность, трансформации, трансформации деятельности преподавателя.

Цифровая образовательная среда отразилась не только на качестве обучения, но и на профессиональной самореализации преподавателей как непосредственных участников учебного процесса. Миллионы участников образовательных отношений в одночасье стали заложниками виртуальной реальности, которая рассматривалась, вначале с одной стороны как социальная данность, а с другой стороны как современный инструмент передачи учебной информации.

Действительно пандемия COVID-19 стала именно тем механизмом, который в результате введенных профилактических мероприятий и ограничений привел к необходимости преподавателям и студентам срочно перестраиваться в подаче учебной информации исключительно с помощью информационных технологий и цифровых образовательных ресурсов.

Цифровая образовательная среда обусловлена глобальной цифровизацией образования, которая захватила все страны мира, и является логическим продолжением процесса глобализации в разных сферах жизнедеятельности.

Использование метода сравнительного анализа при исследовании основных факторов традиционной и дистанционной форм обучения позволило нам сформулировать основные характеристики глобальной цифровизации образования». На наш взгляд, глобальная цифровизация образования включает в себя три основных аспекта:

© Резер Т. М., 2022

– во-первых, это естественный процесс, обусловленный техническим и технологическим развитием цивилизации на современном этапе;

– во-вторых, глобальная цифровизация образования – это переход педагогической практики к новой образовательной эре, когда дидактической единицей обучения становится цифра;

– в-третьих, это новый вид ответственности за результаты и качество обучения всех субъектов образовательного процесса, а также процесса их самореализации в осуществлении учебной деятельности;

– в-четвертых, пандемия стремительно разрушила традиционные образовательные связи в педагогической практике и профессиональной деятельности преподавателя.

Выделенные обстоятельства в современной педагогической практике и выделенные аспекты глобальной цифровизации образования можно рассматривать как новые вызовы и неопределенности в педагогическом сообществе [1].

Профессиональная деятельность современного преподавателя высшей школы находится в условно постоянно действующих неопределенностях. К ним можно отнести следующие процессы, влияющие на реализацию профессиональной деятельности преподавателя:

– работа в цифровой образовательной среде, которая требует от преподавателя технологического знания и цифровой дидактики;

– наличие спроса со стороны высшей школы на педагогические кадры с новыми компетенциями и цифровыми навыками;

– снижение психолого-педагогической активности преподавателей в формате онлайн-обучения, что обусловлено уменьшением коммуникационной и эмоциональной активности субъектов образовательного процесса в цифровой образовательной среде.

Образовательная среда есть естественный процесс осуществления профессиональной деятельности преподавателя, который характеризуется разными видами деятельности и образовательными отношениями, складывающимися при выполнении педагогической нагрузки. В период пандемии традиционный образовательный процесс значительно трансформировался и в него были внесены значительные коррективы в отношения между участниками образовательного процесса, что отразилось на самореализации преподавателя.

Самореализация – это всегда процесс, тот путь развития и преобразования личности, который она сама выбирает и осуществляет в том или ином виде социальной активности и, прежде всего, в профессиональной деятельности, в частности за счет таких черт личности, как самостоятельность, инициативность, креативность, ответственность, организованность, способность к интеграции и консолидации в групповой деятельности [2, с. 26].

Трансформация от позднелатинского transformatio означает «преобразование, превращение или метаморфоза», то есть изменение чего-либо или кого-либо в результате внешнего или внутреннего воздействия. Исходя из этого посыла, под трансформацией профессиональной преподавательской деятельности следует понимать проводимые преобразования в образовательной среде, происходящие в результате определенных социальных и педагогических изменений, которые могут быть как хаотичные, так и целенаправленные, и исходящие из внутренних и внешних источников.

Цифровая трансформация профессиональной преподавательской деятельности включает в себя:

– обмен информацией в цифровой образовательной среде;

– формирование персонализированного контента обучения;

– обеспечение доступа к обучающим материалам в любое время для обучающихся;

– создание цифровой дидактики на предложенных цифровых ресурсах и носителях;

– формирование цифровых компетенций, необходимых для работы в цифровой образовательной среде;

– формирование новой цифровой культуры в профессиональной педагогической деятельности, направленной на развитие личности в цифровой образовательной среде.

Выделены основные факторы неопределенности в процессе реализации профессиональной деятельности преподавателя в цифровой образовательной среде и представлены в табл. 1.

Таблица 1

Факторы неопределенности и их содержание в профессиональной деятельности преподавателя в условиях цифровизации образования, выявленные в период пандемии

Название фактора	Содержание фактора
Технологический фактор	Техническое и технологическое обеспечение на цифровых носителях учебных материалов в профессиональной деятельности преподавателя
Фактор отсутствия эмоционального контакта между участниками	Новая педагогическая практика без традиционного эмоционального контакта между субъектами образовательного процесса
Форма самореализации преподавателя	Новая форма социализации личности в цифровой образовательной среде и виртуальный процесс самореализации преподавателя
Фактор владения цифровыми дизайн-ресурсами	Новое дизайн-мышление по созданию электронных образовательных ресурсов и учебных пособий
Фактор личностного роста преподавателя	Возможность реализации творческих и научных возможностей в педагогической практике

В современной психологии труда профессиональная самореализация подразумевает динамику уровня личностной зрелости и профессионального мастерства, потребность в осознании и выражении своих уникальных свойств, критерий профессионализма, отражение системы жизненных смыслов, целей и полученных результатов [3; 4].

Действительно пандемия COVID-19 значительно ускорила процессы глобальной цифровизации образования во многих странах. Это вынужденная и профилактическая мера в системе образования во многих государствах. Утверждение дистанционного обучения как основной формы передачи знаний и опыта в период пандемии COVID-19 стало тем самым пусковым механизмом в сфере трансформации преподавательской деятельности в период пандемии и обусловлен факторами глобальной цифровизации образования и неопределенности. Основные факторы неопределенности включают в себя: технологический фактор, фактор отсутствия эмоционального контакта между участниками; форму самореализации преподавателя; фактор владения цифровыми дизайн-ресурсами; фактор личностного роста преподавателя.

Все это требует теоретического осмысления и практического подтверждения, что, на наш взгляд при использовании комплексного и медико-педагогического подходов будет наиболее эффективно, так как трансформации в профессиональной деятельности обусловлены механизмом воздействия на человека в образовательном процессе [5].

Поэтому осмысление факторов неопределенности в профессиональной деятельности преподавателя стало важным и необходимым обстоятельством и реализаций творческих возможностей в освоении педагогической практики в условиях цифровой образовательной среды, в том числе в период пандемии.

Библиографический список

1. Резер Т. М., Ольшевская Т. Ю. Образовательная политика в России между традициями и современностью. Право и образование. 2019. № 5. С. 4-8.
2. Афанасенкова Е. Л., Васягина Н. Н. Саморазвитие и самореализация педагогических работников в профессиональной деятельности. 2019. Педагогическое образование в России. № 2. С.10-30.
3. Базаева Ф. У. Самореализация личности в педагогической деятельности. Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 3: Педагогика и психология. 2011. № 2. С. 25-30.
4. Васягина Н. Н., Почтарева Е. Ю. Психологическая структура самодетерминации как личностно-профессиональной характеристики субъекта педагогической деятельности. 2018. Педагогическое образование в России. № 7. С. 43-48
5. Резер Т. М. Медицина и педагогика на пути интеграции. Педагогика. 2007. № 7. С. 83-91.

T. Rezer

TRANSFORMATIONS OF TEACHING ACTIVITIES DURING THE PANDEMIC

Abstract

Uncertainty is considered as a special state of personality that arises and is caused by reasons most often of an external nature that do not depend on the professional activity of the teacher and are associated with socio-economic changes and shocks. The COVID-19 pandemic has become such a phenomenon. In modern labor psychology, professional self-realization implies the dynamics of the level of personal maturity and professional skill, the need for awareness and expression of their unique properties, the criterion of professionalism, reflection of the system of life meanings, goals and results obtained. All this can be defined as a set of teachers' opportunities in professional activity, which they can fully realize if there are no transformations in pedagogical practice caused by personal and motivational changes.

Keywords: pandemic, teacher, activity, transformations, transformations of the teacher's activity.

УДК 351/354

Т. М. Резер, А. А. Дочилова

РЕАЛИЗАЦИЯ АНТИКОРРУПЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В ВУЗАХ

Аннотация

Антикоррупционная политика высших учебных заведений представляет собой комплекс взаимосвязанных принципов, процедур и конкретных мероприятий, направленных на профилактику и пресечение коррупционных правонарушений в деятельности вуза. Целью антикоррупционной политики является обеспечение комплексного и согласованного применения правовых, организационных, информационно-пропагандистских, социально-экономических, политических, специальных и иных мер, направленных на борьбу с коррупцией. Одна из задач антикоррупционной политики вузов – это информирование работников и обучающихся университетов о нормативно-правовом обеспечении противодействия коррупции и об ответственности за совершение коррупционных правонарушений в сфере образования. Основные требования противодействия коррупции в учебных заведениях определены в Указе Президента РФ от 16 августа 2021 г. № 478 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2021-2024 годы». В соответчики с целями и задачами Указа Президента РФ целью настоящего исследования стало проведение анализа реализации антикоррупционной политики в вузе, а также проведение анализа актуализации нормативных актов на сайтах университетов России. Результат: проанализированы страницы официальных сайтов университетов, определены критерии оценивания полученных данных, рассмотрен комплекс мер по устранению и минимизации

© Резер Т. М., Дочилова А. А., 2022

Работа поддержана грантом Уральского федерального университета, исследование финансируется Комитетом науки Министерства образования и науки Республики Казахстан (Грант № AP08856570).

коррупционных рисков в образовательной среде. Установлено, что в управлении вузами используются меры антикоррупционной политики не в полном объеме, в связи с этим работники и студенты университетов не могут получить в полном объеме актуальной информации о проводимой антикоррупционной политике и антикоррупционной деятельности в высших учебных заведениях.
Ключевые слова: университет, коррупция, политика, антикоррупционная политика, организация антикоррупционной деятельности в вузе.

Политика – это сфера деятельности, связанная с отношениями между классами, нациями и другими социальными группами, ядром которой является проблема завоевания, удержания и использования государственной власти.

Антикоррупционная политика – это научно обоснованная, последовательная и системная деятельность институтов государства и гражданского общества, связанная с профилактикой и сокращением негативного влияния коррупции, а также с устранением причин и условий, способствующих ее возникновению [1]. Иными словами, антикоррупционная политика – это системная деятельность органов власти всех уровней при широкой поддержке населения и общественных организаций, направленная на создание эффективной системы противодействия коррупции в стране.

С древности власть и коррупция воспринимаются как понятия неразделимые и связанные между собой. Соответственно, зарождение коррупции связывают с возникновением первых форм государственности. В связи с чем, можно сказать о том, что рассматриваемые категории эволюционировали параллельно и одновременно [2].

Аристотель представлял коррупцию как важнейший фактор, способный привести государство к вырождению. В свою очередь, Платон рассматривал коррупцию в качестве одного из важнейших социальных пороков, требующих искоренения. Несмотря на различные мысли философов в отношении коррупции, оба определяли рассматриваемую категорию как политическую [3]. Теоретически и практически доказано, что коррупцию можно победить, если только этим будет заниматься государство и проводить активную антикоррупционную политику.

В России Национальный план противодействия коррупции – это системный программного характера документ, направленный на борьбу с коррупцией в стране и ее предупреждение, утверждаемый Указом Президентом Российской Федерации сроком на два года. Впервые был утвержден Президентом Российской Федерации Д. А. Медведевым 31 июля 2008 года. Таких Указов Президента Российской Федерации было семь – в 2008, 2010, 2012, 2014, 2016, 2018 и 2021 годах. Действующим на данный момент является Национальный план противодействия коррупции на 2021-2024 годы, утвержденный Указом Президента Российской Федерации В. В. Путиным 16 от августа 2021 года [4].

Новый Указ Президента Российской Федерации от 16 августа 2021 года № 478 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2021-2024 годы» содержит полный перечень мероприятий по предупреждению и противодействию коррупции, минимизации и ликвидации ее последствий, распределенных по 16 направлениям В данном Указе Президента Российской Федерации многие разделы обращены к конкретным органам публичного управления: Генеральной прокуратуре РФ, Правительству РФ, министерствам и ведомствам.

Особый раздел, посвящен образованию и просвещению и называется «Повышение эффективности образовательных и иных мероприятий, направленных на антикоррупционное просвещение и популяризацию в обществе антикоррупционных стандартов». Указанное направление для вузов и образовательных организаций содержит ряд поручений, обусловленных необходимостью проведения различных обучающих и информационных мероприятий по вопросам противодействия коррупции, в том числе:

– организацию всероссийского антикоррупционного форума финансово-экономических органов;

– проведение научно-практической конференции «Противодействие коррупции в образовательных организациях и научных учреждениях»;

– деятельность всероссийского семинара для представителей СМИ по вопросам социальной антикоррупционной рекламы;

– проведение ежегодного семинара-совещания по актуальным вопросам применения антикоррупционного законодательства для федеральных государственных органов и антикоррупционных органов субъектов РФ;

– организацию международных и всероссийских студенческих мероприятий антикоррупционной направленности;

– планирование учебно-методических семинаров для педагогических работников вузов и других образовательных организаций;

– реализацию программ дополнительного профессионального образования в области противодействия коррупции;

– проведение информационно-разъяснительных и образовательных мероприятий для российских участников внешнеэкономической деятельности по вопросам минимизации рисков применения зарубежного антикоррупционного законодательства [4].

Кроме того, всем органам публичной власти и организациям поручено обеспечить проведение антикоррупционного обучения как для действующих служащих (работников) и прежде всего, участвующих в деятельности по противодействию коррупции и в проведении государственных (муниципальных) закупок. Такая же правовая норма введена для впервые поступающих на государственную и муниципальную службу (работу), а также введено требование представлять отчеты о проводимом обучении в Министерство труда и социальной защиты Российской Федерации для подготовки итогового доклада. В рамках данного направления запланированы и другие мероприятия. К ним относятся:

1. Разработка и утверждение типовых программ ДПО в области противодействия коррупции.

2. Открытие программы магистратуры в университетах «Антикоррупционная деятельность».

3. Включение в федеральные государственные образовательные стандарты положений, направленных на формирование нетерпимого отношения к коррупционному поведению.

4. Реализация программы по антикоррупционному просвещению населения.

5. Проведение различных исследований по актуальным вопросам противодействия коррупции.

В рамках проектного обучения и проекта «Современные механизмы противодействия коррупции», проведено исследование на предмет выполнения требований Указ Президента Российской Федерации от 16 августа 2021 года № 478 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2021–2024 годы» федеральными университетами России и другими вузами. Все вузы были распределены по группам:

– федеральные вузы («УрФУ», «ЮФУ», «СФУ», «ДФУ», «КФУ», «БФУ», «САФУ», «СВФУ», «КФУ им В.И. Вернандского», «СКФУ»);

– вузы федерального значения («НИУ ВШЭ», «МГУ», «МГИМО»);

– юридические вузы («УрЮУ», «УрЮИ МВД», «МГЮА», «СГЮА», «СГЮА», «БЮИ МВД», «РГУП»).

В процессе исследования было разработано несколько критериев на основе и в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 16 августа 2021 года № 478 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2021–2024 годы», по которым были проанализировали официальные сайты вузов, вкладка «Антикоррупционная деятельность».

Определены основные критерии, по которым проводился анализ*:*

– наличие специальных структур по противодействию коррупции в вузе; наличие антикоррупционного просвещения в вузе;

– проведение антикоррупционных мероприятий и их формы; субъектная направленность антикоррупционного просвещения в вузе;

– проведение повышения квалификации в сфере антикоррупционной деятельности;

– наличие программ по противодействию коррупции всего вуза; наличие обновленного актуального Указа Президента Российской Федерации от 16 августа 2021 года № 478 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2021–2024 годы»;

– открытие в университетах образовательных программ в магистратуре «Антикоррупционная деятельность».

В табл. 1 представлены основные результаты анализа страниц официальных сайтов университетов.

На основе данных в таблице делаем вывод, что в федеральных вузах и в вузах федерального значения («НИУ ВШЭ», «МГУ», «МГИМО») в основном преобладают департаменты и комиссии по противодействию коррупции. Однако есть юридические университеты, в которых указанные специальные структуры по противодействию коррупции вообще отсутствуют, что настораживает.

Во всех рассматриваемых вузах существует своя форма антикоррупционного просвещения и проведения антикоррупционной политики. Данный вид антикоррупционной деятельности представлен в виде научных изданий, методических материалов-рекомендаций, буклетов, памяток, антикоррупционных роликов и даже букварей.

Таблица 1

Основные результаты анализа страниц официальных сайтов университетов по разработанным критериям

Критерии анализа страниц официальных сайтов университетов	Федеральные вузы	Вузы федерального значения («НИУ ВШЭ», «МГУ», «МГИМО»)	Юридические вузы
Наличие специальных структур по противодействию коррупции в вузе	Да (80 %)	Да (100 %)	Да (29 %)
Наличие антикоррупционного просвещения в вузе	Да (100 %)	Да (100 %)	Да (100 %)
Проведение антикоррупционных мероприятий	Да (60 %)	Да (67 %)	Да (100 %)
Субъектная направленность антикоррупционного просвещения в вузе	Студенты, преподаватели (50/50 %)	Студенты, преподаватели (50/50 %)	Студенты, преподаватели (60/40 %)
Проведение повышения квалификации в сфере антикоррупционной деятельности	Да (50 %)	Да (67 %)	Да (86 %)
Наличие программ по противодействию коррупции всего вуза	Да (80 %)	Да (100 %)	Да (71 %)
Наличие обновленного актуального Указа Президента Российской Федерации от 16 августа 2021 года № 478 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2021–2024 годы»	Да (40 %)	Да (34 %)	Да (29 %)
Открытие в вузах образовательных программ в магистратуре «Антикоррупционная деятельность»	Да (20 %)	Да (34 %)	Да (57 %)

Во всех анализируемых вузах проводятся антикоррупционные мероприятия, направленные на минимизацию возникновения причин коррупции в образовательной среде. Наиболее ярко это раскрывается в юридических университетах, то есть это не только проведение круглых столов, как в остальных университетах, но это и проведение семинаров-тренингов, научно-практических конференций, форумов, проведение конкурсов по данной проблематике. Во всех мероприятиях задействуются как студенты, так и преподаватели. Системность данных антикоррупционных мероприятий в большинстве вузов подтверждается многоразовостью их проведения, однако о точных датах и сроках таких мероприятий нигде ничего не указывается. Возникает вопрос: «Можем ли мы говорить о реальности их проведения?».

При проведении анализа актуализации нормативных актов на официальных сайтах университетов установлено, что правовая информация во многих вузах не обновляется. Лишь в нескольких вузах обновлен Указ Президента РФ от 16 августа 2021 г. № 478 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2021-2024 годы». Даже на сайтах вузов федерального значения, таких как «МГУ» и «МГИМО» до сих пор размещен Национальный план противодействия коррупции на 2018-2020 годы. При проведении исследования поразило следующее, что у некоторых юридических вузов вообще не представлено никакой информации не только о действующем Национальном плане противодействия коррупции на 2021-2024 годы, но даже и за прошлые года вся информация отсутствует. В Уральском Федеральном университете имени первого Президента России Б.Н. Ельцина также отсутствует актуальный Национальный план противодействия коррупции, существует лишь план на 2014-2015 гг.

В целом, можно сделать вывод о том, что борьбе с коррупцией не уделяется значимого внимания, управление вузов не используют в должном объеме меры проводимой государством антикоррупционной политики. Поэтому население, студенты и преподаватели не получают полной информации об антикоррупционной деятельности. Таким образом, необходимо разработать конкретные и действенные мероприятия в сфере мониторинга эффективности реализации антикоррупционной политики в высших учебных заведениях. Мониторинг должен носить системный и целенаправленный характер борьбы с коррупцией, включающий не только правовые меры, но и организационные, социально-экономические, информационно-пропагандистские, политические и иные мероприятия в этой сфере.

Библиографический список

1. Академик: словари и энциклопедии. Режим доступа: https://big_law.academic.ru/49/Антикоррупционная_политика (дата обращения:10.04.2022).
2. Резер Т. М. Противодействие коррупции в социальной сфере. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. 144 с.
3. Лезина Е. П., Исакова А. Ю. Возникновение и развитие понятия коррупции // Контентус. 2020. № 5. С. 121-128.
4. Указ Президента РФ от 16 августа 2021 г. № 478 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2021-2024 годы» // Официальный сайт «Гарант». Режим доступа: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402519978/ (дата обращения:10.04.2022).

T. Rezer, A. Dochilova

IMPLEMENTATION OF ANTI-CORRUPTION POLICY IN UNIVERSITIES

Abstract

The anti-corruption policy of higher education institutions is a set of interrelated principles, procedures and specific measures aimed at preventing and suppressing corruption offenses in the activities of the university. The purpose of the anti-corruption policy is to ensure a comprehensive and coordinated application of legal, organizational, information and propaganda, socio-economic, political, special and other measures aimed at combating corruption. One of the tasks of the anti-corruption policy of universities is to inform employees and students of universities about the regulatory and legal support for combating corruption and about responsibility for committing

corruption offenses in the field of education. The main requirements for combating corruption in educational institutions are defined in the Decree of the President of the Russian Federation No. 478 dated August 16, 2021 "On the National Anti-Corruption Plan for 2021-2024". In accordance with the goals and objectives of the Decree of the President of the Russian Federation, the purpose of this study was to analyze the implementation of anti-corruption policy at the university, as well as to analyze the updating of regulations on university websites. Result: the pages of the official websites of universities are analyzed, criteria for evaluating the data obtained are determined, a set of measures to eliminate and minimize corruption risks in the educational environment is considered. It has been established that anti-corruption policy measures are not fully used in the management of universities, in this regard, university employees and students cannot receive complete up-to-date information about anti-corruption policy and anti-corruption activities in higher education institutions.

Keywords: university, corruption, politics, anti-corruption policy, organization of anti-corruption activities at the university.

РАЗДЕЛ 5. ПУБЛИЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ: НОВЫЕ ВЫЗОВЫ

5.1. ПУБЛИЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССАМИ ФОРМИРОВАНИЯ НОВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ПРАКТИК РОССИЯН В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

УДК 658.71

А. Д. Аношина, Э. А. Бисеров

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК ТОВАРОВ, РАБОТ, УСЛУГ В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

В статье проанализирован существующий механизм государственных закупок товаров, работ, услуг в Оренбургской области, особое внимание уделено организации централизованных закупок. Выявлены существующие проблемы системы государственных закупок. Для предложения рекомендаций был проанализирован опыт осуществления государственных закупок других регионов России.

Ключевые слова: государственные закупки, контрактная система закупок, централизация закупок, уполномоченный орган.

Процесс осуществления закупочной деятельности для государственных нужд часто претерпевает изменения. В настоящее время основным нормативным правовым актом, регулирующим закупочную деятельность для государственных нужд, является Федеральный закон от 05 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Федеральный закон № 44-ФЗ содержит общие принципы и положения организации закупок, которые могут конкретизироваться в правовых актах, принимаемых органами государственной власти субъектов Российской Федерации.

Механизм государственных закупок следует рассматривать как нормативно закрепленное взаимодействие государственных и муниципальных органов и учреждений при осуществлении закупочной деятельности посредством системы инструментов и средств. Такое взаимодействие имеет целью исключить дублирование и противоречия в осуществлении закупочной деятельности.

Оренбургская область отличается развитым агропромышленным комплексом, наличием инвестиций, металлургической, газо- и нефтехимической промышленности, машиностроительного комплекса, географическим положением (приграничная территория), транзитным потенциалом. Всё это создает возможности для дальнейшего социально-экономического развития.

Для повышения экономической эффективности региона органы государственной власти субъекта реализуют соответствующие направления политики, в том числе направление по развитию системы государственных закупок, где по итогам 2021 года доля закупок для государственных нужд достигла 19 % от областного бюджета [4].

Для реализации системы закупок для государственных нужд в Оренбургской области действует государственная программа «Экономическое развитие Оренбургской области» со сроком реализации 2019-2024 гг. Государственная программа устанавливает цели, задачи, показатели (индикаторы), объемы бюджетных ассигнований программы. Цель программы определяется как обеспечение устойчивого роста экономики и совершенствование системы управления социально-экономическим развитием Оренбургской области. Министерство экономического развития, инвестиций, туризма и внешних связей Оренбургской области выступает ответственным исполнителем по реализации государственной программы.

Полномочия на определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей) для государственных заказчиков региона в соответствии с постановлением Правительства

© Аношина А. Д., Бисеров Э. А., 2022

Оренбургской области от 29 декабря 2016 года № 1010-п «О наделении государственного казенного учреждения Оренбургской области «Центр организации закупок» полномочиями на определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей) для заказчиков Оренбургской области и об утверждении порядка взаимодействия заказчиков Оренбургской области с государственным казенным учреждением Оренбургской области «Центр организации закупок» при осуществлении закупок товаров, работ, услуг» с 1 января 2017 года возложены на ГКУ «Центр организации закупок» (ГКУ «ЦОЗ»).

ГКУ «ЦОЗ» осуществляет полномочия по определению поставщиков (подрядчиков, исполнителей) для следующих заказчиков:

1. Государственных бюджетных и автономных учреждений, государственных унитарных предприятий Оренбургской области, иных юридических лиц, осуществляющих закупки товаров, работ, услуг в соответствии с Федеральным законом № 44-ФЗ за счет средств областного бюджета.

2. Муниципальных заказчиков, муниципальных бюджетных учреждений, муниципальных унитарных предприятий, а также уполномоченных органов и учреждений, полномочия которых определены решениями органов местного самоуправления, находящихся на территории субъекта, при осуществлении ими закупок в соответствии с Федеральным законом № 44-ФЗ, финансовое обеспечение которых осуществляется за счет межбюджетных трансфертов, предоставленных из областного бюджета при условии централизации таких закупок.

3. Муниципальных заказчиков, муниципальных бюджетных учреждений, муниципальных унитарных предприятий на основании соглашений между Оренбургской областью и муниципальными образованиями [3].

В соответствии с постановлением Правительства Оренбургской области от 29 декабря 2016 года № 1010-п ГКУ «ЦОЗ» реализует также полномочия по рассмотрению заявок заказчика на закупку, формированию извещения в региональной информационной системе, определению представителя для участия в составе комиссии, формированию проекта решения (приказа) о создании комиссии, размещению сформированного извещения в Единой информационной системе в сфере закупок после утверждения его заказчиком, размещению протоколов работы комиссии и другие. В рамках соглашений о проведении совместных закупок ГКУ «ЦОЗ» выступает организатором таких закупок.

В рамках мониторинга закупок товаров, работ, услуг для обеспечения нужд Оренбургской области в 2021 году отмечено, что количество рассмотренных на региональном уровне жалоб в рамках централизованных закупок остается неизменным по сравнению с прошлыми периодами.

Отдельно выделим закупки, осуществляемые ГКУ «ЦОЗ» в условиях централизации на основании соглашений с муниципальными образованиями (источником финансового обеспечения которых являются средства федерального, областного и местного бюджетов). Так, в 2021 году количество жалоб снизилось в 2,7 раза (2021 г. – 51 жалоба, 2020 г. – 140 жалоб) Среди них количество необоснованных жалоб увеличилось на 8% и составило 92 % [5, с. 36].

Тенденция к снижению обоснованных жалоб при осуществлении централизованных закупок связана с высоким профессионализмом сотрудников уполномоченных органов, выражающимся в качественной подготовке извещений и документации о закупке, принятием закупочными комиссиями решений в строгом соответствии с положениями Федерального закона № 44-ФЗ и подзаконным нормативным правовым актам, что положительно сказывается на эффективности осуществления закупок.

На региональном уровне отмечается снижение объема централизованных закупок, проводимых ГКУ «ЦОЗ»: 65 % в 2020 году против 76 % в 2021 году [5, с. 36]. Причиной такого снижения является увеличение доли закупок у единственного поставщика вследствие распространения новой коронавирусной инфекции.

По итогам прошедшего года в системе закупок Оренбургской области наблюдается снижение уровня конкуренции и экономии в закупках, что также вызвано последствиями распространения коронавирусной инфекции и мерами, которые направлены на предотвращение её распространения. Экономия по итогам конкурентных закупок уменьшилась с 6 % до 5 % (с 2,5 млрд. руб. до 1,6 млрд. руб. [5, с. 46]. Одной из причин снижения уровня конкуренции является отсутствие заявок участников закупки в связи с установлением заказчиком запретов допуска товаров иностранного производства и, соответственно, отсутствием у потенциальных участников возможности поставить товар с соблюдением национального режима.

Рассмотрим некоторые практики проведения политики в области государственных закупок в субъектах Российской Федерации.

На территории Самарской области полномочиями по регулированию контрактной системы в сфере закупок товаров, работ и услуг и полномочиями на определение поставщиков (исполнителей, подрядчиков) для заказчиков, осуществляющих закупки для обеспечения нужд Самарской области, а в отдельных случаях – муниципальных нужд, наделен орган исполнительной власти – Главное управление организации торгов Самарской области. Помимо перечисленных полномочий Главное управление организации торгов Самарской области осуществляет методологическое сопровождение деятельности заказчиков, подготовку проектов нормативных правовых актов в сфере закупок, обучение специалистов в сфере закупок, подготовку аналитических материалов и другие.

В Пермском крае уполномоченным органом по определению поставщиков (подрядчиком, исполнителей) является Министерство по регулированию контрактной системы в сфере закупок Пермского края. Уполномоченный орган выступает одним из учредителей для двух подведомственных учреждений: государственного казённого учреждения Пермского края «Центр организации закупок» и государственного автономного учреждения Пермского края «Краевой центр закупок».

ГКУ ПК «Центр организации закупок» сопровождает закупки для заказчиков Пермского края, заказчиков муниципальных образований Пермского края, ТФОМС Пермского края, НКО «Фонд капитального ремонта общего имущества в многоквартирных домах в Пермской крае», унитарных предприятий и автономных учреждений Пермского края и муниципальных образований Пермского края. Учреждение осуществляет обеспечение функционирования региональной информационной системы в сфере закупок, экспертизу начальных (максимальных) цен контрактов, ведение ценовых справочников, подготовку аналитической информации, стандартизацию закупок, содействие заказчикам в организации приемки товаров, работ, услуг.

В Саратовской области уполномоченным органом является ГКУ СО «Государственное агентство по централизации закупок». Учреждение осуществляет полномочия по определению поставщиков (подрядчиков, исполнителей) для государственных нужда, а также на основании соглашений между Саратовской областью и муниципальными образованиями – для нужд муниципальных органов, муниципальных казенных учреждений, за исключением сферы строительства, проектирования. При этом учреждение не осуществляет определение поставщика для государственных и муниципальных нужд с начальной (максимальной) ценой контракта менее ста тысяч рублей.

Уполномоченным органом по определению поставщиков (исполнителей, подрядчиков) в Краснодарском крае является ГКУ КК «Дирекция государственных закупок». В целях совершенствования контрактной системы в регионе и повышения качества подготавливаемых муниципальными заказчиками документов на территории 44 муниципальных образований созданы «центры компетенций», которые наряду с процедурами определения поставщика для заказчиков районного уровня осуществляют закупки для заказчиков уровня поселений, а также методологическое сопровождение деятельности всех заказчиков, территориально расположенных в границах муниципалитета. Сотрудники «центров компетенции», составляющие ядро профессионального сообщества, на

регулярной основе повышают свой профессиональный уровень, обладают высокой квалификацией и практическим опытом в сфере организации закупок для оказания методологической поддержки заказчикам муниципального уровня. Внедренная на территории Краснодарского края модель централизации закупок позволила повысить уровень кадрового обеспечения в муниципальных образованиях за счет оказания методологической помощи со стороны «центров компетенции» [2, с. 21].

Очевидно, в регионах России реализация политики государственных закупок происходит децентрализованно, то есть каждый регион определяет для себя подходящий механизм осуществления государственных закупок. Муниципальные органы могут образовывать систему централизованных закупок отдельную от региональной.

Создание уполномоченного органа (учреждения) в рамках централизованной закупочной деятельности имеет ряд преимуществ: повышение прозрачности и эффективности закупок, сокращение расходов бюджета на содержание работников, занятых в сфере закупок, снижение временных и финансовых издержек на организацию закупочной деятельности, повышение профессионализма заказчиков, снижение рисков обжалования закупочных процедур, снижение коррупционных рисков, увеличение экономии бюджетных средств, формирование единой закупочной политики региона [1, с. 50].

Для дальнейшей реализации политики государственных закупок в Оренбургской области предлагается осуществлять централизованные закупки через уполномоченное учреждение для муниципальных образований Оренбургской области согласно утвержденному перечню товаров, работ, услуг и утвержденному порядку взаимодействия учреждения и муниципальных образований, что позволит сократить трудовые и временные затраты на осуществление закупочной деятельности, снизить риски обжалования действий заказчиков, поддерживать единую закупочную политику.

Библиографический список

1. Кузьмина Н. Централизация закупочной деятельности: лучшие практики регионов // Прогосзаказ.рф. 2020. № 4. С. 50-55. Режим доступа: https://xn--80aahqcqybgko.xn--p1ai/141/39322/13/16302/39548/39719/39720 (дата обращения 04.04.2022)

2. Мягченко Г. В. Централизация закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд в Краснодарском крае // Актуальные научные исследования в современном мире. 2020. № 12-6 (68). С. 19-23.

3. О наделении государственного казенного учреждения Оренбургской области «Центр организации закупок» полномочиями на определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей) для заказчиков Оренбургской области и об утверждении порядка взаимодействия заказчиков Оренбургской области с государственным казенным учреждением Оренбургской области «Центр организации закупок» при осуществлении закупок товаров, работ, услуг: Постановление Правительства Оренбургской Области от 29 декабря 2016 года № 1010-п. Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/444973072 (дата обращения: 04.04.2022).

4. Официальный сайт Единой информационной системы в сфере закупок // Федеральное казначейство. Режим доступа: https://zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html (дата обращения 04.04.2022).

5. Сводный аналитический анализ по результатам осуществления мониторинга закупок товаров, работ, услуг для обеспечения нужд Оренбургской области по итогам 2021 года // Министерство экономического развития, инвестиций, туризма и внешних связей Оренбургской области. Режим доступа: https://mineconomy.orb.ru/activity/9322/ (дата обращения 04.04.2022).

A. Anoshina, E. Biserov

ACTUAL ISSUES OF PERFORMANCE OF STATE PURCHASING OF GOODS, WORKS, SERVICES IN THE ORENBURG REGION

Abstract

The article presents of the existing public procurement system in the Orenburg region, special attention is paid to the organization of centralized procurement. The existing problems of the public procurement system are identified. We analyzed the experience of public procurement in other regions of Russia to offer recommendations.

Keywords: public procurement, contract procurement system, procurement centralization, authorized body.

УДК 353.9

Е. В. Ануфриева, Н. Г. Чевтаева

ИННОВАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ: АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ ПРОЕКТОВ СОЦИАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Аннотация

Целью социальной политики государства является последовательное повышение уровня жизни населения и снижение социального неравенства, обеспечение всеобщей доступности социальных благ. В условиях дефицита государственного бюджета многие страны сталкиваются с проблемой финансирования социальных проектов. К инструментам, способным реализовать социальные программы относят проекты социального воздействия (ПСВ), суть которых многосторонний контракт между государством, инвестором и исполнителем социальной услуги, оплата осуществляется при достижении социального эффекта. Практика реализации отдельных проектов требует выделения алгоритма социального проектирования, который может быть масштабирован. В России ПСВ, как финансовый инструмент, закреплен в Концепции повышения эффективности бюджетных расходов в 2019-2024 гг. Методологическое сопровождение осуществляется Министерством финансов РФ, оператором проектов в период пилотной апробации выступает Госкорпорация «ВЭБ.РФ». Определены параметры финансирования государственных (муниципальных) услуг: размер возмещения затрат на реализацию за счет средств соответствующего бюджета, ожидаемые социальные эффекты; требования к паспорту проекта. В 2021 году в 3 субъектах РФ реализовывались 5 ПСВ; 8 проектов в 6 регионах находились на стадии запуска. Средний заявленный срок реализации проекта 2,5 года, объем инвестиций 39,3 млн.руб. Наибольшее число проектов в сфере образования и социальной защиты. Незначительное число проектов в здравоохранении объясняется высокими затратами на реализацию в совокупности с отсроченными социальными эффектами. В Свердловской области в рамках развития проектной деятельности региона и привлечения инвестиций в 2020 году создана межведомственная рабочая группа, проведен отбор проектов для реализации. К настоящему времени разработан паспорт проекта, постановление правительства о реализации ПСВ в сфере здравоохранения. Проекты социального воздействия стимулируют государство выделять больше средств на проведение превентивных мероприятий для предупреждения негативных социальных факторов, что способствует повышению уровня благополучия граждан, даёт экономию средств в среднесрочной и долгосрочной перспективах, влияет на развитие некоммерческого сектора в регионе.

Ключевые слова: проектная деятельность, социальное предпринимательство, социальный эффект, здравоохранение.

Целью социальной политики государства является последовательное повышение уровня жизни населения и снижение социального неравенства, обеспечение всеобщей доступности основных социальных благ, прежде всего, качественного образования, медицинского и социального обслуживания. В условиях дефицита государственного бюджета государства сталкиваются с проблемой финансирования социальных проектов.

© Ануфриева Е. В., Чевтаева Н. Г., 2022

В этих условиях привлечение бизнеса к решению социальных вопросов практикуется во многих странах [2, 5, 13].

В Российской Федерации в 2019 году в нормативно-правовых документах было закреплено понятие социального предпринимательства (п.1. ст. 1. Федерального закона от 26.07.2019 № 245-ФЗ), как вида предпринимательской деятельности, направленной на достижение общественно полезных целей, и способствующей решению социальных проблем граждан и общества [8]. В настоящее время ведется активная работа по увеличению доли негосударственных и некоммерческих организаций в оказании социальных услуг населению [7].

Одним из финансовых инструментов, способных реализовать различные социальные программы являются проекты социального воздействия (social impact bonds – SIB) – это финансовый инструмент, который предполагает многосторонний контракт государства, инвестора (организатора) и исполнителя социальной услуги, а оплата осуществляется постфактум, при условии достижения социального эффекта [7]. Таким образом, проекты социального воздействия предполагают финансирование результата, а не процесса [10]. Также они не являются альтернативой оказанию государственных и муниципальных услуг в социальной сфере, однако разработанные в рамках этих проектов новые технологии, апробированные механизмы достижения социальных эффектов в дальнейшем могут тиражироваться и применяться в государственных и муниципальных учреждениях в социальной сфере субъектов Федерации.

Вопросы социального проектирования активно обсуждаются в литературе. Выявлены тренды формирования и реализации инициативных проектов в деятельности государственных (муниципальных) учреждений социальной сферы в условиях внедрения стандартов проектного менеджмента в публичном управлении [4]. Анализируется опыт реализации спортивных [3]; социокультурных проектов [6], проектов в сфере здравоохранения [14] и других сферах [15], а также опыт использования механизмов государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения [1; 12]. Авторы приходят к выводу, что накопленный опыт может быть использован в реализации политики регулирования социального предпринимательства в экономических системах различного уровня. Заслуживает внимания блок исследований, посвященный методике оценки эффективности реализации социальных проектов [1]. Практика реализации отдельных проектов требует выделения алгоритма социального проектирования, который может быть масштабирован на разные социальные сферы. Именно этому аспекту социального проектирования посвящена данная статья.

Разработка нормативно-правовой базы социального проектирования. В мировой практике SIB начали активно использовать с 2010 года и за десятилетний период реализовано 218 проектов в 33 странах мира с общим объемом инвестиций $434 млн.: 143 SIB осуществлено в странах Европы, 31 в Северной Америке, 13 в Азии, 12 в Австралии и Новой Зеландии, 7 в Африке, 6 в Южной Америке.

В России проекты социального воздействия (ПСВ), как финансовый инструмент, впервые закрепили в Концепции повышения эффективности бюджетных расходов в 2019-2024 гг. (распоряжение Правительства РФ от 31 января 2019 г. № 117-р) [9]. В данном документе наряду с необходимостью развития социального предпринимательства, акцентируется внимание на потребности в разработке новых механизмов государственно-частного партнерства в социальной сфере, направленных на соблюдение экономических интересов частного партнера. Также в Концепции определены ключевые параметры новых инструментов финансирования государственных (муниципальных) услуг: размер возмещения затрат на реализацию проекта за счет средств соответствующего бюджета, ожидаемые социальные эффекты; требования к паспорту проекта. Целесообразность внедрения ПСВ будет определяться после проведения пилотной апробации в нескольких субъектах РФ по отдельным государственным (муниципальным) услугам и группам потребителей услуг, на основе привлечения к ней, созданных в России институтов развития [9]. В дальнейшем эти положения получили развитие в Постановлении Правительства РФ от 21 ноября 2019 г. № 1491 «Об организации проведения

субъектами Российской Федерации в 2019 – 2024 годах пилотной апробации проектов социального воздействия» [10]. Пилотная апробация предполагается в сферах образования, здравоохранения, спорта, социальной защиты и занятости населения.

Методологическое сопровождение ПСВ осуществляется Министерством финансов РФ. Рабочей группой подгруппы по методическому сопровождению проектов социального воздействия Межведомственной рабочей группы по разработке предложений по повышению доступности и качества государственных (муниципальных) услуг, разработаны «Методические рекомендации по подготовке и реализации проектов социального воздействия» с целью оказания содействия субъектам РФ в организации пилотной апробации проектов, направленных на достижение социально значимых эффектов [11]. Данные методические рекомендации применяются субъектами Российской Федерации, высшими исполнительными органами государственной власти которых приняты решения о проведении пилотной апробации и утверждены паспорта проектов социального воздействия. Также в задачи Министерства финансов по методологическому сопровождению входит определение каталога методик независимой оценки и требований к организации и проведению мониторинга реализации проекта.

Оператором всех проектов в период пилотной апробации до 2024 выступает Государственная корпорация развития «ВЭБ.РФ» (ВЭБ.РФ) [10]. Ее специалисты входят в межведомственные группы по реализации ПСВ во всех регионах, осуществляя помощь в отборе проектов для реализации, построении финансовой модели, подготовке нормативно правовых актов субъектов, поиск инвесторов и заключение соглашений, мониторинг реализации проекта на всем его протяжении и организацию независимой оценки по его окончании. Таким образом, задача оператора (в лице ВЭБ. РФ) состоит в выстраивании взаимодействия между всеми сторонами проекта, а также гарантии успешной реализации и выполнения обязательств каждым из участников.

Для частных инвесторов, выступающих в роли организаторов проекта, реализация ПСВ открывает новые возможности при реализации корпоративных стратегий социальной ответственности. Так для социально-ответственных компаний, ПСВ могут являться альтернативным вариантом осуществления больших социальных проектов с получением финансирования от государства в виде гранта в форме субсидии. При этом необходимо понимать особенности финансового обеспечения реализации ПСВ: затраты на их реализацию осуществляются за счет средств самого инвестора в течение всего периода, а возврат инвестиций из бюджета региона происходит при достижении социального эффекта по окончанию проекта [7].

Заказчику проекта, которым на уровне региона выступает профильное министерство, доводятся лимиты бюджетных обязательств на предоставление субсидий на соответствующий финансовый год и плановый период для выплат инвесторам проекта. При этом бюджет региона также защищен от трат на реализацию проекта, если проект оказался неудачным и социальные эффекты не достигнуты, был остановлен на одном из этапов реализации, в этих случаях все расходы несет инвестор.

ПСВ направлены на увеличение межведомственного сотрудничества, комплексное решение долгосрочных проблем, что позволяет экономить средства бюджета в рамках нескольких органов власти. Реализация проектов социального воздействия предполагает комплекс мероприятий, направленных на достижение социального эффекта в отношении социальных бенефициаров, осуществляемых за счет средств организатора проекта (частных инвесторов), предусматривающий финансовое обеспечение уполномоченным органом достигнутых результатов при условии достижения социально значимого эффекта (практическая реализация механизма «плата за успех»). Механизм реализации ПСВ предполагает возможность апробации проектов с целью тиражирования лучших практик.

Опыт апробации проектов. Анализ данных, представленных на сайте оператора проектов – корпорации ВЭБ.РФ [7] показал, что запуск первых проектов состоялся в 2019 году, к концу 2021 года реализовывались 5 ПСВ в 3 субъектах РФ, еще 8 проектов в 6

регионах находились на стадии запуска. Средний заявленный срок реализации ПСВ – 2,5 года. Объем инвестиций от 9,6 до 69 млн. руб, в среднем 39,3 млн. руб. Завершение реализации первых трех проектов запланировано в 2022 году. В рамках решения социально значимых проблем основными направлениями проектов стали образование (5), включая подготовку молодых кадров; социальная защита (4), в т.ч. сопровождаемое проживание; профилактическое направление здравоохранения (2), спорт и содействие занятости, ресоциализация бывших заключенных (по 1 проекту).

Проблемные зоны. Незначительное число проектов в сфере здравоохранения можно объяснить как высокими затратами на реализацию проектов (отрасль финансовоемкая), так и отсроченными социальными эффектами (иногда не менее 10 лет). Таким образом при высоких затратах на реализацию проекта, инвестору сложно показать быстрый социальный эффект, что несколько ограничивает их.

Вместе с тем, имея минимальный опыт реализации проектов социального воздействия сложно оценить эффект в цифрах. Так как эффективность обозначает соотношение затрат к результатам, а в здравоохранении, как уже говорилось, это часто отстроченный результат медицинский и социальный эффект, наблюдаемые после оценки вмешательств. Исследователи считают, что при реализации проектов социального воздействия особое внимание следует уделять становлению этого института в контексте оказания медицинских услуг социально незащищенным слоям населения.

Стимулирование использования современных инвестиционных инструментов в сфере здравоохранения обусловлено тем, что в России всеобщий охват населения услугами здравоохранения в большей мере только задекларирован. Особенно это касается широкого спектра профилактической медицинской помощи, направленной на сохранение и укрепление здоровья, которая финансируется по остаточному принципу. В этой связи реализация проектов социального воздействия и привлечение дополнительных инвестиций в здравоохранение является актуальным направлением по повышению доступности качественной профилактической медицинской помощи населению.

В Свердловской области в рамках развития проектной деятельности региона и привлечения инвестиций в 2020 году была создана межведомственная рабочая группа, из представителей Министерства финансов, Министерства инвестиций и развития, Министерства экономики и территориального развития, уполномоченный по правам предпринимателей. На первом этапе рабочей группой проведена экспертная оценка и отбор проектов, заявленных по направлениям социальной сферы (образование, здравоохранение, социальная политика, спорт). По итогам отбора к реализации были рекомендованы проекты в сфере образования и здравоохранения как наиболее проработанные и реализуемые. В настоящее время проект Министерства здравоохранения готовится к запуску, разрабатывается нормативно-правовая база его реализации.

В целом проекты социального воздействия стимулируют государство работать на опережение выделяя больше средств на проведение превентивных мероприятий, тем самым предупреждая негативные социальные факторы. Это с одной стороны способствует повышению уровня благополучия граждан, с другой, позволяет экономить средства в среднесрочной и долгосрочной перспективах, попутно влияет на развитие некоммерческого сектора в регионе.

Библиографический список

1. Вишняков Я. Д., Киселева С. П. Комплексная экспертиза инновационных проектов: теория и практика // Вестник евразийской науки. 2021. Т. 13. № 4.

2. Жук С. Г., Селезнев П. С., Стуканова И. П. Государственные социальные проекты в сфере здравоохранения: актуальность развития в России и опыт зарубежных стран // Региональные проблемы преобразования в экономики. 2016. № 8. С. 47-54.

3. Зайцева М. В., Горчаков Р. И., Мацока А. В. Государственно-частное партнерство как инструмент достижения стратегических целей развития социальной

инфраструктуры региона // Экономика и предпринимательство. 2021. № 2 (127). С. 512-516. DOI: 10.34925/EIP.2021.127.2.097

4. Каменская Н. В., Чевтаева Н. Г., Качанова Е. А. Факторы успеха реализации инициативных проектов в деятельности государственных (муниципальных) учреждений социальной сферы // Вопросы управления. 2019. № 5 (60). С. 20-29.

5. Кулькова В. Ю. Кулькова В. Ю., Дадаева Я. Ш. Финансирование социального предпринимательства: опыт Великобритании / // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». 2018. Т. 12. № 4. С. 164-170. DOI: 10.14529/em180419

6. Масленникова А. Ю., Масленников Д. Ю. Реализация проектов социального воздействия в городах присутствия корпорации "Росатом" // Экономика и предпринимательство. 2021. № 11 (136). С. 584-588. DOI: 10.34925/EIP.2021.11.136.116

7. Информация с сайта корпорации ВЭБ РФ. Режим доступа: https://вэб.рф/agent-pravitelstva/psv/ (дата обращения: 01.03.2022).

8. О внесении изменений в Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" в части закрепления понятий "социальное предпринимательство", "социальное предприятие": Федеральный закон от 26 июля 2019 года № 245-ФЗ. Режим доступа: https://base.garant.ru/72332770/ (дата обращения: 05.02.2022).

9. Об утверждении Концепции повышения эффективности бюджетных расходов в 2019-2024 гг.: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31 января 2019 г. № 117-р. Режим доступа: https://base.garant.ru/72164730/ (дата обращения: 05.02.2022).

10. Об организации проведения субъектами Российской Федерации в 2019 - 2024 годах пилотной апробации проектов социального воздействия: Постановление Правительства Российской Федерации от 21 ноября 2019 г. №1491. Режим доступа: https://base.garant.ru/72980288/ (дата обращения: 15.01.2022).

11. О межведомственной рабочей группе по реализации в Свердловской области проектов социального воздействия: Постановление Правительства Свердловской области от 16 октября 2020 №737. Режим доступа: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/6600202010210001 (дата обращения: 15.01.2022).

12. Пискунов С. В., Чевтаева Н. Г. Государственно-частное партнерство в управлении здравоохранением // Вопросы управления. 2015. № 3 (34). С. 38-48.

13. Плюхина А. А., Умнов В. А. Анализ зарубежного опыта государственной поддержки социального предпринимательства // Государственное управление. Электронный вестник. 2018. № 71. С. 141-162. Режим доступа: https:// /elibrary_36640088_70397012.pdf (дата обращения: 10.03.2022).

14. Lecuona I. Review of the methodological, ethical, legal and social issues of research projects in healthcare with big data. Gac Sanit. 2018. Pp. 576-578. doi: 10.1016/j.gaceta.2018.02.007.

15. Tolga Ç., Saeed K., Yusuf A. Social cost in construction projects. 2017. Vol. 64. Pp. 777-86. URL: https://doi.org/10.1016/j.eiar.2017.03.001

E. Anufrieva, N. Chevtaeva

INNOVATIONS OF PUBLIC ADMINISTRATION: AN ALGORITHM FOR CREATING SOCIAL IMPACT PROJECTS

Abstract

The goal of state social policy is to constantly improve the living standards of the population and reduce social inequality by ensuring universal access to social services. Under the conditions of a state budget deficit, many countries face the problem of financing social projects. Among the instruments that can be used to implement various social programs are Social Impact Bond (SIB), the core of which is a multilateral contract between the state, the investor and the provider of social services, where payment is made only after a social impact is achieved. The practice of implementing single projects requires the allocation of a social design algorithm that can be scaled to different social spheres. In Russia, SIB as a financial instrument was first established in the Concept of Increasing the Efficiency of Budget Spending in 2019-2024. The Ministry of Finance of the Russian

Federation provides methodological support, has developed methodological recommendations for project preparation and implementation. The operator of all projects during the pilot phase state corporation "VEB.RF". In 2021, 5 SIBs were implemented in 3 subjects of the Russia; 8 projects in 6 regions were in the start-up phase. The indicated average implementation period is 2.5 years, the average investment volume is 39.3 million rubles. The largest number of projects in the field of education and social protection. A small number of projects in health care is explained both by high implementation costs and delayed social impact. In the Sverdlovsk region, as part of the development of project activities in the region and attraction of investments in 2020, an interdepartmental working group was established to select projects for implementation. To date, a project passport has been developed, a government decree on the implementation of the project in the field of health care has been adopted. Social impact projects encourage the state to allocate more resources to preventive measures to prevent negative social factors, which contributes to improving the well-being of citizens, enables savings in the medium and long term, and influences the development of the non-profit sector in the region.

Keywords: project activity, social entrepreneurship, social impact, healthcare.

УДК: 316.454

М. Е. Баранова, М. Д. Сычева

ВЛИЯНИЕ ИНФОДЕМИИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ МОЛОДЕЖЬЮ О ВАКЦИНИРОВАНИИ

Аннотация

Авторы статьи исследуют понятие инфодемии, ее влияние посредством социальных сетей на принятие решений молодежью о вакцинировании. Доказывают, что социальные сети и интернет-платформы являются основными источниками распространения ложной медицинской информации среди молодого поколения. Под влиянием инфодемии появляется недоверие к информации о пользе вакцинации, а также к действиям государственных органов и объективности официальной статистики. Как следствие, у многих молодых людей возникает боязнь не только болезней, вызываемых коронавирусом, но и побочных эффектов из-за вакцинации. Авторы анализируют статистические данные о результатах вакцинации в России, разъясняют понятие коллективного иммунитета. Для подтверждения теоретических выводов, используют статистический метод для установления частоты тем, в которых участвует молодежь, о вакцинировании в публикациях в социальных сетях и новостных платформах. Также используют такой социологический метод как полуструктурированное интервью, в котором приняло участие 20 человек, Цель которого выявление степени влияния социальных сетей на принятие решения молодыми людьми о вакцинации от коронавирусной инфекции. Делают выводы о значительном влиянии инфодемии в социальных сетях на решение молодежи о вакцинации. Отмечают необходимость повышения медийной грамотности среди молодого поколения, предлагают некоторые рекомендации. Для исследования используют изучение теоретической литературы, методы статистического и социологического анализа. Источники, используемые для исследования, – это материалы сайтов, содержащие официальную информацию о пандемии COVID-19, результаты опроса.

Ключевые слова: вакцинация, инфодемия, социальные сети, молодежь, влияние, пандемия COVID-19.

В современном мире одними из самых распространённых источников медицинской информации становятся интернет-ресурсы, включая социальные сети. Доступная информация в сфере медицины, в том числе не всегда научно обоснованная, приводит к самостоятельному принятию пациентами решения о методах лечения и профилактики, что сопряжено с рисками осложнений заболеваний [1]. Пандемия COVID-19 во многом повлияла на технологии распространения информации в онлайн – формате, в том числе на способы обеспечения информированности населения по проблематике вакцинации. В то же время эти технологии, включая платформы социальных сетей, стали «переносчиками» неверной и

© Баранова М. Е., Сычева М. Д., 2022

искаженной информации. В связи с этим актуальность темы заключается в выявлении степени влияния социальных сетей на принятие решения молодыми людьми о вакцинации от коронавирусной инфекции. Цель исследования, результаты которого представлены в статье, рассмотреть влияние инфодемии и социальных сетей на принятие решений молодежью о вакцинировании. Выбор такой категории как молодежь обусловлена тем, что молодежь больше времени проводит в интернет-пространстве, чем другие возрастные категории. Тема по принятию решений молодежью о вакцинировании и влиянии ложной информации из социальных сетей очень значима, но пока не вызывает интереса у исследователей. В исследовании используются статистический метод для установления частоты обсуждаемой тематики о вакцинировании, в которых участвует молодежь, в публикациях, размещенных в социальных сетях и новостных платформах. также используется такой социологический метод, как полуструктурированное интервью, в котором приняло участие 20 человек. Источники, используемые для исследования, – это теоретическая литература, материалы сайтов, содержащие официальную информацию о пандемии COVID-19, результаты проведения полуструктурированного интервью.

Проведение исследований и экспериментов в области здравоохранения привело к созданию эффективной технологии предотвращения распространения инфекционных заболеваний – вакцинации. Однако, по словам Н. В. Орловой, несмотря на очевидные успехи вакцинации в борьбе против тяжелых инфекционных заболеваний, отношение населения к прививкам остается неоднозначным [9, с. 18].

Распространение коронавирусной инфекции (COVID-19) – первая в истории пандемия, характеризующаяся массовым использованием технологий и социальных сетей для обеспечения информированности населения. Благодаря новым технологиям, удалось широко распространить знания и данные об этой болезни. Однако на ряду с достоверной информацией в онлайн - пространстве стали появляться неверные и искаженные данные. Так, на фоне распространения недостоверной информации Генеральный директор Всемирной организации здравоохранения заявил о том, что в настоящее время идет борьба с инфодемией точно также, как с пандемией». По словам А. В. Борхсениус, инфодемия – это стремительное и неконтролируемое распространение в новых медиа необоснованной и ложной информации о кризисных событиях, усиливающее общественное беспокойство [3, с. 54]. В практическом плане инфодемия может представлять серьезную опасность. Так, В. В. Василькова утверждает, что дезинформация может ускорить эпидемический процесс, воздействуя на социальную реакцию и распространяя опасные модели поведения, что затрудняет деятельность правительственных организаций и национальных систем здравоохранения по борьбе с заболеванием [5, с. 332].

Социальные сети – естественная среда обитания для нынешнего поколения [7, с. 36]. Молодежь проводит значительную часть свободного времени в различных мессенджерах и на интернет-платформах, в связи с этим проблема распространения дезинформации носит еще более глобальный и острый характер. А. С. Архипова утверждает, что жизненный цикл инфодемии в социальных медиа делится на видимую часть, то есть публикации в социальных сетях и мессенджерах, а также невидимую часть – приватные коммуникации (переписки) [2, с. 241].

На данный момент инфодемия привела к вытеснению новостей об актуальных политических, социальных и экономических событиях или их замалчиванию, что негативно отразилось на решениях молодого поколения о вакцинопрофилактике от COVID-19. Д. И. Садыков отмечает, что страх перед непонятной инфекцией буквально парализует людей, вынуждая верить любому сообщению о ее происхождении, качествах, свойствах, методах и способах борьбы с ней [10, с. 78].

В период борьбы с пандемией активизировалась деятельность разных структур, собирающих, анализирующих и предоставляющих информацию о процессах COVID-19 в интернете и социальных сетях. Так, для изучения характера и масштабов дезинформации о COVID-19 и координации инфодемических исследований в Торонто (Канада) был запущен

проект «Лаборатория социальных сетей Школы менеджмента». Специалисты, работающие в этом проекте «COVID19MisInfo.org», изучили более 2300 фейковых сообщений о COVID-19 в социальных сетях, а также в новостных источниках и выделили следующие общие темы, повлиявшие на отрицательное отношение к вакцинации среди молодежи: 1) мнение о низкой эффективности и безопасности вакцин; 2) представление о низкой угрозе заболеваний; 3) невысокий уровень доверия к государству и системе здравоохранения; 4) неудовлетворенность взаимодействием с медицинским персоналом, отвечающим за вакцинацию. Активным участником по разъяснению и продвижению информации о процессах COVID-19 стала Всемирная организация здравоохранения (далее – ВОЗ). Так, по мнению специалистов ВОЗ, коллективный иммунитет является косвенной защитой от инфекционного заболевания, которая возникает благодаря развитию иммунитета у населения в результате вакцинации, либо в результате перенесенной ранее инфекции. Именно поэтому ВОЗ выступает за достижение коллективного иммунитета посредством вакцинации как противодействие распространению заболевания среди населения.

В РФ понимание глобальности биологических угроз современности и роли вакцинопрофилактики в системе обеспечения биобезопасности нашло отражение в Стратегия развития иммунопрофилактики инфекционных болезней на период до 2035 года. С 2019 года и по настоящее время осуществляется мониторинг данных о количестве заболевших, выздоровевших от коронавирусной инфекции, расчет показателя коллективного иммунитета (по стране в целом, по регионам и т.д.). Для информирования граждан действует официальный сайт Стопкоронавирус.рф. Татьяна Голикова на совещании с членами правительства, проводимом Президентом РФ Владимиром Путиным, отметила, что для эффективной борьбы с коронавирусом необходим коллективный иммунитет 90-95 %. Согласно данным оперативного штаба по борьбе с инфекцией коллективный иммунитет в России на данный момент составляет 48 %. Однако показатель расчета коллективного иммунитета имеет тенденцию к уменьшению, с января по апрель 2022 года показатель снизился на 13,9 %. Татьяна Голикова сообщила, что уровень коллективного иммунитета снижается из-за утраты иммунитета привитыми и переболевшими более полугода назад россиянами. Также вице-премьер заявила, что доля привившихся от коронавирусной инфекции ниже всего среди россиян в возрастной категории от 18 до 29 лет. И хотя есть тенденция к уменьшению количества смертей от коронавирусной инфекции, тем не менее смертность в среднем составляет 598 человек в сутки (данные на март 2022 г.). Нынешний уровень коллективного иммунитета в России не позволяет существенно влиять на смертность от инфекции COVID-19. По словам иммунолога, кандидата медицинских наук Николая Крючкова, чем ниже коллективный иммунитет, тем выше летальность заболевания. В тоже время смертность от коронавирусной инфекции в России снижается благодаря успешной вакцинации населения, внедрению методов лечения заразившихся, а также финансированию антиковидных мер. Так, в 2021 г. на антиковидные меры из федерального бюджета было потрачено около 850 млрд. рублей. В 2022 году на борьбу с коронавирусом заложено более 752 млрд. рублей, из них 75-100 млрд. руб. оцениваются кабмином как расходы на производство вакцины и сам процесс вакцинации.

Для изучения темпов вакцинации от COVID-19 в возрастной группе с 18 до 35 лет, а также для выявления отношения молодежи к вакцинированию проанализирована статистическая информация, проведено эмпирическое исследование, в частности, получены интервью молодых россиян в возрасте от 18 до 35 лет. Согласно данным, представленным Коммуникационным центром Правительства Российской Федерации на 18 марта 2022 г. в России поставлено 88 704 788 прививок первым компонентом, включая первичную и повторную вакцинации: «Гам-Ковид-Вак» (Спутник V), «Эпиваккорона», «КовиВак», а также вакциной «Спутник Лайт», в том числе 68.0 % взрослого населения. Число полных курсов вакцинации, включая первичную и повторную, составляет 84 914 186, из них 62.3 % населения в возрасте от 16 до 60 лет [4].

По уровню вакцинации от COVID-19 среди регионов лидируют Севастополь (90,5 %), Санкт-Петербург (84,6 %), Карелия (83,0 %) и Чукотка (80,6 %). В Свердловской области привито 53,8 % населения, из них 68,9 % от взрослого населения [8]. ВЦИОМ представил результаты опроса россиян о вакцинации от коронавируса. Три четверти россиян (77 %) в возрасте от 18 до 44 лет согласны с тем, что делать или не делать прививку – это личное дело и право каждого. 73 % разделяет мнение о том, что никто в сложившихся условиях не имеет права призывать людей отказываться от прививки. В тоже время 22 % не разделяют это мнение (27 % среди 18-24-летних). 28 % респондентов не считают, что призывать людей отказаться от вакцинации – значит, подвергать их жизнь и здоровье опасности. При этом таковое мнение разделяет 38-40% респондентов молодого возраста [6].

Результаты полуструктурированного интервью, проведенного авторами статьи, во многом совпадают с результатами ВЦИОМ. В интервью приняли участие 20 молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет, проживающих в Свердловской области. Лишь 15 % интервьюированных привились по собственному желанию. 40 % респондентов вакцинировались из-за окружающих условий: для учебы, работы или же для выезда заграницу. Приведем их высказывания: «Изначально вакцинироваться я не планировала. Но общественная организация, в которой я состою, поставила условие: если у вас есть QR-код, то Вы можете участвовать в мероприятиях; если qr-кода нет, то не можете. Поскольку общественная жизнь занимает важное место в моем времяпрепровождении, то я решила поставить вакцину». Более 65 % респондентов отметили, что чаще всего получают актуальную информацию о вакцинации из социальных сетей и Интернета. При этом, меньше трети опрошенных (30 %) на вопрос «Достоверна ли информация о вакцинации, распространяемая в социальных сетях?» дали ответ «скорее да, чем нет». Положительных ответов получено не было. Почти половина участников интервью (45 %) не доверяют никаким источникам информации о вакцинации: «Я особо не следила за статистикой, не читала новости, касающиеся вакцинации, потому что данную тему обсуждали везде, и информация находила тебя сама. Любым источникам я не сильно доверяю, потому что понимаю, что статистика скорее всего подкрученная, новости гиперболизированы, а реклама вакцинации уж слишком негативная».

45 % респондентов отказались от вакцинации в связи с недоверием к информации о пользе и эффективности вакцины: «Я отказалась от вакцинации, посмотрев на своих знакомых, которые изначально с трудом перенесли вакцинацию, а потом ещё и повторно заболели коронавирусом. Если уж делают вакцину, то почему нельзя делать так, чтобы вообще никто не болел?».

Можно сделать следующий вывод. Несмотря на успешную компанию по вакцинации от COVID-19, молодежь занимает меньшую долю среди привитых граждан взрослого населения. Основные причины – это неоднозначное отношение молодежи к вакцинации из–за недоверия к официальным источникам, предпочтению получения сведений из социальных сетей и сети Интернет, где, к сожалению, много фейковой информации.

Борьба с пандемией станет эффективнее после того, когда будут приняты необходимые меры против инфодемии, и налажен диалог между государством и обществом. Значимой частью общества является молодежь - поколение цифрового пространства, которое сегодня наполнено как правдивой, так и фейковой информацией, в том числе по вакцинации. Под влиянием инфодемии у молодого поколения сформировалось неоднозначное мнение о вакцинации из-за недоверия к официальной информации о пользе вакцинации, боязни побочных эффектов, действиям государственных органов. Представляется целесообразным активизировать деятельность государственных органов совместно с общественными организациями по повышению медийной грамотности молодых людей. К задачам, которые нужно решать, относятся пропаганда «здорового» и критичного информационного потребления, обучение граждан отличать источники правдивой информации от фейковой.

Библиографический список

1. Larson H. J, Jarrett C, Eckersberger E et al. Understanding vaccine hesitancy around vaccines and vaccination from a global perspective: A systematic review of published literature, 2007-2012 // Vaccine. 2014. 32 (19). Pp. 2150-9.
2. Архипова А. С., Радченко Д. А., Козлова И. В. Пути Российской инфодемии: от Whatsapp до следственного комитета // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6 (160). С. 231-265. DOI 10.14515/monitoring.2020.6.1778 (дата обращения: 17.03.2022)
3. Борхсениус А. В. Инфодемия: понятие, социальные и политические последствия, методы борьбы // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2021. № 1. С. 52-58. Режим доступа: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44890057 (дата обращения: 1.03.2022)
4. Вакцинация от COVID-19. Режим доступа: https://стопкоронавирус.рф/information/ (дата обращения: 11.03.2022).
5. Василькова В. В., Легостаева Н. И. Социальные боты в компьютерной пропаганде: серфинг на информационной волне коронавируса // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6 (160). С. 329-356. DOI 10.14515/monitoring.2020.6.1762. (дата обращения: 20.03.2022)
6. ВЦИОМ. Новости. Вакцинация от короновируса: опасения и риски. Режим доступа: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/vakcinacija-ot-koronavirusa-opasenija-i-riski (дата обращения: 11.03.2022).
7. Землянский А. В., Зубаркина Е. С. Влияние инфодемии на детей и подростков // Наука и школа. 2021. № 6. С. 35-44.
8. Количество привитых от коронавируса в Свердловской области. Режим доступа: https://gogov.ru/covid-v-stats/svo (дата обращения: 11.03.2022).
9. Орлова Н. В., Федулаев Ю. Н., Филатова Н. М., Орлова С. Ю. Влияние средств массовой информации и социальных сетей на формирование общественного мнения о вакцинации // Журнал ПЕДИАТРИЯ. CONSILIUM MEDICUM 2020. № 4. С. 17-24
10. Садыков Д. И., Ахметьянова Н. А. Распространение фейковых новостей во время пандемии COVID-19 // Colloquium-journal. 2020. № 8. С. 78-79.

M. Baranova, M. Sycheva

THE INFLUENCE OF INFODEMIA AND SOCIAL NETWORKS ON THE DECISION-MAKING OF YOUNG PEOPLE ABOUT VACCINATION

Abstract

The authors of the article investigate the concept of infodemia, its influence through social networks on the decision-making of young people about vaccination. They prove that social networks and Internet platforms are the main sources of spreading false medical information among the younger generation. Under the influence of infodemia, there is a distrust of information about the benefits of vaccination, as well as the actions of government agencies and the objectivity of official statistics. As a result, many young people have a fear not only of diseases caused by coronavirus, but also of side effects due to vaccination. The authors analyze statistical data on the results of vaccination in Russia, explain the concept of collective immunity. To confirm the theoretical conclusions, a statistical method is used to establish the frequency of topics in which young people participate about vaccination in publications on social networks and news platforms. They also use such a sociological method as a semi-structured interview, in which 20 people took part. The purpose of such a survey is to identify the degree of influence of social networks on young people's decision-making about vaccination against coronavirus infection. Conclusions are drawn about the significant impact of infodemia in social networks on the decision of young people about vaccination. They note the need to increase media literacy among the younger generation, and offer some recommendations. The study uses the study of theoretical literature, methods of statistical and sociological analysis. The sources used for the study are the materials of websites containing official information about the COVID-19 pandemic, the results of the survey.

Keywords: vaccination, infodemic, social networks, younger generation, COVID-19 pandemic.

УДК 316.4

Н. И. Буторина, Т. Е. Радченко

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА И ДОСТУПНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ В МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕНТРАХ

Аннотация

В статье рассмотрены особенности организации предоставления государственных и муниципальных услуг через многофункциональные центры. Был изучен опыт ГБУ СО «МФЦ» по повышению качества и доступности предоставления государственных и муниципальных услуг. Исследование показало, что переход на импорт документов из ПК ПВД в АИС МФЦ позволил существенно сократить время предоставления государственных услуг Росреестра и уменьшить тайминг оказания услуг.

Ключевые слова: государственные услуги, повышение качества, многофункциональные центры.

Повышение качества и доступности государственных услуг населению является одним из основных направлений развития государства, а также способствует сближению государства и общества. Так, разрабатываются новые стандарты предоставления услуг, новые способы взаимодействия государства и граждан: в электронном виде и через многофункциональные центры (МФЦ).

Под «услугой» в широком понимании понимается продукт труда, выраженный в форме деятельности, которая направлена на человека или на вещь [7, с. 24].

Под повышением качества и доступности государственных услуг понимается одно из социально-экономических направлений развития страны; оно влияет на изменение подхода к оказанию государственных услуг, делает деятельность государства более прозрачной для граждан и упрощает взаимодействие граждан и общества [8, с. 29].

Достижение высокого качества предоставления услуг и, как следствие, развитие страны возможно при формировании новой концепции предоставления государственных услуг в России и проведении административной реформы – преобразований, направленных на повышение эффективности системы государственного управления [6, с. 28].

В соответствии со статистической информацией, сформированной автоматизированной информационной системой ГБУ СО «МФЦ» (АИС МФЦ), доля услуг Росреестра и Кадастровой палаты в месяц составляет более 50 % от всех оказываемых услуг в ГБУ СО «МФЦ». Таким образом, данные государственные услуги являются самыми востребованными в ГБУ СО «МФЦ».

В то же время тайминг данных услуг считается достаточно длинным, и это ограничивает возможность гражданам записаться в ГБУ СО «МФЦ» на прием документов по услугам Росреестра и Кадастровой палаты. Вследствие ограниченного количества талонов на запись к специалисту по данным услугам ГБУ СО «МФЦ» не могло должным образом обеспечить качество и доступность предоставления государственных услуг.

Федеральным законом от 27.07.2010 № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» определен порядок предоставления государственных услуг населению, в том числе в многофункциональных центрах. Так, Федеральным законом предусмотрено, что взаимодействие МФЦ и органов власти осуществляется на основании заключенных соглашений о взаимодействии.

Аспекты повышения качества и доступности государственных услуг проработаны в постановлении Правительства Российской Федерации от 22.12.2012 № 1376 «Об утверждении Правил организации деятельности многофункциональных центров

© Буторина Н. И., Радченко Т. Е., 2022

предоставления государственных и муниципальных услуг». Правила устанавливают, как МФЦ оказывает услуги гражданам и какие меры во взаимодействии с региональной комиссией по вопросам повышения качества и доступности предоставления государственных и муниципальных услуг принимаются для оптимизации процесса предоставления услуг.

Соглашением от 30.04.2020 № 07-30/1 о взаимодействии между ГБУ СО «МФЦ», Росреестром и Кадастровой платой утвержден перечень услуг, оказываемых в ГБУ СО «МФЦ»: «Государственная услуга по государственному кадастровому учету и (или) государственной регистрации прав на недвижимое имущество», «Государственная услуга по предоставлению сведений, содержащихся в Едином государственном реестре недвижимости»; также в пользование ГБУ СО «МФЦ» предоставлен программный комплекс приема-выдачи документов (ПК ПВД) для приема документов по услугам Росреестра и Кадастровой палаты.

В соответствии с Регламентом по работе с заявителями при использовании электронной системы управления очередью «ВнеОчереди» в ГБУ СО «МФЦ» тайминг государственной услуги по государственному кадастровому учету и (или) государственной регистрации прав на недвижимое имущество составляло 45 минут для физических лиц (на один объект) и 60 минут для юридических лиц (на один объект); тайминг по государственной услуге по предоставлению сведений, содержащихся в Едином государственном реестре недвижимости – 30 минут.

С учетом востребованности услуг, в целях сокращения времени и повышения качества предоставления услуг Росреестра и Кадастровой палаты с января 2021 года в ГБУ СО «МФЦ» реализован импорт документов ПК ПВД в автоматизированную информационную систему ГБУ СО «МФЦ» (АИС МФЦ).

Принятые в ПК ПВД обращения по услугам «Государственный кадастровый учет и (или) государственная регистрация прав на недвижимое имущество», «Предоставление сведений, содержащихся в Едином государственном реестре недвижимости» импортируются в АИС МФЦ специалистами ГБУ СО «МФЦ», осуществляющими прием документов.

При импорте документов из ПК ПВД в АИС МФЦ автоматически переносятся сведения о заявителе (его представителе), объекте недвижимости (при государственной регистрации прав), номере обращения из ПК ПВД, количестве обращений (заявлений) в ПК ПВД.

Перечень предоставленных заявителем документов не импортируется в АИС МФЦ, так как при получении услуги заявителю выдается один экземпляр описи документов, принятых для оказания государственной услуги, сформированный в ПК ПВД.

Проведенная настройка интеграции систем Росреестра и ГБУ СО «МФЦ» сократила тайминг по услугам Росреестра и Кадастровой палаты в три раза. В соответствии с новой редакцией Регламента по работе с заявителями при использовании электронной системы управления очередью «ВнеОчереди» в ГБУ СО «МФЦ» тайминг по государственной услуге по государственному кадастровому учету и (или) государственной регистрации прав на недвижимое имущество составляет 15 минут (на один объект) и 30 минут при разделении одного объекта на несколько при наличии диска (от 1 до 48 объектов); тайминг по государственной услуге по предоставлению сведений, содержащихся в Едином государственном реестре недвижимости – 15 минут.

Переход на импорт документов из ПК ПВД в АИС МФЦ позволил существенно сократить время предоставления государственных услуг Росреестра, уменьшить тайминг оказания услуг, тем самым повысив уровень удовлетворенности граждан качеством услуг Росреестра, предоставляемых через ГБУ СО «МФЦ».

Библиографический список

1. Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг: Федеральный закон от 27.07.2010 № 210-ФЗ.
2. Об утверждении Правил организации деятельности многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг: Постановление Правительства Российской Федерации от 22.12.2012 № 1376.
3. О взаимодействии между ГБУ СО «МФЦ», Управлением Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии по Свердловской области и филиалом федерального государственного бюджетного учреждения «Федеральная кадастровая палата Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии» по Свердловской области: соглашение от 30.04.2020 № 07-30/1.
4. Об утверждении регламента по работе с заявителями при использовании электронной системы управления очередью «ВнеОчереди»: приказ ГБУ СО «МФЦ» от 23.04.2021 № 101-02/113.
5. О внесении изменений в Регламент по работе с заявителями при использовании электронной системы управления очередью «ВнеОчереди»: приказ ГБУ СО «МФЦ» от 25.11.2021 № 101-02/243.
6. Борщевский Г. А. Повышение качества государственных услуг как приоритет реформирования государственной службы // Государственная служба. 2018. № 6. С. 27-35.
7. Долматов А. И. Повышение качества предоставления государственных услуг посредством внедрения информационно-коммуникационных технологий // Коммуникология: электронный научный журнал. 2017. № 3. Том 2. С. 24-29.
8. Рубан В. А., Кузнецова А. С. Предоставление государственных услуг как фактор социально-экономического развития страны // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. 2020. № 2. С. 29-33.

N. Butorina, T. Radchenko

INCREASING THE QUALITY AND AVAILABILITY OF STATE AND MUNICIPAL SERVICES PROVIDED IN MULTIFUNCTIONAL CENTERS

Abstract

The article discusses the features of the organization of the provision of state and municipal services through multifunctional centers. The experience of the GBU SO "MFC" in improving the quality and accessibility of the provision of state and municipal services was studied. The study showed that the transition to the import of documents from the PC PVD to the AIS MFC made it possible to significantly reduce the time for the provision of state services by Rosreestr and reduce the timing of the provision of services.

Keywords: public services, quality improvement, multifunctional centers.

УДК: 364.26

Л. И. Воронина, Е. В. Зайцева, Т. И. Касьянова

ПРОФИЛАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА С ПОЖИЛЫМИ ГРАЖДАНАМИ КАК ИННОВАЦИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Аннотация

Авторы обосновывают необходимость осуществления профилактической работы с пожилыми российскими гражданами, которую рассматривают как инновационный вид работы, осуществляемый комплексными центрами социального обслуживания населения и некоммерческими организациями. Доказывают, что цель профилактической работы – это предупреждение возможного неблагополучия пожилых граждан, снижающего качество и продолжительность жизни. Авторы статьи анализируют опыт профилактической работы инновационного характера в Москве Белгородской, Иркутской, Свердловской областях.

© Воронина Л. И., Зайцева Е. В., Касьянова Т. И., 2022

Выявляют факторы, влияющие на результативность профилактической работы. Предлагают рекомендации в адрес органов власти, руководителей КЦСОН и НКО. Основные методы, используемые авторами в исследовании: изучение теоретической литературы, нормативно-правовых актов, статистический и социологический анализ.

Ключевые слова: профилактика, неблагополучие, пожилые, государственные, некоммерческие организации, социальное обслуживание, инновации, технология.

В последние десятилетия усиливается внимание исследователей к социальной профилактике поведения различных групп граждан, которую рассматривают как совокупность государственных, общественных, социально-медицинских и организационно-воспитательных мероприятий, цель которых предупредить, устранить, нейтрализовать причины и условия, которые могут вызвать социальные отклонения в поведении граждан. Признают, что отклонения могут привести к серьезным нарушениям (стрессам, фобиям, конфликтам), деформации системы ценностей, снижению самооценки, что негативно сказывается на качестве жизни людей. Профилактические мероприятия важны во всех сферах жизнедеятельности: своевременная и качественно организованная работа социально-профилактического содержания, с использованием конкретных технологий помогает предотвратить негативные ситуации. В настоящее время проблематика социальной профилактики среди пожилых граждан актуализировалась по нескольким причинам. Во-первых, полностью прекратилась социальная работа с гражданами пожилого возраста по месту настоящей или прошлой работы. Таковая профилактика с компонентом социальной помощи была распространена во времена СССР, непродолжительное время осуществлялась в виде социальных программ некоторыми крупными предприятиями в РФ (Табл. 1).

Таблица 1

Помощь по месту настоящей или прошлой работы по месту проживания и положению в занятости в РФ в 2020 году (по данным выборочного наблюдения доходов населения и участия в социальных программах), в %

Вид помощи	2011	2015	2019	2020
Пенсионеры, имеющие стаж трудовой деятельности – всего	100	100	100	100
получали материальную помощь на лечение и/или на лекарства	1,5	0,9	0,9	0,6
получали оплату путевок на лечение (отдых) или оплату проезда к месту лечения (отдыха)	1,2	1,4	1,4	0,7
получали другие виды материальной поддержки	5,9	2,3	2,0	1,3
не получали ничего из перечисленного	92,0	96,1	96,5	97,7

Помимо материальной поддержки в содержание социальных программ входили различные формы общения: клубы, встречи ветеранов. Но реализация социальных программ предприятий и соответствующих мероприятий сворачиваются: если в 2011 г. 92 % пенсионеров не получали какой – либо материальной помощи и социальной поддержки, то в 2015 г. уже 96,1 %, а в 2020 г. – 97,7 % от числа работающих и неработающих пенсионеров. Организации и предприятия полностью выходят из состава акторов социальной профилактики. Во-вторых, причиной усиления внимания к этой проблематике стал рост доли пожилого населения РФ (возраст старше трудоспособного) (Табл. 2).

Таблица 2

Численность населения РФ и доля численности населения в возрасте старше трудоспособного во всем населении [1]

Показатель	2005	2010	2015[1)]	2020	2021
Все население, тыс. человек[1)]	143801,0	142833,5	146267,3	146748,6	146171,0
в том числе в возрасте: старше трудоспособного[2)]	29353,0	31186,1	35163,4	36628,6	36902,8
	2005	2010	2015[1)]	2020	2021
Доля численности населения в возрасте старше трудоспособного[3)] во всем населении, %	20,4	21,8	24,0	25,0	25,2

Начиная с 2015 года с учетом сведений по Республике Крым и г. Севастополь. 2) На 1 января 2005-2019 гг.: мужчины в возрасте 60 лет и более, женщины в возрасте 55 лет и более; 3) на 1 января 2020–2021 гг.: мужчины в возрасте 61 лет и более, женщины в возрасте 56 лет и более.

С 2005 г. этот показатель вырос почти на 5 % с 20,4 % до 25,2 %. Доля пожилого населения Москвы составила на 2021 г. 27,4 %, Белгородской области – 27,4 %, Иркутской – 22,4 %. Показатели Свердловской области схожи со средними по стране: так, в 2020 г. доля пожилого населения составляла 25,2 %, а в 2021 г. 25,3 %.

Задачи по профилактической работе среди пожилых граждан возложили на государственные организации, действующие в сфере социального обслуживания, а со временем и на некоммерческие организации, когда они вошли в состав поставщиков социальных услуг. Но выяснилось, что несмотря на определенные успехи, у них нет четкой стратегии и разработанных технологий профилактической работы. Выявились и научные проблемы. Так, пожилых граждан объединяют в одну группу, как правило, по признаку возраста. Но результаты исследований различной направленности по пожилым гражданам позволяют делать вывод о том, что они не представляют собой единую группу со схожими характеристиками. Даже прекратив трудовую деятельность, пожилые люди отличаются по уровням образования и профессиональной квалификации, интересам и потребностям, состоянию здоровья и степени физической активности. Но главное отличие пожилых людей друг от друга – это разный выбор способов решения жизненных проблем, обусловленный пониманием собственных возрастных изменений и толерантным отношением к ним [2, с. 32]. Несмотря на множество исследований лишь немногие авторы сумели доказать, в чем состоит готовность к освоению возрастно-временных изменений. Наиболее убедительны выводы Э. Э. Глуханюк, которая выделяет различные компоненты освоения возрастно-временных изменений, каждый из которых реализуется на когнитивном уровне (осознание и понимание происходящих возрастных изменений, знание способов их преодоления и освоения), аффективном (переживание эмоционального отношения к происходящим изменениям), мотивационном (активный поиск и использование продуктивных стратегий адаптации к возрастным изменениям) [2, с. 34]. Заметим, что в отношении пожилых людей исследователи предлагают рассматривать стратегии, соответствующие управлению моделями активного долголетия: адаптация поведения в трудовой сфере [3, с. 100], стратегия социального поведения [4, с. 481]. По мнению авторов статьи, эти стратегии могут быть применены для социально-профилактической работы с пожилыми людьми. Соответственно развитие этого вида профилактики требует интеграции различных компетенций, включая маркетинговый (для сегментирования пожилых граждан по группам). Такой маркетинговый подход может стать эффективным для организаторов профилактической деятельности: для этого требуется понимание психологического состояния пожилых людей, уровня здоровья и их физической

активности, способности выбирать конкретный способ решения жизненных проблем или конструктивных стратегий жизненного пути. Далее маркетинговый подход может быть интегрирован с управленческим в виде разработки рекомендаций по конкретным формам социально-профилактической работы для пожилых граждан. К 1-й группе могут быть отнесены граждане пожилого возраста, выбравшие конструктивные стратегии жизненного пути, в соответствии с которыми они и после выхода на пенсию продолжают развитие, поддерживают физическую активность. Соответственно, организаторы социальной работы предлагают им программы развивающего, просветительского и образовательного характера. Для второй группы пожилых граждан характерна пассивная позиция: они возлагают ответственность за решение всех своих проблем на социальную службу или близких родственников. Как правило, выбору такой стратегии соответствует глубокое социально-психологическое неблагополучие пожилого человека, которое проявляется как одиночество, ограниченное общение, социальные депривация и эксклюзия [4, с. 484]; депрессии и заболевания, обусловленные психосоматикой, угнетенное психоэмоциональное состояние, проявление эйджизма по отношению к этой группе. И когда эта группа граждан обращается за услугами в социальные службы, это негативное состояние осложняет взаимодействие. По мнению социальных работников – поставщиков услуг, особенно на дому, таких людей достаточно много, с ними сложно, но нужно работать. И для достижения результативности профилактической работы в разных формах нужны технологии, которые позволяют охватывать большое количество клиентов и минимизировать риски по снижению качества. Элементы технологии этого вида профилактики – это методика сегментирования граждан пожилого возраста по группам в зависимости от их потребностей и степени активности, от того выбора, который они сделали при решении жизненных проблем. Для развития профилактической работы среди граждан пожилого возраста есть разные механизмы, один из них нормативно-правовой, в частности, Стратегия действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года, принятая в 2016 г. распоряжением Правительства РФ [5]. Разработаны государственные программы, направленные на сохранение, использование, развитие образовательного и культурного потенциала. Конечно, профилактическая работа не относится к социальным услугам, обязательным для исполнения. Но в субъектах РФ исполнительные органы государственной власти планируют годовые задания по количеству и видам работ, объемы которых зависят от количества пожилых граждан, проживающих в конкретном субъекте, и состояния бюджета конкретного субъекта РФ. Профилактическую работу включают в содержание государственных программ, например, такие субъекты РФ как Белгородская, Иркутская области. Профилактическая работа с пожилыми людьми находится в стадии становления, и опыт только накапливается. Но есть основания для того, чтобы рассматривать профилактическую работу в некоторых регионах, как инновационную. Так, инновационные характеристики есть в программе профилактической работы с пожилыми гражданами, которая называется «Московское долголетие» (действует с 2018 г. по настоящее время). Ее цель – создание условий для развития пожилых людей на основе учета их потребностей и активной жизненной стратегии. Именно этой задачей объясняются масштабные возможности для поддержания и даже развития разных видов активности: физическая активность, развитие художественно-прикладного и эстетического творчества, навыки работы на компьютере, освоение новых профессий. Для решения такой распространенной проблемы, как не принятие своего возраста, предложен комплекс тренингов, консультаций по темам психологии и коммуникации.

Для понимания ресурсов социальных служб (комплексных центров социального обслуживания населения – далее КЦСОН и некоммерческих организаций – поставщиков социальных услуг), выявления потребностей граждан пожилого возраста и последующего проектирования результативных форм профилактической работы авторами статьи в течение 2019-2021 годов проводилось эмпирическое исследование. Был использован экспертный опрос (20 экспертов) с применением полуструктурированного интервью, а также опрос

419 человек по таким критериям как возраст (старше 50 лет), принадлежность к получателям услуг, оказываемых КЦСОН и НКО – поставщиками социальных услуг на дому. Приведем некоторые из интервью. Так, руководители социальных служб Свердловской области подтверждают потребность в профилактической работе: «Запросы государственных органов достаточно серьезные. *Годовое задание для одного комплексного центра от Министерства социальной политики Свердловской области – 12500 видов работ, это примерно обслуживание в год 900 человек»* (зам директора КЦСОН). Подтверждается наличие потребности в развитии по определенным направлениям у потенциальных получателей профилактической работы: «У наших клиентов очень высокий уровень интереса к тематике на правовую тему» (зав организационно-методическим отделом КЦСОН). В тоже время результаты опроса пожилых граждан Свердловской области показывают, что просвещением в таких формах как университеты для третьего возраста заинтересованы частично: 16,7 % опрошенных женщин и 6,3 % мужчин. Возможно, что активные, здоровые и обеспеченные граждане благополучно удовлетворяют свои потребности в просвещении за пределами КЦСОН. В тоже время профилактическая помощь нужна второй группе: *«НКО в Орджоникидзевском р-не Екатеринбурга оказывают услуги на дому для 1200 человек. В Ленинском районе Нижнего Тагила для 670 человек. Как правило, клиенты – это люди после 70 лет и старше. Физический потенциал у них низкий: они болеют различными заболеваниями, не выходят из дома»* (общественный советник министра социальной политики Свердловской области); *«Да, вторая направленность профилактической работы – это помощь недееспособным, слабым, с психиатрией: когда люди сами не могут пригласить социального работника. Наши сотрудники привлекают молодежь, волонтерские группы»* (зам директора КЦСОН). Для того, чтобы прогнозировать развитие профилактической работы, необходимо понимание ресурсного обеспечения. Приведем экспертные мнения: *«В Свердловской области профилактическая работа определена с 2008 года, создан отдел. У нас в этом отделе 5 специалистов, все молодые ребята. Когда-то пришли на преддипломную практику из Уральского педагогического университета, обучались по направлению «Социальная работа», так и остались»* (зам директора КЦСОН). Эксперты полагают, что ресурсные возможности для профилактической работы с пожилыми гражданами есть: *«Профилактическая деятельность у нас часто осуществляется за счет благотворительности и волонтерства»* (зам директора КЦСОН); *«Думаю, что партнером КЦСОН может быть бизнес, причем по уровню доходов выше среднего. Люди готовы к сотрудничеству, но нужен алгоритм взаимодействия, при чем не только на основе федерального закона «О государственно-частном партнерстве», но и с учетом локальных актов»* (зав организационно-методическим отделом КЦСОН). Выявлены и серьезные ограничения для развития профилактической работы: *«Проблема состоит в том, что в Екатеринбурге практически нет достойных помещений для оказания клубных услуг пожилым. В свое время при разделении функций государственных и муниципальных органов практически все помещения, которыми они ранее пользовались, были отданы городу. Есть еще кадровый фактор: руководители и специалисты центров дневного пребывания работают давно. И часто в работе у них преобладают стереотипы, они не хотят ничего нового. Мне кажется, что они будут не готовы к работе с новым поколением пенсионеров* (общественный советник министра социальной политики Свердловской области)».

Российское государство постепенно увеличивает объем социальных обязательств. Профилактическая работа с пожилыми гражданами также относится к таковым обязательствам. Но для того, чтобы выполнить их достойно нужно многое и, прежде всего, владение различными подходами, управленческим и маркетинговым, что предполагает, как понимание разных потребностей пожилых граждан, так и создание условий для их удовлетворения. Но только некоторые регионы имеют кадровые, материально-технические и финансовые ресурсы для того, чтобы предлагать различные формы профилактической работы для группы пожилых граждан, обладающих высоким уровнем образования и квалификации, физической и интеллектуальной активностью. Для профилактической работы

с другой группой пожилых граждан (пассивных, с серьезными психологическими проблемами) нужны социальные работники, владеющие специально разработанными технологиями. Для результативной профилактической работы недостаточно мероприятий информационного характера. Есть проблемы финансового характера, вызванные последствиями экономических санкций против РФ. Можно предположить, что Правительство РФ и регионы будут вынуждены сокращать расходы по разным направлениям, в том числе по социальному обслуживанию, включая профилактическую работу. Возможно, из всего многообразия направлений останутся только наиболее актуальные: развитие психологической культуры, совершенствование навыков общения и позитивного восприятия пожилыми гражданами своего возраста и окружающего мира, преодоления чувства уязвимости. Но осознание лучшего опыта профилактической работы, который уже есть в РФ, позволяет надеяться, что этой вид профилактики со временем будет привычным и востребованным всеми людьми, достигшими возраста, называемого пожилым.

Библиографический список

1. Росстат. Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/folder/13877 (дата обращения: 09.03.2022).
2. Глуханюк Н. С., Сергеева Т. Б. Психология позднего возраста: результаты исследований. Екатеринбург: Изд-во РГППУ. 2007. 126 с.
3. Исмагилова Ф. С. Стратегии принятия решения в условиях снижения конкурентоспособности профессионалов старшего возраста // Известия Уральского федерального университета. Сер. 3, Общественные науки. 2016. Т. 11. № 3 (155). С. 100-105.
4. Кошарная Г. Б., Щанина Е. В. Факторы депривации пожилых людей в социально-трудовой сфере: региональный аспект // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2019. Т.19. № 3. С. 481-493. DOI: 10.22363/2313-2272-2019-19-3-481-493.
5. Стратегия действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 05.02.2016 № 164-р. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193464/ba70babae5b5a71024b6822fa9a3d01fb739c37d/ (дата обращения: 25.03.2022).

L. Voronina, E. Zaitseva, T. Kasyanova

PREVENTIVE WORK WITH OLDER CITIZENS AS INNOVATION IN THE ACTIVITIES OF NON-PROFIT AND STATE ORGANIZATIONS IN THE FIELD OF SOCIAL SERVICES

Abstract

The authors substantiate the need for preventive work with elderly Russian citizens, which is considered as an innovative type of work carried out by complex centers of social services for the population and non-profit organizations. They prove that the purpose of preventive work is to prevent the possible ill-being of older citizens, which reduces the quality and life expectancy. The authors of the article analyze the experience of innovative preventive work in Moscow, Belgorod, Irkutsk, Sverdlovsk regions. The factors influencing the effectiveness of preventive work are identified. They offer recommendations to the authorities, heads of the CSC and NPOs. The main methods used by the authors in the study: the study of theoretical literature, legal acts, statistical and sociological analysis.

Keywords: prevention, disadvantage, the elderly, government, non-profit organizations, social services, innovation, technology.

УДК 338.012:338.5

В. С. Гаврилова, Д. Г. Саитова

ПРИЕМЛЕННОСТЬ ФРАНЦУЗСКОЙ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ В СФЕРЕ ЖКХ ДЛЯ РОССИИ

Аннотация

В статье проведен анализ возможностей использования зарубежного опыта для повышения качества жилищно-коммунальных услуг в России в целом, и в Свердловской области в частности. По мнению авторов, для нашей страны перспективно проанализировать опыт Франции, где также, как и в России, собственники жилых помещений объединяются в некоммерческие сообщества. В России это товарищества собственников жилья (ТСЖ) или жилищно-строительные кооперативы (ЖСК), а во Франции – синдикаты. Французская модель управления в сфере жилищно-коммунального хозяйства ориентирована на повышение качества предоставления жилищно-коммунальных услуг. В статье рассмотрены две формы управления многоквартирными домами во Франции: facilities management (FM), когда компания отвечает только за поддержание и непосредственное обслуживание объекта и работает за установленную плату, и property management (PM), направленный на предоставление дополнительных жилищно-коммунальных услуг и повышение их качества. Управление качеством услуг в сфере ЖКХ во Франции обеспечивается за счет значимой роли сообществ собственников, развития конкуренции на рынке этих услуг, предложения дополнительных услуг, обучения и повышения профессионализма управляющих, а также страхования рисков в результате неправильных действий управляющих. Использование этих практик перспективно для повышения качества управления сферой ЖКХ в России.

Ключевые слова: управление качеством, ЖКХ, многоквартирный дом, ТСЖ, ремонт.

Одной из главных среди проблем управления в сфере жилищно-коммунального хозяйства является повышение качества управления в этой сфере и, как следствие, улучшение качества жилищно-коммунальных услуг. Поскольку многие элементы системы управления сферой ЖКХ после 90-х годов, например, приватизация жилищного фонда и создание новых органов управления им, были внедрены с использованием заимствованных в зарубежных странах технологий управления, то, безусловно, важно обратиться к опыту зарубежных стран с целью применения опыта совершенствования качества управления в этой сфере и внедрения лучших практик в сложившуюся в Российской Федерации систему управления многоквартирными домами в той мере, в какой это вероятно в нынешних реалиях [1, с. 192-201]. Использование лучших зарубежных практик в сфере ЖКХ актуально для всех субъектов Российской Федерации, включая Свердловскую область: в среднем 45-50 % коммунальных сетей требует модернизации, аварийный фонд составляет порядка 2 % и в целом показатели, характеризующие качество жилищных условий незначительно отличаются от общероссийских [4, с. 86]. В данной работе рассмотрена применимость опыта управления в сфере ЖКХ во Франции, по той причине, что там добились внушительного прогресса в сфере предоставления жилищно-коммунальных услуг населению, а также в этой стране, как и в России, особенности нормативно-правового регулирования стимулируют собственников жилых помещений объединяются в некоммерческие сообщества.

С целью получения более качественных услуг ЖКХ в России и многих других зарубежных странах, в том числе и во Франции, собственники жилых помещений объединяются в некоммерческие товарищества собственников жилья (ТСЖ) и жилищно-строительные кооперативы (ЖСК) в России, жилищно-строительные кооперативы, синдикаты во Франции. Во французских синдикатах существует своя иерархия власти. Руководящие органы синдиката берут на себя ответственность в принятии управленческих решений, среди которых приоритетными являются распоряжение денежными средствами и заключение договоров на закупку товаров и услуг [4, с. 87]. В это же время представитель управляющей организации составляет и документально закрепляет рекомендации для правления синдиката. Во Франции существуют следующие нормативно-закрепленные

© Гаврилова В. С., Саитова Д. Г., 2022

требования к синдикатам: 1) страхование гражданской и материальной ответственности; 2) подтверждение профессионализма управляющих.

В жилищном законодательстве Франции предусмотрено страхование управляющим компаниями и управляющими своей гражданской и материальной ответственности на случай нанесения ущерба собственникам жилья в результате неправильных действий управляющего. Страхование ответственности управляющего очень востребовано в большинстве стран Европы и Америки. Использование в России опыта страхования ответственности управляющих компаний позволило бы повысить их ответственность за принимаемые решения и обезопасило бы собственников от неверных управленческих решений. Однако для этого необходимо на законодательном уровне закрепить эту систему.

Во-вторых, конкурентоспособность управляющей компании зависит также от наличия сертификатов, подтверждающих ее профессионализм, опыт и финансовую устойчивость, а также от полного соответствия требованиям и стандартам в сфере жилищно-коммунального хозяйства. Зарубежные профессиональные сообщества управляющих организуют различные образовательные курсы для новичков и курсы повышения квалификации. Обучение дает большой объем базовых знаний и профессиональных навыков. Кроме того, одна из национальных задач в вопросах образования во Франции заключается в подготовке специалистов по управлению кооперативным жильем. Большинство многопрофильных университетов, а также частных колледжей предоставляют базовое образование, которое позволяет вчерашним студентам начать работать с должности управляющего. Высокие требования к таким специалистам зафиксированы в западных странах на законодательном уровне. Рынок в сфере управления ЖКХ развивается в сторону специализации и усиления конкуренции между организациями с одинаковой направленностью. Западные страны имеют достаточно развитый рынок жилищных услуг с узкой специализацией на обслуживании и ремонте жилых помещений. За рубежом управление многоквартирным домом становится самостоятельной деятельностью и помогает увеличить предложение квалифицированных менеджеров. Благодаря этому также появится конкурентный рынок для управления и развития малого и индивидуального предпринимательства в сфере управления недвижимостью [2 с. 147].

В России, в свою очередь, формирование объединений владельцев жилья, а также управляющих компаний в большей степени зависит от действий органов местного самоуправления. Особенность процесса приватизации в России также проявляется в том, что собственники жилья не склонны расходовать денежные средства на содержание корпоративных мест пользования в жилом доме, то есть нести те расходы, которые до приватизации несли органы местного самоуправления [3, с. 175]. Прежде всего, от них зависит создание равных условий доступа к рынку жилищно-коммунальных услуг для руководства предприятия и предприятий различных организационно-правовых форм собственности.

Объединения собственников жилья в большинстве своем обладают статусом некоммерческих объединений. Таким образом, в России необходимо повысить роль правления и председателя ТСЖ, а также конкуренцию на рынке управления сферой ЖКХ. При таком подходе происходит целесообразное распределение управленческих функций. Товарищество обеспечивает участие собственников помещений в управлении многоквартирным домом, отвечая за:

– согласование интересов собственников;

– принятие общих решений в отношении целей управления, размеров общих расходов;

– аккумулирование средств на содержание дома на расчетном счете товарищества – юридического лица;

– выбор управляющей организации по принципу оптимального соотношения цена/качество;

– заказ конкретного объема и качества услуги управления / работ по обслуживанию,

– контроль за исполнением договоров с оплатой управляющему / исполнителям «по результату»;

– эффективный контроль за исполнением договора управления (качества обслуживания) через постоянно действующий орган управления товарищества – правление.

Что касается управляющих организаций, которые являются вторым субъектов, участвующим в процессе управления в сфере ЖКХ, то и в России, и в зарубежных странах услуги по управлению коммерческими объектами в зарубежных странах предоставляют агентства недвижимости, застройщики, а также управляющие компании, предоставляющие широкий спектр услуг. Все они обязаны следить за соблюдением на вверенной им территории правил и порядка, что зафиксировано соответствующими документами. Однако в зарубежных странах, в том числе и во Франции, управляющие организации предоставляют более широкий спектр услуг, а также зачастую используются две формы управления многоквартирными домами во Франции: facilities management (FM), когда компания отвечает только за поддержание и непосредственное обслуживание объекта и работает за установленную плату, и property management (PM), направленный на предоставление дополнительных жилищно-коммунальных услуг и повышение их качества. При этом французский рынок FM больше ориентирован на предоставление услуг в сфере недвижимости [7, с. 179]. Что касается PM, то при необходимости или по требованию управляющие организации могут подготовить объект недвижимости по приезду хозяина, а также оказывают услуги по подбору обслуживающего персонала. Также в сферу деятельности управляющей компании за рубежом входит множество второстепенных услуг: оплата платежей, налогов и страховых взносов, урегулирование споров, ведение бухгалтерского учета, охрана и ремонт. Кроме того, по желанию владельца жилья его представитель может сдавать жилье в аренду, и он несет ответственность за получение максимальной прибыли, которую объект недвижимости приносит или может принести в отсутствие владельца. [5, с. 310].

Перспективным для повышения качества управления в сфере ЖКХ в России является применение передовых практик, используемых для оценки качества услуги FM. На первом этапе оценки определяется основные параметры услуг FM, а на втором этапе – затраты на услуги FM в двух сопоставимых многоквартирных домах, а также оценка собственниками важности и эффективности этих услуг. Анализ и сравнение этих данных в комплексе позволяет оценить услуги с какими параметрами были предоставлены наиболее экономически эффективным способом [6, с. 392]. Более широкое внедрение этого подхода к оценке облегчило бы сравнительный анализ эффективности многоквартирных домов, что способствует достижению качественных и эффективных с точки зрения затрат услуг.

Так, с учётом сохранения у объединения собственников функций по управлению финансами и принятию решений в ведение управляющих организаций следует оставить решение задач, требующих высокого уровня экспертности и профессионализма в сфере ЖКХ: оценка технического состояния дома и потребностей (приоритетов) в работах, ремонте/модернизации;

– оценку технического состояния дома и потребностей (приоритетов) в работах, ремонтах/модернизации;

– текущее и перспективное планирование работ по обслуживанию и ремонту, в том числе капитальному;

– подготовку предложений для собственников по обслуживанию и ремонтам с оценкой финансовых затрат и их эффективности/окупаемости;

– организацию исполнения работ, выбор подрядчиков и контроль за их работой;

– заказ коммунальных ресурсов, контроль за их количеством и качеством;

– работы по обеспечению сбора платежей и др.

Опыт других стран открывает нам лучшие практики в сфере управления многоквартирными домами. Во Франции управление в сфере ЖКХ – это отдельный самостоятельный вид предпринимательской деятельности, за которую управляющая компания получает определенную плату от собственников помещений, а ответственность несет перед ними за сохранность имущества. Управление качеством услуг в сфере ЖКХ во Франции обеспечивается за счет значимой роли сообществ собственников, развития конкуренции на рынке этих услуг, предложения дополнительных услуг, обучения и повышения профессионализма управляющих, а также страхования рисков в результате неправильных действий управляющих. Использование этих практик перспективно для повышения качества управления сферой ЖКХ в России.

Библиографический список

8. Акифьева Л. В. Зарубежный опыт управления жилым и коммунальным комплексом // Вестник НГЭИ. 2010. № 1. С. 192-201.
9. Иваненко Л. В. Зарубежный опыт эффективного управления многоквартирными домами // Вестник УГУЭС. Наука. Образование. Экономика. Серия: Экономика. 2014. № 1 (7). С. 146-150.
10. Масаев И. А., Масаев В. Ю., Синков А. А., Фролова Т. В., Корюк А. Б. Анализ развития методологии комплексного управления жилищным фондом Российской Федерации по основам иностранного опыта. 2017. С. 171-177.
11. Прокофьева Е. Н. Проблемы функционирования сферы жилищно-коммунальных услуг промышленного региона, на примере Свердловской области // Вестник НГЭУ. 2019. № 3. С. 84-93. DOI: 10.34020/2073-6495-2019-3-084-093
12. Прокофьев К. Ю., Моисей В. А. Егорова И. А. Отечественный и зарубежный опыт управления многоквартирными домами // Жилищные стратегии. 2015. № 2 (4). С. 303-318.
13. Lai J. H. Comparative evaluation of facility management services for housing estates // Habitat International. 2011. Vol. 35. No. 2. Pp. 391-397. DOI: 10.1016/j.habitatint.2010.11.009
14. Maliene V., Keith A., Lepkova N. Facilities management development in Europe // International Journal of Environment and Pollution. 2008. № 35 (2). Pp. 171-184. DOI:10.1504/IJEP.2008.021354

V. Gavrilova, D. Saitova

ACCEPTABILITY OF THE FRENCH MODEL OF SERVICE QUALITY MANAGEMENT IN THE SPHERE OF HOUSING AND UTILITIES FOR RUSSIA

Abstract

The article analyzes the possibilities of using foreign experience to improve the housing's quality and public services in Russia as a whole, and in the Sverdlovsk region in particular. According to the authors, it is promising for our country to analyze French experience, where, as well as in Russian Federation; the owners of residential premises unite in non-profit communities. These are homeowners' associations in Russia (HOA) or housing and construction cooperatives (HBC), and in France – syndicates. The French management's model of in the housing's field and communal services is oriented on improving the quality of housing and communal services. The article considers two forms of management of apartment buildings in France: facilities management (FM), when the company is responsible just for the maintenance and a direct facility's maintenance and works for a monetary payment, and property management (PM), aimed at providing additional housing and communal services and improving their quality. However, a quality housing's management and communal services in France are ensured due to the significant role of the owner communities, the competition's development at the these services' market, the offer of additional services, training and professional managers' development, as well as risk insurance as improper actions' result of managers. The use of these practices is promising for improving the housing's quality and communal services management in Russia.

Keywords: quality management, housing and communal services, apartment building, HOA, repair.

УДК: 364.2

Я. А. Григоренко

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАВ ПОЖИЛЫХ ГРАЖДАН В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕНИЙ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ И ОБЩЕРОССИЙСКИЙ АСПЕКТЫ

Аннотация

В статье рассматривается обеспечение прав пожилых граждан в условиях ограничений, введенных для противодействия распространения COVID-19. На основании результатов исследования, проведенного по заказу Аппарата уполномоченного по правам человека в Свердловской области, выявлены ключевые проблемы, приведшие к нарушению прав граждан пожилого возраста: ограничение перемещения, пренебрежительное отношение некоторых медицинских работников к необходимости лечения граждан старшего возраста. Доказано, что в период пандемии выявилась парадоксальная характеристика общественного сознания: целесообразность вакцинирования пожилых граждан приняла дискуссионный характер, ввиду расхождения мнения экспертов о безопасности вакцины для этой возрастной группы. Представлены результаты изучения ситуации по правовому положению граждан старшего поколения в Российской Федерации, Свердловской области и за рубежом. Установлено, что проблемы в соблюдении гарантий прав пожилых граждан в период пандемии есть в разных странах. Предложены рекомендации, направленные на улучшение соблюдения правового положения граждан старшего поколения в условиях противодействия распространению пандемии COVID-19. В исследование использованы такие методы как анализ теоретической литературы, нормативных правовых актов, статистика, социологическое исследование (с проведением полуструктурированного интервью).

Ключевые слова: права, нарушения, пожилые граждане, пандемия COVID-19, здоровье, вакцинация.

Нарушение прав пожилых граждан в период пандемии COVID-19 стало общемировой проблемой, что зафиксировано в совместном докладе Департамента международного и межрегионального сотрудничества, ООН, ЮНИСЕФ и других международных организаций. Одним из часто встречающихся нарушений прав граждан стало не предоставление лечения: при этом медицинские учреждения ссылались на возраст обращающихся граждан и не целесообразность оказания им медицинских услуг [7]. Такая ситуация возникла в силу того, что на ранних этапах развития пандемии, больше всего зараженных вирусом, было среди лиц старшего возраста [8]. Так, в Китайской Народной Республике и Соединенных штатах Америки среди первых пострадавших от коронавируса было 80 % пациентов старше 60-65 лет. В Европе 95 % зараженных пациентов, чей возраст был старше 60 лет [5, с. 15].

Анализируя меры по противодействию распространения эпидемии в виде введения локдаунов и режимов самоизоляции, надо обратить внимание на их последствия для здоровья граждан, в том числе изменение психологического состояния. Изолирование пожилых людей от общества негативно сказывается на их психоэмоциональном состоянии в следствии лишения их общения. Хотя в век цифровых технологий в общении между людьми не возникает трудностей, но не все пожилые граждане владеют цифровыми навыками. В тоже время важно понимать ценность живого общения, потому что никакие средства цифровой коммуникации не заменят ощущения близости с другими людьми. Интересен опыт тех стран, где смогли нивелировать проблему социальной изолированности граждан старшего возраста. Например, в Армении, США, Франции органы власти и представители общественных организаций нашли баланс в разрешении социальной изоляции представителей пожилого поколения [5, с. 16-17]. В этих странах были организованы встречи с семьями, родственниками и волонтерами. Практика посещений пожилых людей и особенно одиноких распространилась в домах престарелых и хосписах.

© Григоренко Я. А., 2022

Тема нарушения прав граждан старшего возраста в Российской Федерации есть в российских исследованиях: во многих работах отмечается нарушение избирательных, конституционных, трудовых и иных прав граждан пенсионного возраста, например, ограничение передвижения вследствие введения режимов самоизоляции и локдаунов. Но трактовка нарушений прав в части ограничения передвижения лиц пожилого поколения неоднозначная. Так, в Конституции РФ (ч. 3 ст. 55) говорится о возможности ограничения прав и свобод граждан в соответствии с изданием и применением соответствующего федерального закона [1]. Это возможно при возникновении обстоятельств, угрожающих основам конституционного строя, интересам общества, национальной безопасности и обороны страны. Свобода передвижения является не абсолютной, так как Конституция РФ (ч. 3 ст. 55) позволяет ее ограничить федеральным законом и конкретными законодательными нормами. В тоже время необоснованно требование о введении отдельного закона, ограничивающего возможности передвижения на территории, на которой существует угроза чрезвычайного положения. Поэтому некоторые эксперты призвали к следованию нерушимости прав и свобод, соблюдению прав по выражению гражданской позиции, получению информации, но в исключительных случаях введения ограничений.

Таким образом, нарушения прав пожилых граждан были во всех странах, независимо от размеров территории, уровня социально-экономического развития, степени развитости законодательно-правовой системы и гражданского общества вследствии стихийности распространения COVID-19 и не типичности сложившихся обстоятельств.

Рассмотрим влияние вакцинации от коронавируса на состояние здоровья пожилых граждан в зарубежных странах и России. С начала пандемии тема вакцинации в обществе приобрела негативный оттенок, основанный на конспирологических теориях. Но со временем таковое мнение исчезло, так как проведённые исследования доказали обратное. Впервые результаты исследований о влиянии вакцинации на здоровье граждан старшего возраста опубликовали журналы Natura и Lancet, которые высоко оценили эффективность применения российской вакцины «Спутник V» [6]. В целом в зарубежных исследования и средствах массовой информации не нашлось доказательств пагубного влияния вакцинации на лиц старшего возраста. А инциденты, связанные с летальными исходами, стали следствием общественного давления, некомпетентного подхода медицинских работников и пренебрежения некоторых граждан к собственному здоровью. Подтверждением давления общественного мнения на принятие решений о вакцинировании российскими гражданами старше 65 лет является статистика: в октябре 2021 года вакцинацию прошли только 42 % [4], хотя уровень статистических показателей по вакцинированию в этой возрастной группе мог быть выше.

Злободневной стала тема вакцинации, базирующаяся на фейковой информации и конспирологических теориях. Многие противники вакцинации высказывали мнение о том, что вакцинирование от коронавирусной инфекции является неправомерным. Дискуссия обострилась при обсуждении введения процедуры обязательной вакцинации. Рассматривая правовую основу правомерности вакцинации, необходимо указать на ст.5 Федерального закона от 17.09.1998 № 157-ФЗ «Об иммунопрофилактике инфекционных болезней», содержащую норму о правах и обязанностях граждан при осуществлении иммунопрофилактики. Законодатель предусмотрел возможность отказа от прививок, но предусмотрел последствия отказа от прививки: это запрет на выезд и въезд в страны, отказ в посещении образовательных организаций и оздоровительных учреждений, приеме на работу [3]. В постановление Правительства РФ от 01.12.2004 № 715 «Об утверждении перечня социально значимых заболеваний и заболеваний, представляющих опасность для окружающих» внесена и коронавирусная инфекция (см. изменения в соответствии с Постановлением Правительства от 31.01.2020 № 66) [2, с. 31]. Действительно, с одной стороны, вакцинация от коронавируса не была включена в национальный календарь профилактических прививок и календарь профилактических прививок по эпидемическим показаниям. Но, с другой стороны, в Федеральном законе «Об иммунопрофилактике

инфекционных болезней» (ч. 3) есть примечание о следовании предписаниям медицинских работников, включая вакцинацию. В тоже время в Конституции РФ (ч. 3 ст. 55) установлено, что ограничение прав граждан осуществляется в той степени, при которой возникает угроза их здоровью. Таким образом, вакцинация от коронавируса является правомерной на основании конституционных норм, федеральных законов, постановлений Правительства РФ и других нормативно-правовых актов.

Результаты эмпирического исследования в целом подтверждают теоретические выводы автора статьи. Участниками полуструктурированного интервью стали граждане пенсионного возраста (мужчины и женщины) от 65 до 69 и соответственно от 65 до 75 лет. Из 12 участников трое отказались от прохождения вакцинации по личным убеждениям и их жизненному опыту: «Прежде всего у меня есть своя голова на плечах. Я доверяю лишь себе. За долгую жизнь я убедился, что, если просишь у кого-то совета, лучше подумать дважды, чтобы его использовать. Именно поэтому я и не ставлю прививку, потому что я так решил» (мужчина, 69 лет, пенсионер, вдовец, высшее образование уровня специалитета, есть 3 детей, проживает один в Екатеринбурге, квартире; семья владеет 4 квартирами, загородным домом, земельным участком, материально обеспечен, семья может позволить дорогостоящий отпуск и покупку автомобиля; источники дохода – зарплата 50 %, пенсия 50 %). Другой респондент высказался следующим образом: «У меня свое личное мнение. Никто меня ни в чем не убедит» (женщина, 68 лет, пенсионер, замужем, среднее профессиональное образование, есть 2 детей, с ней проживает два человека, в Челябинске, квартире; семья владеет квартирой, на ежедневные расходы хватает; источник дохода – пенсия 100 %). На вопрос о нарушениях прав в связи с отсутствием прививки большая часть респондентов ответила, что права не нарушались. Однако были весьма интересные и нетипичные ответы: «Мои права ограничены очень сильно сейчас. И все лишь из-за того, что я не вакцинировался, что я не пошёл за всеми. Даже в торговый центр не зайти без QR-кода. Ужас! (очень возмущённо)» (мужчина, 69 лет, пенсионер, вдовец, высшее образование уровня специалитета, есть 3 детей, проживает один в Екатеринбурге, квартире; семья владеет 4 квартирами, загородным домом, земельным участком, материально обеспечен, семья может позволить дорогостоящий отпуск и покупку автомобиля; источники дохода – зарплата 50 %, пенсия 50 %).

В приведенных высказываниях респондентов можно заметить ассертивность или навык уверенности в себе, умение самостоятельно регулировать свое поведение, отвечать за него вне зависимости от оценок и влияния других людей. Решения отказаться от вакцинации у такой категории граждан не зависели от общественного мнения, близких людей и других факторов. В тоже время большинство участников интервью, прошедших вакцинацию, приняло решение, исходя из необходимости прохождения процедуры иммунопрофилактики и мнения ближнего окружения. Часто встречалась позиция, что все знакомые и родственники «голосуют» за прививку и вакцинацию. Соответственно респонденты ответственно и основательно приняли решение о прохождении вакцинации: «Вакцинацию я прошел весной в марте. Недавно ревакцинировался. Вот буквально на днях. Единственное, что перед вакцинацией проходил медосмотр, поскольку возраст сами понимаете» (мужчина, 67, лет руководитель структурного подразделения в дирекции на железной дороге, женат, среднее профессиональное образование, есть 2 детей, с ним проживает один человек, в Екатеринбурге, квартире; семья владеет квартирой, машиной, садовым участком, материально обеспечен, семья может позволить дорогостоящий отпуск и покупку автомобиля; источники дохода – зарплата 60 %, пенсия 40 %). Выявились респонденты, которые развеяли миф о пагубном вреде прививки и подчеркнули ее важность: «Прививку поставила еще летом, когда лежала в больнице, по совету врача. Когда видела людей нашего возраста, которые болеют, я решила: себя сберечь. Буду ставить повторную прививку. Потому что когда месяц назад я болела ковидом, было очень тяжело. Поражение легких 75 %, кислородные баллоны ставили. Врач сказал, что только прививка меня и спасла» (женщина, 70 лет, вдова, пенсионер, среднее профессиональное образование, проживает одна

в квартире, в Екатеринбурге, доход – пенсия, на ежедневные расходы хватает, но покупка одежды уже представляет трудности).

Обобщая мнения респондентов, нужно еще раз подчеркнуть важность прохождения вакцинации, так как именно благодаря ей, некоторые из опрошенных смогли справиться с коронавирусной инфекцией и выздороветь.

Анализ научных трудов, статистических данных, материалов интервью позволил выявить характерные проблемы не только для Свердловской области, и Российской Федерации, но и многих стран мира.

1. Система мер, разработанных в целях противодействия распространения коронавирусной инфекции, включающая локдауны и режимы самоизоляции, привела к социальной изоляции граждан старшего поколения.

2. Вакцинация от коронавируса является необходимой и важной процедурой, позволяющей защитить здоровье и не несущей вреда для людей пожилого возраста;

3. Дискуссия вокруг темы о прохождении вакцинации продолжается, так как существуют мнения, как «за», так и «против». Сторонниками вакцинирования являются государственные институты власти, некоторые общественные объединения, медицинские организации. На принятие решения о вакцинировании очень влияет ближайшее окружение (семья, друзья и коллеги).

4. Решение ситуации с нарушениями прав пожилых людей остается незавершенной, поскольку сама проблема остается в обществе: а именно, возрастная принадлежность как дискриминирующий фактор, несмотря на введение процедуры вакцинации, наличия системы лечения, применения конкретных препаратов, снижения уровня распространения инфекции.

Для разрешения выявленной проблемы и снижения уровня нарушений прав пожилых граждан предлагается следующее.

1. Учитывать лучшие практики зарубежных стран, где есть понимание о необходимости контактов людей пожилого возраста, находящихся на самоизоляции, с окружающими и внешней средой.

2. Рекомендуется исполнительным органам государственной власти, общественным объединениям и медицинским учреждениям усилить просветительскую деятельность по прохождению вакцинации граждан старшего возраста. При этом желательно акцентировать внимание на состоянии здоровья людей, желающих поставить вакцину во избежание рисков, включая смерть.

3. Учитывая выявленные проблемы, нужно на государственном уровне рассматривать нарушения прав граждан старшего поколения, освещать итоги обсуждений в СМИ и в гражданском обществе. Целесообразно создать реестр нарушений для предотвращения таковых в будущем.

4. Желательно расширить практику обучения граждан пожилого возраста информационно-коммуникационным технологиям. Возраст не должен становится фактором для дискриминации граждан, поскольку это преступление против здоровья, морально-нравственных и правовых норм.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // СПС Консультант-Плюс. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 02.04.2022).

2. Масляков В. В., Портенко Н. Н., Павлова О. Н. Вакцинация от коронавируса: правовые вопросы // Административное право и практика администрирования. 2020. № 3. DOI: 10.7256/2306-9945.2020.3.33965

3. Об иммунопрофилактике инфекционных болезней: Федеральный закон от 17.09.1998 № 157-ФЗ // СПС Консультант-Плюс. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_20315/ (дата обращения: 02.04.2022).

4. Отчет о текущей ситуации по борьбе с коронавирусом //Коммуникационный центр Правительства Российской Федерации. Режим доступа: https://xn--80aesfpebagmfblc0a.xn--p1ai/ai/doc/1092/attach/2021-10-15_coronavirus_government_report_compressed.pdf (дата обращения: 02.04.2022).

5. Социальные последствия пандемии COVID-19 и инклюзивность // Дайджест подготовлен Департаментом международного и регионального сотрудничества. Режим доступа: https://ach.gov.ru/upload/pdf/Covid-19-inclusion.pdf (дата обращения: 02.04.2022).

6. Montalti M. et al., ROCCA observational study: Early results on safety of Sputnik V vaccine (Gam-COVID-Vac) in the Republic of San Marino using active surveillance// EClinical Medicine. 2021. DOI: https://doi.org/10.1101/2021.05.03.21256509

7. Munuera Gómez M., Larrieux M. E. B. Legal protection of the rights of older persons against ageism // Age of Human Rights Journal. 2018. № 10. Pp. 42-63. DOI: 10.17561/tahrj. n10.3

8. Hopf S., Walsh K., Flynn E., Georgantzi N. The relationship between ageism and well-being as mediated through covid-19-related experiences and discourses. – International Journal of Environmental Research and Public Health. 2021. Vol. 18 (19). Pp. 490. DOI: 10.3390/ijerph181910490 (дата обращения: 02.04.2022).

Y. Grigorenko

ENSURING THE RIGHTS OF ELDERLY CITIZENS IN CONDITIONS OF RESTRICTIONS DURING THE PANDEMIC: REGIONAL AND ALL-RUSSIAN ASPECTS

Abstract

The article deals with ensuring the rights of elderly citizens in conditions of restrictions imposed to counter the spread of COVID-19. On the basis of the results of the research carried out at the request of the Office of the Human Rights Ombudsman in Sverdlovsk region the author of the article reveals the key problems which resulted in the violation of the rights of elderly citizens. These include restrictions on movement, the dismissive attitude of some medical workers toward the need to treat elderly citizens, as in their opinion such treatment seemed pointless. Finally, an ambiguous expert evaluation of the impact of the vaccine on the health of senior citizens. The author proves that during the pandemic a paradoxical characteristic of public consciousness emerged: the topic of the advisability of vaccinating senior citizens became a matter of debate, due to divergent expert opinions on the safety of the vaccine for this age group. At the same time, the age factor has become fundamental to such seemingly inviolable and non-negligible constitutional rights of citizens as the right to medical examination, medical care, and freedom of movement. The article also presents the results of a study of the situation regarding the legal status of senior citizens in the Sverdlovsk region, the Russian Federation, and abroad. It is established that there are problems of observing guarantees of the rights of senior citizens during the pandemic in different countries. In the conclusion the author proposes recommendations aimed at improving the observance of the legal status of senior citizens in the conditions of counteraction to the spread of pandemic COVID-19. The study used such methods as analysis of theoretical literature, normative legal acts, statistics, sociological research (with semi-structured interview).

Keywords: rights, violations, elderly citizens, COVID-19 pandemic, health, vaccination.

УДК 351.75

Т. И. Касьянова, А. В. Мальцев, С. А. Чаликов

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ COVID-19 КАК ФАКТОР КОРРЕКТИРОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ДЕЙСТВИЙ ОРГАНОВ ПУБЛИЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация

Цель исследования анализ социально-психологических последствий пандемии COVID-19 по данным публикаций иностранных исследователей. Отмечают снижение качества жизни; осложнения в семье и вопросы управления временем; тенденцию повышения смертности. Особенно значимо влияние пандемия на психологическое здоровье. Зафиксированы типичные реакции на стресс, психологические расстройства, усиление депрессии, бессонница, ночные кошмары. Усиливают негативное влияние одиночество; снижение социального взаимодействия; изоляция; ограничение движения и активности. Особенно стрессова изоляция для молодых людей, женщин, безработных и людей с низким доходом. Как положительные последствия оценены инициативы солидарности, сопереживания и коллективной заботы. Предлагаются пути для формирования совладающего поведения. Учет социально-психологических последствий COVID-19 необходим для корректировки управленческих действий органов публичного управления.

Ключевые слова: пандемия COVID-19, социальные и психологические последствия, стресс, негативные факторы, социальные группы.

Пандемия COVID-19 привела к беспрецедентным социальным потрясениям с широким спектром последствий для индивидуальных свобод, экономики, физического и психического здоровья. Пандемия создала уникальные и плохо охарактеризованные проблемы для всех людей [8; 9; 14; 17].

Цель данного исследования − анализ социально-психологических последствий пандемии COVID-19 по данным публикаций иностранных исследователей. Всего изучено около 300 статей в базе данных Scopus датированных 2020-2021 г., в их числе исследовательские и обзорные статьи.

Методы. Большинство исследований построено на основании использования онлайн-опросов различных групп населения. Вопросы онлайн-анкет, в основном касались отношения респондентов к самой пандемии и сопровождающим ее изменениям. Изучение самочувствия проводилось на основе самонаблюдения респондентов. Выборки исследований разнообразны: случайные; специфические: студенты (наиболее доступная группа); медицинские работники (группа риска); полицейские; родители; супруги; специфические группы риска (курильщики и алкогольно- и наркозависимые). Географический охват достаточно широк, это европейские страны: Великобритания, Австрия, Испания; а также США, Китай, Бразилия Израиль.

Результаты и обсуждение. Многие исследователи рассматривают влияние COVID-19 в рамках реакции на стресс. Фиксируются фазы стресса (отказ, гнев, принятие, поиск новой нормы) [1; 23; 27; 29]. При этом пандемия COVID-19 вызвала и усугубила такие факторы стресса как потеря работы, плохое психическое здоровье [8; 11; 29; 31].

Отмечены серьезные *социальные последствия* пандемии COVID-19: снижение качества жизни; осложнения в семье и вопросы управления временем; тенденция повышения смертности в результате самоубийств; суицидальное поведение; стигматизация; ксенофобии и рост преступлений на почве ненависти и ксенофобии [8; 17; 27; 31]. Фиксировалось игнорирование угрозы заражения, социального дистанцирования и других мер профилактики [12; 18]. Исследователи отмечают у респондентов беспокойство по поводу личных социально-экономических последствий. При этом неопределенности и социальные потрясения усугубляют политические разногласия в обществе [16]. Пандемия COVID-19 усилила межнациональную рознь. Так реакция населения США на болезнь, учитывая ее

© Касьянова Т. И., Мальцев А. В., Чаликов С. А., 2022

происхождение в Китае, повлияла на отрицательное и даже враждебное отношение к этой национальной группе населения [3; 17].

Особенно значимо *влияние пандемия COVID-19 на психологическое и физическое здоровье.* Исследованиями выявлены психологические расстройства, беспокойство, гнев, грусть, страх, ужас, неуверенность и отчаяние, генерализованные тревожные расстройства, соматизация, усиление депрессии, бессонница, ночные кошмары, увеличение психопатологической нестабильности пациентов, увеличение прокрастинации [2; 7; 9; 13; 22; 23; 27; 31]. Так исследование 122 миллионов твитов только за год в социальных сетях в США позволило авторам ассоциировать информацию страха и морализаторства как «психологическую эпидемию» [1].

К факторам, усиливающим негативное влияние пандемии относят одиночество; снижение социального взаимодействия, социальная изоляция и ее нейрокогнитивная основа [1; 5; 7; 13; 18; 21; 22; 31]. Данные, полученные в разных странах, ясно показали, что воспринимаемая социальная изоляция может быть самой серьезной угрозой для выживания [5]. Во многих исследованиях выявлены разрушительные последствия карантина как профилактической меры в борьбе с COVID-19 для психического и социального здоровья людей [27; 31].

Негативно влияет ограничение движения и активности [7; 22] Отмечено моральное отчуждение, дегуманизации и межгрупповое злорадство. Межгрупповая угроза может привести к насилию. К значимым негативными факторами отнесены: повышенный уровень неопределенности; изменения в занятости; рост безработицы [29]. Социальные сети могут сыграть пагубную роль, т. е. отрицательно влиять на самочувствие разных групп населения [2; 19].

Больные в состоянии стресса и социальной изоляции чаще прибегали к употреблению психоактивных веществ, алкоголя [13; 21; 27; 29]. На увеличенное употребления алкоголя как мотив выживания в период пандемии свидетельствуют данные европейских и американских исследований [4; 13; 27]. Исследователи из США отмечают, что запойные пьяницы увеличили потребление алкоголя во время пандемии больше (60 %), чем непьющие (28 %) [29]. Отмечены и более тяжелые степени употребления алкоголя [28]. Алкоголь может быть катализатором использования карательного воспитания для родителей [30]. Исследования в Китае показало, что в целом 30,1 % курильщиков стали больше курить, а 11,3 % пьющих увеличили потребление алкоголя. Однако китайские исследователи пришли к выводу что уровень распространенности психических расстройств среди населения Китая относительно низок на втором месяце пандемии COVID-19 [23]. Это вполне объяснимо более благоприятной эпидемической обстановкой в этой стране в сравнении с другими странами мира.

Как *реагировали на пандемию представители разных социальных групп?* Изоляция особенно стрессова для детей и молодых людей (младше 35 лет) [6; 18; 21; 22]. Отмечено усиление стрессовых реакций у женщин, безработных и людей с низким доходом. [22]. Люди, живущие в бедности, больше страдают с точки зрения их экономического положения и положения с занятостью, а также психических расстройств [15; 22]. В туземных обществах пандемия активизировала исторические страхи, связанные с насилием прошлого [24]. Вместе с тем выявлено, что консервативные люди чувствовали себя более комфортно [3]. Учителя, которые представили свою профессиональную самоидентификацию как коллективную, а не как личную, оказались более позитивно настроены в отношении трудностей, вызванных пандемией [25].

Не удивительно, что среди медицинских работников фиксировали наличие бессонницы, тревоги, депрессии, соматизации и обсессивно-компульсивных симптомов поскольку на них был повышенный «груз» профессиональной ответственности. Однако европейские исследования показали, что во время пандемии медицинские работники продемонстрировали меньшее бремя психических расстройств по сравнению с населением в целом [20].

Исследования выявили и *наиболее уязвимые группы*. Так пандемия создала уникальные и плохо охарактеризованные проблемы для людей с расстройствами, связанными с употреблением опиоидов [8; 21]. Психическое здоровье пожилых людей находится под угрозой во время пандемии. Пожилые женщины демонстрировали худшие показатели психического здоровья [10]. Люди, живущие в бедности, нуждаются в большей поддержке и получают ее [6]. По сравнению с развитыми странами сильно пострадали развивающиеся страны и бедные страны, такие как африканские страны с ослабленными структурами здравоохранения [5]. В целом ключевое значение в реагирование на ситуацию имеет социально-экономический статус [15]. Конечно, последствия в значительной степени зависели от региона страны, статуса занятости, соблюдения мер и согласия с изоляцией, значим также стаж заражения, уровень стресса.

В отдельных исследованиях отмечены и *положительные последствия пандемии.* Раскрывались инициативы солидарности, сопереживания и коллективной заботы как стратегии выживания [15]. Отмечено улучшение отдельных симптомов физического здоровья. Так у сотрудников гостиничного бизнеса в США и Великобритании после карантина, психологическое здоровье ухудшилось, но физическое самочувствие (то есть симптомы и сон) улучшилось [11]. Самыми действенными в защите от инфекции работников особо важных и непрерывных производств в некоторых случаях были меры психологической поддержки [26].

По результатам исследований рассматриваются *пути для формирования совладающегося поведения.* На основании исследований в 67 странах сделан вывод о важности укрепление доверия к официальной информации, в основном это связано с необходимостью уменьшения влияния дезинформации и теорий заговора [12]. Необходимы более эффективные меры для контроля качества и распространения медицинской информации на платформах социальных сетей [2]. Важно внедрение разнообразных механизмов социального обучения, которые заставляют людей принимать разные точки зрения и модели поведения [16]. Необходимы эффективные стратегии вмешательств. Чтобы хорошо справиться с пандемией, необходимо привлечь общественность как зрелых партнеров [18; 26]. Значимы действия на уровне семьи и школы [6]. Важен поиск разнообразных вариантов занятости.

Ученые предполагают необходимость продвижения дополнительных исследований по данным проблемам. Учет социально-психологических последствий COVID-19 необходим для корректировки управленческих действий органов публичного управления.

Библиографический список

1. Aiello L. M., Quercia D., Zhou K., Constantinides M., Šćepanović S., Joglekar S. How epidemic psychology works on Twitter: evolution of responses to the COVID-19 pandemic in the U.S. // Humanities and Social Sciences Communications. 2021. Vol. 8. No. 179. DOI: 10.1057/s41599-021-00861-3

2. Al-Amad S. H., Hussein A. Anxiety among dental professionals and its association with their dependency on social media for health information: insights from the COVID-19 pandemic // BMC Psychology. 2021. Vol. 9. No. 9. DOI: 10.1186/s40359-020-00509-y

3. Boykin K., Brown M., Macchione A.L., Drea K.M., Sacco D.F. Noncompliance with Masking as a Coalitional Signal to US Conservatives in a Pandemic // Evolutionary Psychological Science. 2021. Vol. 7. Pp. 232-238. DOI: 10.1007/s40806-021-00277-x

4. Buckner J. D., Lewis E. M., Abarno C. N., Morris P. E., Glover N. I., Zvolensky M. J. Difficulties with emotion regulation and drinking during the COVID-19 pandemic among undergraduates: the serial mediation of COVID-related distress and drinking to cope with the pandemic // Cognitive Behaviour Therapy. 2021. Vol. 50. No. 4. Pp. 261-275. DOI: 10.1080/16506073.2020.1861084

5. Bzdok D., Dunbar R. I. M. The Neurobiology of Social Distance // Trends in Cognitive Sciences. 2020. Vol. 24. Iss. 9. Pp. 717-733. DOI: 10.1016/j.tics.2020.05.016

6. Cachón-Zagalaz J., Sánchez-Zafra M., Sanabrias-Moreno D., González-Valero G., Lara-Sánchez A.J., Zagalaz-Sánchez M.L. Systematic Review of the Literature About the Effects of the COVID-19 Pandemic on the Lives of School Children // Frontiers in Psychology. 2020. Vol. 11. No. 569348. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.569348

7. Chtourou H., Trabelsi K., H'Mida C., Boukhris O., Glenn J. M., Brach M., Bentlage E., Bott N., Jesse Shephard R., Ammar A., Luigi Bragazzi, N. Staying physically active during the quarantine and self-isolation period for controlling and mitigating the covid-19 pandemic: A systematic overview of the literature // Frontiers in Psychology. 2020. Vol. 11. No. 1708. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.01708

8. Cowan E., Khan M. R., Shastry S., Edelman E. J. Conceptualizing the effects of the COVID-19 pandemic on people with opioid use disorder: an application of the social ecological model // Addiction Science and Clinical Practice. 2021. Vol. 16. No. 4. DOI: 10.1186/s13722-020-00210-w

9. de Freitas Melo C., de Almeida A.M.B., Lins S.L.B., de Aquino S.D., Costa, I.M., Morais, J.C.C. Giving Meaning to the Pandemic: What Do Brazilians Think About the New Coronavirus? // Trends in Psychology. 2021. Vol. 29. Pp. 395-413. DOI: 10.1007/s43076-021-00078-y

10. Ferreira H. G. Gender differences in mental health and beliefs about Covid-19 among elderly internet users // Paideia. 2021. Vol. 31. No. e3110. DOI: 10.1590/1982-4327e3110

11. Grandey A. A., Sayre G. M., French K. A. "A blessing and a curse": Work loss during coronavirus lockdown on short-term health changes via threat and recovery // Journal of occupational health psychology. 2021. Vol. 26. No. 4. Pp. 261-275. DOI: 10.1037/ocp0000283

12. Gualda E., Krouwel A. Palacios-Gálvez, M., Morales-Marente, E., Rodríguez-Pascual, I., García-Navarro E. B. Social Distancing and COVID-19: Factors Associated With Compliance With Social Distancing Norms in Spain // Frontiers in Psychology. 2021. Vol. 12. No. 727225. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.727225

13. Horigian V. E., Schmidt R. D., Feaster D. J. Loneliness, Mental Health, and Substance Use among US Young Adults during COVID-19 // Journal of Psychoactive Drugs. 2021. Vol. 53. No. 1. Pp. 1-9. DOI: 10.1080/02791072.2020.1836435

14. Keshky M. E. S., Basyouni S. S., Al Sabban A. M. Getting Through COVID-19: The Pandemic's Impact on the Psychology of Sustainability, Quality of Life, and the Global Economy – A Systematic Review // Frontiers in Psychology. 2020. Vol. 11. No. 585897. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.585897

15. Krumer-Nevo M., Refaeli T. COVID-19: A poverty-aware perspective // American Journal of Orthopsychiatry. 2021. Vol. 91. Iss. 3. Pp. 423-431. DOI: 10.1037/ort0000566

16. Kuznar L. A. A tale of two pandemics: evolutionary psychology, urbanism, and the biology of disease spread deepen sociopolitical divides in the U.S. // Humanities and Social Sciences Communications. 2021. Vol. 8. No. 42. DOI: 10.1057/s41599-021-00719-8

17. Lantos D., Molenberghs P. The neuroscience of intergroup threat and violence // Neuroscience and Biobehavioral Reviews. 2021. Vol. 131. Pp. 77-87. DOI: 10.1016/j.neubiorev.2021.09.025

18. Loades M. E., Chatburn E., Higson-Sweeney N., Reynolds S., Shafran R., Brigden A., Linney C., McManus M.N., Borwick C., Crawley E. Rapid Systematic Review: The Impact of Social Isolation and Loneliness on the Mental Health of Children and Adolescents in the Context of COVID-19 // Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry. 2020. Vol. 59. Iss. 11. Pp. 1218-1239. DOI: 10.1016/j.jaac.2020.05.009

19. Lucibello K. M., Vani M. F., Koulanova A., deJonge M. L., Ashdown-Franks G., Sabiston C.M. quarantine15: A content analysis of Instagram posts during COVID-19 (2021) Body Image, 38. Pp. 148-156. DOI: 10.1016/j.bodyim.2021.04.002

20. Morawa E., Schug C., Geiser F., Beschoner P., Jerg-Bretzke L., Albus C., Weidner K., Hiebel N., Borho A., Erim Y. Psychosocial burden and working conditions during the COVID-19 pandemic in Germany: The VOICE survey among 3678 health care workers in hospitals //

Journal of Psychosomatic Research. 2021. Vol. 144. No. 110415. DOI: 10.1016/j.jpsychores.2021.110415

21. Papp L. M., Kouros C. D. Effect of COVID-19 disruptions on young adults' affect and substance use in daily life // Psychology of Addictive Behaviors. 2021. Vol. 35. No. 4. Pp.391-401. DOI: 10.1037/adb0000748

22. Pieh C., Budimir S., Probst T. The effect of age, gender, income, work, and physical activity on mental health during coronavirus disease (COVID-19) lockdown in Austria // Journal of Psychosomatic Research. 2020. Vol. 136. No. 110186. DOI: 10.1016/j.jpsychores.2020.110186

23. Ren Y., Qian W., Li Z., Liu Z., Zhou Y., Wang, R., Qi, L., Yang, J., Song, X., Zeng, L., Zhang, X. Public mental health under the long-term influence of COVID-19 in China: Geographical and temporal distribution // Journal of Affective Disorders. 2020. Vol. 277. Pp. 893-900. DOI: 10.1016/j.jad.2020.08.045

24. Sawaia B. B., Albuquerque R., Busarello F. R. The pandemic isolation paradox according to the indigenous people satere-mawe/am // Psicologia e Sociedade. 2020. Vol. 32. No. e020010. DOI: 10.1590/1807-0310/2020V32240300

25. Spicksley K., Kington A., Watkins M. "We Will Appreciate Each Other More After This": Teachers' Construction of Collective and Personal Identities During Lockdown // Frontiers in Psychology. 2021. Vol. 12. No. 703404. DOI: 10.3389/fpsyg.2021.703404

26. Steinbach A. L., Kautz J., Korsgaard M. A. Caring for their own: How firm actions to protect essential workers and CEO benevolence influenced stakeholder sentiment during the COVID-19 pandemic // Journal of Applied Psychology. 2021. Vol. 106. Iss. 6. Pp. 811-824. DOI: 10.1037/apl0000928

27. Taylor S., Paluszek M. M., Rachor G. S., McKay D., Asmundson, G.J.G. Substance use and abuse, COVID-19-related distress, and disregard for social distancing: A network analysis // Addictive Behaviors. 2021. Vol. 114. No. 106754. DOI: 10.1016/j.addbeh.2020.106754

28. Vujanovic A. A., Lebeaut A., Leonard S. Exploring the impact of the COVID-19 pandemic on the mental health of first responders // Cognitive Behaviour Therapy. 2021. Vol. 50. No. 4. Pp. 320-335. DOI: 10.1080/16506073.2021.1874506

29. Weerakoon S. M., Jetelina K. K., Knell G. Longer time spent at home during COVID-19 pandemic is associated with binge drinking among US adults // American Journal of Drug and Alcohol Abuse. 2021. Vol. 47. No.1. Pp. 98-106. DOI: 10.1080/00952990.2020.1832508

30. Wolf J. P., Freisthler B., Chadwick C. Stress, alcohol use, and punitive parenting during the COVID-19 pandemic // Child Abuse and Neglect. 2021. Vol. 117. No. 105090. DOI: 10.1016/j.chiabu.2021.105090

31. Zakeri M. A., Maazallahi M., Ehsani V., Dehghan M. Iranian psychosocial status during and after COVID-19 outbreak mandatory quarantine: A cross-sectional study // Journal of Community Psychology. 2021. Vol. 49. No. 7. Pp. 2506-2516. DOI: 10.1002/jcop.22647

T. Kasyanova, A. Maltsev, S. Chalikov

SOCIO-PSYCHOLOGICAL CONSEQUENCES OF COVID-19 AS A FACTOR OF ADJUSTMENT OF MANAGERIAL ACTIONS OF PUBLIC ADMINISTRATION BODIES

Abstract

The purpose of the study is to analyze the socio-psychological consequences of the COVID-19 pandemic according to the publications of foreign researchers. They note a decrease in the quality of life; family complications; time management issues; a trend of increasing mortality. The pandemic has had an especially significant impact on psychological health. Typical reactions to stress, psychological disorders, increased depression, insomnia, nightmares were recorded. Strengthen the negative impact of loneliness; reduced social interaction; insulation; restriction of movement and activity. Lockdown was especially stressful for young people, women, the unemployed and people with low incomes. Initiatives of solidarity, empathy and collective care were assessed as positive consequences. Ways for the formation of coping behavior are proposed. Taking into account the socio-psychological consequences of COVID-19 is necessary to adjust the management actions of public administration bodies.

Keywords: COVID-19 pandemic, social and psychological consequences, stress, negative factors, social groups.

УДК 316.4

Е. А. Коршунова, И. Е. Медведев

ИЗМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРАКТИК ЗДОРОВЬЕСБЕРЕЖЕНИЯ И ТРУДА В УСЛОВИЯХ ИНФОДЕМИИ И ПАНДЕМИИ COVID-19: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация

Цель исследования, результаты которого представлены в статье, изучить действия акторов, факторы, влияющие на изменение социальных практик здоровьесбережения и труда в условиях инфодемии и пандемии. Авторы статьи раскрывают понятие «социальные практики здоровьесбережения и труда». Выявляют факторы, влияющие на изменение социальных практик, особенно инфодемию, противодействующую позитивным изменениям в социальных практиках здоровьесбережения и труда. Доказывают, что изменениями социальных практик в сферах здоровьесбережения и труда можно управлять. Подтверждают теоретические выводы результатами социологического исследования с применением полуструктурированного интервью 50 респондентов, проживающих в Свердловской области. Предлагают рекомендации в адрес государственных органов Свердловской области, регулирующих деятельность по направлениям здравоохранения и социально-трудовых отношений. Используют методы анализа теоретической литературы, нормативно-правовых актов, социологического исследования.

Ключевые слова: инфодемия, пандемия, COVID-19, социальные практики, сфера труда, здоровьесбережение.

Человечество периодически переживает различные непредвиденные ситуации, которые создают множество угроз. В таких ситуациях люди испытывают чувство неопределенности при принятии решений, как на государственном, так и личностном уровнях. Ситуации, которые в настоящее время проживают россияне, относятся к таковым: с одной стороны, детерминированных, пандемией COVID-19, с другой, инфодемией. Цель исследования, результаты которого представлены в статье, это изучение изменений в социальных практиках здоровьесбережения и труда в условиях инфодемии.

Проблематика трансформации социальных практик привлекает как зарубежных, так и российских исследователей. Так, П. Бурдье рассматривает социальные практики как способность социальных субъектов проверять свои поведенческие акты на соответствие сложившимся представлениям об окружающей действительности. Эти практики определяют образ мыслей и поведения в соответствии с индикаторами доступного и недоступного, того, что «для нас» и «не для нас», тем самым заставляя приспосабливаться к настоящему и будущему [12, с. 278]. Представляет интерес определение, предложенное Т. И. Заславской: «Социальные практики, представляют собой конкретные формы функционирования общественных институтов, общей же формой реализации каждого института служит… совокупность соответствующих социальных практик» [3, с. 7]. М. А. Шабанова, развивая теоретические идеи П. Бурдье, акцентирует внимание на таких элементах социальных практик как действия акторов, их роли, степень свободы в реализации социальных и экономических позиций, а также объем и структура ресурсов, имеющихся у них [11, с. 12].

Да, социальные практики изменяются под влиянием конкретных факторов, результатами могут быть упорядоченность действий, норм поведения, эмоциональных реакций конкретных субъектов или рассогласование действий и норм поведения. Процессы, характерные для социальных практик, имеют разный характер: слабо управляемый и управляемый. Для повышения управляемости необходимо выстраивать взаимодействие его субъектов, используя различные методы, а также ненасильственно формировать новые представления, о чем – либо на основе информации и ее применению для решения

© Коршунова Е. А., Медведев И. Е., 2022

различных задач, в том числе нестандартных. Эти теоретические выводы применимы к понятию «социальные практики в институтах здоровьясбережения и социально-трудовых отношений», которые изменяются в условиях пандемии и инфодемии.

Рассмотрим относительно новое понятие «инфодемия», по своему смыслу аналогичное пандемии. С. Г. Давыдов дает следующее определение инфодемии: «Инфодемия – поток недостоверной и заведомо ложной информации, слухов, конспирологических теорий и т. д., сопровождающий пандемию» [2, с. 226]. Е. А. Михеев и Т. А. Нестик определяют это явление применительно к социальному институту здоровьясбережения: это переизбыток информации и преднамеренные попытки распространить ложную информацию, последствия которой могут выражаться в нанесении вреда физическому и психическому здоровью людей, снижению приверженности соблюдению мер общественного здравоохранения, а также в отказе от тестирования и иммунизации [7, с. 28]. Особый интерес представляют исследования, посвященные факторам, влияющим на восприятие дезинформации, которые можно классифицировать по следующим группам: 1) психологические факторы, оказывающие влияние на восприятие людей; 2) осознанные и неосознанные желания контролировать ситуацию, адаптироваться к неизвестной и пугающей ситуации. 3) оценочные суждения о состоянии конкретных сфер жизнедеятельности, качестве государственных, муниципальных и социальных услуг; уровень доверия к правительству, демократическим институтам, экспертам, прессе, статистике.

Стивен Сломан и Филип Фернбах акцентируют внимание на связи между восприятием информации и психологическими характеристиками личности: «Наша восприимчивость к информации или дезинформации зависит не столько от рациональной оценки её достоверности, сколько от нашей эвристичности или интуиции» [13, с. 304]. По мнению Ю. М. Ершова, «читатели слепо верят тому, что сообщает знакомый им источник, и склонны игнорировать информацию, которая транслируется по оппозиционным каналам» [5, с. 246]. Интересны выводы А. С. Архиповой, Д. А. Радченко, И. В. Козловой о защитной функции инфодемии: передача инфодемического нарратива друг другу отчасти помогает людям возвращать утраченное чувство контроля, а также адаптироваться к неизвестной пугающей ситуации [1, с. 237]. По мнению авторов статьи, в условиях нестабильности на восприятие гражданами информации особенно влияют факторы социально-политического характера: отсутствие доверия конкретных групп граждан к правительству, официальным СМИ; предположение, что статистическими данными манипулируют для получения экономической или политической выгоды. Прослеживается влияние социально-демографических факторов на восприятие информации (возраст, пол, место проживания, выбор информационных источников, восприятие информации как правдивой или ложной (фейковой). Так, по результатам исследований, проведенных ВЦИОМ в 2000-2019 годах, 45 % респондентов в возрасте от 18 до 24 лет, имеющих неполное и полное высшее образование, убеждены, что «почти всегда можно отличить достоверную информацию от недостоверной в СМИ и интернете». В тоже время только 33 % респондентов в возрасте от 60 лет и старше разделяют это утверждение. Предпочитают получать информацию из Интернета и социальных сетей практически все возрастные группы, но в возрасте от 60 лет и выше таких респондентов только 23 % [6].

Рассмотрим, действия акторов анализируемых социальных институтов, степень их свободы в формировании новых представлений и внедрении новых действий в условиях пандемии. В институтах здоровьясбережения и социально-трудовых отношений основными акторами стали государственные органы, действовавшие на основании Федерального закона № 68-ФЗ [9] и Федерального закона № 52-ФЗ [10]. Для ограничения распространения заболевания, вызванного вирусом COVID-19, было принято постановление Правительства РФ от 02.04.2020 г. № 417, регулирующее правила поведения граждан и организаций [8]. Сформировалась такая новая социальная практика как предоставление гражданам актуальной информации о реальной ситуации с коронавирусом в России и мире. Для этого

государственные органы оперативно организовывали ежедневный сбор, анализ статистических данных о количестве заболевших, выздоровевших, вакцинированных граждан и публиковали материалы на новом информационном ресурсе «СТОПКОРОНАВИРУС.РФ». Органы власти активизировали общение с гражданами, в том числе отвечая на вопросы о коронавирусе, разоблачая мифы о нем и негативных результатах вакцинирования. Для повышения доверия к официальной информации публиковались интервью экспертов - медиков. Такие действия органов власти необходимы в условиях пандемии и высокой степени неопределенности, так как нужно противодействовать ложным слухам, влияющим на отказ граждан от вакцинации. Потому что следствием отказов становится тяжелое течение болезни со смертельными исходами, бесконтрольное распространение вируса. Акторами института здоровьясбережения, конечно, являются медицинские работники, внедрившие в повседневную практику в период пандемии телемедицину. Как результат, люди, подвергшиеся влиянию ложной информации о возможных симптомах заболеваний, получали возможность консультаций на дому, избегая посещения поликлиники и рисков потенциального заражения. Новой практикой стало получение больничного листа в электронном виде. Среди граждан сформировались различные практики: 1) социальная практика противостояния, в том числе под влиянием инфодемии; 2) практика принятия установленных новых норм поведения: относительно ношения масок и вакцинирования в следствие представлений и убеждений граждан, в том числе под влиянием официальной информации. Приведем некоторые результаты эмпирического исследования, проведенного авторами. Большинство респондентов получали информацию о коронавирусе, полезности или вредности вакцинирования от близкого окружения, но с преобладанием информации из сети «Интернет» и социальных сетей: «Да, в наше время информация о вакцинации есть повсюду: в соцсетях, радио, реклама на ТВ, конечно, большую часть информации я получаю из социальных сетей» (Станислав, 20 лет, студент, образование общее среднее, проживает в г. Екатеринбурге). Несмотря на существующие противоречивые мнения в обществе об обязательном вакцинировании, почти все респонденты поставили прививку: «Я поставила прививку ещё до начала введения ограничений, меня они не коснулись, мои права не нарушались» (Наталья, 36 лет, секретарь, образование высшее, проживает в г. Екатеринбурге). Анализ интервью позволяет сделать вывод о том, что если граждане от 25-37 лет делали прививку добровольно в начале пандемии, то граждане от 18-25 лет в основном вынужденно поставили прививку, под меры, принятых для предупреждения распространения коронавирусной инфекции. Для граждан предпенсионного возраста главными источниками информации о вакцинировании и коронавирусе являются телевидение и близкое окружение (друзья, родственники, знакомые): «Я получаю информацию из таких источников как телевизор в большинстве случаев и от знакомых» (Ольга, 50 лет, юрист, образование высшее, проживает в г. Красноуральск). Большинство опрошенных граждане предпенсионного и пенсионного возрастов положительно относятся к вакцинированию. В тоже время те, кто не поставил прививку, не верят в пользу вакцины: «Не верю в вакцину. Возможно, в скором времени появится вакцина лучше, чем имеющаяся. Тогда и поставлю» (Ярослав, 69 лет, вдовец, пенсионер, образование высшее, проживает в г. Екатеринбурге). Таким образом, налицо закономерность: те, кто активно пользуется социальными сетями и получают информацию из непроверенных источников, настроены к вакцинированию отрицательно и не готовы принять предлагаемые меры государства.

В институте социально-трудовых отношений также проявилось влияние инфодемии, а также дезорганизация поведения работодателей и работников в виде отклонений от устоявшихся отношений. Об этом свидетельствует анализ докладов уполномоченных по правам человека в субъектах РФ. Так, в Ежегодном докладе Уполномоченного по правам человека в Свердловской области зафиксированы следующие нарушения в период пандемии: «С начала карантина было большое количество обращений от граждан в связи с нарушением их трудовых прав – от невыплаты заработной платы до увольнений. В ряде случаев

причиной обращения являлось неверное понимание категории нерабочих дней, обусловленных карантинным периодом, которые ошибочно отождествляли с праздничными и выходными днями, требуя за работу в период карантина повышенную оплату (*обращения № 20-13/916, 20-13/1948 и другие*)» [4, с. 30]. Выявились факты принудительных заявлений о предоставлении отпусков без сохранения заработной платы: при этом работодатели объясняли это сложившейся ситуацией с эпидемией коронавирусной инфекции. Они игнорировали Трудовой кодекс РФ, ст. 157: простой по причинам, не зависящим от работодателя и работника, оплачивается в размере не менее двух третей тарифной ставки, оклада, рассчитанном пропорционально времени простоя [4, с.23]. Ускорился процесс расширения удалённого режима работы, хотя глава 49.1 об особенностях регулирования труда дистанционных работников была включена в Трудовой кодекс РФ в 2013 году. Большинство работников приняли эту новую форму, но выявились некоторые проблемы. Так, респонденты среднего возраста отмечают изменения в графике работы, особенно при переводе в дистанционный формат: «Работу не меняла, изменился график работы, чтобы исключить большую загруженность и предотвратить возможное заражение. Чаще работу переводят в дистанционный формат» (Наталья, 36 лет, секретарь, образование высшее, проживает в г. Екатеринбурге). На вопрос о доходах преобладающее большинство респондентов отмечают изменения в связи с ограничениями: «Доход изменился только тогда, когда мы все находились дома какое-то время, вот тогда доход, естественно, изменился. Финансовые ограничения и трудности в связи с пандемией, я думаю, сейчас у всех» (Ольга, 47 лет, врач, образование высшее, проживает в г. Екатеринбурге). В тоже время у респондентов предпенсионного и пенсионного возраста не было выявлено серьезных изменений в графике работы, возникновении новых форм труда и доходах. Однако, были и те, у кого доход снизился: «Да, у мужа сократился доход, а у меня задержки по выплате ЗП» (Марина, 55 лет, главный бухгалтер, образование высшее, проживает в г. Красноуральск).

Социальные практики здоровьясбережения и социально-трудовых отношений россиян в период пандемии в определенной степени начали изменяться под влиянием конкретных представлений и информации. Появились иные нормы поведения, как способ адаптации к изменившимся практикам в сфере труда и здоровьесбережения. В условиях пандемии органы власти в соответствии со своими компетенциями устанавливали правила, использовали свои ресурсы. Граждане в условиях введенных ограничений соответственно по-разному воспринимали новые требования и изменяли индивидуальные практики, прежде всего под влиянием таких факторов, как возраст, уровень образования, место проживания, статус (работающий или пенсионер), степень доверия к власти, информации, вакцине. Учитывая накопленную практику в период пандемии, исполнительным органам государственной власти Свердловской области необходимо усилить работу по оперативному распространению обоснованной информации среди населения через социальные сети, информационные порталы на сайтах всех государственных учреждений. Это нужно для того, чтобы противодействовать дезинформации и расширить доступ к правдивой информации.

Библиографический список

1. Архипова. С., Радченко Д. А., Козлова И. В., Пейгин Б. С., Гаврилова М. В., Петров Н. В. Пути российской инфодемии: от WhatsApp до Следственного комитета // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 6. С. 231-265.

2. Давыдов С. Г. Двенадцать статей о девятнадцатом ковиде: первая волна исследований медиа и коммуникаций в условиях пандемии // Мониторинг. 2020. № 6 (160). С. 226.

3. Заславская Т. И. О субъектно-деятельностном аспекте трансформационного процесса // Кто и куда стремится вести Россию? Акторы макро-, мезо- и микроуровней современного трансформационного процесса / Под ред. Т. И. Заславской. М.: МВШСЭН. 2001. С. 7.

4. Ежегодный доклад Уполномоченного по правам человека в Свердловской области: 2020 / Т. Г. Мерзлякова. Екатеринбург: АМБ, 2021. 180 с.

5. Ершов Ю. М. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2018. № 52. С. 245-256.

6. Люди в цифре: эпоха «постправды»: всероссийские репрезентативные опросы ВЦИОМ 2000-2019 гг. Режим доступа: https://wciom.ru/presentation/prezentacii/ljudi-v-cifre-ehpokha-postpravdy

7. Михеев Е. А., Нестик Т. А. Психологические механизмы инфодемии и отношение личности к дезинформации о COVID-19 в социальных сетях // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2021. Т. 6. № 1 (21). С. 28.

8. Об утверждении Правил поведения, обязательных для исполнения гражданами и организациями при введении режима повышенной готовности или чрезвычайной ситуации: Постановление Правительства РФ от 02.04.2020 г. № 417. Режим доступа: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202004030046 (дата обращения: 19.03.2022).

9. О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера»: Федеральный закон № 68-ФЗ от 21.12.1994. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5295/ (дата обращения: 09.03.2022)

10. О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения: Федеральный закон от 30.03.1999 № 52-ФЗ. Режим доступа: https://base.garant.ru/12115118/ (дата обращения: 29.03.2022).

11. Шабанова М. А. О некоторых преимуществах интеграции экономического и социологического анализа институциональных изменений // Экономическая социология. 2006. Т. 7. № 4. С. 11-26.

12. Шугальский С. С. Социальные практики: интерпретация понятия // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 2. С. 276-279.

13. Sloman S., Fernbach P. The Knowledge Illusion. Why We Never Think Alone. Riverhead Books. 2017.

E. Korshunova, I. Medvedev

CHANGING THE SOCIAL PRACTICES OF HEALTH AND LABOR IN THE CONDITIONS OF THE INFODEMIC AND THE COVID-19 PANDEMIC: A REGIONAL ASPECT

Abstract

The purpose of the study, the results of which are presented in the article, is to study the actions of actors, as well as the factors influencing the change in social practices of health protection and labor in the context of an infodemic and pandemic. The authors of the article reveal the concept of "social practices of health saving and labor". The factors influencing the change in social practices are identified, especially the infodemic, which counteracts positive changes in the social practices of health protection and labor. They prove that changes in social practices in the areas of health and work can be managed. The theoretical conclusions are confirmed by the results of a sociological study using a semi-structured interview of 50 respondents living in the Sverdlovsk region. They offer recommendations to the state bodies of the Sverdlovsk region that regulate activities in the areas of healthcare and social and labor relations. They use the methods of analysis of theoretical literature, legal acts, sociological research.

Keywords: infodemic, pandemic, COVID-19, social practices, sphere of work, health care.

УДК 353.2

В. Д. Малкова

ПРОДВИЖЕНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА ЗА РУБЕЖОМ: АНАЛИЗ ПРАВОВЫХ ОСНОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ, УПРАВЛЕНЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ И ИНСТРУМЕНТОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация

Русский язык является средством этнокультурной и языковой самоидентификации граждан Российской Федерации, языком межнационального общения и важным инструментом взаимодействия с зарубежными государствами. Российское законодательство позволяет субъектам Российской Федерации самостоятельно проводить мероприятия по продвижению русского языка, используя различные правовые, финансовые и организационные механизмы. В статье рассмотрена деятельность органов власти, вузов и организаций Свердловской области по укреплению роли русского языка за рубежом, дана оценка используемым инструментам и ресурсам, а также рекомендации по совершенствованию технологии продвижения русского языка за рубежом Министерству международных и внешнеэкономических связей Свердловской области.

Ключевые слова: государственный язык, продвижение русского языка, внешняя политика Российской Федерации, культурная политика, управление в сфере культуры.

На сегодняшний день продвижение русского языка за рубежом составляет одну из основных задач органов государственной власти Российской Федерации. Управленческие решения, принимаемые в данной сфере, обусловлены необходимостью реализации единой внешней культурной и гуманитарной политики.

Концепция внешней политики Российской Федерации включает задачи по усилению роли России в мировом гуманитарном пространстве, распространению и укреплению позиций русского языка в мире, популяризации достижений национальной культуры и культурной самобытности народов России [22]. Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года выделяет одним из приоритетов государственной национальной политики Российской Федерации сохранение русского языка как государственного языка Российской Федерации и языка межнационального общения [21].

В рамках реализации государственной политики субъекты Российской Федерации имеют право самостоятельно реализовывать культурно-гуманитарные мероприятия по продвижению русского языка как национального и государственного за рубежом в рамках различных программ и проектов как федерального, так и регионального уровня.

Исполнительные органы государственной власти Свердловской области, в соответствии с Концепцией государственной поддержки и продвижения русского языка за рубежом, являются одним из основных субъектов, осуществляющих деятельность в данной сфере [6].

Российские исследователи большое внимание уделяют изучению нормативно-правовых и институциональных основ продвижения русского языка за рубежом: И. И. Скачкова [18], А. С. Бохан [2]. Д. В. Кадочников [5] и Л. В. Селезнева [17] проводят анализ инструментов внешней языковой политики Российской Федерации в контексте публичной дипломатии и концепции «мягкой силы». А. В. Полякова [10] исследует деятельность институтов, созданных на федеральном уровне, в задачи которых входят мероприятия по укреплению позиций русского языка за рубежом. Также изучаются механизмы продвижения русского языка за рубежом, используемые регионами. Так, Е. И. Васильева [3] представляет опыт Санкт-Петербурга и Республики Татарстан. Множество исследований посвящено описанию инструментов продвижения русского языка в высших учебных заведениях, в частности в государственных университетах: Т. П. Юрченко [25], С. М. Петрова [9].

© Малкова В. Д., 2022

Вместе с тем, отсутствуют комплексные работы о деятельности субъектов, продвигающих русский язык за рубежом, об используемых механизмах и ресурсах, в частности, Свердловской области. Именно потребностью в изучении этого теоретического аспекта и обусловлена *актуальность* настоящего исследования.

Объектом исследования выступают исполнительные органы государственной власти, высшие учебные заведения и организации Свердловской области. *Предмет исследования* – деятельность субъектов Свердловской области, осуществляющих продвижение русского языка за рубежом.

Цель исследования – оценить деятельность субъектов Свердловской области, осуществляющих продвижение русского языка за рубежом.

Задачи, решаемые в процессе исследования:

1. Выявить нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность исполнительных органов государственной власти Свердловской области по продвижению русского языка за рубежом.
2. Определить состав региональных субъектов, осуществляющих мероприятия по укреплению позиций русского языка за рубежом, рассмотреть их функции.
3. Оценить механизмы продвижения русского языка за рубежом и ресурсы, используемые названными субъектами.

Исследование проведено на основе общенаучных методов: обобщение и систематизация теоретических данных, содержащихся в научных трудах различных авторов, анализ нормативных правовых актов, сравнительный анализ применения механизмов публичного управления для поддержки и продвижения позиций русского языка за рубежом.

Результаты и обсуждение

На национальном уровне поддержка и сохранение русского языка как национального и государственного регулируются законами [4], федеральными законами [23, 24], указами Президента Российской Федерации [20], а также программными документами, принятыми на их основе.

Стратегия развития международных и внешнеэкономических связей Свердловской области на период до 2035 года определяет одним из основных инструментов реализации внешнеполитических интересов Российской Федерации деятельность государственных органов власти Свердловской области по распространению и поддержке русского языка за рубежом [12]. В регионе приняты две программы: комплексная программа Свердловской области «Поддержка соотечественников, проживающих за рубежом, на 2021–2025 годы» [11] и государственная программа «Развитие международных и внешнеэкономических связей Свердловской области до 2024 года» [13].

В реализации деятельности по сохранению и продвижению русского языка за рубежом заняты различные исполнительные органы государственной власти Свердловской области. Косвенно полномочия в данной сфере имеют Департамент внутренней политики Свердловской области [14] и Министерство культуры Свердловской области [8].

Министерство международных и внешнеэкономических связей Свердловской области – это исполнительный орган государственной власти Свердловской области, на который возложена координирующая роль в осуществлении международных и внешнеэкономических связей [19].

Министерство в рамках своих функций реализует государственную программу Свердловской области «Развитие международных и внешнеэкономических связей Свердловской области до 2024 года» [15]. Одной из задач указанной государственной программы является реализация мероприятий по поддержке соотечественников, проживающих за рубежом, в том числе усиление позиций русского языка среди соотечественников. Основным инструментом поддержки продвижения является проведение конкурса на предоставление субсидий из областного бюджета на поддержку соотечественников, проживающих за рубежом. В ходе конкурса определяется организация,

реализующая проект по продвижению русского языка за рубежом, которой будет оказана финансовая поддержка.

В регионе работает несколько НКО и организаций, одним из направлений деятельности которых является укрепление позиций русского языка и литературы за рубежом. Среди них АНО «Центр реализации студенческих проектов и программ», Фонд «Бажов», некоммерческое партнерство «Урал-Евразия» и др. Основными мероприятиями (или проектами), проводимыми НКО по данному направлению, являются экспертные семинары; поставки учебной и методической литературы; квест-игры. Финансирование указанных проектов осуществляется за счет благотворительных средств, средств региональных и федеральных грантовых программ, доходов НКО, получаемых от реализации услуг населению и использованию собственности организации [1].

Отдельным субъектом деятельности по продвижения русского языка за рубежом являются высшие учебные заведения, расположенные на территории Свердловской области. Вузы продвигают позиции русского языка за рубежом, организуя летние школы с иностранными студентами, участвуя в международной волонтерской программе «Послы русского языка в мире», открывая центры и подготовительные отделения русского языка для иностранных слушателей за рубежом на основании двусторонних соглашений, а также реализуя программы изучения русского языка за рубежом и образования на русском языке. В рамках реализуемых мероприятий руководство вузов обращается за поддержкой в Министерство. Сотрудники Министерства участвуют в мероприятиях вузов, оказывают содействие в привлечении дипломатов и зарубежных участников и получении вузами грантовой поддержки на ведение проектов, включают представителей вузов в составы официальных делегаций Свердловской области для визитов за рубеж.

Органы государственной власти Свердловской области ведут деятельность по продвижению русского языка за рубежом в соответствии с федеральным и региональным законодательством в рамках консолидированной политики по продвижению внешнеполитических интересов Российской Федерации. Основным координатором анализируемой деятельности в регионе является Министерство международных и внешнеэкономических связей Свердловской области, которое взаимодействует с региональными НКО и организациями. Министерство имеет ограниченный набор управленческих инструментов, что обусловлено определенным крутом правовых оснований и ресурсов, привлечение которого возможно в действующей системе государственного управления. В тоже время при наличии соответствующих правовых оснований Министерство сможет усилить результативность мероприятий по продвижению русского языка, благодаря инициированию собственных мероприятий по продвижению русского языка, взаимодействию с иными органами государственной власти региона, а также НКО и организациями, использованию регионального опыта по проведению разномасштабных интерактивных мероприятий с различной целевой аудиторией.

Библиографический список

1. Бажов в Казахстане // Благотворительный фонд «Бажов». Режим доступа: https://fond-bazhov.ru/campaign/bazhov-v-kazahstane/ (дата обращения: 03.02.2022).
2. Бохан А. С. Гуманитарная политика России на современном этапе // Проблемы постсоветского пространства. 2021. № 8 (1). С. 152-162.
3. Васильева Е. И. Практики социально-гуманитарного сотрудничества российских регионов с молодыми соотечественниками за рубежом // Научный результат. Социология и управления. 2020. Т. 6. № 4. С. 26-41.
4. Закон Российской Федерации от 25.10.1991 № 1807-1 «О языках народов Российской Федерации». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_15524/ (дата обращения: 04.13.2022).
5. Кадочников Д. В. Цели и задачи языковой политики и проблемы социально-экономического развития России // Terra Economicus. 2019. № 17 (1). С. 96-111.

6. Концепция государственной поддержки и продвижения русского языка за рубежом (утв. Президентом РФ 03.11.2015 № Пр-2283). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_188569/ (дата обращения: 04.13.2022).

7. Отчет о реализации государственной программы «Развитие международных и внешнеэкономических связей Свердловской области до 2024 года» в январе – декабре 2021 года // Официальный сайт Министерства международных и внешнеэкономических связей Свердловской области. Режим доступа: http://mvs.midural.ru/itogi (дата обращения: 03.02.2022).

8. Паспорт регионального проекта Свердловской области «Творческие люди» // Общероссийская платформа «Стратегия 24». Режим доступа: https://strategy24.ru/66/culture/projects/pasport-regionalnogo-proekta-sverdlovskoy-oblasti-tvorcheskie-lyudi (дата обращения: 04.13.2022).

9. Петрова С. М. СВФУ – Международный координационный центр по русистике // Вестник СВФУ. 2019. № 3 (15). С. 24-27.

10. Полякова А. В. Сравнительный анализ имиджевой политики России и Испании в условиях современной интеграции // Латинская Америка. 2020. № 5. С. 92-100.

11. Постановление Правительства Свердловской области от 18 февраля 2021 года № 84-ПП «Об утверждении комплексной программы Свердловской области «Поддержка соотечественников, проживающих за рубежом» на 2021 – 2025 годы». Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/574626959 (дата обращения: 04.13.2022).

12. Постановление Правительства Свердловской области от 20 июня 2019 года № 372-ПП «Об утверждении Стратегии развития международных и внешнеэкономических связей Свердловской области на период до 2035 года». Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/553368361 (дата обращения: 04.13.2022).

13. Постановление Правительства Свердловской области от 24 октября 2013 года № 1295-ПП «Об утверждении государственной программы Свердловской области «Развитие международных и внешнеэкономических связей Свердловской области до 2024 года». Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/453135179 (дата обращения: 04.13.2022).

14. Постановление Правительства Свердловской области от 30 мая 2019 года № 338-ПП «Об утверждении Положения, структуры, предельного лимита штатной численности и фонда по должностным окладам в месяц Департамента внутренней политики Свердловской области». Режим доступа: https://dvp.midural.ru/uploads/document/38/polozhenie-o-departamente-338-pp.pdf (дата обращения: 04.13.2022).

15. Приказ Министерства международных и внешнеэкономических связей Свердловской области от 26.09.2019 № 43 «Об утверждении Административного регламента Министерства международных и внешнеэкономических связей Свердловской области». Режим доступа: https://mvs.midural.ru/sites/default/files/43.pdf (дата обращения: 03.02.2022).

16. Приказ Министерства международных и внешнеэкономических связей Свердловской области от 07.10.2021 № 60 «О проведении конкурса на предоставление субсидий из областного бюджета на поддержку соотечественников, проживающих за рубежом, в 2021 году». Режим доступа: https://mvs.midural.ru/sites/default/files/60.pdf (дата обращения: 03.02.2022).

17. Селезнева Л. В. Имиджевые характеристики русского языка в аспекте политики «мягкой силы» // Русистика. 2021. Т. 19. № 3. С. 271-284.

18. Скачкова А. А. Государственная политика Российской Федерации в сфере популяризации русского языка за рубежом (федеральный аспект) // Инновационные научные исследования. 2021. № 1-2 (3). С. 78-86.

19. Указ Губернатора Свердловской области от 7 сентября 2010 г. № 786-УГ «О координирующей роли Министерства международных и внешнеэкономических связей Свердловской области». Режим доступа: https://mvs.midural.ru/sites/default/files/786UG.pdf (дата обращения: 23.02.2022).

20. Указ Президента Российской Федерации от 06.09.2008 № 1315 (ред. от 02.02.2022) «О некоторых вопросах государственного управления в области международного сотрудничества». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_79833/ (дата обращения: 04.13.2022).

21. Указ Президента Российской Федерации от 19.12.2012 № 1666 (ред. от 06.12.2018) «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_139350/ff30f91360f2917b325d507685fd90353895d2bd/ (дата обращения: 04.13.2022).

22. Указ Президента Российской Федерации от 30.11.2016 г. № 640 «Об утверждении Концепции внешней политики Российской Федерации». Режим доступа: http://kremlin.ru/acts/bank/41451 (дата обращения: 04.13.2022).

23. Федеральный закон от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_53749/ (дата обращения: 04.13.2022).

24. Федеральный закон от 24.05.1999 № 99-ФЗ «О государственной политике Российской Федерации в отношении соотечественников за рубежом». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_23178/ (дата обращения: 04.13.2022).

25. Юрченко Т. П. Центр открытого образования на русском языке БГПУ как модель российско-китайского сотрудничества в системе дополнительного образования // Вестник НГПУ. 2021. № 1 (30). С. 32-34.

V. Malkova

PROMOTION OF THE RUSSIAN LANGUAGE ABROAD: ANALYSIS OF THE LEGAL BASES OF INTERACTION, MANAGEMENT MECHANISMS AND TOOLS USED IN THE SVERDLOVSK REGION

Abstract

The Russian language is a means of ethnocultural and linguistic self-identification of citizens of the Russian Federation, the language of international communication and an important tool for interaction with foreign countries. Russian legislation allows the regions of the Russian Federation to independently carry out activities to promote the Russian language, using various legal, financial and organizational mechanisms. The article considers the activities of authorities, universities and organizations of the Sverdlovsk region to strengthen the role of the Russian language abroad. The author assesses recommendations to the Ministry of International and Foreign Economic Relations of the Sverdlovsk region for improving the technology for promoting the Russian language abroad.

Keywords: official language, promotion of the Russian language, foreign policy of the Russian Federation, cultural policy, cultural management.

УДК: 316.74

А. И. Режецкая, А. О. Стахеева

ТРАНСФОРМАЦИЯ ДОСУГОВЫХ ПРАКТИК УРАЛЬЦЕВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Аннотация

Распространение инфекции COVID-19 оказало влияние на все сферы человеческой жизнедеятельности. Режим самоизоляции граждан, введенный многими государствами, включая РФ, для предотвращения пандемии, стал главной причиной изменения ранее устоявшихся практик жизнедеятельности. Население было вынуждено менять жизненные практики, совершенствовать старые и формировать новые, в том числе для проведения досуга. Цель статьи – изучить особенности трансформации досуговых практик уральцев в период распространения коронавирусной инфекции. В статье рассматривается специфика изменений ранее устоявшегося обыденного времяпрепровождения населения. Проводится анализ факторов, которые оказывают влияние на подобные трансформации, уточняется степень значимости некоторых факторов. Рассматривается сущность преобразования

© Режецкая А. И., Стахеева А. О., 2022

досуговых практик. Выявляется мнение людей относительно происходящих изменений, оценивается готовность людей в ситуации самоизоляции менять устоявшийся образ жизни и успешно использовать возможности для получения досуговых услуг, как в традиционной, так и онлайн формах. Авторы статьи используют для исследования такие методы как анализ теоретических источников, статистических данных, и результаты социологических исследований. Предлагают рекомендации по совершенствованию форм получения досуговых услуг в онлайн форме.

Ключевые слова: досуговые практики, пандемия, трансформация, потребности, цифровизация.

Пандемия COVID-19 оказала сильное влияние на потребности, формы их удовлетворения и привычный образ жизни, что привело к частичному отказу людей от ранее сформировавшихся повседневных практик, в том числе в досуговой сфере. Такой фактор внешней среды, как изменение эпидемиологической обстановки, вызванной пандемией, повлиял на полное или частичное изменение образа жизни, вызвал тревогу и чувство неопределенности.

С понятием «образ жизни» тесно связано понятие «повседневные практики». Г. Гарольд понимает под данным термином «типичные действия, которые совершаются в повседневной жизни и соответствуют ожиданиям повседневной жизни, морали и здравому смыслу» [6, с. 24]. Так, оказавшись в ситуации неопределенности, обыденные действия населения во всех сферах жизнедеятельности подвергаются качественным преобразованиям. Повседневная практика проявляется, как рутинные действия, сознательно или бессознательно выбираемые людьми, но находящиеся в зависимости от влияния факторов внешней среды. Повседневность связана с окружением человека и объектами, которые он использует (технологии, транспорт, продукты, услуги) в разных сферах жизнедеятельности. Но внешнее окружение находится в постоянном движении, соответственно изменяются представления, ценности и действия человека, в том числе в досуговой практике.

В настоящее время отсутствует единое определение досуга. Некоторые исследователи отождествляют досуг со свободным временем. Так, по мнению Г. И. Минц, «досуг – те часы, которые используются для отдыха и развлечений»; время, отведенное учебе, занятиям творчеством, общественной работе, не относится к досугу, но является составляющей свободного времени [8, с. 4]. Похожее определение досуга предлагает С. Н. Майорова-Щеглова: «Это совокупность занятий в свободное время от основного вида труда, занятости, поддержания первичных жизненных потребностей, которые выполняются по собственному выбору людей, а не по причине материальной или иной необходимости, и имеют важную функцию восстановления физических и психических сил человека, приносят ему самому ощущение удовольствия, развлечения, самосовершенствования или достижения важных для него целей» [9, с. 136]. Иной позиции придерживается Э. В. Соколов, который акцентирует внимание, прежде всего, на наличие свободного времени: «Досуг – особое время, когда возможен свободный выбор занятий, в которых отдых перемежается с физической и умственной активностью» [11, с. 180].

Дискуссионным является определение «досуговое образование», которое часто называют как неформальное и информальное дополнительное образование. Так, И. А. Коршунов, О. С. Гапонова и В. М. Пешкова отмечают, что в РФ «к участникам неформального и информального дополнительного образования можно отнести лиц, периодически посещающих мероприятия просветительского характера…» [7, с. 49].

Можно выделить исследования, где изучается влияние таких субъективных факторов как приоритеты потребностей личности, уровень образования, доходов, социальный статус. Н. В. Латова полагает, что «досуговые практики в современном российском обществе закрепляют социальную дифференциацию, а не способствуют ее преодолению. Представители более высоко статусных профессиональных групп с более качественным человеческим потенциалом, чем рабочие, работники торговли, но и чаще участвуют в таких формах досуга, которые способствуют его сохранению и приросту» [3, с. 65]. Есть

исследования, посвященные изучению влияния на досуг образа жизни, например, в центре научного исследования Я. В. Овечкиной новое для России социальное явление – Интернет-сообщество дауншифтеров. По ее мнению, у этих людей, выбравших стиль жизни, выходящий за рамки представлений о его нормах в обществе массового потребления, среди способов проведения досуга превалируют занятия любимым делом [10, с. 135].

Многих исследователей объединяет научное представление о том, что формы досуга, места и время проведения определяются как объективными факторами, так и субъективными. Авторы статьи определяют досуг, как часть свободного времени, содержательно наполненную деятельностью для удовлетворения таких потребностей, как самореализация, связанная с социализацией личности, потребности гедонистического характера. Человек осознанно выбирает вид времяпрепровождения, при этом свободное время рассматривается как «для чего-либо», а не «от чего-либо». Чем больше видов занятий в структуре свободного времени у конкретного индивида или социальной группы, тем разнообразнее его жизнедеятельность, повышается полезность времяпрепровождения.

Таким образом, результаты теоретического анализа позволяют выделить следующие значения термина «досуг»: это синоним понятия «свободное время», активная часть свободного времени человека; разные виды деятельности, осуществляемые в свободное время на основе осознанных потребностей; деятельность развивающего характера, для осуществления которой необходимы свободный выбор; институциональные возможности досуговых учреждений и разные виды коммуникации. К досуговым учреждениям относятся центры отдыха и клубы, музеи и библиотеки, парки и киносети, филармонии и выставки, детские школы искусств. Их цель – предоставление населению социальных услуг в сфере досуга и культуры для самореализации и комфортного времяпрепровождения как платно, так и бесплатно (например, для некоторых категорий граждан). Государственные и муниципальные органы власти в сфере культуры создают условия для функционирования подведомственных им досуговых учреждений, используя такие управленческие механизмы как нормативно-правовой и организационный. Основные виды услуг по организации досуговых мероприятий указаны в распоряжении Правительства РФ от 12.11.2020 № 2949-р «Об утверждении перечня услуг в области культуры» [5]. К ним относятся государственные, профессиональные праздники и обычаи; демонстрация кинофильмов, спектаклей; обеспечение шествий, народных гуляний. Эти формы изменяются, соответственно изменяются и досуговые практики у потребителей досуговых услуг, которые они получают в государственных и муниципальных учреждениях. Наиболее интенсивно процессы изменения происходят в личном пространстве: возникают новые практики, предоставляющие больше возможностей, заменяя прежние практики. При этом на формирование новых досуговых практик оказывают мощное влияние внешние условия. Например, это процесс цифровизации, начавшийся с середины 20-го века и охватывающий сегодня все сферы жизнедеятельности. Появление новых информационных цифровых технологий предоставляет человеку множество возможностей, а также становится одним из важнейших инструментов трансформации повседневных практик. Пандемия COVID-19 и последующие ограничения ускоряют внедрение новых форматов на основе цифровых технологий в разные сферы жизнедеятельности: труд, образование, досуг и развлечения, потребление, туризм, организация семейного быта.

Парадоксально, но практики досуговой сферы не подверглись сильным изменениям: досуг, как вид времяпрепровождения, изменился не содержательно, но структурно и по формам оказания услуг. Одновременно ускорился процесс перевода досуговых услуг в виртуальный формат. Этот вывод подтверждается высказыванием О. Любимовой, министра культуры РФ: «Вынужденные ограничения нельзя рассматривать как полное прекращение культурных мероприятий. Они просто меняют прописку и переходят в онлайн» [4]. Многие граждане РФ, вовлеченные в процессы цифровизации разных сфер жизнедеятельности, готовы к изменениям, поэтому не чувствуют существенного дискомфорта, а на адаптацию к новым досуговым практикам им не потребовалось много времени. Действительно, в период с

2020 по 2022 годы прослеживается трансформация досуговых практик, результатом которой стала сменяемость видов и изменение процентного соотношения последователей конкретных видов таковых практик: одни перестали быть популярными среди населения (народный промысел), другие изменили свою структуру (чтение книг, просмотр телеканалов). Например, увеличилось количество играющих в компьютерные игры, что изменило восприятие игры: от маргинального к развивающему виду досуга. Это мнение подтверждается результатами исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ): до введения режима самоизоляции компьютерными играми увлекались 24 % опрошенных россиян, а после окончания карантина их количество возросло до 49 %. В тоже время количество людей, которые никогда не играли в игры, включая компьютерные, сократилось с 67 % до 4 % [2]. Применение информационных технологий для возобновления досуговых мероприятий в период ограничений, вызванных пандемией COVID-19, обеспечило для населения доступ к объектам развлечения, культуры и искусства. Досуговые центры, театры и музеи перевели все мероприятия в дистанционный формат и с помощью веб-технологий продолжали свою работу. Например, Управление культуры Екатеринбурга организовало проект «Литературный квартал 4.0»: благодаря онлайн-экскурсиям по городским музеям школьники получили возможность виртуально посетить дома – музеи уральских писателей (П. Бажова, Д. Мамина-Сибиряка). В этот период кроме традиционных акторов в сфере досуга (государственные, муниципальные и коммерческие учреждения) появились новые акторы – активные пользователи интернета и социальных сетей. А принципы, по которым досуг как самостоятельный социальный институт ранее развивался, стали более очевидными. Это принципы всеобщности и доступности, а именно возможность удовлетворения потребностей и интересов разных категорий населения посредством досуговых услуг. Далее, принцип индивидуального подхода к потребителям досуговых услуг, который реализуется благодаря выявлению и учету потребностей. Принцип наличия условий для актуализации творческих возможностей человека. Следующий важный принцип культурного взаимодействия разных поколений: когда старшее поколение осваивает новые для них формы получения досуговых услуг, а молодежь помогает им применить эти технологии. Учреждения в сфере досуга, пройдя через испытания в период COVID-19, в настоящее время активно осваивают новые формы организации досуговых практик и другие форматы мероприятий. Одновременно принципиально иные формы досуга предлагают активные пользователи интернета и социальных сетей. Так, в настоящее время популярными стали онлайн-челленджи, суть которых состоит в следующем. Конкретные блогеры «бросают вызовы» потенциальным участникам в интернет-роликах, в которых выполняют различные задания, затем размещают их в Интернет-сети и предлагают повторить своей аудитории. Такой вид развлечения позволяет охватить неограниченное количество людей, желающих присоединиться к конкретному массовому мероприятия. Развлечение в режиме–онлайн не нарушает эпидемиологические ограничения и позволяет интересно провести время. Приведем таковой пример: Криштиану Роналду запустил онлайн-челлендж физических нагрузок: он предложил потенциальным участникам покачать пресс за 45 секунд, сделать это упражнение более 142 раз и записать на камеру. Новая форма досуга – интернет-флешмобы, позволяющие участникам реализовать потребности в самовыражении и сопричастности к конкретному коллективному действию. Так, хореографы и участники программы «Танцы со звездами» предложили присоединиться населению к танцевальной акции. Как результат, участники записывали свои танцы на видео, публиковали их в интернете с указанием тэга «#россиятанцуетдома». Лучшие ролики были показаны по Центральному телевидению России, участников награждали призами. Количество таких творческих флешмобов увеличивается, соответственно идет процесс формирования новой досуговой практики, обладающей конкретной ценностью, а именно: люди повышают уровень позитивных эмоций и творческой активности, что важно в период пандемии, которая ухудшила психоэмоциональное состояние людей. К новому виду досуга можно отнести онлайн-мастер-классы по конкретным творческим направлениям, а также имеющим

обучающий характер и предназначенным для детской и взрослой аудиториям. Благодаря онлайн – формату у населения появилась возможность «посетить» мероприятия не только российских, но и зарубежных специалистов. Так, в ноябре 2020 года в рамках Музыкального фестиваля «ИРИДА» был организован мастер-класс П. Ферриса «Обучение во время пандемии: музыка, режиссура, актерское мастерство и аудитория». Заслуживает внимания исследователей проект «БиблиоТеатр онлайн». Разновозрастной аудитории (от 2 до 82 лет) предлагаются мероприятия, участники которых получают возможности для творческого самовыражения, взаимодействия с профессионалами, публичного признания: они читают отрывки из различных жанров произведений, в том числе рассказывают сказки.

Теоретические выводы авторов статьи подтверждаются результатами эмпирических исследований, в частности, опроса, проведенного ВЦИОМ: исследователи сравнивали результаты опроса граждан в 2017 и 2020 годах, пришли к следующему выводу: досуг и досуговые практики у 69 % россиян не изменились, у 67 % опрошенных не появилось нового занятия, которому они уделяют больше времени [1].

Несмотря на сложную эпидемиологическую ситуацию, досуговые практики в России стремительно развиваются. Участниками трансформации досуговых практик являются как традиционные акторы (разные типы учреждений досуга и культуры), так и новые акторы в лице активных пользователей интернета, которые предлагают мероприятия, позволяющие удовлетворять потребности в творческой самореализации, приятном времяпровождении и релаксации. Опыт, накапливаемый акторами досуговых практик, достоин изучения: в частности, государственные и муниципальные досуговые учреждения могут адаптировать такие новые досуговые формы как интернет-флешмобы, онлайн-мастер-классы. На трансформацию досуговых практик, безусловно, влияют факторы внешней среды, среди которых наряду с устоявшимися есть и новые: это эпидемиологическая ситуация и цифровые технологии. Их применение позволяет гражданам формировать собственную траекторию времяпрепровождения, благодаря поддержанию таких условий как открытость, доступность, устранению таких негативных факторов, как низкий уровень финансовой обеспеченности или физических ограничений, которые ранее препятствовали некоторым гражданам получать досуговые услуги в традиционном формате. Но переход от единичных новых форматов мероприятий к устойчивым досуговым практикам будет зависеть, как от количества участников, так и массового осознания общественной пользы и ценности.

Библиографический список

1. Всероссийский центр изучения общественного мнения. Досуг на фоне самоизоляции. Режим доступа: https://wciom.ru/infografika-statja/dosug-na-fone-samoizolyacii (дата обращения: 12.03.2022)

2. Всероссийский центр изучения общественного мнения. Аналитический обзор. Режим доступа: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/delu-vremja-a-khobbi (дата обращения: 12.03.2022)

3. Латова Н. В. Досуговые практики российских работников как фактор формирования их человеческого потенциала // Социологические исследования. 2019. № 11. С. 63-72.

4. Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации. Режим доступа: https://culture.gov.ru/ (дата обращения: 12.03.2022)

5. Об утверждении перечня услуг в области культуры: Распоряжение Правительства РФ от 12.11.2020 № 2949-р. Режим доступа: https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74806988/ (дата обращения: 12.03.2022)

6. Гарольд Г. Исследование привычных оснований повседневных действий / пер. с англ. Ю. И. Турчаниновой, Э. Н. Гусинского // Социологическое обозрение. 2002. Т. 2. № 1. С. 24.

7. Коршунов И. А., Гапонова О. С., Пешкова В. М. Век живи – век учись: непрерывное образование в России / Под ред. И. А. Коршунова, И. Д. Фрумина. М.: НИУ ВШЭ, 2019. 312 с. DOI: 10.17323/978-5-1779-6

8. Минц Г. И. Свободное время: желаемое и действительной. М.: Знание, 1978. 64 с.

9. Майорова-Щеглова С. Н. О перспективах изучения досуговых занятий современных детей (в ответ на статью Б. В. Куприянова) // Социологические исследования 2016. 12 (392). С. 135-138.

10. Овечкина Я. В. Интернет-сообщество дауншифтеров: особенности стиля жизни // Социологические исследования. 2016. № 4 (384). С. 131-137.

11. Соколов Э. В. Свободное время и культура досуга. Л.: Лениздат, 1977. 207 с.

A. Rezhetskaya, A. Staxeeva

TRANSFORMATION OF LEISURE PRACTICES OF THE URALS DURING THE PANDEMIC

Abstract

The spread of COVID-19 infection has had an impact on all spheres of human life. The regime of self-isolation of citizens, introduced by many states, including the Russian Federation, to prevent a pandemic, has become the main reason for changing previously established life practices. The population was forced to change life practices, improve old ones and form new ones, including for leisure activities. The purpose of the article is to study the peculiarities of the transformation of leisure practices of the Urals during the spread of coronavirus infection. The article examines the specifics of changes in the previously established everyday pastime of the population. The analysis of the factors that influence such transformations is carried out, the degree of significance of some factors is specified. The essence of the transformation of leisure practices is considered. The opinion of people regarding the ongoing changes is revealed, the willingness of people in a situation of self-isolation to change their established lifestyle and successfully use the opportunities to receive leisure services in both traditional and online forms is assessed. The authors of the article use such methods as the analysis of theoretical sources, statistical data, and the sociological method (semi-structured survey of citizens) for research. They offer recommendations on improving the forms of obtaining leisure services in an online form.

Keywords: leisure practices, pandemic, transformation, requirements, digitalization.

УДК 35.083.9

А. В. Томильцев

ПОДГОТОВКА МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ КАК УСЛОВИЕ УСТАНОВЛЕНИЯ ДОВЕРИЯ В РЕШЕНИИ МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ И МЕЖКОНФЕССИОНАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

Аннотация

Данная статья посвящена проблеме феномена категории «доверие» в решении межнациональных и межконфессиональных проблем в работе с населением муниципальных образований. Эта категория рассмотрена нами применительно к решению вопросов обеспечения социального мира и согласия среда различных этнических и религиозных групп населения муниципалитетов. В статье подробно рассмотрены различные аспекты доверия населения к деятельности муниципальных служащих, вызванное усложнением социальной структуры населения муниципальных образований, вызванной появлением беженцев и переселенцев, трудовых мигрантов из других стран, членов религиозный общин, не всегда традиционных для местного сообщества. Для осуществления такой работы требуется наличие квалифицированных кадров, но специально подготовленных специалистов для их решения большинстве муниципалитетов нет. Парадоксом ситуации является то, что поток проблем нарастает, а специальная подготовка работников муниципалитетов не осуществляется, что не обеспечивает качественную работу по формированию культуры этноконфессионального доверия к региональным и местным органам власти. В сентябре

© Томильцев А. В., 2022

2018 г. Минтруда принят профессиональный стандарт «Специалист в сфере национальных и религиозных отношений», где работа с мигрантами выделена в отдельную сферу деятельности. Определены требования к уровням компетенции и квалификации специалиста. Очерчен круг профессиональных обязанностей данного работника и заложены требования к объему знаний и умений. Фактически сформулированы основы образовательной программы подготовки муниципальных служащих, способных реализовать Федеральную миграционную политику. Специально организованное обучение в соответствие с данным стандартом в Вузах не осуществляется, поскольку отсутствует утверждённый образовательный стандарт и не сформирован социальный заказ на такого специалиста.

Ключевые слова: доверие, профессиональный стандарт, мигранты, миграционная политика, этноконфессиональные отношения.

Одним из важнейших условий установления социального мира в муниципальном образовании является многоаспектная работа по формированию мер доверия ко всем участникам межконфессиональных и межэтнических отношений как решения системной проблемы. Рассмотрим категорию «доверие» подробнее.

Термином «доверие» принято обозначать явление, описываемое в различных науках: психологии, социологии, экономике и др. В зависимости от точки зрения используется целый ряд терминов: чувство, психологическое состояние, процесс, ожидание и т. д. Доверие – это тотальное соглашение с ситуациями в их бесконечных переменах. Доверие – это реагирование на любые запросы – согласием.

Польский социолог П. Штомпка, по сути, создавший социологическую теорию «доверия – недоверия», определил категорию доверия так: «Доверие – есть «ставка» в отношении непредвиденных действий других, «доверие – недоверие» – способ справиться с неясным будущим, в котором мы не уверены» [17, с. 16].

По концепции социолога и футуролога Фрэнсиса Фукуямы доверие между людьми, властью и обществом служит фундаментальным залогом стабильности социальной структуры. В обществах с низким уровнем доверия государственная регламентация не в состоянии привести к позитивным переменам в социальном целом, «благополучие нации, как и её способность к конкуренции, обусловлено единственной всепроникающей культурной характеристикой – уровнем доверия, присущим данному обществу» [15, с. 124-125].

И. Ю. Леонова в своей статье проанализировала зарубежные подходы к определению характеристики доверия: «Многие зарубежные авторы (Н. Луман, Р. Левицки, Д. Макалистер, Р. Бисс, Л. Хосмер и др.) характеризуют доверие как: 1) действия на основе ожидания, связанные с риском; 2) ожидание безопасной и благоприятной ответной реакции другого; 3) ожидание честности в поведении других; 4)ожидание предсказуемости, надежности и отзывчивости, заботы о благосостоянии другого человека; 5) уверенность в подтверждении ожиданий и доброжелательности другого» [6].

Ф. Н. Ильясов предлагает следующее понимание данного явления: «Доверие –это совокупность представлений и настроений субъекта: а) отражающих его ожидания того, что объект будет реализовывать некоторые функции, способствующие увеличению или сохранению ресурсов субъекта; б) проявляющихся в готовности субъекта делегировать объекту реализацию этих функций» [4, с. 4].

В этнометодологических рассуждениях доверие выступает в двух ролях: внутриэтническое и межэтническое. Внутриэтническое доверие строится во- первых на вере в порядочность, доброжелательность соплеменника, во-вторых, как вера агентов в принадлежность к одному и тому же сообществу (нации), требующая от них той или иной степени солидарности [2, с. 15].

Межэтническое доверие в полиэтнических сообществах является условием социальной стабильности и позитивных межэтнических отношений. Доверие выражает собой установку на готовность к взаимодействию с людьми в условиях неопределённости,

ожидания благоприятного поведения со стороны партнёра. Отечественные исследователи выделяют следующие индикаторы межэтнического доверия: 1) отсутствие устойчивых ксенофобных установок (длительно переживаемой враждебности к людям других национальностей); 2) готовность принять человека другой национальности в качестве гражданина России, жителя своего города/села, в качестве соседа; 3) отказ от применения насилия в урегулировании возникающих межэтнических напряжений, споров, конфликтов, противостояний; 4) признание равноправия всех народов России; 5) актуализированная российская идентичность как индикатор интеграции общества [11, с. 28].

При рассмотрении данных вопросов становится очевидным, что для успешного становления в России социального мира и согласия необходим баланс внутриэтнического и межэтнического доверия при высоком уровне доверия к судебной системе, региональным и местным органам власти. Поэтому и сегодня в региональных сообществах культура межэтнического доверия способна выполнять функции социальной интеграции, социального капитала и становления структур гражданского общества [12].

Такое доверие, которое характеризуется как доверие в отношении официально установленных правил, норм, предписаний прежде всего по отношению к институтам государства и структурам, реализующим эти правила и нормы можно назвать институциональным. Формирование институционального доверия связывается здесь с эффективностью и справедливостью как основными принципами функционирования государственных институтов [1, с. 57]. Рассматривая доверие к муниципальным служащим, необходимо констатировать, что население их деятельность рассматривает с позиций рациональных и эмоциональных.

К рациональной позиции относится вера в то, что субъект, к которому относится доверие, способен выполнить взятые на себя обязательства. Жители предполагают, что он обладает компетентностью, добросовестностью, честностью и правдивостью, бескорыстием, приводящими к результативности его труда, а также обоснованности, предсказуемости его поступков. Ожидание принятия решения, основанного на нормах закона и существующей практике, сопровождается убежденностью и верой в его справедливость. Вера в справедливость переносится и на доверие к тем организациям, которые эти решения принимают. Таким образом, осознанная рациональность приводит к появлению эмоционального доверия.

Эмоции для людей, оказывающихся за пределами своей привычной среды и не обладающих значительным объемом знаний, часто значат гораздо больше, чем осознанная рациональность. Эмоциональная сторона доверия складывается под влиянием трех групп факторов: 1) личностных; 2) социально-культурных; 3) когнитивных. Под влиянием этих факторов формируются оценочные суждения, появившиеся на основе опыта и ожидания индивидов, которые подкрепляются индивидуальными оценками, ценностями и приоритетами, связанными с жизненным опытом, полученным вне политической сферы.

Фактически, нам приходится констатировать низкий уровень институционального доверия. Соответственно, сохраняются рискогенные факторы, блокирующие формирование культуры доверия как основы консолидации общества [7].

При рассмотрении проблемы доверия и недоверия встает вопрос: «Кому доверяем?» Вопрос вызван тем, что решением тех или иных задач занимаются конкретные лица. И в этом случае доверие из институционального переходит в персонифицированное. В данном случае доверие необходимо рассматривать как психологический процесс, основанный на позитивных ожиданиях и предположениях, «веру (убеждение) в вероятность того, что будущие действия другого будут выгодными, благоприятными и, по крайней мере, не нанесут ущерба интересам других лиц. Определяющим для акта доверия является тот факт, что возможный вред от злоупотребления доверием другим человеком для человека, оказавшего доверие, всегда больше, чем выгода, которую можно получить, если другой человек ведет себя в соответствии с ожиданием (доверием)» [6].

Процитируем снова одного из исследователей категории доверия П. Штомпка: «…. импульс доверия относится исключительно к людям, чтобы его погасить, достаточно дегуманизировать, овеществить адресат доверия, лишить его человеческих черт: индивидуальности, самоутверждения, достоинства, автономии» [18, с. 123].

Опыт в сфере реальной практики местного самоуправления в Российской Федерации показывает, что муниципальные служащие не в полной мере отвечают современным требованиям, дефицит профессиональных знаний и навыков приводит к низкой эффективности управленческих решений и снижению авторитета органов местного самоуправления в глазах населения. В связи с этим на всех уровнях организации муниципального управления с особой остротой стоят вопросы востребованности профессионально-личностных способностей человека и профессионализации кадров [9, с. 115].

Отсутствие профессиональной подготовки муниципальных служащих в рассматриваемых нами вопросах приводит к непониманию этноконфессиональных особенностей как населения, так и мигрантов, затруднениям социально-психологического характера в общении с ними, субъективизму и нежеланию принимать решения.

В России пока не создана система по подготовке кадров для реализации государственной национальной политики, зафиксированной в Стратегии национальной государственной политики России на период до 2025 года [14] и Государственной программе «Реализация государственной национальной политики» [3], проблемы возникают и с реализацией федерального закона «О свободе совести и о религиозных объединениях» [8]. Очевидно, что некомпетентные действия на муниципальном уровне не просто не разрешают конфликты, но еще более усугубляют их.

Сегодня мы видим, что при подготовке кадров для муниципальной службы вопросы межнационального и межконфессионального взаимодействия далеко не всегда являются предметом пристального внимания в образовательных программах вузов. Эта проблема нашла отражение и в федеральных документах. Так, в Методических рекомендациях, выпущенных Федеральным агентством по делам национальностей, содержится требование «обеспечить подготовку, переподготовку и повышение квалификации государственных гражданских служащих и муниципальных служащих, участвующих в реализации государственной национальной политики, в соответствии с профессиональным стандартом специалиста в сфере национальных и религиозных отношений» [13].

В образовательных программах вузов есть направления, осуществляющие непосредственно подготовку государственных и муниципальных служащих, специалистов по межнациональным и межконфессиональным отношениям, но чего нет комплексной образовательной программы, направленной на подготовку государственных и муниципальных служащих. В тоже время проблема все большего национального и этнического разнообразия населения в РФ в ближайшие годы только усугубится.

Необходимо констатировать отсутствие такой подготовки в вузах г. Екатеринбурга, а также в системе дополнительного образования государственных и муниципальных служащих Свердловской области. Таким образом, можно констатировать противоречие между все возрастающими требованиями к данному виду деятельности и содержанием подготовки муниципальных служащих по решению сложнейших межэтнических и межконфессиональных проблем.

И если в прежние годы можно было ссылаться на отсутствие федеральных документов и рекомендаций, то сегодня основные контуры, необходимые для разработки соответствующей образовательной программы, уже заложены в профессиональном стандарте «Специалист в области национальных и религиозных отношений» [10], который разработан в РАНХиГС, принят и утвержден Министерством труда РФ. Исходя из требований, заложенных в нем, специалист должен быть серьезно подготовлен к осуществлению такой деятельности как минимум на университетском уровне.

Безусловно, повышение грамотности муниципальных служащих в интересующих нас вопросах, формирование профессиональных умений и навыков позволит сформировать доверие к представителям муниципальной власти.

Библиографический список

1. Вахтина М. А. Доверие к государству как фактор повышения его эффективности // Журнал институциональных исследований. 2011. № 3 (Т. 3). С. 57-65.
2. Гарфинкель Г. Концепция и экспериментальные исследования «доверия» как условия стабильных согласованных действий // Социологическое обозрение. 2009. Т. 8. № 1. С. 10-51. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=12242862 (Дата обращения: 07.04.2022).
3. Государственная программа «Реализация государственной национальной политики». Режим доступа: http://government.ru/rugovclassifier/836/events/ (Дата обращения: 06.04.2022).
4. Ильясов Ф. Н. Типы шкал и анализ распределений в социологии // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2014. № 4. С. 24-40.
5. Карпичев В. С. Доверие как социальный механизм стабилизации общества и государства // Государственная служба. 2015. № 4 (96). С. 13-16.
6. Леонова И. Ю. Доверие: понятие, виды и функции // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2015. № 2. С. 34-41.
7. Лукин В. Н. Мусиенко Т. В. Экономические факторы в современных теориях институционального доверия // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. 2014. № 3. С. 296-309.
8. О свободе совести и о религиозных объединениях. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_16218/
9. Осипова Л. Б. Профессиональное обучение персонала организации // Учен. зап. каф. соц. менеджмента «Менеджмент в социальной сфере». Вып. 9 / Под ред. А. Н. Силина. Тюмень: Вектор Бук, 2007. С. 114-117.
10. Профессиональный стандарт специалист в сфере национальных и религиозных отношений. Режим доступа: http://fgosvo. ru/uploadfiles /profstandart/ 07. 011.pdf (Дата обращения: 05.04.2022).
11. Ресурс межэтнического согласия в Москве. Режим доступа: http://www.isras.ru/publ.html?id=3292 (Дата обращения: 04.04.2022).
12. Рыжова С. В. Доверие и этнические установки как элементы регионального социального капитала // Социологическая наука и социальная практика 2019. № 2 (26). С. 81-98.
13. Методические рекомендации по актуальным вопросам реализации государственной национальной политики, формированию в местном сообществе позитивных межнациональных и этноконфессиональных отношений, а также по выявлению и предупреждению межнациональных конфликтов // Законы, кодексы и нормативно-правовые акты Российской Федерации. Режим доступа: https://legalacts.ru/doc/prikaz-fadn-rossii-ot-27112017-n-133-ob-utverzhdenii/#100007 (Дата обращения: 06.04.2022).
14. Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года (с изменениями на 6 декабря 2018 года) // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов. Режим доступа: https://docs.cntd.ru/document/902387360 (Дата обращения: 06.04.2022).
15. Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и создание благосостояния // Новая постиндустриальная волна на западе. Антология. М.: Academia. 1999. С. 123-162.
16. Ширяева В. А., Ленская И. Ю. Доверие населения к органам муниципальной власти как основа активного участия граждан в общественной жизни муниципального образования: современное состояние // Вестник экономики, права и социологии. 2017. № 1. С. 183-186.
17. Штомпка П. Доверие – основа общества. М.: Логос, 2012. 440 с.

18. Штомпка П. Культура доверия // Социология. Анализ современного общества. М.: Логос, 2005. С. 324-346.

A. Tomiltsev

TRAINING OF MUNICIPAL EMPLOYEES AS A CONDITION FOR ESTABLISHING TRUST IN SOLVING INTERETHNIC AND INTERFAITH PROBLEMS

Abstract

This article is devoted to the problem of the phenomenon of the category "trust" in solving interethnic and interfaith problems in working with the population of municipalities. This category is considered by us in relation to the solution of issues of ensuring social peace and harmony among various ethnic and religious groups of the population of municipalities. The article examines in detail various aspects of public confidence in the activities of municipal employees caused by the complication of the social structure of the population of municipalities caused by the appearance of refugees and displaced persons, migrant workers from other countries, members of religious communities, not always traditional for the local community. To carry out such work, the availability of qualified personnel is required, but most municipalities do not have specially trained specialists to solve them. The paradox of the situation is that the flow of problems is increasing, and special training of municipal employees is not being carried out, which does not provide high-quality work on the formation of a culture of ethno-confessional trust in regional and local authorities. In September 2018 The Ministry of Labor has adopted the professional standard "Specialist in the field of national and religious relations", where work with migrants is allocated to a separate field of activity. The requirements for the levels of competence and qualification of a specialist are defined. The circle of professional duties of this employee is outlined and the requirements for the volume of knowledge and skills are laid down. In fact, the fundamentals of the educational program for the training of municipal employees capable of implementing the Federal Migration Policy have been formulated. Specially organized training in accordance with this standard is not carried out in Universities, since there is no approved educational standard and no social order for such a specialist has been formed.

Keywords: trust, professional standard, migrants, migration policy, ethno-confessional relations.

УДК: 379.81

В. В. Усолкина

ВИРТУАЛЬНЫЕ МУЗЕИ КАК НОВЫЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ПРАКТИКИ ГРАЖДАН В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ МУЗЕЕВ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Аннотация

В статье исследуется такая новая социально-культурная практика, как «посещение гражданами виртуальных музеев», включая бесплатный массовый доступ посетителей к мировым художественным достижениям и культурному наследию. Доказывается, что такая практика появилась благодаря развитию процессов внедрения цифровых технологий в деятельность государственных музеев, что является одним из направлений реализации государственных программ по цифровизации. В тоже время и сами посетители музеев всё чаще предпочитают знакомиться с шедеврами мировой культуры в мультимедийном пространстве, получать информацию о музейных услугах, а также различные услуги в сфере культуры на порталах «Культура.РФ» и «Артефакт». Такие факторы, как распространение пандемии COVID-19 и внедрение цифровых технологий в деятельность музеев ускорили процесс разработки проектов, направленных на взаимодействие с разнообразной аудиторией, расширили доступ посетителей к музейным коллекциям. Авторы статьи доказывают этот вывод на материалах деятельности некоторых музеев Свердловской области – лидеров музейной цифровизации. Выделяют основные проблемы, затрудняющие развитие новой социально-культурной практики – «посещение виртуального музея». Для исследования используют такие методы как анализ теоретической литературы, статистических данных, социологическое исследование (метод экспертного интервью).

© Усолкина В. В., 2022

Ключевые слова: цифровизация, цифровые технологии, культура, виртуальный музей, социально-культурная практика.

Российские музеи приобретают новый опыт по внедрению цифровых технологий при оказании услуг. При этом в новых реалиях цифрового общества особенностью таковых услуг становится их оказание в электронном виде с использованием конкретных информационных платформ и технологий дополненной реальности. Как отмечается некоторыми исследователями, цифровизация предоставляет возможности для привлечения в музей посетителей и формирования постоянной заинтересованности публики, а также позволяет за счет новых технологий обогатить не только экспозиционно-выставочную, но и культурно-образовательную деятельность музея [2]. Новой культурной формой, предоставляющей бесплатный массовый доступ посетителей к мировым художественным достижениям и культурному наследию, являются виртуальные музеи, появившиеся благодаря информационным технологиям [12]. Понятие «виртуальные музеи» является относительно новым, поэтому присутствуют различные представления. Так, Д. С. Василина определяет виртуальный музей как некое пространство, где применяются интерактивные возможности на электронных носителях, которые предоставляют пользователям возможность «перемещаться» среди трехмерных залов и знакомиться с необходимыми изображениями и сведениями [2, с. 97]. Виртуальный музей при этом является прообразом реального, с его экспонатами, выставками, экспозициями, запасниками, каталогами и т. д., но при этом при создании виртуального музея вносится что-то уникальное для создания особого виртуального музея [2, с. 97]. Виртуальные музеи являются не только объектами для организации досуговой деятельности, но и важными участниками образовательно-воспитательного контента: в будущем они станут такими же полноправными участниками просветительской работы уже на официальном уровне со своими правовыми аспектами, структурой и контролирующими органами [12]. Конечно, виртуальные музеи не заменят живое общение посетителей с сотрудниками и знакомство с музейными экспонатами, но сделают музей и культурное наследие доступными для каждого гражданина.

В апреле-мае 2020 года во время карантина, установленного в связи с пандемией коронавируса COVID-19, по данным Всероссийского центра изучения общественного мнения, 83 % россиян, имеющих доступ к Интернету, посещали виртуальный музей (каждый второй или 57 % опрошенных) [6]. Да, посетители всё чаще предпочитают знакомиться с шедеврами мировой культуры в мультимедийном пространстве. Изучение статистических данных Свердловской области подтверждает вывод о том, что у граждан есть интерес к получению услуг в сфере культуры в цифровой форме. Так, в отчёте Управления федеральной службы государственной статистики по Свердловской и Курганской областям отмечено, что прирост музейной аудитории с 2017 по 2019 гг. составил 8 %. В 2019 году в Свердловской области 2046 человек посетили музеи, в тоже время в 2017 году в музеях было 1899 посетителей [10]. Также прирост количества посетителей является результатом таких процессов, как трансформация музеев в современном общественном пространстве, оцифровка коллекций и внедрение различных цифровых технологий.

Для реализации стратегических целей Российской Федерации и её субъектов разрабатываются и реализуются различные программы в сфере культуры и проекты. В настоящее время реализуется Национальный проект «Культура», который рассчитан на период с 2019 по 2024 годы. Цель проекта – увеличение на 15 % число посещений организаций культуры и в 5 раз количества обращений к цифровым ресурсам культуры [6]. Предполагается, что сформулированная цель будет достигнута к 2024 г. в рамках трех основных федеральных проектов: «Культурная среда», «Творческие люди», «Цифровая культура». Для достижения этой цели обозначены основные задачи и соответствующие показатели, позволяющие оценить эффективность деятельности музеев в условиях цифрового государства [11]. В целях развития деятельности музеев планируется применять федеральную цифровую платформу «PRO.Культура.РФ» как удобный и бесплатный набор

инструментов для продвижения событий учреждений культуры и взаимодействия с потребителями в каждом субъекте РФ. В Свердловской области Министерство культуры осуществляет общее управление подведомственными организациями культуры, в том числе музеями. На территории региона действуют 122 государственных и муниципальных музея, но не все из них активные в освоении цифровой платформы «Артефакт», являющейся интерактивным гидом с технологией дополнительной реальности. Эту платформу используют одиннадцать музеи региона, в том числе такие как Свердловский областной краеведческий музей, Музей камнерезного и ювелирного искусства; Екатеринбургский музей изобразительных искусств; Нижнесинячихинский музей-заповедник и др.

Таким образом, из 122 государственных и муниципальных музеев Свердловской области только 11-ть присутствуют на платформе «Артефакт», что составляет всего лишь 9% от общего числа музеев.

В тоже время есть возможности для увеличения количества мультимедиа-гидов с технологией дополненной реальности. По результатам конкурсного отбора 2021 года в рамках Национального проекта «Культура» в перечень музеев Свердловской области, где будут созданы мультимедиа-гидов с технологией дополненной реальности, вошли [7]:

1) Верхнепышминский исторический музей – «От медной реки до медной столицы Урала».
2) Музейный центр «Гамаюн» – «Язычество».
3) Мемориальный дом-музей Д. Н. Мамина-Сибиряка – «Мемориальный дом-музей Д.Н. Мамина-Сибиряка».
4) Музей камнерезного и ювелирного искусства – «Камнерезное и ювелирное искусства Урала».
5) Екатеринбургский музей изобразительных искусств – «Отечественное искусство советского периода».

К учреждениям-лидерам, внедряющим цифровые технологии, по итогам 2020 года относятся следующие музеи [9]:

– ГАУК СО «Уральский государственный военно-исторический музей».
– Музей архитектуры и дизайна УрГАХУ.
– МАУК «Екатеринбургский музей изобразительных искусств».
– ГАУК СО «Невьянский государственный историко-архитектурный музей».

И тем не менее у Министерства культуры Свердловской области есть неиспользованные возможности для того, чтобы достичь показатель, установленный в национальном проекте «Культура»: увеличить к 2024 году число обращений к цифровым ресурсам в сфере культуры в 5 раз [5]. Положительные результаты по созданию условий для цифровизации управленческой деятельности и оказанию услуг наблюдаются не у всех музеев: из 122-х музеев активны только 4 музея, что составляет 3,28 % [9]. В настоящий момент недостаточно мер по внедрению и применению цифровых технологий, способствующих продвижению такой услуги, как виртуальные музеи.

Для выявления трудностей по внедрению цифровых технологий в деятельность музеев Свердловской области был проведён экспертный опрос. Из перечисленных 11 музеев, использующих платформу дополненной реальности «Артефакт», экспертный опрос прошли 17 руководителей и специалистов 4-х музеев. Один из которых по результатам конкурсного отбора в рамках Национального проекта «Культура» 2021 года вошёл в перечень музеев Свердловской области, где внедрены мультимедиа-гиды с технологией дополненной реальности. В процессе исследования выявлялось, в чьей компетенции находится выполнение задач по внедрению и применению цифровых технологий в музеях. Большинство, а именно 5 экспертов отметили, что такая компетенция находится у заместителя генерального директора по общим вопросам. На втором месте – системный администратор (так ответили 4 эксперта), на третьем – специалист по защите информации (3 эксперта). Остальные респонденты ответили, что такими компетенциями обладают отдел по работе со СМИ и информационному обеспечению, руководители филиалов, руководители

служб развития, методист по научно-просветительской деятельности, специалист по IT технологиям.

В исследовании выявлялись потребности в конкретных специалистах, необходимых для развития цифровых технологий в музеях. Так, 10 опрошенных отмечают, что музеям не хватает специалистов в сфере рекламы, маркетинга и связей с общественностью (PR). Действительно, цифровые технологии позволяют музеям продвигать свои мероприятия в сети «Интернет», поэтому абсолютно все респонденты отмечают, что они для продвижения активно используют цифровые технологии. Некоторые сотрудники музеев (6 экспертов) отметили, что на данный момент музеям не хватает специалистов по IT – технологиям, а 3 респондента указали на недостаток руководителей такого направления, как информационные технологии и цифровое развитие, что, несомненно затрудняет решение задачи по цифровизации музеев. Таким образом, признается потребность в руководителях и специалистах, владеющих цифровыми технологиями, необходимых на этом этапе цифровизации. Именно таковые специалисты помогают осуществлять процесс внедрения новых технологий и тем самым способствуют повышению эффективности деятельности других сотрудников.

В рамках проведённого исследования выявлялось мнение сотрудников о качестве цифровой оснащённости музеев. Так, выяснилось, что самая распространенная цифровая система – сайты музеев и профили музея в социальных сетях «ВКонтакте», Instagram, Facebook и другие (примечание: исследование проводилось до официального закрытия на территории РФ Instagram и Facebook), на втором месте – оборудование для мультимедийного оформления экспозиции (дисплеи, проекторы, голографические пирамиды, и пр.) и системы каталогизации экспонатов (14 экспертов), на третьем месте мультимедиа-гиды по экспозициям и выставочным проектам (12 экспертов). Музеи также музеи активно используют системы аудиовизуального сопровождения мероприятий (11 экспертов), виртуальные туры и 3D -технологии (10 экспертов). Выяснено, что 16 респондентов из 17 указали, что пользуются цифровыми платформами, в частности, такими как «Культура.рф», «Культура-Урала.рф», «PRO.Культура.РФ», «Артефакт».

При продвижении музейных услуг посредством цифровых технологий и внедрении конкретных цифровых технологий в управленческую деятельность возникают различные сложности, для разрешений которых выявлялись причины данных затруднений. Большинство участников экспертного опроса (9 человек) указали самую значимую причину – недостаток сотрудников, обладающих необходимыми навыками цифровых компетенций: *«недостаточность сотрудников в целом, узость штата».* Второй по значимости причиной, влияющей на сохранение сложностей при внедрении или использовании цифровых технологий, является недостаток методических рекомендаций по работе с цифровыми платформами (так считают 6 экспертов). Эксперты также указали конкретные причины, создающие сложности при работе с цифровыми платформами: низкий темп внедрения цифровых технологий и сервисов, недостаток знаний и навыков работников музеев.

Далее, шесть экспертов выделяют недостаточность финансовых средств для использования цифровых технологий. По мнению 4 экспертов, сложности возникают в следствие отсутствия сформированной единой системы работы, регламентов и методических рекомендаций, и, безусловно, как отметил один из экспертов: *«несовершенная координация Головного музея, отдела по работе со СМИ и информационному обеспечению, руководителей филиалов, руководителей служб развития, методиста по научно-просветительской деятельности, специалиста по IT технологиям»*.

Конечно, результаты проведенного исследования не могут претендовать на масштабные выводы, но подтверждают некоторые теоретические предположения. Так, можно сделать вывод, что некоторые уральские музеи испытывают сложности в работе с цифровыми технологиями и цифровыми платформами, темпы внедрения которых низкие, что обусловлено низким уровнем цифровой грамотности руководителей и сотрудников музеев, а также отсутствием эффективного продвижения музейных продуктов посредством

социальных сетей. В рамках управленческого подхода для решения выявленных проблем был разработан проект «Внедрение цифровых технологий в музейную деятельность». Основными мероприятиями проекта планируются проведение обучения руководителей и сотрудников музеев по работе с цифровыми технологиями, а также организация консультационных услуг по вопросам продвижения музейных продуктов посредством социальных сетей.

Несомненно, цифровизация затрагивает все направления публичного управления, включая культуру. Привлечение к культурному наследию различных категорий россиян и формирование российской идентичности – одна из ключевых целей государства. Активизация процесса цифровизации культурного наследия и памятников культуры, внедрение в музейную деятельность цифровых технологий, несомненно, в полной мере способствует реализации этой цели.

Библиографический список

1. Василина Д. С. Виртуальный музей как феномен современной культуры // Международный журнал исследований культуры. 2016. № 3 (24). С. 96-102.
2. Гендина Н. И., Косолапова Е. В., Родионова Д. Д., Рябцева Л. Н. Цифровизация музеев и необходимость формирования информационной культуры музеологов // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2021. № 43. С. 231-244.
3. Максимова Т. Е. Виртуальные музеи: анализ понятия // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 2. С. 196-200.
4. Об утверждении плана деятельности Министерства культуры Российской Федерации на 2019-2024 годы: Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 01.03.2019 г. № 229. Режим доступа: https://culture.gov.ru/upload/iblock/143/1432f6f4c2fa7daafcf7528a839e6d92.pdf (дата обращения: 07.10.2021)
5. Об организации деятельности по исполнению показателя «Увеличение к 2024 году числа обращений к цифровым ресурсам в сфере культуры в 5 раз». Режим доступа: http://www.mkso.ru/data/File/nac-proekt/realize/2020/16-07-2020-krivencev.pdf (дата обращения: 18.10.2021)
6. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения Режим доступа: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/den-muzeev-onlajn (дата обращения: 07.10.2021)
7. Официальный сайт Министерства культуры Российской Федерации // Результаты конкурсного отбора на создание мультимедиа-гидов с технологией дополненной реальности в рамках Национального проекта «Культура» 2021 г. Режим доступа: https://culture.gov.ru/about/departments/department-cinema-digital-development/news/rezultaty-konkursnogo-otbora-na-sozdanie-multimedia-gidov-s-tekhnologiey-dopolnennoy-realnosti-v-ram0904202101/ (дата обращения: 09.10.2021)
8. Официальный сайт Министерства культуры Свердловской области. Режим доступа: http://www.mkso.ru/ministerstvo/ukmkso (дата обращения: 17.10.2021)
15. Положение о рейтинге информационной активности учреждений культуры субъектов Российской Федерации. Режим доступа: https://pro.culture.ru/docs/ratingLetter.pdf (дата обращения: 09.10.2021)
16. Свердловская область в 2015-2019 годах: Статистический сборник / Управление Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области и Курганской области. Екатеринбург. 2020 234 с.
12. Сидоренко Э. Л., Барциц И. Н., Хисамова З. И. Эффективность цифрового государственного управления: теоретические и прикладные аспекты // Вопросы государственного и муниципального управления. 2019. № 2. С. 93-114.
13. Юдкина Е. С. Просветительские возможности виртуальных музеев // Вестник научной ассоциации студентов и аспирантов исторического факультета Пермского

государственного гуманитарно-педагогического университета. Серия: Studis historica juvenum. 2020. № 1. С. 222-230.

V. Usolkina

VIRTUAL MUSEUMS AS NEW SOCIO-CULTURAL PRACTICES OF CITIZENS IN THE ACTIVITIES OF STATE MUSEUMS: REGIONAL ASPECT

Abstract

The article explores such a new socio-cultural practice as «visiting virtual museums by citizens», including free mass access of visitors to world artistic achievements and cultural heritage. It is proved that this practice appeared due to the development of the processes of introducing digital technologies into the activities of state museums, which is one of the directions of the implementation of state digitalization programs. At the same time, museum visitors themselves increasingly prefer to get acquainted with the masterpieces of world culture in the multimedia space, receive information about museum services, as well as various services in the field of culture on the portals «Culture.RF» and «Artifact». Factors such as the spread of the COVID-19 pandemic and the introduction of digital technologies into the activities of museums have accelerated the process of developing projects aimed at interacting with a diverse audience, expanded visitors' access to museum collections. The authors of the article prove this conclusion on the materials of the activities of some museums of the Sverdlovsk region – the leaders of museum digitalization. The main problems hindering the development of a new socio-cultural practice – «visiting a virtual museum» are highlighted. Such methods as analysis of theoretical literature, statistical data, sociological research (expert interview method) are used for research.

Keywords: digitalization, digital technologies, culture, virtual museum, socio-cultural practice.

РАЗДЕЛ 6. СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕМСЯ ОБЩЕСТВЕ

6.1. ТРАНСФОРМАЦИЯ ТРЕНДОВ И ЦЕННОСТЕЙ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ: МЕДИА, РЕКЛАМА, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

УДК 316.4

Е. И. Бражина, Ю. О. Шляпникова

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕМСЯ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация

В статье авторы проводят анализ понятия «маркетинговые коммуникации» в контексте стремительно трансформирующегося общества. Сейчас уже не только пандемия коронавируса, но и обострившаяся социально-экономическая ситуация неизбежно приводят к изменениям не только в приоритетах потребителей, но и в сфере коммуникаций с ними. Закрытие ряда соцсетей обрывает каналы связи с внушительной группой потребителей и вынуждает производителей переходить на новые платформы продвижения. Товарное перенасыщение сменяет дефицит множества товаров. Большая группа российских потребителей привыкла пользоваться товарами известных мировых производителей, поэтому даже в случае появления аналогов ушедших брендов можно предполагать недоверие к их качеству. Чтобы минимизировать риски, компаниям следует грамотно подойти к работе с маркетинговыми коммуникациями, которые позволяют управлять процессом продвижения товара во время всего жизненного цикла товара. Сложившаяся экономическая ситуация в России требует поиска новых подходов к общению с потребителем. Рассмотрение маркетинговых коммуникаций в период стремительных трансформаций в обществе актуально, так как отечественным производителям сейчас как никогда важно повысить свою репутацию и заработать доверие российских потребителей.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, социальные сети, коронавирусная инфекция, период кризиса.

Цель статьи – оценить роль маркетинговых коммуникаций в современном стремительно трансформирующемся обществе. Задачи состоят в определении понятия «маркетинговые коммуникации», классификации видов такой коммуникации и анализе ситуации, сложившейся в этой сфере сегодня.

Понятие «маркетинговые коммуникации» имеет несколько определений. А. П. Панкрухин рассматривает маркетинговые коммуникации как «совокупность средств и конкретные действия по поиску, анализу, генерации и распространению информации, значимой для субъектов маркетинговых отношений» [1, с. 2]. Дж. Бернет, С. Мориарти маркетинговые коммуникации рассматривают как процесс передачи информации о товаре целевой аудитории [1, с. 2].

Во времена «рекламного бума» прослеживается обратная связь между информацией в виде рекламных объявлений и реакцией граждан. Особенно ярко это наблюдалось в США. Это первая страна, где количество рекламы превысило объемы сведений информационного характера.

Следующая революция в сфере маркетинговых коммуникаций – кинематограф и телевидение. Их влияние на психику потенциальных потребителей отличается мощностью и глубиной.

Кратко рассмотрев исторические этапы развития маркетинговых коммуникаций, мы видим, что восприятие потребителями разных видов маркетинговых коммуникаций напрямую зависит от технического развития общества. И сегодня, с массовым

© Бражина Е. И., Шляпникова Ю. О., 2022

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00087.

распространением новых технологий, следует внимательно подходить к вопросу использования их в коммуникации с целевой аудиторией.

Объект маркетинговых коммуникаций – потребители, а цель заключается в воздействии на их поведение. Задачи маркетинговых коммуникаций в информировании, убеждении и удержании потребителей.

Маркетинговые коммуникации имеют множество различных элементов, самые распространенные это реклама, стимулирование сбыта, личная продажа, связь с общественностью, событийные мероприятия, интерактивный маркетинг и прямой маркетинг, а также так называемый из уст в уста маркетинг. Последний помогает выработать имидж компании.

Каждый продукт требует индивидуального подхода к продвижению. Во-первых, необходимо выделить целевую аудиторию. Во-вторых, добиться взаимопонимания с покупателем. В-третьих, определить наиболее актуальный комплекс маркетинговых коммуникаций.

Кризис вынуждает некоторых производителей прекратить производство. В период быстрых изменений на рынке предприятия как никогда вынуждены бороться для того, чтобы удержать клиентов и привлечь новых.

Популярность цифровой среды спровоцировала создание новых программ аналитики. Самые популярные из них разработаны компанией Google, однако в современных реалиях следует фокусироваться именно на отечественных разработках. Yandex.Директ предоставляет ряд возможностей для рекламы: можно выбрать запросы, по которым будет показано объявление, программа предоставляет статистику популярности запросов в Рунете и выбор местоположения покупателей. Конечно, у сервиса Google есть преимущество: он ориентируется на аудиторию всего мира, в то время как сервисы Яндекс – только на русскоязычный сегмент [2, с. 215].

Социальные сети также играют огромную роль: появляется возможность провести анализ целевой аудитории, а также отсеять конкурентов. Так, А. В. Лебедев, Е. А. Щербаков отмечают увеличение количества лояльных клиентов компаний вследствие появления активных соцсетей [4, с. 204].

По данным Digital 2022 Global Overview Report, в 2021 году самыми используемыми социальными платформами стали Facebook (Деятельность организации в Российской Федерации запрещена), YouTube, WhatsApp и Instagram (Деятельность организации в Российской Федерации запрещена) [6]. Именно популярность этих социальных сетей определила современное развитие маркетинговых коммуникаций: на этих платформах в основном публикуются короткие видео, количество визуального материала превышает текстовый, пользователи активно используют новейшие цифровые технологии, такие как голосовые помощники, чат-боты и VR-пространство. В связи с текущей социально-экономической ситуацией в мире российским разработчикам следует рассмотреть применение этих технологий на отечественных онлайн-платформах.

Распространенным стал маркетинг влияния, или продвижение через популярных блогеров на онлайн-сервисах. Самый известный из них – Youtube, но на сегодняшний день также следует рассматривать альтернативы, такие как Rutube и видео в социальной сети Вконтакте.

Пандемия послужила катализатором эффективных процессов развития маркетинговых коммуникаций. Многие производители, помимо продвижения, также включили социальный аспект в маркетинговые коммуникации.

Одним из главных преимуществ использования сети Интернет для продвижения является возможность доступа к большим массивам информации в соответствии с интересами и потребностями аудитории. Наиболее значимыми критериями при ее сегментировании является возраст: отбор потребителей по году рождения показывает принадлежность к тому или иному типу поколения с характерными поведенческими особенностями.

Социальные сети часто рассматриваются как инструмент личного общения. Однако в расширяющемся пространстве маркетинговых коммуникаций они несут в себе и риски. Такие коммуникации могут быть эффективными при условии соблюдения определенных «правил входа» в соответствующие сетевые пространства и их применения. Требуется также учитывать очень тонкий процесс интеграции в медиапространстве средств маркетинговой коммуникации. Социальные сети более эффективны, чем традиционные методы, потому что они предлагают двустороннюю коммуникацию. Однако существуют и риски, которые волнуют потребителей: личная информация может быть получена третьим лицами и использована во вред: «Любой пользователь социальной сети должен помнить, что он может пострадать от того или иного вида риска, поэтому наибольшую важность приобретает выработка индивидуальных мер защиты своего профиля в сети» [5, с. 12].

Бостонская исследовательская компания IANS, специализирующаяся на информационной безопасности, соблюдении нормативных требований и управлении IT-рисками, провела опрос компаний в 2008 году и обнаружила, что большинство из них не имеют политики безопасности в отношении социальных сетей [5, с. 12].

Для повышения эффективности маркетинговых сетевых коммуникаций субъектам маркетинговых коммуникаций следует принять меры по установке политики безопасности потребителей. Ситуация меняется стремительно, и компаниям уже сложно планировать наперед, основным приоритетом становится принятие быстрых решений. Пандемия COVID-19 вынудила многие компании перейти на ситуативный маркетинг.

Огромное распространение и популярность в период карантина в связи с коронавирусной инфекцией получила видеореклама. Согласно исследованию Ассоциации развития интерактивной рекламы (IAB Russia), данный инструмент продвижения был популярен и ранее: в 2019 году рынок видеорекламы в Рунете вырос на 39 % – до 18,75 млрд рублей [3, с. 59]. В частности, пользовательский спрос особенно повысился на Shorts – видеоролики длиной в несколько секунд. Это связано с усталостью потребителей от гигантских потоков информации. Особенно отчетливо это прослеживается в данных Digital 2022 Global Overview Report [6], указывающих на лидерство в количестве загрузок в 2021 году приложений TikTok и Instagram (Деятельность организации в Российской Федерации запрещена) – именно эти онлайн-платформы получили широкую известность благодаря коротким и запоминающимся видеороликам.

VR-технологии также обретают актуальность, ведь они позволяют опробовать или примерить продукт в виртуальном пространстве, спроектировать будущий покупательский опыт. В какой-то степени VR-технологии стали отдушиной для людей, вынужденных из-за карантина проводить время дома.

Искусственный интеллект также получил широкое распространение, особенно в виде голосовых помощников. К концу 2020 года 50 % запросов в онлайн-коммуникации были голосовыми [3, с. 59]. Пользователи быстро привыкли к этой удобной для них технологии: по мнению некоторых, она даже удобнее, чем пользование графическим интерфейсом, ведь теперь им даже не нужно нажимать на какие-то кнопки, чтобы заказать еду или выключить свет – все это можно сделать, дав указание голосом.

Впервые в истории во время пандемии коронавируса люди испытали влияние инфодемии – тема вируса была везде, она заполонила информационное поле. Возникла ситуация, что с одной стороны, люди нуждались в актуальной информации, а с другой – они ощутили перегруженность информацией. Подобная ситуация наблюдается и сегодня. Возникает вопрос: как в этом случае использовать маркетинговые коммуникации? Следует обеспечить безопасность и поддержку своих потребителей, использовать сторонние позитивные темы в сообщениях и др. Сегодняшняя ситуация еще более сложная, чем во время пандемии, в частности, для России, и требует серьезной отдачи со стороны отечественных производителей.

Исследование международного сетевого коммуникационного агентства OMD OM Group, проведенное в мае 2020 г., подтверждает указанные выше тренды. Самыми

популярными стали бренды, которые отвечали новым потребностям аудитории. На первом месте по количеству упоминаний оказался «Яндекс», который активно развивал свои актуальные сервисы [3, с. 61].

Набирает популярность установление доверительных отношений между потребителями и брендом с помощью онлайн-трансляций в режиме реального времени (Stories в социальных сетях), в которых демонстрируется опыт использования товаров, освещаются внутрикорпоративные события и процессы.

До недавнего времени считалось, что применение маркетинговых коммуникаций в социальных сетях работает только на молодежь, которую традиционно было принято относить к низкоплатежеспособной аудитории. 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. [4, с. 204]. А значит, платежеспособная аудитория также существует в социальных сетях. К тому же аудитория социальных сетей со временем взрослеет и переходит в категорию платежеспособной.

Далее можно выделить характерный в данный момент перенос коммуникаций с потребителями на сторонние сервисы. Этому очень сильно способствовало активное создание чат-ботов и реферальных программ. Благодаря искусственному интеллекту чат-боты могут давать ответы на часто задаваемые вопросы потребителей в независимости от времени дня и ночи: эта технология очень сильно облегчает работу с аудиторией, а скорость обратной связи в этом случае многократно повышается. Предполагается, что активное развитие цифровых технологий, в частности AI-технологий, в ближайшем будущем откроет новые возможности для маркетинговых коммуникаций. Но на данный момент имеются недостатки: чат-боты не позволяют персонализировать сообщения для конкретных потребителей, кроме того, некоторая их часть весьма негативно относится к общению с роботизированной программой, а не с реальным человеком.

Реферальные программы активно развиваются некоторыми компаниями. Их суть состоит в расширении аудитории бренда за счет привлечения существующими пользователями новых пользователей.

Огромные возможности для сбора и анализа данных о пользователях представляют Big Data. Благодаря этой технологии можно определять персональные характеристики отдельных потребителей.

Однако, несмотря на огромное развитие цифровых и, в частности, интернет-технологий, все еще важным остаётся наружное размещение рекламы. Поэтому даже при продолжающемся стремительном распространении цифровых видов маркетинговых коммуникаций не стоит полностью исключать использование традиционных методов.

В итоге можно говорить о том, что с каждым днем все больше компаний продвигают свои продукты и бренд в целом через Интернет. Однако все еще потребители предпочитают придерживаться того, что хорошо знают, поэтому не все из них готовы пробовать новое. Особенно ярко это проявляется в период кризиса и состояния общей неопределенности. Компаниям нужно учиться быстро откликаться на изменения в обществе и в соответствии с этим строить маркетинговые коммуникации.

Во время пандемии коронавируса расширился виртуальный опыт потребителей. Цифровая экономика, в том числе и в России, сделала большой шаг вперед. Однако люди все еще тяготеют к живым впечатлениям, особенно после смягчения ограничений, поэтому полного перехода на цифровые маркетинговые коммуникации в ближайшее время не произойдет. Сейчас, ввиду обострившегося кризиса, маркетинговые коммуникации развивать сложно. Переход на цифровые площадки позволил сократить некоторые расходы компаний на маркетинговые коммуникации. Однако запрет некоторых интернет-платформ предполагает переход на отечественные аналоги, которые массовым потребителем пока освоены мало. В сложившейся ситуации создание и развитие отечественных интернет-

платформ, ориентированных на удобство маркетинговых коммуникаций, просто необходимо. Мир стоит на пороге значительных перемен, время требует от компаний гибкой адаптации к новым условиям рынка.

Библиографический список

1. Амирова, Д. Р., Храмова А. И. Маркетинговые коммуникации: теоретический аспект // E-Scio. 2019. № 3 (30). С. 119-124. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-kommu.. (дата обращения: 08.04.2022).
2. Джавадзаде Э. И. Маркетинговые коммуникации в интернет-среде: использование современных инструментов маркетинга для продвижения бренда // Современная наука в условиях модернизационных процессов: проблемы, реалии, перспективы: Сборник научных статей по материалам II Международной научно-практической конференции, Уфа, 19 мая 2020 года. Уфа: Научно-издательский центр «Вестник науки», 2020. С. 213-217.
3. Логунцова И. В. Актуальные тренды рынка маркетинговых коммуникаций в условиях пандемии COVID-19 // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 82. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-trendy-rynka-marketingovyh-kommunikatsiy-v-usloviyah-pandemii-covid-19 (дата обращения: 02.04.2022).
4. Смирнова Е. А. Тенденции развития маркетинговых коммуникаций в 2020-2022 гг. // Вестник ЧелГУ. 2020. № 10 (444).
5. Шарков Ф. И., Киреева О. Ф. Риски и неопределенности сетевых маркетинговых коммуникаций в глобальном интегрирующемся медиапространстве // Коммуникология: электронный научный журнал. 2021. № 1. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/riski-i-neopredelennosti-setevyh-marketingovyh-kommunikatsiy-v-globalnom-integriruyuschemsya-mediaprostranstv (дата обращения: 01.04.2022).
6. Digital 2022: another year of bumper growth // Creative Agency – We are social UK URL: https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/ (дата обращения: 23.03.2022).

E. Brazhina, Ju. Shlyapnikova

MARKETING COMMUNICATIONS IN A TRANSFORMING SOCIETY

Abstract

The article analyses the concept of "marketing communications" in the context of a rapidly transforming society. Not only pandemic coronavirus but aggravated social and economic situation inevitably leads to changes not only in consumers' priorities, but also in the sphere of communications with them. The closure of a number of social networking sites cuts off channels of communication with an impressive group of consumers and forces manufacturers to move to new promotional platforms. Commodity glut replaces multiple product shortages. A large group of Russian consumers are accustomed to using goods from well-known global manufacturers, so even in the case of the appearance of analogues of bygone brands, distrust in their quality can be assumed. In order to minimize risks, companies should properly approach the work with marketing communications, which allows them to manage the process of product promotion during the entire life cycle of the product. The current economic situation in Russia requires finding new approaches to communicating with consumers. Consideration of marketing communications in a period of rapid transformation in society is relevant, because now more than ever domestic producers are important to enhance their reputation and earn the trust of Russian consumers.

Keywords: marketing communications, social media, coronavirus infection, crisis period.

УДК 81.42

Н. С. Громова

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТРЕНДЫ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЙ

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы изменения коммуникативного пространства с учетом трансформации общественно-политических реалий. На примере анализа материала, представляющего собой новостные публикации в сети Интернет, делаются выводы об основной тематике и тенденциях подачи материала. В статье представлена классификация наиболее актуальных публикаций окказионального и тенденциозного характера. Особое внимание уделяется анализу содержания хейтерских публикаций и причин их появления. Представлены и проанализированы результаты опроса студентов по вопросу предпочтительного контента. Сделаны выводы об основных коммуникативных трендах, сохранившихся с учетом специфики аудитории и появившихся под влиянием трансформации современных общественно-политических реалий.

Ключевые слова: коммуникативные тренды, хейтеринг, Интернет-общение, общественно-политические реалии.

Процессы, происходящие в современном общественном сознании и политической жизни, во многом взаимосвязаны и имеют прямое отражение в коммуникативном поле. Тематика общения, так или иначе оказывается обусловленной теми магистральными процессами, которые происходят в государстве. Важно отметить, что здесь наблюдается актуализация одних и тех же тем, как в официальном поле, так и в неофициальном. Такими маркерами, которые получают одновременное широкое распространение за пределами конкретного социума, выступают глобальные процессы, охватывающие в большей или меньшей степени все население государства. Можно говорить о группе глобальных коммуникативных вызовов, т. е. таких тематических сообщений, которые выступают имманентной характеристикой общественной жизни. К данной группе глобальных тематических рубрик можно отнести в 2020-2021 гг. пандемию, связанную с распространением коронавируса COVID-19; в 2022 году общественную ситуацию, связанную с политическими событиями в Украине. Важно отметить, что коммуникативное пространство с учетом трансформации общественно-политических реалий становится принципиально иным: политика практически никогда не была основной тематической рубрикой и во многом оставалась на периферии коммуникации в Интернет-пространстве, превалируя в количественном отношении исключительно в рамках специализированных платформ.

На примере анализа Интернет-контента разных лет можно было наблюдать частичное пересечение глобальных и региональных информационных пространств. Так, контент такого информационного портала, как e1.ru, имел ярко выраженную информационную привязку к региональным проблемам. Достаточно долгое время наблюдалось на фоне репрезентации в глобальных информационных тенденциях доминирование региональных особенностей в смысловом пространстве локальных сообществ, способствующих процессу глокализации информационного потока. Исследователи даже отмечали тенденцию «обратной волны», когда локальные информационные тренды активно вливались в мейнстрим и даже влияли на информационный поток в нем [2]. Так, нельзя не согласиться с мнением, что «городская среда, как сгусток коммуникативных сетей, является одним из значимых генераторов и трансляторов социокультурных ценностей общества» [4]. Следовательно, данный тренд влияния локальных информационных потоков на глобальные имеет принципиальное обоснование и конкретные предпосылки.

При этом последние события показали, что данный тренд оказывается функциональным только до тех пор, пока не появляется глобальный информационный поток,

© Громова Н. С., 2022

обусловленный некими магистральными, воздействующими на всех членов общества, процессами. Важно понимать, что влияние такого потока на региональные тренды не является однозначным, т. к. каждый регион в целом и социальные группы на территории конкретных субъектов РФ, в частности, имеют свою позицию, обусловленную спецификой развития региона, превалирующей политической позицией большинства граждан и т. д. Однако если само направление информационного потока меняется, то меняется и наполнение информационного поля в целом.

На данный момент, по результатам мониторинга Интернет-пространства, наибольшей популярностью пользуются новости и их обсуждение на тему политических конфликтов, оставляя на периферии информационного потока личную жизнь медийных персон и общественные проблемы, не связанные с текущей ситуацией. Так, тематика профилактики COVID-19 отошла на второй план не только в магистральном информационном потоке, но и в узко специализированных Интернет-группах. Следовательно, можем заметить, что тенденцию представляют на данный момент публикации одной тематической группы – политические. Они неоднородны по своему содержанию и оценке актуальных событий, однако так или иначе связаны именно с вопросами политических оценок, а не иных. Окказиональными на данный момент становятся публикации в социальных сетях и на новостных порталах об общественно значимых процессах, не мотивированных основной тематикой. Так, повышение цен в магазинах, рост спроса на отдельные продукты, сокращение рабочих мест, повышение ставок по банковским вкладам и пр. – все оказывается тематически привязано к магистральной тематике сообщений политического характера.

На основании проанализированных результатов опросов, проведенных среди студентов вузов в городе Екатеринбурге, отметим, что 73 % опрошенных, ранее интересовавшихся вопросами здоровья, стали уделять больше внимания медицинскому контенту с начала пандемии, а 94 %, не уделявших особого внимания политической жизни страны и международного сообщества, стали просматривать новости политической тематики в 2022 году. Реакция опрашиваемых на сообщения неоднородна, но большая часть (67 % опрошенных) сообщила, что стала интересоваться разными источниками информации, сообщающими актуальные сведения о текущей ситуации: от государственной позиции до оппозиционных. Нельзя не отметить, что около 70 % опрошенных сообщили, что не интересуются официальными данными по вопросу, а знакомятся с ними, чтобы «быть в курсе». Также стоит отметить, что около 40 % заинтересованы в поиске несерьезного контента по проблематике, включая развлекательный, юмористический, чтобы не получить новую информацию, а переосмыслить старую, переоценить ее и весело провести время за ее обсуждением. Для части опрошенных данная тематика вообще не имеет политического характера, а рассматривается как отдельный актуальный повод для троллинга (10-15 % опрошенных в зависимости от учебной группы).

Отметим, что основной тематический тренд при этом реализуется по-разному в различных сообществах. Так, сообщества, чья потенциальная аудитория представляет собой работающих людей среднего возраста, предпочитают обсуждать последствия текущей ситуации для экономического развития России. Однако молодежные группы рассматривают данную ситуацию как повод для новых мемов и саркастического осмысления текущего положения участников политических отношений. При этом, несмотря на то, что, как отмечают исследователи, политический дискурс во многом ориентирован на молодежь как на потенциальный электорат, особенно в условиях его современной пассивности [3], молодые люди включаются в коммуникацию особым способом. Даже политические вопросы получают ироническое осмысление, переоцениваются в рамках исторического процесса, получают новую оценку с учетом специфической точки зрения автора материала.

Нельзя не отметить, что в последние месяцы возрастает число немотивированных хейтерских публикаций. Хейтерство исследователи рассматривают как «своеобразный ритуал виртуального вымещения человеком личностных обид, негативных эмоций, скопления переживаний или неудовлетворенности» [5]. Формальным мотивом выступает

любой информационный повод, позволяющий автору перейти к выплеску ненависти ко всем группам оппонентов вне зависимости от их взглядов, личных и групповых особенностей, идеологических убеждений. На фоне роста социальной нестабильности увеличение такого числа сообщений можно расценивать как обоснованный, однако данный способ выражения собственной позиции не становится от этого менее опасным для общества. Дело в том, что многие площадки хейтерства и кибербуллинга, изначально созданные для решения личных и социальных проблем участников, становятся постепенно «площадками разжигания экстремизма и ксенофобии» [1].

По результатам опросов студентов г. Екатеринбурга, можем отметить, что все опрошенные встречались с подобного рода публикациями (97 %) и отмечают, что их количество выросло даже на тех ресурсах, которыми респонденты пользовались и ранее. Важно отметить, что около 60 % опрошенных признали тот факт, что сами оказывались вовлечены в переписку с хейтерами и это серьезно влияло на их восприятие получаемой информации и реакцию на получаемые сообщения – уровень коммуникативной агрессии у них тоже возрастал (52 %).

Таким образом, отметим, что нестабильная социально-политическая ситуация провоцирует изменение коммуникативных трендов, нивелируя разницу в информационном потоке глобального и регионального характера. Социальные конфликты могут влиять на уровень коммуникативных конфликтов, сопровождаясь ростом тренда хейтерства на фоне возрастающих социальных разногласий. Коммуникативные тренды оказываются подвержены переменам как на уровне меняющегося коммуникативного пространства, так и общественного спроса на актуальную информацию.

Библиографический список

1. Арцер А. А., Маковецкая Е. Н. Кибербуллинг и хейтерство как новые типы агрессии в медийном пространстве // Потенциал российской экономики и инновационные пути его реализации. Омск, 2020. С. 122-124.
2. Гравинская А., Куква Е. С. Коммуникативные интернет-тренды в среде современной молодежи // Молодежь в трансформирующемся обществе: настоящее и будущее. Майкоп. 2020. С. 179-181.
3. Каминская Т. Л. Новые тренды в российской политической коммуникации // Политическая лингвистика. 2020. № 6 (84). С. 12-18.
4. Коркия Э. Д., Мамедов А. К. Городское коммуникативное пространство (феноменология и тренды) // Международный академический вестник. 2014. № 3 (3). С. 30-38.
5. Чеджемов Г. А., Синичкина О. Р. Хейтерство в сети интернет как одно из последствий технологического и информационного прогресса // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2020. № 2-1. С. 63-71.

N. Gromova

COMMUNICATIVE TRENDS IN THE CONDITIONS OF TRANSFORMATION OF MODERN REALITIES

Abstract

The article deals with the issues of changing the communicative space taking into account the transformation of socio-political realities. Using the example of the analysis of the material, which is news publications on the Internet, conclusions are drawn about the main topic and trends in the presentation of the material. The article presents a classification of the most relevant publications of an occasional and tendentious nature. Special attention is paid to the analysis of the content of haters' publications and the reasons for their appearance. The results of a survey of students on the issue of preferred content are presented and analyzed. Conclusions are drawn about the main communicative trends that have been preserved taking into account the specifics of the audience and appeared under the influence of the transformation of modern socio-political realities.

Keywords: communicative trends, hatering, Internet communication, socio-political realities.

УДК 339.138

Е. М. Кремешкова

МАРКЕТИНГ ФУТБОЛЬНОГО КЛУБА: АНАЛИЗ ОФИЦИАЛЬНЫХ САЙТОВ КЛУБОВ ФУТБОЛЬНЫХ ЛИГ РОССИИ И США

Аннотация

Спортивная индустрия по-прежнему не оправилась от кризиса, вызванного пандемией COVID-19, однако российский спорт ожидают куда более суровые испытания: геополитическая ситуация привела к исключению команд из международных соревнований, иностранные спортсмены покидают клубы, трансляции европейских лиг уходят с телевидения. Необходимо воспользоваться сложившимися условиями для изменения подходов к привлечению аудитории на спортивные мероприятия, в том числе при помощи инструментов интернет-маркетинга. В статье проанализированы официальные сайты футбольных клубов Российской премьер-лиги (РПЛ) и Высшей лиги чемпионата по футболу США (MLS) с точки зрения маркетинговых коммуникаций, посредством контент-анализа выявлены основные сходства и отличия коммуникационных инструментов интернет-маркетинга официальных сайтов клубов двух лиг.

Ключевые слова: спортивный маркетинг, футбольный клуб, интернет-маркетинг.

Последний полноценный «доковидный» сезон 2018-2019 гг. для Российской премьер-лиги закончился ростом посещаемости матчей: сработал «эффект чемпионата мира», когда новые или реконструированные стадионы всё ещё напоминали о прошедшем грандиозном событии. Однако незначительно увеличившиеся показатели билетной выручки не отразились на ситуации со структурой доходов клубов РПЛ в целом: основную часть доходов по-прежнему оставляют спонсорские поступления (спонсорами большинства клубов выступают госкорпорации) и дотации из региональных бюджетов [1, с. 34; 3]. В отличие от РПЛ основная строка доходов ведущих футбольных клубов Европы – продажа медиаправ [5, с. 81], а Высшая лига по футболу США до заключения контрактов с крупнейшими вещательными компаниями получала 90 % всех доходов сезона с выручки игрового дня [4]. Очевидно, что для версификации экономики клубов РПЛ необходимо полностью пересмотреть систему управления в спорте, однако уже сейчас можно начать вносить изменения в подходы к привлечению аудитории на стадионы, опираясь на опыт лиг других стран.

Несмотря на появление новых и совершенствование существующих медиаплатформ, сайт по-прежнему остаётся незаменимым элементом системы маркетинговых коммуникаций спортивных клубов: это основная площадка для продажи билетов и атрибутики, а также размещения ключевой информации о клубе и его деятельности. В ходе исследования был проведён контент-анализ сайтов 16 клубов Российской премьер-лиги (РПЛ) и 28 клубов Высшей лиги чемпионата по футболу США (MLS). Отметим, что все сайты MLS выполнены в едином стиле, это определяет их основные отличия от сайтов клубов РПЛ.

В таблице рассмотрены коммуникационные и информационные элементы сайта клубов, способствующие облегчению навигации по порталу и получению всей необходимой информации о клубе и его традициях, существующих медиаканалах, билетной программе, местных сообществах болельщиков (табл. 1). Данные инструменты могут способствовать привлечению аудитории на медиаканалы клуба, а также вовлечению болельщиков в группы единомышленников, что в дальнейшем может способствовать и повышению посещаемости. Учитывая, что язык сайтов клубов MLS (за исключением канадского клуба «Монреаль», сайт которого открывается на французском языке) по умолчанию английский, наличие альтернативных версий не является критичным, однако у многих клубов они есть. Так, самый популярный второй язык на сайтах команд американской лиги – испанский, это объясняется большим количеством населения латиноамериканского происхождения, интересующегося футболом. Помимо размещения информации о фан-клубах и группах

© Кремешкова Е. М., 2022

болельщиков, к которым можно присоединиться при посещении матчей, эффективным инструментом может стать размещение информации о традициях клуба и болельщиков. Так, несколько команд MLS разместили на своих сайтах «кричалки» и песни в поддержку клуба для исполнения на стадионе во время игр, сопровождающиеся видеорядом и инструкцией, разъясняющей, в какие моменты матча они могут исполняться. CRM-системы являются одним из наиболее эффективных инструментов сбора информации об аудитории сайта для последующей реализации маркетинговых мероприятий, для болельщиков, в свою очередь, продуманная CRM-система означает удобство работы с сервисами сайта, а также своевременное получение актуальных предложений. Личные кабинеты подавляющего большинства сайтов клубов MLS привязаны к аккаунтам билетных операторов, таких как Ticketmaster и SeatGeek. Что касается РПЛ, то варианты CRM-систем весьма разнообразны: при просмотре главной страницы сайта регистрация может и не предлагаться, но она необходима в разделах покупки билетов или интернет-магазине, а в некоторых случаях для регистрации в программе лояльности.

Таблица 1

Коммуникационные инструменты

№	Инструменты			РПЛ		MLS	
				Число сайтов	%	Число сайтов	%
1	Язык	а	1 язык	5	31,25	18	64,29
		б	2 языка	10	62,5	10	35,71
		в	3 и более	1	6,25	0	0
2	Ссылки на все имеющиеся медиаканалы клуба			7	43,75	9	32,14
3	Возможность поделиться			8	50	28	100
4	Подписка на новости			6	37,5	16	57,14
5	Форум			6	37,5	0	0
6	Информация о фан-клубах			4	25	18	64,29
7	Наличие личного кабинета			14	87,5	28	100

Реализация билетов является основой доходов игрового дня, в табл. 2 представлены данные об онлайн-тикетинге на сайтах анализируемых клубов. MLS отличает изначальная привязка аккаунтов сайтов к системе билетных операторов, таких как Ticketmaster и SeatGeek, что значительно упрощает процесс приобретения билетов. Большинство клубов обеих лиг предлагает билеты в VIP-сектор, также именуемые «гостеприимством»: это варианты размещения повышенной комфортности, отдельные ложи или бизнес-клубы, обычно сопровождаемые ресторанным обслуживанием. Можно сделать вывод, что у клубов нет проблем с инфраструктурой, поскольку стадионы располагают подобными локациями. Большинство клубов РПЛ избегают групповых продаж билетов в связи с возможной деятельностью перекупщиков, в MLS, напротив, это одна из наиболее популярных опций. При этом такие предложения могут быть основаны на неожиданных признаках: например, некоторые клубы предлагают размещения в секторах для различных этнических групп, болельщиков аргентинского, немецкого, вьетнамского происхождения и т. д.

Таблица 2

Онлайн-тикетинг

№	Существующие опции			РПЛ		MLS	
				Число сайтов	%	Число сайтов	%
1	Возможность приобрести билеты онлайн			15	93,75	28	100
2	Категории билетов	а	VIP	11	68,75	27	96,43
		б	Семейный сектор	3	18,75	2	7,14

Продолжене таблицы 2

2	Категории билетов	в	Фан-сектор	5	31,25	6	21,43
		г	Групповая заявка	0	0	27	96,43
		д	Корпоративная заявка	3	18,75	2	7,14
3	Льготы	а	МГН	11	68,75	1	3,57
		б	Дети	7	43,75	0	0
		в	Студенты	1	6,25	3	10,71
		г	Пенсионеры	5	31,25	0	0
		д	Военные и ветераны	1	6,25	2	7,14
3	Пакеты			4	25	23	82,14
4	Сезонные абонементы			15	93,75	28	100
5	Информация о других вариантах продажи билетов			10	62,5	0	0

В табл. 3 представлены данные о наличии интернет-магазинов на сайтах двух лиг, а также информация об альтернативных вариантах приобретения товаров. Продукция интернет-магазина позволяет, в частности, удовлетворить потребность болельщиков в принадлежности к группе и продемонстрировать свою приверженность клубу, поэтому наличие официального интернет-магазина является одним из наиболее важных элементов маркетинговой деятельности. Важно отметить, что все без исключения клубы MLS подключены к централизованному онлайн-магазину на сайте лиги, где представлен одинаковый набор категорий товаров с символикой каждого клуба, однако некоторые из них также имеют собственные официальные интернет-магазины, не привязанные к сайту лиги. При проведении исследования также были выделены основные категории товаров, представленные в интернет-магазинах клубов обеих лиг: форма (оригинал и реплики), атрибутика, одежда, сувенирная продукция и аксессуары.

Таблица 3

Официальный интернет-магазин

№	Характеристики	РПЛ		MLS	
		Число сайтов	%	Число сайтов	%
1	Наличие официального интернет-магазина клуба	13	81,25	7	25
2	Переход в раздел клуба в официальном магазине лиги	0	0	28	100
3	Информация о других вариантах приобретения	12	75	13	46,43

Благодаря наличию централизованного интернет-магазина MLS даже небольшой клуб лиги, не обладающий необходимыми финансовыми возможностями для организации производства и дистрибуции собственных товаров с клубной символикой, получает возможность получать доход от продажи атрибутики и удовлетворять спрос аудитории.

Существуют следующие варианты использования инфраструктуры футбольных клубов: размещение на территории стадиона магазина клубной атрибутики и музея клубной истории, проведение экскурсий, а также использование стадиона в межсезонье и нематчевые дни. Использование стадиона в межсезонье и нематчевые дни, в свою очередь, обычно представляет собой сдачу в аренду стадиона для проведения массовых мероприятий, сдачу в аренду расположенного на территории стадиона ресторана и VIP-лож, проведение коммерческих съёмок и фотосессий, а также сдачу в аренду территории, прилегающей к стадиону [2, с. 12]. В целом показатели сайтов клубов двух стран в контексте размещения

информации о возможностях инфраструктуры клуба, представленные в табл. 4, не имеют значительных отличий.

Таблица 4

Инфраструктура

№	Существующие опции			РПЛ		MLS	
				Число сайтов	%	Число сайтов	%
1	Возможность аренды			7	43,75	13	46,43
2	Варианты аренды	а	Стадион	5	31,25	6	21,43
		б	Внутренние помещения	6	37,5	13	46,43
		в	Поле	2	12,5	4	14,29
		г	Территория	2	12,5	4	14,29
		д	Другие объекты	1	6,25	1	3,57
3	Экскурсии по стадиону			5	31,25	3	10,71
4	Музей на территории стадиона			1	6,25	0	0
5	Магазин атрибутики на стадионе			3	18,75	10	35,71

Программы лояльности являются одним из ключевых инструментов для повышения уровня вовлечённости болельщиков. Все клубы MLS предлагают болельщикам программу лояльности, подавляющее большинство – 27 клубов из 28 – при приобретении сезонных абонементов. Клубы РПЛ имеют более широкую линейку предложений: например, оформление клубной карты болельщика, позволяющей накапливать баллы для получения уникальных так называемых «money-can't-buy» призов от клуба.

Таблица 5

Программа лояльности

№	Характеристики	РПЛ		MLS	
		Число сайтов	%	Число сайтов	%
1	Наличие программы лояльности	10	62,5	28	100
2	Приобретение сезонных абонементов	2	12,5	27	96,43
3	Оформление клубной карты болельщика	3	18,75	0	0
4	Оформление банковской карты болельщика	3	18,75	0	0
5	Бесплатная регистрация в программе на сайте клуба	2	12,5	1	3,57

Данные о предложениях, доступных для болельщиков в дни матчей, размещённые на сайтах анализируемых клубов, представлены в табл. 6. Ряд команд MLS имеет партнёрские соглашения со множеством пабов, предлагающих бонусы болельщикам, пришедшим посмотреть прямую трансляцию матча. Помимо этого, существуют отдельные предложения от партнёров на стадионе: обычно это набор из закусок и напитков, позволяющий болельщикам не посещать зоны кейтеринга, а получить свои снеки без очереди. Ещё одной особенностью MLS являются тематические дни матчей: информация о них публикуется на сайте сразу на весь сезон, анонсируя список сопутствующих активностей. Среди тематик – популярные кинофраншизы и комиксы, поддержка ЛГБТ, военных и ветеранов боевых действий, ярмарки вакансий, чествование отдельных этнических групп и т. д. Также на сайтах клубов MLS есть возможность подать заявку на исполнение гимна перед матчем или

отправить сообщение для последующей трансляции на экране стадиона в день матча. Один из клубов РПЛ, в свою очередь, предлагает болельщикам подать заявку на участие их детей в конкурсе на место сопровождающего футболиста перед игрой. Информация о существующих развлекательных площадках, доступных на территории стадиона в игровые дни, зачастую публикуется на в социальных медиа непосредственно накануне матчей. Однако часть клубов размещает на сайтах информацию о подобных зонах активности на стадионе: это могут быть детские игровые комнаты, зона для киберспортивных состязаний, мини-поле для предматчевых турниров среди болельщиков, игровые автоматы, а также зоны кейтеринга. К онлайн-активностям игрового дня можно отнести фэнтези-турниры и подкасты, посвящённые обсуждению матчей и размещаемые на сайтах.

Таблица 6

Предложения игрового дня

№	Характеристики	РПЛ		MLS	
		Число сайтов	%	Число сайтов	%
1	Онлайн-активности	2	12,5	3	10,71
2	Развлекательные площадки и активности на стадионе	5	31,25	6	21,43
3	Тематические дни матчей	0	0	5	17,86
4	Заявка на участие в предматчевых мероприятиях	1	6,25	2	7,14
5	Размещение контента от болельщиков на стадионе	0	0	4	14,29
6	Предложения от партнёров в дни матчей на стадионе	0	0	10	35,71
7	Предложения от партнёров в дни матчей вне стадиона	0	0	11	39,29

Очевидно, что клубы MLS уделяют особое внимание активностям игрового дня, что отражает структуру доходов клубов лиги. Существующие кейсы могут быть взяты на вооружение не только клубами РПЛ, но и ведущими европейскими лигами, желающими привлечь ещё больше болельщиков на стадионы. Стоит отметить работу американских клубов с киберспортсменами: они организуют турниры и ведут трансляции в дни матчей, в том числе в дни матчей, разыгрывая призы, связанные с клубом.

Подходы к функционированию сайтов клубов MLS существенно отличаются от РПЛ: привязка к аккаунтам билетных операторов на сайтах клубов MLS значительно упрощает процесс покупки билетов, а наличие объединённого магазина лиги позволяет любому болельщику приобрести официальную атрибутику. Помимо этого, клубы из США на своих сайтах предоставляют значительно больше данных и опций, связанных с активностями в дни матчей, учитывая текущую ситуацию со структурой доходов клубов РПЛ, им необходимо обратить на это внимание для привлечения аудитории на стадионы.

Библиографический список

1. Российская Премьер-Лига. Комплексное исследование экономики российского футбола. Сезон-2019/2020 2019. 44 с. Режим доступа: https://www.pwc.ru/ru/materials/rossiyskaya-premyer-liga-sezon-2019-2020.pdf (дата обращения: 25.02.2022).

2. Российская Премьер-Лига. Комплексное исследование экономики российского футбола. Сезон-2018/2019 2018. 44 с. Режим доступа: https://www.pwc.ru/ru/sports/pwc-rpl-research-season-18-19.pdf (дата обращения: 25.02.2022).

3. Российская Премьер-Лига. Публикуемая финансовая информация за 2018 г. 2019. 40 с. Режим доступа: https://static.rfs.ru/documents/1/5cf1842b7b80d.pdf (дата обращения: 24.02.2022).

4. The Business of Major League Soccer: Understanding the business of America's soccer league, its growth and performance alongside other major sport properties in the USA 2020. URL: https://www.sportcal.com/Insight/Features/134712 (date of access: 22.02.2022).

5. The European Club Footballing Landscape. Club Licensing Benchmarking Report: Living with the pandemic 2022. 160 p. URL: https://editorial.uefa.com/resources/0272-1475ae912038-32f115233418-1000/master_bm_report_mr.pdf (date of access: 23.02.2022).

E. Kremeshkova

FOOTBALL CLUB MARKETING: ANALYSIS OF OFFICIAL SITES OF FOOTBALL CLUBS IN RUSSIA AND THE UNITED STATES

Abstract

The sports industry is still reeling from the crisis caused by the COVID-19 pandemic, but Russian sports are facing much more severe tests: the geopolitical situation has led to the exclusion of teams from international competitions, foreign athletes are leaving clubs, broadcasts of European leagues are leaving television. It is necessary to take advantage of the current conditions to change approaches to attracting an audience to sports events, including using Internet marketing tools. The main aim of this study is to evaluate official websites of the football clubs of the Russian Premier League and the US Major League Soccer (MLS) in terms of marketing communications and to identify the main similarities and differences between the communication tools of Internet marketing of the official websites of the clubs of the two leagues using the method of content analysis.

Keywords: sports marketing, football club, internet marketing.

УДК 316.77

С. С. Пястолов, Ю. А. Тепомес

СМИ КАК ИСТОЧНИК ПОЛУЧЕНИЯ ДОСТОВЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ В ВОСПРИЯТИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация

В статье исследуется отношение психосоциальной группы «студенчество» к информации, предоставляемой СМИ, а также определяется уровень доверия прессе со стороны данной молодежной аудитории. В ходе исследования выявляются наиболее референтные источники получения информации, а также требования к достоверности и качеству информации, предъявляемые представителями молодежной аудитории. В проведенном исследовании посредством опроса устанавливаются критерии достоверности, определяющие доверие СМИ со стороны психо-возрастной группы «студенчество».

Ключевые слова: СМИ, студенческая молодежь, источники информации, достоверная информация, качество информации, типы СМИ, критерии достоверности.

Актуальность настоящего исследования определяется тем, что молодежная студенческая среда, согласно эмпирическим данным, характеризуется низкой степенью доверия современным СМИ. Скептично молодежь относится прежде всего к достоверности предъявления и оценки событий официальной публицистикой. Цель исследования – верифицировать данный тезис, а также определить основные потребности студентов, обусловливающие выбор СМИ как достоверного и полезного источника информации.

П. Бурдье в работе «О телевидении и журналистике» выделяет следующие характеристики самодостаточных СМИ: «Степень независимости того или иного СМИ определяется долей доходов, получаемых им от рекламы и от государственных субсидий, а также степенью концентрации рекламодателей» [1, с. 92]. Эта мысль может послужить отправной точкой для нашего исследования.

© Пястолов С. С., Тепомес Ю. А., 2022

Говоря о СМИ как источнике получения достоверной информации, важно иметь представление о современной медиасистеме в целом, поскольку СМИ являются ее неотъемлемой частью. Так, Е. Л. Вартанова определяет медиасистему как взаимосвязанный комплекс медиаканалов, медиаконтента, медиатехнологий, адресованных аудитории [2, с. 11-12].

Д. П. Гавра и К. А. Науменко под термином «медиасистема» понимают «обозначение некоторой сложной совокупности социальных субъектов и социальных отношений, относительно функционально обособленных и в то же время неразрывных с другими смежными субъектами и отношениями – политическими, экономическими и т.п.» [5]. Исследователи акцентируют внимание на включенности субъектов в медиасистему, однако необходимо учитывать специфику законодательного регулирования этой сферы, включения в коммуникационную модель ее акторов [5].

Также теоретически значимыми для настоящего исследования являются понятия «информация» и «качество информации». В российском законодательстве под информацией понимается «сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления» [13]. Качество информации исследователи определяют как «совокупность свойств, отражающих степень пригодности конкретной информации об объектах и явлениях и их взаимосвязях для достижения целей, стоящих перед пользователем. Важнейшими взаимосвязанными характеристиками качества информации выступают ее полезность (ценность), достоверность и доступность» [8, с. 5]. Данная операционализация понятий послужит для разработки инструментария нашего исследования.

Особую роль в распространении информации сегодня играет Интернет. Его повсеместное распространение изменило и систему массовых коммуникаций: каждый человек, как участник интернет-коммуникации, может получать доступ к разноречивой и субъективно предъявленной информации. Как отмечают исследователи, «традиционные СМИ не могут обеспечить осуществление такой коммуникации, так как, помимо прочих преимуществ, Интернет позволяет вести диалог один на один» [11, с. 181].

В этих условиях наиболее заметным и значимым актором становится молодежь как социальная группа, самостоятельно формирующая систему массовой коммуникации, выбирая для себя платформы, отвечающие ее интересам. Это, несомненно, приводит к тому, что новые медиа и социальные сети становятся более значимыми «поставщиками» информации, нежели официальные СМИ [11, с. 199].

Для молодежи как особой социально-демографической группы, переживающей становление личности, формирование мировоззрения, необходимо более основательно подходить к выбору источников информации, поскольку в современных СМИ действуют особые технологии воздействия на массовое сознание: «В постмодернистском обществе символы и художественные приемы имеют большее влияние, чем факты и правда в силу изменчивой природы последних, и индивиды вынуждены использовать предоставляемые СМИ образы для формирования собственной системы взглядов» [11, с. 181].

В. В. Савчук пишет, что «СМИ не в состоянии трансформировать саму реальность, но им по силам изменить представление о ней» [10, с. 103]. Важно учитывать этот фактор, изучая отношение молодежи и СМИ. Студенческая молодежь переживает формирование системы взглядов и ценностей, представлений об окружающей действительности. В связи с этим нужно говорить о необходимости формирования четких критериев подбора СМИ.

Н. Б. Кириллова отмечает, что СМИ должны быть объективными, отражать различные точки зрения на общественные проблемы, предоставлять заинтересованным лицам и организациям возможность ответа на критику» [7, с. 293]. СМИ не должны выступать в качестве провокатора беспорядков в обществе, насилия, для чего и нужны общественный контроль и правовое регулирование их деятельности.

Показательны результаты социологических исследований, направленных на выявление степени доверия молодежи Урала современным СМИ. В монографии 2018 года

приводятся следующие выводы: для студенчества основными источниками получения информации об общественно-политических проектах, мероприятиях являются социальные сети (58 %) и информационные сайты СМИ (61 %) [11, с. 152]. В монографии 2020 года говорится о «доверии как фундаментальной проблеме российского высшего образования» и приводятся следующие статистические данные о доверии студентов вузов СМИ: «скорее да» – 18,6 %, «скорее нет» – 81,4 % [6, с. 166]. В 2021 году Ю. Р. Вишневский приводит следующие результаты: «По мнению каждого седьмого (14 %), молодым людям мешает планировать будущее и преобладающая в СМИ и общественном мнении «негативная, трагическая» окраска возможных сценариев будущего» [4, с. 208]. Исследователь отмечает, что «при преобладающем недоверии к СМИ наименьшее оно в отношении Интернета. Информации Интернета не доверяет лишь один из каждых трех респондентов, тогда как радио – два из каждых пяти, а печатным СМИ и телевидению – почти каждый второй» [3, с. 27].

К некоторому обобщению приходят Д. В. Петросянц и И. В. Юшков: «Современная молодежь по большей части ориентирована на Интернет-источники получения информации… Вот здесь и кроется определенная информационная ловушка, проверкой достоверности информации занимаются далеко не всегда и не все пользователи Интернета» [9, с. 74].

С целью выявления уровня референтности СМИ для студенческой молодежи нами в декабре 2021 г. нами был проведен анкетный опрос, участие в котором приняли 40 студентов бакалавриата и магистратуры Департамента философии УГИ УрФУ в возрасте от 18 до 35 лет. Предметом исследования является мнение студентов о достоверности СМИ, предпочтения студентов в выборе СМИ как достоверного источника информации в различных сферах.

Установлено, что студенческая молодежь больше склонна доверять информации в Интернете, а в качестве одного из основополагающих критериев при выборе СМИ является его полезность. Результаты опроса показали, что студенты, владеющие иностранными языками склонны доверять «иностранным источникам больше, чем российским», и «иностранным и российским» в равной степени. Чаще всего студенты проверяют информацию для учебы, однако почти так же часто респонденты проверяют информацию, если хотят получить информацию об актуальных событиях.

Наиболее часто используемыми источниками информации являются Интернет (95 % респондентов используют ежедневно), телевидение (соответственно, 22,5 % и 20 % опрошенных пользуются ежедневно и несколько раз в неделю). Большая часть респондентов (57,5 %) использует СМИ для учебы и 55 % для получения информации об актуальных событиях, меньше всего (7,5 %) используют для саморазвития.

Превалирующими факторами, определяющими выбор СМИ для студенческой молодежи, являются достоверность информации (65 %), актуальность информации (62,5 %), оперативность предоставляемой информации (50 %). Меньше всего влияют на решение о выборе СМИ бесплатность доступа (17,5 %), источник финансирования (12,5 %) и территория вещания (10 %).

Среди видов СМИ студенты в большей степени доверяют Интернету – 32,5 % опрошенных, и в меньшей степени доверяют телевидению – 10 % опрошенных. Также мы выяснили, что важными факторами при выборе СМИ среди студентов является полезность СМИ (то есть соответствие данных запросам пользователя) – 67,5 % и рейтинг СМИ – 30 %. Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что равный процент респондентов «доверяет иностранным СМИ больше, чем российским» и «доверяют в равной степени российским и иностранным». При этом наблюдается тенденция, что студенты склоны доверять скорее иностранным СМИ – 27 %.

При этом большинство респондентов указывают, что всегда проверяют информацию для учебы (40 %), иногда и всегда для работы – 30 % и 27,5 %, соответственно, всегда и иногда – 32,5 % и 32,5 %, соответственно, для получения информации об актуальных

новостных событиях, в меньше степени для саморазвития – 25 % и для досуга – 17,5 %. Наиболее важными функциями СМИ для респондентов являются информационная (82,5 %), образовательная (37,5 %), коммуникативная (37,5 %) и развлекательная (32,5 %).

В качестве основных недостатков современных СМИ студенческая молодежь называет наличие пропаганды (52,5 %), недостоверность информации (40 %), а также непрофессионализм журналистов и редакторов (32,5 %). В оценке объективности СМИ 75 % опрошенных студентов говорят о частичной объективности СМИ. Также респонденты отмечают, что СМИ навязывают свою точку зрения (62,5 %). Достоверность информации, предоставляемой в СМИ, является «очень важной» для 57,5 % опрошенных и «скорее важной» для 37,5 %.

На данный момент сложно спрогнозировать, как будет изменяться коммуникационная модель «СМИ – студенческая молодежь». На основе исследований студенческой молодежи Свердловской области и проведенного нами опроса можно говорить о наибольшей ориентированности респондентов на Интернет-пространство, наличие у студентов критического отношения к информации, предоставляемой в СМИ (несмотря на перегруженность информационного пространства и большой объем ежедневно получаемой информации).

Библиографический список

1. Бурдье П. О телевидении и журналистике / Под ред. Н. А. Шматко. Москва: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. 160 с.
2. Вартанова Е. Л. Медиасистема как актуальный концепт теории СМИ // Актуальные проблемы медиаисследований: материалы IX Междунар. науч. конф. НАММИ. М.: Фак. журн. МГУ, 2019. С. 11-12.
3. Вишневский Ю. Р., Нархов Д. Ю. Информационная безопасность в оценках молодежи Свердловской области // Инновационный потенциал молодежи: информационная, социальная и экономическая безопасность: материалы Международная молодежная научно-исследовательская конференция (Екатеринбург, 4-5 декабря 2017 г.). Екатеринбург: УрФУ, 2017. С. 21-30.
4. Вишневский Ю. Р. Студенты Урала о будущем: опасения и надежды, образ будущего, участие в созидании будущего // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы VII Международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 19-20 апреля 2021 г.: в 2-х т. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. Т. 1. С. 206-212.
5. Гавра Д. П., Науменко К. А. Концепт «медиасистема» в современной теории массовых коммуникаций // Медиаскоп. 2020. Вып. 1. DOI: 10.30547/mediascope.1.2020.5.
6. . Зборовский Г. Е, Амбарова П. А., Каташинских В. С., Шаброва Н. В., Шуклина Е. А. Доверие как фундаментальная проблема российского высшего образования. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2020. 382 с.
7. Кириллова Н. Б. Медиалогия. Москва: Академический проект, 2015. 424 с.
8. Модели обеспечения достоверности и доступности информации в информационно-телекоммуникационных системах / М. Ю. Монахов.: Изд-во ВлГУ, 2015. 208 с.
9. Петросянц Д. В., Юшков И. В. Анализ каналов и способов получения информации российской студенческой молодежью // РППЭ. 2017. № 8 (82).
10. Савчук В. В. Конверсия искусства. Санкт-Петербург: Петрополис, 2001. 288 с.
11. Тренды молодежной политики в зеркале социальных наук и технологий: монография / А. В. Пономарев Екатеринбур : Издательство Уральского университета, 2018. 260 с.

12. Учащаяся молодежь: от образовательной неуспешности к образовательной успешности / Под ред. Г. Е. Зборовского. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2021. 328 с.

13. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ. Режим доступа: https://base.garant.ru/12148555/ (дата обращения: 21.03.2022).

S. Pyastolov, Yu. Tepomes

MEDIA AS A SOURCE OF RELIABLE INFORMATION AMONG YOUTH STUDENTS

Abstract

The article examines the attitude of the psychosocial group "studentship" to the information provided by the media, and also determines the level of trust in the press on the part of this youth audience. In the course of the study, the most referential sources of information are identified, as well as the requirements for the reliability and quality of information presented by representatives of the youth audience. In the conducted research, by means of a survey, reliability criteria are established that determine the trust of the media on the part of the psycho-age group "studentship".

Keywords: media, student youth, sources of information, reliable information, quality of information, types of media, reliability criteria.

6.2. СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 69.003

М. Е. Домрачев, Н. Р. Степанова

НАХОЖДЕНИЕ БАЛАНСА ГРАНИЧНЫХ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ И ОСВОЕНИЯ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ В БЕРЕЗОВСКОМ

Аннотация

Рассматриваются и анализируются слабые и сильные стороны развития и бюджет городского округа Березовский. На основе проведенного исследования делается вывод о растущих расходах на содержание территории при увеличении фактической площадки города в несколько раз. Поэтому принимая ключевые решения по вопросам развития территории нужно умело балансировать с ограничениями при разработке концепции развития любого направления и менять приоритеты, замораживая одни проекты и формируя другие.

Ключевые слова: генеральный план развития, бюджет, население, комфортная городская среда.

Сегодня при планировании эффективного пространственного развития городской территории важно иметь работающий план развития муниципального образования, отдельного района или округа роста с учетом возможностей бюджета для появления потенциальных точек роста этой территории на период до 10-15 лет.

Целью работы является рассмотрение возможностей развития городского округа Березовский, входящего в состав Екатеринбургской агломерации.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

– Провести анализ социально-экономического развития города (территории);

– провести swot анализ города (территории) на предмет выявления сильных и слабых сторон, влияющих на привлечение в него новых жителей и работников предприятий;

– оценить структуру бюджета города (территории), основные источники наполнения и расходования бюджетных средств;

– выявить перспективные направления развития муниципального образования (отдельного его района или округа), определить основные точки роста.

В качестве методологии исследования использовались теоретические методы, такие как анализ, синтез, обоснование и сбор информации из разнообразных источников.

Теоретические и практические аспекты исследования

Администрация Березовского городского округа [7] предоставила в открытом доступе план градостроительного развития на перспективное будущее [4]. Практически все города России анонсируют такие планы. Они нужны для вовлечения жителей в вопросы развития городской среды и ответные реакции на предложенные инициативы с замечаниями и пожеланиями горожан [8].

Однако некоторые планы несовершенны и воспроизводят погрешности, которые делают города не комфортнее и не стабильнее. Подобные ошибки достаточно подробно описаны в книге Яна Гейла «Город для людей» [2]. Одной из них является корреляция граничных условий в зависимости от внешней и внутренней среды.

Проведя анализ социально-экономического развития территории Березовского [3] нами была выявлена потребность в его дальнейшем развитии по нескольким направлениям:

– Новое комфортное жилье для молодых семей;

– необходимость строительства современного спортивного комплекса с ледовой ареной и бассейном;

– возведение парка развлечений для гостей и жителей города и др.

© Домрачев М. Е., Степанова Н. Р., 2022

В ходе работы мы провели SWOT-анализ Березовского для более точной оценки необходимости реализации направлений перечисленных проектов (см. табл. 1).

Таблица 1

SWOT-анализ Березовского городского округа [5]

Сильные стороны	Слабые стороны
Близость к мощному промышленному центру; Наличие свободных земель; Многоотраслевая структура экономики; Активность населения в экономической сфере; Свободные производственные мощности; Достаточно ёмкий потребительский рынок	Затруднения при въезде/выезде в г. Екатеринбург; Развитие транспортной инфраструктуры отстаёт от роста уровня автомобилизации; Наличие ветхого и аварийного жилищного фонда; Недостаток учреждений и специалистов в сфере здравоохранения; Недостаток мест в общеобразовательных учреждениях, процент обучающихся во втору смену составляет 27 %; Недостаток учреждений дополнительного образования
Возможности	**Угрозы**
Возможность размещение перспективных жилых районов; Эффективное наращивание и использование экономического и интеллектуального потенциала; Создание реальных стимулов для ключевых отраслей промышленности, инвесторов, малого предпринимательства	Угроза опасных явлений: провалы и сдвижения горных пород, вследствие суффозионных процессов и обрушений старых горных выработок; Высокая степень износа инженерных сетей тепло-, водоснабжения, водоотведения и объектов электрохозяйства

После проведенного анализа мы выяснили, что несмотря на имеющиеся угрозы, их можно превратить в возможности.

Далее проанализировали бюджет Березовского по основным направлениям развития [6]. Бюджет ГО Берёзовский составил:

– За 2018 год 2,3084 миллиарда рублей;
– 2019 год 2,6964 миллиарда рублей;
– 2020 год 2,2022 миллиарда рублей.

Траты на дорожный фонд были:

– За 2018 год 0,1069 миллиарда рублей;
– 2019 год 0,0549 миллиарда рублей;
– 2020 год 0,0382 миллиарда рублей.

Численность населения Березовского представлена на рис. 1.

Численность населения							
2002[18]	2009[19]	2010[20]	2011[21]	2012[22]	2013[23]	2014[24]	2015[25]
63 351	↗66 430	↗68 772	↗69 132	↗71 023	↗72 229	↗73 184	↗73 916
2016[26]	2017[27]	2018[28]	2019[29]	2020[30]	2021[4]		
↗74 109	↗74 344	↗74 754	↗75 277	↗75 464	↗76 491		

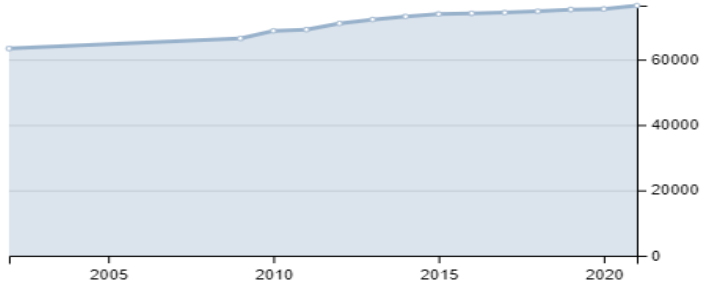


Рис. 1. Численность населения за 205-2020 годы, чел. [2]

Доходы на одного человека в год составили 35 902 руб. [10].

Результаты и обсуждение

Если рассматривать оптимальный сценарий увеличения численности населения в Березовском, то горожанам нужен современный жилой комплекс. Так как молодые семьи оформляют ипотеку на 25-30 лет, то они заинтересованы в том, чтобы после того как жилье стало их собственностью, он было бы функционально. Поэтому обоснование концепции проекта нового жилого микрорайона актуально и востребовано.

Кромке того, нами определено, что при постройке района «Зелёная долина» население Березовского должно увеличиться на минимум 90 %.

Поскольку пока что проект планировки проходит обсуждения, следует оперативно внести в него важнейшие коррективы, изменяя граничные условий его реализации. А, в случае непредвиденных внешних и внутренних условий, «заморозить» данный проект до лучших времен.

Проанализировав статистику бюджета и демографии, опираясь на факты, можно сделать заключение, что население города, то есть количество налогоплательщиков остается примерно на одинаковом уровне в разные годы. Но градостроительная политика города создает планы на экстенсивный рост фактически застроенной территории, пропорционально увеличив расходы на новые территории, не привлекая новых налогоплательщиков.

Данная модель развития не обоснована экономическими факторами. Это приведет к падению качества городской среды. Увеличение не только фактически застроенных территорий, но и их маленькая плотность населения пока не в приоритетах развития. Такая политика приводит к большому дефициту средств на поддержание инфраструктуры. Новые районы требуют занятие территорий зеленых насаждений. Такие районы не пешеходоориентированы, что уже делает их устаревшими морально на половину века, создавая застройку, не отвечающую современным требованиям мобильности [9]. Автомобилеориентированность образовывает транспортные и экологические проблемы не только в самом Березовском, но и непосредственно в Екатеринбурге, который со всех сторон окружен аналогичными малыми городами екатеринбургской агломерации.

На сегодня общественный транспорт на территориях Березовского возможно так и останется нерентабельным, перемещения пешком станут затрудненными, что приведет к снижению активности бизнеса. Такая экономика с учетом внешних и внутренних факторов не является условием комфортности для обеспеченного класса, снижая стоимость недвижимости вокруг и ухудшая тем самым и платежеспособность населения района. Следует поставить под сомнение необходимость использования земельного участка «Зеленая долина» в приоритет освоения для застройки на сегодня, отложив реализацию на неопределенное время. А пока заняться проработкой концепции стратегии этой территории с горизонтом планирования до двадцати лет.

Библографический список

1. Гейл Ян. Города для людей. Москва: «Альпина Паблишер», 2012. 276 с.
2. Диаграмма тенденции изменений населения г. Березовский. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Берёзовский_городской_округ (Свердловская_область) (дата обращения: 01.04.2022).
3. Итоги социально-экономического развития Березовского городского округа. Режим доступа: https://березовский.рф/structura/396085/396134/396140/ (дата обращения: 01.04.2022).
4. Минстрой России утвердил Стандарт вовлечения граждан в решение вопросов развития городской среды. Режим доступа: https://minstroyrf.gov.ru/press/minstroy-rossii-utverdil-standart-vovlecheniya-grazhdan-v-reshenie-voprosov-razvitiya-gorodskoy-sred/ (дата обращения: 01.04.2022).
5. Обвалы в городе Березовске. Режим доступа: https://newdaynews.ru/ekb/662753.html (дата обращения: 01.04.2022).
6. Официальная структура бюджета Березовского ГО. Режим доступа: https://березовский.рф/bjudzhet_dlja_grazhdan/396939/396940/ (дата обращения: 01.04.2022).
7. Официальный Интернет-портал Березовского городского округа. Режим доступа: https://xn--90aciakhhg8arp.xn--p1ai/ (дата обращения: 01.04.2022).
8. Проект планировки территории «Зеленая долина». Режим доступа: https://березовский.рф/structura/3553/3554/397636/ (дата обращения: 01.04.2022).
9. Рыбчинский В. Городской конструктор. Москва: Strelka Press, 2014 106 с.
10. Сравнительный анализ населения г. Берёзовский. Режим доступа: https://bdex.ru/naselenie/sverdlovskaya-oblast/berezovskiy/ (дата обращения: 01.04.2022).

M. Domrachev, N. Stepanova

FINDING A BALANCE OF BOUNDARY CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT AND DEVELOPMENT OF URBAN AREAS IN BEREZOVSKY

Abstract

The weak and strong sides of the development and budget of the Berezovsky city district has considered and analyzed. Based on the conducted research, a conclusion has made about the growing costs of maintaining the territory with an increase in the actual site of the city several times. Therefore, when making key decisions on the development of the territory, it is necessary to skillfully balance with restrictions when developing a development concept in any direction and change priorities, freezing some projects and forming others.

Keywords: general development plan, budget, population, comfortable urban environment.

УДК 711

Н. В. Полякова, В. В. Поляков, Т. В. Ча-Ин-Дай, Я. К. Белоброва

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА ГЛАЗАМИ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ Г. ИРКУТСКА)

Аннотация

На протяжении последних лет сибирские города столкнулись с проблемой оттока молодежной части населения в мегаполисы европейской части страны. Наряду с возможностями получить образование и достойное рабочее место, привлекательность города для молодых людей в значительной степени определяется ресурсами города удовлетворять потребности в развлечениях, отдыхе, общении и др. формах развития личности. Общественные пространства города являются неотъемлемой частью внешней среды, в рамках которой происходит социальное развитие молодежи. Наряду с традиционными формами получения информации (общественные слушания и др.) для принятия решений сити-менеджменту необходимы массовые опросы жителей и специальные исследования по тем или иным проблемам обустройства и развития общественных пространств города. Силами студентов и преподавателей Института культуры, социальных коммуникаций и информационных технологий Байкальского государственного университета в октябре-ноябре 2021 года было проведено исследование состояния общественных пространств г. Иркутска и степени выполнения ими функций релаксации и развития молодежи. В статье представлены характеристика исследования и основные результаты. Результаты показали, что общественные пространства предоставляют населению города в целом необходимый круг возможностей для отдыха и досуга. В то же время молодежная часть жителей нуждается в создании условий для игровых и спортивных занятий, группового общения, знакомства с представителями разных социальных групп, для реализации творческих способностей. Этого молодежь не получает в полной мере. Разработаны рекомендации для сити-менеджмента города.

Ключевые слова: общественные пространства, городская среда, комфортность городской среды, молодежь, сити-менеджмент.

Введение

Проблема миграции молодежи из Сибири в европейскую часть страны остается актуальной на протяжении последних десятилетий. По данным исследований главными мотивами являются желание самореализации, получение образования и рабочего места с достойной оплатой и престижностью, выявлена также важность среды и инфраструктуры проживания [2; 3; 7].

Проблема оттока молодежной части населения характерна и для сибирского города Иркутска. По данным государственной статистики численность молодежи на начало 2021 г. составляла 117,649 тыс. чел, по сравнению с началом 2012 г. сократилась на 32,72 % (составляла 174,870 тыс. чел). В то же время общая численность населения г. Иркутска за тот же период увеличилась на 3,29 % (с 597,846 тыс. до 617,515 тыс.) [1].

На рис. 1 представлена динамика численности отдельных групп молодежи Иркутска. Она показывает, что в последние годы заметно сокращаются группы в возрасте 20-29 лет.

Это – тревожная тенденция для будущего города. К сожалению, проблема относительно низкого благополучия молодежи выявлена и в Екатеринбурге [5, с. 1064]. Мы поддерживаем утверждение О. Нотман и А. Багировой о том, что такая ситуация представляет угрозу устойчивому развитию города. Это вызывает необходимость исследовать факторы, условия, влияющие на миграционное поведение молодежи.

© Полякова Н. В., Поляков В. В., Ча-Ин-Дай Т. В., Белоброва Я. К., 2022

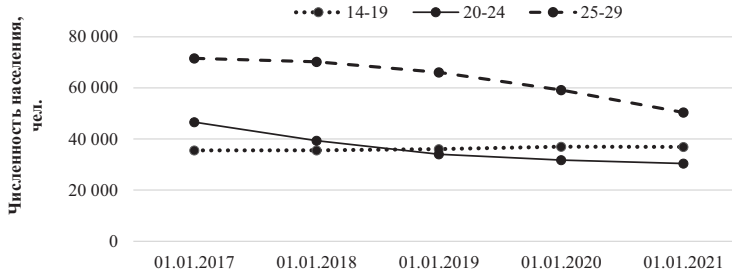


Рис. 1. Динамика численности групп молодежи г. Иркутска, чел. (рассчитано: [1])

В числе таких условий – комфортность города и, в частности, состояние общественных пространств, которые призваны удовлетворять потребности молодежи в общении, социальной активности, творчестве, развлечениях.

Цель исследования: изучить характеристики общественных пространств г. Иркутска в контексте проблемы повышения комфортности городской среды длямолодежной части населения.

Методы исследования

В октябре-ноябре 2021 года силами студентов и преподавателей Института культуры, социальных коммуникаций и информационных технологий Байкальского государственного университетабыли обследованы общественные пространства г. Иркутска, наиболее популярные у молодежи.

Концепция исследования включала деление общественных пространств на открытые и закрытые. Открытыми считаются рощи,парки, набережные, скверы, набережные, а закрытыми – торгово-развлекательные центры и иные помещения, выполняющие функции общественных пространств. Такое разделение вызвано спецификой сибирского климата: закрытые пространства могут выполнять свои функции круглогодично, тогда как открытые в холодное время года не могут обеспечить условия для занятия многими видами активности.

Использовались следующие методы сбора информации:

– обзор специальной литературы по проблемам функционирования и роли общественных пространствв формировании комфортной городской среды;

– наблюдение за поведением посетителей общественных пространств (будние дни с 10 до 20 часов);

– массовый опрос (короткое стандартизированное интервью) молодых посетителей общественных пространств (706 чел. в возрасте 15-29 лет);

– метод фокус-группы с участием студентов вузов г. Иркутска (3 заседания).

Результаты

Теория и практика формирования комфортной городской среды согласуется с концепцией устойчивого развития Р. Роджерса, цель которой выражается в стремлении «сделать города более дружелюбными человеку» [10, с. 160]. Общественные пространства рассматриваются в качестве неотъемлемого элемента городской среды, поскольку содержат в себе ряд условий, определяющих состояние комфортности проживания горожан. На основе обзора литературных источников перечислим функциообщественных пространств в контексте обеспечения комфортности городской среды [4; 6; 9]:

1) коммуникационная, или социально-инклюзивная функция – реализуется через взаимодействие людей с представителями разных социальных, культурных и иных групп, черезвовлечение горожан в общественную жизнь города и формирование чувства «принадлежности» городу;

2) гражданская – функция вовлечения горожан в политическую жизнь, через гражданский дискурс и взаимодействие людей с городской властью;

3) функция хранения «коллективной памяти» горожан, через сохранение и обогащение исторически и культурно значимых мест, для успешной трансляции общегородских ценностей и идей патриотизма новым поколениям;

4) организационно-креативная – реализуется через совместную деятельность различного характера: обустройство городских объектов, оказание помощи каким-либо категориям граждан, организация и участие в праздничных, детских, игровых, спортивных, музыкальных, иных мероприятий и т.п.;

5) рекреационно-развлекательная – создание условий для проведения досуга/отдыха.

Наше более раннее исследование показало, что средняя оценка, данная студенческой молодежью комфортности среды проживания в городе Иркутске в целом, довольно низка и составляет 0,82 балла из 2 возможных, то есть ниже среднего уровня. При этом оценка такого компонента комфортности, как «условия для отдыха и занятия творческой деятельностью» значительно лучше – 1,04 балла [8]. По-видимому, положительную роль в этом играет функционирование общественныхпространств. Их в Иркутске в настоящее время насчитывается более 20.

О потребности молодежи проводить свое время в общественных местахговорят результаты наблюдения за посетителями наиболее популярных у иркутян публичных пространств. В будние дни в структуре посетителей наибольшую долю составляют молодые люди – как по открытым (от 43 до 65 %), так и по закрытым общественным пространствам (от 47 до 58 %). Это вполне объяснимо: именно в молодежном возрасте высока потребность в общении, в вовлечении в социальные группы, в творчестве и развлечениях.

В процессе опроса получены данные о частоте посещения молодежью тех или иных общественных пространств. Посетители открытых посещают их несколько чаще, чем посетители закрытых: 47,9 % первых посещают от 1 до нескольких раз в неделю и 44,6 % вторых. Достаточно редко (всего несколько раз в год) бывают в открытых пространствах только 18,2 % молодежи, а в закрытых – 26,0 %.

Набор предоставляемых благ и «физическое» состояние территорий/помещений в целом соответствует современным требованиям. В то же время молодежь не полностью удовлетворена разнообразием и качеством предоставляемых благ. Для выяснения того, насколько полно общественные пространства г. Иркутска выполняют свое предназначение по отношению к молодежи и что необходимо изменить, рассмотрим предложения молодых жителей по совершенствованию их функционирования, полученные в результате опроса и заседаний фокус-групп. Наиболее часто высказывались такие предложения:

– сооружение (в том числе с участием молодежи) новых арт-объектов, которые «закрывают» сразу две проблемы: дефицит интересных фотозон и облагораживание города;

– специальные зарядные станции для мобильных телефонов – для молодежи это очень актуально;

– широкое использование ивент-деятельности: различных мероприятий, конкурсов, розыгрышей (в том числе с привлечением ресурсов фирм и брендов);

– гораздо больше бесплатных выставок;

– бесплатные коворкинги, в которых молодежь, особенно студенты смогут спокойно заниматься, провести встречу по работе, своим проектами т.п.;

– организация мест для посиделок с настольными играми.

Также получены перечни предложений и перспективных идей для отдельныхпубличных пространств.

Нужно отдать должное усилиям руководителей города: в последние годы сити-менеджмент активно занимается повышением качества городской среды Иркутска, в

частности обустройством наиболее крупных и посещаемых открытых общественных пространств. Положительные результаты этой деятельности очевидны.

Наше исследование и выработка предложений имели цель осветить состояние и функционирование городских пространств с позиций молодых иркутян. Результаты исследования и, в частности, предложения переданы в Комитет городского обустройства мэрии Иркутска. Надеемся, они послужат построению более эффективной практики управления общественными пространствами.

Выводы

1. Проблема миграции молодежи из сибирских городов является достаточно острой и требует эффективного решения.
2. Наряду с такими мощными факторами комфортности городов, как доступность образования и рабочих мест, значительную роль в удовлетворенности молодежи социально-экономическими благами города играют общественные пространства, обеспечивающие социальное и творческое развитие.
3. Систематические исследования качества функционирования общественных пространств являются основой для разработки решений Сити-менеджмента по формированию комфортности городской среды.

Библиографический список

1. Демография. Динамические таблицы // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области. Режим доступа: https://irkutskstat.gks.ru/folder/45697 (дата обращения: 25.03.2022).
2. Андреянова Е. Л., Чипизубова В. Н. Трудовые и карьерные мотивации современной молодежи Иркутской области // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2021. № 53. С. 177-194.
3. Гольцова Е. В. Миграционное поведение молодежи Иркутской области // Социологические исследования. 2017. № 5. С. 103-109.
4. Захарова Е. Е. Общественные пространства как факторы социокультурного развития локальных территорий // Вестник культуры и искусств. 2017. № 2 (50). С. 122-127.
5. Нотман О. В., Багирова А. П. Благополучие жителей как показатель устойчивого развития мегаполиса: демографические детерминанты и перспективы // Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов. Сборник докладов VI Всероссийского социологического конгресса (Тюмень, 14-16 октября 2020 г.) М.: ФНИСЦ РАН. 2020. 6003 с. (CD-ROM) ISBN 978–5–904804–30–5 DOI:10.19181/kongress.2020DOI:10.19181/kongress.2020.132, С. 1058-1064.
6. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества. Москва: Новое литературное обозрение, 2014. 456 с.
7. Рой О. М. Влияние неравномерности развития сибирских регионов на миграционную убыль // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2021. № 53. С. 100-110.
8. Polyakova N., Polyakov V., Zaleshin V. Formation of the assessment method of the living environment comfortability in cities // ICRE 2019 IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering 667 (2019). DOI: 10.1088/1757-899X/667/1/012080 (дата обращения: 30.03.2022).
9. Polyakova N., Polyakov V., Zaleshin V. Public spaces as a factor of the quality of the urban environment (on the example of the city of Irkutsk) // ICRE 2020 IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering 880 (2020). DOI: 10.1088/1757-899X/880/1/012070 (дата обращения: 30.03.2022).
10. Rogers R. Cities for a Small Planet. London: Faber & Faber. 1997. Pp. 160.

N. Polyakova, V. Polyakov, T. Cha-In-Day, Y. Belobrova

PUBLIC SPACES OF THE CITY IN THE FOCUS OF YOUNGER GENERATION (BY THE EXAMPLE OF IRKUTSK)

Abstract

Over the past years, Siberian cities have faced the problem of the outflow of the youth part of the population to the megacities of the European part of the country. Along with opportunities to get an education and a decent job, the city's attractiveness for young people is largely determined by the city's resources to meet the needs for entertainment, recreation, communication, and other forms of personal development. Public spaces of the city are an integral part of the external environment within which the social development of young people takes place. Along with the traditional forms of obtaining information (public hearings, etc.), in order to make decisions, city management needs mass surveys of residents and special studies on various problems of arrangement and development of public spaces in the city. In October-November 2021, students and teachers of the Institute of Culture, Social Communications and Information Technologies of Baikal State University conducted a study of the state of public spaces in Irkutsk and the degree to which they perform the functions of relaxation and youth development. The article presents the characteristics of the study and the main results. The results showed that public spaces provide the population of the city as a whole with the necessary range of opportunities for recreation and leisure. At the same time, the youth part of the population needs to create conditions for gaming and sports activities, group communication, acquaintance with representatives of different social groups, for the realization of creative abilities. Young people do not receive this in full measure. Recommendations for city management of the city have been developed.

Keywords: public spaces, urban environment, comfort of the urban environment, youth, city management.

УДК 316.334.2

М. А. Попова

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ СООБЩЕСТВА, КАК КЛЮЧЕВОЙ УЧАСТНИК РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕЙ И ТЕРРИТОРИЙ

Аннотация

В современной экономической теории отсутствует термин «профессиональное сообщество» и не определены роли и функции профессиональных сообществ для развития отраслей и территорий. Цель – разработать термин «профессиональное сообщество», выявить как профессиональные сообщества могут повлиять на развитие отраслей и территорий, и чем регулируется деятельность профессиональных сообществ. Профессиональное сообщество (далее – Сообщество) – это некоммерческая негосударственная организация, объединяющая людей на основании общих интересов, целей, задач, профессиональных навыков, потребностей, разделяющих единую ментальную установку, а также обладающих механизмами управления для развития отраслей и территорий. Существуют следующие механизмы Сообществ для управления развития отраслей и территорий: подготовка кадров; разработка специальных знаний, положений (методики развития, уставы, шаблоны договоров, инструкции по качеству, стандарты организаций, разработка учебных программ и т.д.); создание условий для обмена знаниями (разработка проектов законодательных актов, экономических моделей, организация симпозиумов для обмена опытом как в рамках одной отрасли, так и в разных с учетом требований рынка и т.д.); привлечение финансовых потоков (участники Сообщества, являясь профессиональными участниками рынка, осуществляют свою предпринимательскую деятельность, тем самым развивая определенную отрасль/территорию с учетом указанных выше механизмов развития); разработка и внедрение продукта деятельности Сообщества. Продукт деятельности Сообщества – полезные результаты его деятельности, как в нематериальном обличии (конференции, сайты и т.п.), так и в материальном – наполнение и развитие баз знаний (данных), публикации работ (сборники, журналы, статьи), а также деятельность экспертов Сообщества по созданию уникального продукта для развития отрасли/территории. Регулирование

© Попова М. А., 2022

деятельности Сообщества осуществляется как на уровне законодательства (например, ФЗ от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», ФЗ от 01.12.2007 № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях», ГОСТ Р ИСО 371101 – 2018 «Устойчивое развитие в сообществах. Система менеджмента. Общие принципы и требования», Распоряжение Правительства РФ от 06.02.2021 № 255-р «Об утверждении Концепции подготовки кадров для транспортного комплекса до 2035 года»), так и на уровне запросов бизнес-сообщества.

Ключевые слова: профессиональные сообщества, развитие отраслей и территорий, привлечение финансовых потоков, продукт и регулирование деятельности профессиональных сообществ.

На протяжении последних тридцати лет роль профессиональных сообществ в развитии отраслей и территорий приобретает огромную значимость. Необходимость привлечения экспертов к управлению различными отраслями и территориями обусловлена новыми требованиями как действующего законодательства, так и развивающейся новой социально-экономической формацией, политической, социальной, культурной жизнью в стране.

Например, М. А. Батанова отмечает, что «привлечение к надзорным мероприятиям экспертов позволяет эффективно осуществлять профилактику потенциальных зон коррупционного риска в сфере образования, во многом способствует обеспечению объективной оценки работы образовательного учреждения (особенно в случаях, когда проверки проводятся по обращению граждан и требуется многоаспектный анализ изложенных в обращении фактов)» [1, с. 70].

Не смотря на вышеизложенное у профессиональных сообществ в их развитии существуют определенные проблемы, например, о них описано в работе Д. А. Петрова [3, с. 83], «законодательство содержит примеры отсутствия вариативности выбора, когда для одного вида деятельности допускается создание одной саморегулируемой организации. Такие организации вовлекаются в орбиту государственного регулирования, становясь квазисаморегулируемыми. Их статусные функции трансформируются, поскольку государственные органы управления получают широкие возможности непосредственного воздействия на реализацию регулятивной, контрольной, дисциплинарной и иных функций, что в итоге приводит к созданию возможности прямого активного государственного регулирования за счет самого предпринимательского (профессионального) сообщества».

В современных бизнес-сообществах, формирующих ту или иную отрасль, которая в свою очередь направлена на развитие территорий значительно легче развиваться, если данными сообществами и территориями управляют профессионалы.

В российской среде управления проектами функционирует немало сообществ: ассоциация управления проектами СОВНЕТ, сообщество молодых специалистов в управлении проектами Young Crew, Проектная Ассоциация PMPROclub, PMO Global Alliance и другие. Местом встречи таких сообществ становятся круглые столы, конференции, симпозиумы и т.д.

Также существуют различные площадки для встреч и объединений профессиональных сообществ, например, Российский союз промышленников и предпринимателей, Worldskills.ru, Сколково, BUSINESS FAMILY, Клуб Медийных Личностей, Московская ассоциация предпринимателей, Национальный Союз железнодорожников, Российский профессиональный союз железнодорожников и транспортных строителей и т.д.

В современной экономической теории отсутствует термин «профессиональное сообщество». Одной из цели данной работы является разработка такого термина. При этом нельзя сказать, что термин имеет однозначную трактовку, т.к. его интерпретация зависит от многих факторов, в том числе, но не исключительно, отраслевой состав профессионального сообщества, региональная принадлежность, уровень экспертов, которые входят в сообщество, материальная оснащенность, теоретическая база, продукт деятельности сообщества, социально-экономические и политические условия жизни страны.

Таким образом можно предложить несколько определений, различие которых определяется с учетом описанных выше их фактических условий развития (второе определение - из моей предыдущей работы):

Профессиональное сообщество (далее – Сообщество) – это некоммерческая негосударственная организация, объединяющая людей на основании общих интересов, целей, задач, профессиональных навыков, потребностей, разделяющих единую ментальную установку, а также обладающих механизмами управления для развития отраслей и территорий.

Профессиональное сообщество – это некоммерческая негосударственная организация, объединяющая людей на основании общих интересов, целей, задач, профессиональных навыков, потребностей, разделяющих единую ментальную установку, а также обладающих механизмами управления производительными силами региона, как определяет М. А. Попова [5, с. 150].

Профессиональное сообщество – это некоммерческая негосударственная организация, объединяющая экспертов по различным отраслям (например, экономика, промышленность, юриспруденция, социология и т.д.), входящими как в состав одной территории (например, сфера ИТ, образовательные учреждения высшего профессионального образования), так и межрегиональные (например, Российский союз промышленников и предпринимателей, Worldskills.ru, Сколково), обладающих материальной оснащенностью, теоретической базой, социальным капиталом, как вкладом членов сообщества, своим продуктом, деятельность которого направлена на развитие отраслей и территорий, при помощи как уже действующих механизмов в отрасли и территории, так их модернизации и разработки новых.

Для чего экспертам, управленцам, отраслям и территориям нужны сообщества. Сообщества могут стать потенциальным ресурсом для профессионального обучения, развития карьеры и нетворкинга, для формирования подготовки кадров; разработки специальных знаний, положений (методики развития, уставы, шаблоны договоров, инструкции по качеству, стандарты организаций, разработка учебных программ и т.д.); создание условий для обмена знаниями (разработка проектов законодательных актов, экономических моделей, организация симпозиумов для обмена опытом как в рамках одной отрасли, так и в разных с учетом требований рынка и т.д.); привлечение финансовых потоков (участники Сообщества, являясь профессиональными участниками рынка, осуществляют свою предпринимательскую деятельность, тем самым развивая определенную отрасль/территорию с учетом указанных выше механизмов развития); разработка и внедрение продукта деятельности Сообщества.

Одним из важнейших аспектов деятельности Сообщества является разработка его продукта деятельности.

Продукт деятельности Сообщества – полезные результаты его деятельности, как в нематериальном обличии (конференции, сайты и т.п.), так и в материальном – наполнение и развитие баз знаний (данных), публикации работ (сборники, журналы, статьи), а также деятельность экспертов Сообщества по созданию уникального продукта для развития отрасли/территории.

Сообщества влияют на развитие отраслей и территорий при помощи своего продукта, например, И. А. Истомин [2, с. 171-172] выявил, что «с учетом специфики исследований и преподавания по направлению «Международные отношения» их основным потребителем выступают профильные органы государственной власти (в первую очередь Министерство иностранных дел, Совет Безопасности, Администрация Президента, а также соответствующие комитеты Парламента). Таким образом, документы, излагающие направления внешней политики правительства, – важнейший индикатор существующего заказа для научно-образовательного сообщества. Анализ тематических приоритетов продуктов деятельности этого сообщества (прежде всего диссертаций) позволяет выявить степень их соответствия государственным запросам».

Деятельность экспертов также является продуктом Сообщества, поэтому так важен уровень подготовки кадров, таким образом, еще одним примером продукта деятельности сообщества являются кадры (как вновь созданные, так и кадры, прошедшие профессиональную подготовку).

«Наличие квалифицированных кадров оказывают непосредственное влияние на развитие профессиональной отрасли, особенно в условиях территориального значения. Отсутствие необходимого кадрового состава определяет вектор развития места и те сферы деятельности, на которые стоит фокусироваться с учетом имеющихся ресурсов, включая человеческий фактор. Поэтому кадровый потенциал является важным инструментом для решения проблем социально-экономического развития территории и оказывает существенное влияние на восприятие привлекательности места», – отмечает М. С. Федотова [4, с. 102].

Таким образом, профессиональные сообщества влияют на развитие отраслей и территорий в зависимости от отраслевой и профессиональной принадлежности с помощью следующих функций:

– развитие профессиональных и управленческих компетенций;
– обмен опытом, информацией и практиками между членами сообщества;
– разработка шаблонов договоров, локальных актов, методик развития;
– разработка законодательной базы;
– привлечение финансовых потоков;
– поддержка и помощь предприятиям/ИП различных отраслей;
– борьба с недобросовестной конкуренцией, поддержка (при необходимости – восстановление) профессиональных ценностей отраслей;
– выявление и поддержка лидеров в отраслях;
– организация семинаров, симпозиумов и т.д.

Также стоит отметить, что современные публикации российских ученых в общем понимании отражают влияние кадрового потенциала в социально-экономическом развитии территории, но в российской литературе в целом не уделено должного внимания вопросам о роли профессиональных сообществ в развитии отраслей и территорий.

Еще одной целью данной работы является определение механизмов регулирования деятельностью Сообществ.

Инструменты регулирования деятельности Сообществ также зависят от сферы деятельности.

В данной работе выделены наиболее важные инструменты, а именно: законодательное регулирование; требования бизнес-сообщества.

Регулирование деятельности Сообщества осуществляется как на уровне законодательства (например, ФЗ от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», ФЗ от 01.12.2007 № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях», ГОСТ Р ИСО 371101 – 2018 «Устойчивое развитие в сообществах. Система менеджмента. Общие принципы и требования», Распоряжение Правительства РФ от 06.02.2021 № 255-р «Об утверждении Концепции подготовки кадров для транспортного комплекса до 2035 года»), так и на уровне требований бизнес-сообщества.

Законодательное регулирование использует юридические рычаги воздействия на управление деятельностью Сообществ, определяя возможные границы действия и последствия, в случае выхода Сообществ из рамок (например, исключение из Саморегулируемых организаций или вообще прекращение детальности Сообществ, в следствии нарушения действующего законодательства по требованию компетентных органов).

Требования бизнес-сообщества зависят от конкретной отрасли и территории, социально-экономических факторов (например, при необходимости развития научной отрасли – бизнес-сообщества будут выступать с запросами на развитее уровня образования,

технологий, инноваций, в случае необходимости повышения потенциала промышленной отрасли – поступит запрос на развитие как интеллектуального, так и технического продукта для данной отрасли, что в целом приведет к развитию территории, к которым относятся отрасли и Сообщества, их развивающие).

В заключении нужно отметить, что Сообщества играют важную роль в развитии отраслей и территорий. Несмотря на положительный эффект от деятельности Сообществ в настоящее время система территориальных Сообществ не развита в полной мере, чтобы претендовать ключевую роль развития отраслей и территорий. Поэтому важно изучать роль и возможности Сообществ в повышении привлекательности и развитии территорий, разрабатывая новые методики и инструменты для развития.

Библиографический список

1. Батанова М. А. О формировании профессионального экспертного сообщества в регионе // Аккредитация в образовании. 2013. № 6. С. 70-71.
2. Истомин И. А. Сравнительный анализ приоритетов российской внешней политики и научно-образовательного сообщества специалистов по международным отношениям // Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. 2018. № 1. С. 162-185.
3. Петров Д. А. Функции саморегулируемой организации // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 5 «Юриспруденция». 2015. № 2. С. 79-87.
4. Федотова М. С. Профессиональные сообщества как инструмент развития кадрового потенциала территорий // Гуманитарный научный вестник. 2020. № 9. С. 100-105. Режим доступа: gv2009.pdf (naukavestnik.ru) (дата обращения: 10.04.2022).
5. Попова М. А. Институциональные сообщества как особый тип субъектов управления развитием производительных сил регионов // Институциональная трансформация экономики: человек и социум (ИТЭ-ЧС 2021) Материалы VII Международной научной конференции. Томск, 2021. С. 150-151.

M. Popova

PROFESSIONAL COMMUNITIES AS A KEY PARTICIPANT IN THE DEVELOPMENT OF INDUSTRIES AND TERRITORIES

Abstract

In modern economic theory, there is no term "professional community" and the roles and functions of professional communities for the development of industries and territories are not defined. The goal is to develop the term «professional community», to identify how professional communities can influence the development of industries and territories, and how the activities of professional communities are regulated. A professional community (hereinafter referred to as the Community) is a non-profit non-governmental organization that unites people based on common interests, goals, objectives, professional skills, needs, who share a single mental attitude, and also have management mechanisms for the development of industries and territories. There are the following Community mechanisms for managing the development of industries and territories: personnel training; development of special knowledge, regulations (development methods, charters, contract templates, quality instructions, organization standards, development of training programs, etc.); creation of conditions for the exchange of knowledge (development of draft legislative acts, economic models, organization of symposiums for the exchange of experience both within the same industry and in different ones, taking into account market requirements, etc.); attracting financial flows (Community members, being professional market participants, carry out their entrepreneurial activities, thereby developing a certain industry/territory, taking into account the above development mechanisms); development and implementation of a product of the Community's activity. The product of the Community's activities is the useful results of its activities, both in intangible form (conferences, websites, etc.), and in material form - filling and developing knowledge bases (data), publications of works (collections, journals, articles), as well as activities of Community experts to create a unique product for the development of the industry/territory. The activities of the Community are regulated both at the level of legislation (for

example, Federal Law No. 7-FZ of January 12, 1996 «On Non-Commercial Organizations», Federal Law No. 315-FZ of December 1, 2007 «On Self-Regulatory Organizations», GOST R ISO 371101 - 2018 «Sustainable Development in communities. Management system. General principles and requirements», Decree of the Government of the Russian Federation of 06.02.2021 N 255-r «On approval of the concept of personnel training for the transport complex until 2035»), and at the level of requests from the business community.

Keywords: professional communities, development of industries and territories, attraction of financial flows, product and regulation of professional communities.

УДК 330.322.12

К. М. Черепанова

НАПРАВЛЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИЙ-НЕДРОПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ НА СЕВЕРНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Аннотация

В статье рассмотрены основные направления корпоративной социальной ответственности компаний-недропользователей на северных территориях России. Приводятся наиболее успешные кейсы инвестиций в социально-экономическое положение населенных пунктов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры четырьмя нефтедобывающими компаниями, которые ведут свою деятельность на территории этого региона. Цель исследования – проанализировать направления корпоративной социальной ответственности нефтедобывающих компаний и выявить те из них, которые являются общими. В основу анализа положена информация, представленная на официальных сайтах компаний-недропользователей. В результате анализа были выявлены основные подходы к реализации социальной ответственности нефтедобывающими компаниями на северных территориях России.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальные инвестиции, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра.

Практики социальных инвестиций начали распространяться в середине XX века, когда предприниматели осознали, что реализация социально важных для общественности проектов значительно укрепляет репутацию компании в глазах своих сотрудников и потребителей. За последующие десятилетия корпоративная социальная ответственность (дале – КСО) стала одним из основным принципов деятельности крупных компаний. Самая большая добровольная инициатива в области КСО – это Глобальный договор ООН: к ней присоединилось тысячи компаний из 170 стран мира с момента вступления договора в силу.

Социальные инвестиции компании-недропользователя в регион своего присутствия – это одно из основных направлений корпоративной социальной ответственности, и этот вклад особенно важен там, где население живет и работает в непростых экологических и социальных условиях. Таковыми являются регионы Российской Федерации, которые приравнены к районам Крайнего Севера, один из которых – Ханты-Мансийский автономный округ – Югра. Эти регионы для большинства людей менее привлекательны в качестве постоянного места проживания. Северные территории России занимают 64 % от общей площади страны, при этом на них проживает 7,4 % населения РФ, которые привносят в бюджет страны 60 % валютных поступлений. Поэтому северные территории – регионы Крайнего Севера и приравненные к ним территории – нуждаются в поддержке со стороны социально ответственных компаний, в том числе в развитии бренда для внутренних аудиторий – населения, которое постоянно проживает на этой местности. Таким образом, программы КСО существенно влияют на местные сообщества, определяя перспективы рынка труда населенных пунктов, локальную экономическую и экологическую ситуацию.

Концепции КСО были проанализированы в работах ведущих зарубежных авторов таких, как Г. Боуэн, Ф. Варела, И. Вортингтон. Исследованием эффективности КСО как

© Черепанова К.М., 2022

формы реализации социальной ответственности бизнеса в России занимались Р. А. Новикова, О. С. Пескова, М. В. Макеенко, В. В. Даньшина, С. Е Литовченко, Ю. Е. Благов. Некоторые аспекты эффективности КСО компаний на северных территориях России были рассмотрены в научных статьях С. А. Тулаевой, А. Ю. Никулиной. На исследованиях этих авторов, а также на актуальных данных результатов реализации социальных проектов в рамках программ устойчивого развития социально ответственных компаний базируется изучение вклада КСО бизнеса в России.

Впервые термин «КСО» был введен учеными США. Исследователь Г. Боуэн предложил определять КСО как «обязанность бизнеса реализовать ту политику, необходимую для целей и ценностей общества» [1, с. 6]. А. Керолл предложил трактовку КСО, подразумевающую «соответствие экономическим, правовым, этическим и дискреционным ожиданиям, предъявляемым обществом организации в данный период» [2, с. 42]. Он предложил систематизировать КСО, выделив четыре уровня ответственности бизнеса: экономической, правовой, этической и филантропической. Рассмотрев различные исследования по данной теме, можно дать точное определение понятия КСО компаний. КСО – это концепция, отражающая добровольное решение предприятий участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды [3, с. 20]. Применительно к разным аспектам КСО существуют и другие определения этого термина, но так или иначе они содержат в себе суть КСО как способа влиять на социально-экономическое положении территории присутствия компании.

Местные сообщества, постоянно проживающие на территории присутствия, являются одной из основных категорий внешних заинтересованных сторон. На развитие местных сообществ влияют все четыре уровня КСО. Но, если экономическая, правовая, этическая КСО структурированы и имеют четкий порядок реализации, то филантропическая, к которой относится реализация социальных программ устойчивого развития территории, формально носит необязательный характер, а реализация ее направлений может варьироваться в зависимости от социально-экономических условий, в которых работает компания.

Филантропический уровень КСО предполагает долгосрочную социально-экономическую политику компании на территории присутствия, которая направлена на решение общественно значимых задач и подразумевает вложение ресурсов компании.

Статья посвящена изучению направлений КСО крупных нефтедобывающих компаний, которые ведут свою деятельность на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры – территории, приравненной к районам Крайнего Севера. Задачи исследования – выявить общие направления программ КСО компаний-недропользователей северных территорий, тем самым определить основные тренды социальных инвестиций нефтедобывающих компаний.

Основным методом исследования направлений КСО компаний-недропользователей стал контент-анализ информации из открытых источников, размещенной на официальных сайтах компаний. Для анализа были выбраны официальные сайты компаний «Газпром нефть», «Роснефть», «Сургутнефтегаз» и «Салым Петролеум», а именно: разделы официальных сайтов, где опубликована информация о направлениях социальных инвестиций этих компаний, отчеты о деятельности этих компаний в области устойчивого развития на территории ХМАО – Югры.

Реализуемая ПАО «Газпром нефть» программа социальных инвестиций «Родные города» в ХМАО представлена грантовым конкурсом общественно значимых проектов. Согласно положению грантового конкурса за 2021–2022 годы, в рамках конкурса принимались проекты по четырем направлениям: «Наука и образование», «Экология», «Комфортная среда» (развитие общественных пространств, в том числе в сфере спорта) и «Креативная среда» (развитие креативных индустрий, территориальных брендов, укрепление локальной идентичности) [4]. Победителями конкурса за указанный период стали 12 проектов, из них в направлении «Наука и образование» – 3, «Комфортная среда» – 1, «Креативная среда» – 8. Также «Газпром нефть» поддерживает коренные и малочисленные

народы Севера (КМНС), заключая соглашения с администрациями муниципальных образований и главами семей.

КСО нефтедобывающей компании «Сургутнефтегаз» представлена экологическим направлением и поддержкой коренных малочисленных народов Севера (КМНС). Компания оказывает финансовую помощь в обучении детей, улучшении социально-бытовых условий, оплате медицинских услуг. Для сохранения культурных традиций компания помогает КМНС организовывает для них национальные праздники, слеты оленеводов, рыбаков и охотников [8]. Охрана окружающей среды и поддержка КМНС – два основных и единственных направления КСО компании «Сургутнефтегаз».

Согласно отчетам в области устойчивого развития ПАО «Роснефть» по итогам 2019 и 2020 года, от 35–37 % средств социальных инвестиций корпорация направляет на развитие физической культуры и спорта, популяризацию здорового образа жизни, 22-23 % – на развитие науки и образования, 19-23 % – инфраструктуры населенных пунктов, до 5 % – здравоохранения [5]. На территории ХМАО – Югры за указанный период компания реализовала 14 проектов по этим направлениям: 4 – в области спорта и развития спортивной инфраструктуры, 1 – в области образования и науки, 7 – в области развития инфраструктуры населенных пунктов территории присутствия, 2 – в области здравоохранения. Это говорит о том, что объемы финансирования разных направлений социальных инвестиций компании «Роснефть» на северных территориях отличается от общих по России. Таким образом, основные направления социальных инвестиций «Роснефти» на территории ХМАО – Югры – это развитие социальной инфраструктуры населенных пунктов, развитие именно спортивной инфраструктуры и поддержка спортивных мероприятий, проекты в области здравоохранения.

Нефтедобывающая компания «ЛУКОЙЛ», представленная в ХМАО дочерней компанией «ЛУКОЙЛ-Западная Сибирь», также оказывает ХМАО финансовую помощь в решении социальных вопросов, совершенствовании инфраструктуры населенных пунктов, реализации образовательных, культурных и спортивных проектов [6]. Аналогично практике ПАО «Газпром нефть» программа социальных инвестиций компании «ЛУКОЙЛ-Западная Сибирь» в ХМАО представлена грантовым конкурсом социальных и культурных проектов. Согласно отчетам компании, победителями конкурса стали 30 проектов в направлении «Духовность и культура», 12 – в направлении «Спорт», 8 – в направлении «Инновации», 6 – в направлении «Экология». Кроме того, компания поддерживает сельские поселения КМНС, развивая локальную социальную инфраструктуру. Можно сделать вывод, что основные направления внешних социальных инвестиций компании «ЛУКОЙЛ» на территории ХМАО – это развитие социальной инфраструктуры, поддержка социальных проектов в направлениях «Духовность и культура» и «Спорт».

Разнонаправленную программу КСО реализует компания «Салым Петролеум», которая ведет свою деятельность на территории Нефтеюганского района ХМАО. Программа социальных инвестиций «Добрые соседи» направлена, главным образом, на социальные проекты в области здравоохранения, образования и экологии, а именно – совершенствование материально-технической базы в соответствующих учреждениях Нефтеюганского района и Ханты-Мансийска. Также компания поддерживает представителей семей местных КМНС [7].

Таким образом, четыре из пяти представленных программ социальных инвестиций компаний-недропользователей, ведущих свою деятельность на территории ХМАО – Югры, одной из главных задач ставят перед собой развитие и поддержку социальной инфраструктуры населенных пунктов – проектов благоустройства общественных пространств, которые направлены на создание комфортной городской и поселковой среды. Три из пяти компаний значительное внимание уделяют финансированию и реализации культурных и образовательных проектов. Менее популярны, но в равной степени, проекты в области охраны окружающей среды, спорта и здравоохранения: в каждом направлении активно продвигаются программы социальных инвестиций двух из пяти компаний. При этом

все рассмотренные программы социальных инвестиций пяти компаний в той или иной степени поддерживают КМНС, которые проживают на территории присутствия компании-недропользователя.

Таким образом, в процессе анализа нам удалось выявить общие направления программ КСО компаний-недропользователей северных территорий – ХМАО – Югры, тем самым определить основные тренды социальных инвестиций современных нефтедобывающих компаний. Это, прежде всего, финансирование проектов благоустройства социальной инфраструктуры населенных пунктов – развития общественных пространств, культурных и образовательных проектов для разных аудиторий местного населения, а также поддержка КМНС, постоянно проживающих на локальной территории присутствия той или иной компании.

Компании-недропользователи России играют ключевую роль в развитии северных территорий страны: именно они являются основными работодателями на региональном уровне. Они напрямую влияют на развитие местных сообществ, разрабатывая и внедряя программы внешних социальных инвестиций, определяя перспективы формирования рынка труда и социальной инфраструктуры, тем самым формируя имидж и бренд того или иного северного населенного пункта для внутренней аудитории – местных жителей. Проведенный контент-анализ официальных сайтов пяти нефтедобывающих компаний ХМАО – Югры позволяет определить основные направления социальных инвестиций, которым компании, от которых зависит развитие местных сообществ и инфраструктуры, уделяет наибольшее внимание в рамках КСО. Практическое применение работы заключается в использовании выводов исследования для построения или корректировки долгосрочных программ социальных инвестиций на промышленных предприятиях.

Научная новизна работы заключается в том, что впервые были проанализированы программы социальных инвестиций нефтедобывающих компаний на северной территории – в ХМАО – Югре.

Библиографический список

1. Bowen H. R. Social Responsibilities of the Businessman: Harper & Row, 1953. Pp. 6
2. Carroll A. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders: Business horizons, 1991. p. 39-48.
3. Благов Ю. Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2006. № 2. С. 3-24.
4. Грантовый конкурс «Родных городов» // Официальный сайт программы социальных инвестиций «Газпром нефти». Режим доступа: https://rodnyegoroda.ru/contest (дата обращения: 30.03.2022).
5. Отчеты в области устойчивого развития ПАО «НК «Роснефть». Режим доступа: https://www.rosneft.ru/Development/reports/ (дата обращения 31.03.2022).
6. Официальный сайт компании «ЛУКОЙЛ-Западная Сибирь». Режим доступа: https://zs.lukoil.ru/ru (дата обращения: 31.03.2022).
7. Официальный сайт компании «Салым Петролеум». Режим доступа: https://salympetroleum.ru/ (дата обращения: 30.03.2022).
8. Официальный сайт компании «Сургутнефтегаз». Режим доступа: https://www.surgutneftegas.ru (дата обращения: 31.03.2022).

K. Cherepanova

DIRECTIONS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF SUBSOIL USER COMPANIES IN THE NORTHERN TERRITORIES

Abstract

The article considers the main directions of corporate social responsibility of subsoil user companies in the northern parts of Russia. The most successful cases of investments in the socio-economic situation of settlements of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug – Yugra by four oil-

producing companies operating in the territory of this region are presented. The purpose of the study is to analyze the areas of corporate social responsibility of oil companies and identify those that are common. The analysis is based on the information provided on official websites of subsoil user companies. As a result of the analysis, the main approaches to the implementation of social responsibility by oil companies in the northern territories of Russia were identified.

Keywords: Corporate social responsibility, social investments, Khanty-Mansi Autonomous Okrug – Yugra.

УДК 316.4

Д. И. Шашкин, В. И. Щетина, Н. А. Костко

СОЦИАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ГОРОДА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ФУНКЦИИ

Аннотация

По мере ослабления ковидных ограничений усиливаются дебаты о том, как поддержать развитие городских сообществ. Для достижения целей развития города большое внимание уделяется умным технологиям и инженерной инфраструктуре, при этом свою актуальность и значимость не теряет социальная инфраструктура. Социальная инфраструктура города принимается в качестве условия, обеспечивающего решение части постковидных проблем в городе. В частности, речь идёт об использовании объектов социальной инфраструктуры в качестве материально-вещественного основания для стимулирования социальной активности горожан. Социальная инфраструктура – это не просто физические пространства и общественные объекты, предоставляющие населению общественные блага. Они создают условия, стимулирующие различные виды регулярной активности и взаимодействие горожан. Значимым является определение мнения населения об обеспеченности их города объектами социальной инфраструктуры, дополнение имеющегося знания о развитии городов посредством субъективной оценки горожанами их состояния. Полагаем, что высокая оценка населением обеспеченности объектами социальной инфраструктуры коррелирует со степенью их социальной активности. Дополнительным вкладом является демонстрация объективных данных по крупным городам Тюменской области (с автономными округами), определяющих экономику региона. Результаты могут быть полезны в целях содействия активности населения и принятия управленческих решений в масштабах города. Цель – диагностирование обеспеченности четырёх крупных городов объектами социальной инфраструктуры, по мнению горожан. Объект – горожане Сургута, Тобольска, Тюмени, Ханты-Мансийска. Предмет – мнение горожан об обеспеченности их городов объектами социальной инфраструктуры. В качестве методов исследования использовались: анкетный опрос; анализ нормативно-правовых документов и материалов статистики. Эмпирическая база данных была сформирована в ходе проведения анкетного опроса в Сургуте, Тобольске, Тюмени и Ханты-Мансийске с использованием системы SurveyMonkey в 2021 г. в рамках реализации гранта РФФИ № 20-011-00305 «Социальное пространство умного города: методология управления развитием и социального конструирования».

Ключевые слова: социальная инфраструктура, город, социальная активность, горожане, городские пространства.

По мере ослабления санитарно-эпидемиологических ограничений, связанных с пандемией COVID-19, усиливаются дебаты о том, как поддержать сообщества, социальные группы населения и способствовать их социально-экономическому восстановлению и развитию [6; 10; 11]. В рамках этих дискуссий, среди прочего, обсуждается важность инвестиций в социальную инфраструктуру для решения проблемы пространственного неравенства, которую усугубила пандемия. Кроме того, с повестки не снимается проблематика повышения качества городской среды, жизни, человеческого капитала.

© Шашкин Д. И., Щетина В. И., Костко Н. А., 2022

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00305 «Социальное пространство умного города: методология управления развитием и социального конструирования».

Решение данных задач напрямую связано с развитием социальной инфраструктуры города, которая гарантирует или не гарантирует необходимые условия для этого. В рамках градостроительной документации определены нормы обеспеченности объектами социальной инфраструктуры, при этом, мнение горожан по данному вопросу имеет определяющее значение.

В последние несколько десятилетий наблюдается тенденция, согласно которой в большей степени инфраструктуру рассматривают с позиции крупномасштабной физической системы, и, в связи с этим, приоритет отдаётся инженерной инфраструктуре, в том числе развитию цифровых инженерных коммуникаций, умных технологий и т. д. [12, с. 2; 8, с. 8]. Учитывая распространённость такого образа мышления о природе и ценности инфраструктуры в современной экономике, неудивительно, что так много усилий было сосредоточено на таких масштабных проектах, как строительство высокоскоростных железных дорог, расширение сетей 4G и 5G и модернизация автомагистралей [5, с. 2; 8, с. 9]. Обращает на себя внимание тот факт, что успешность реализации инфраструктурных флагманских проектов в значительной степени зависит от возможностей, здоровья и производительности граждан, которые призваны их осуществлять.

Сегодня требуется смещение фокуса внимания управленцев на развитие социальной инфраструктуры, что оправдано с экономической и социальной точки зрения в силу долговременного воздействия качества состояния инфраструктурных объектов/услуг, которые они оказывают на общество, каждого человека. При этом оценка параметров эффективности социальной инфраструктуры имеет и субъективное восприятие. Речь идёт о необходимости учёта мнения горожан о состоянии социальной инфраструктуры города.

Бесспорным является тот факт, что социальная инфраструктура создаёт условия для роста уровня и качества жизни людей, развития человеческого капитала, обеспечивает доступ к общественным благам. Полагаем, что социальная инфраструктура выступает материально-вещественным основанием, обеспечивающим условия для социальной активности населения. Значение социальной активности населения определяется не просто как выражение права на индивидуальную свободу проявления, а, прежде всего, как возможность участвовать в управлении развитием города.

В жизни человека, помимо дома и работы, присутствуют и иные сферы деятельности, такие как досуг, творчество, различные виды социальной активности [2]. Выбор данных сфер определяется как личными интересами, так и наличием материально-вещественных оснований. Одними из значимых условий являются объекты социальной инфраструктуры, отвечающие требованиям современного общества. Социальная инфраструктура – это физические пространства и общественные объекты, стимулирующие различные виды регулярной активности и взаимодействие слоёв населения, и что объединяет их для построения значимых доверительных взаимоотношений [8, с. 11].

К объектам социальной инфраструктуры относятся: детские сады и ясли, медицинские учреждения, объекты торговли, театры и филармонии, кинотеатры, художественные и музыкальные школы, объекты дошкольного образования, центры творчества и развития, зоны отдыха и открытые пространства, спортивные учреждения, школы и вузы, кафе и столовые, объекты общественного питания, парки и бульвары, общественные туалеты. Полагаем, что отсутствие многих из этих объектов не просто усложняет доступ к общественным благам и возможности удовлетворения базовых потребностей, а понижает активность социальной жизни, развития города и горожан.

Социальные связи, которые создаются и поддерживаются благодаря доступу к социальной инфраструктуре, имеют реальные материальные выгоды и последствия. Если объекты/услуги социальной инфраструктуры трудно найти или они дают лишь ощущение функциональности, то они не формируют так называемый «социальный избыток» – чувство доверия, цивилизованность граждан, формирование социальных связей и общих целей. Люди стремятся к различным видам деятельности и сообществам и, следовательно,

нуждаются в разнообразных и качественных объектах и пространствах [9, с. 5-8] как материально-вещественного основания для социальной активности.

По данным материалов государственной статистики с 2017 по 2019 гг., обеспеченность городов Тюмени, Тобольска, Ханты-Мансийска и Сургута объектами социальной инфраструктуры растёт, как и численность населения этих городов [3, с. 332-338].

Значимым является знание о мнении населения по данному вопросу, при этом принимая во внимание поведенческие предпочтения жителей конкретной территории, их социальный состав (уровень образования, доходов, семейной структуры и др.), демографическую структуру. Учёт предпочтений населения осуществляется посредством сбора мнения об удовлетворённости текущим состоянием социальной инфраструктуры, пожеланий о перспективных видах объектов обслуживания.

В 2021 г. было проведено исследование, в котором приняли участие 2267 респондентов (из них 907 из Тюмени, 420 из Сургута, 442 из Тобольска и 498 из Ханты-Мансийска). Распределение опрошенных по социально-демографическим характеристикам представлено на рис. 1.

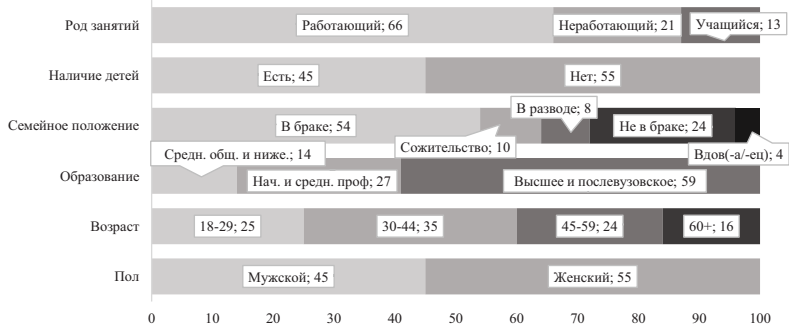


Рис. 1. Социально-демографические характеристики респондентов, % от числа ответивших (рассчитано авторами)

Согласно оценкам горожан всех четырех городов, обеспеченность объектами социальной инфраструктуры располагается на уровне 3,6 баллов из 5 возможных. Оценка горожанами объектов, относящихся к сфере досуга (торговые центры, кинотеатры, зоны отдыха – 3,5 баллов) немного уступает объектам образования, воспитания и здоровья (детские сады, поликлиники, вузы – 3,7 баллов). Наиболее скромные оценки обеспеченности своих районов объектами социальной инфраструктуры дают респонденты из Тобольска, наиболее высокие – из Тюмени (рис. 2).

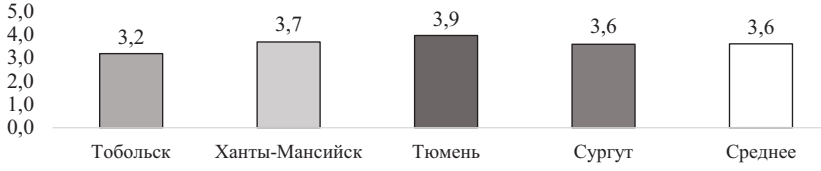


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Оцените обеспеченность Вашего района города объектами социальной инфраструктуры по пятибалльной шкале, где 1 – очень плохо, 5 – отлично», средние значения (рассчитано авторами)

Рассмотрим поподробнее оценки некоторых объектов социальной инфраструктуры с позиции социально-демографических групп населения городов (рис. 3). Жители Ханты-Мансийска в возрасте 60 лет и старше отмечают высокий уровень обеспеченности их районов медицинскими учреждениями (4,0). Тоболякам, живущим на окраине города, сильно недостаёт открытых пространств, бульваров и парков (2,6). Работающие тюменцы достаточно обеспечены зонами отдыха (3,9), чего не сказать о работающих тоболяках (2,7). По мнению ханты-мансийской молодёжи в возрасте 18-29 лет, в районах их города недостаёт крупных торговых центров (3,1). Что касается респондентов, у которых есть хотя бы один ребёнок, по их мнению, во всех четырёх городах детских садов и яслей имеется в достаточном количестве, однако вновь тоболякам хотелось бы больше школ (2,7) и объектов культурно-творческого развития детей (3,4).

Рис. 3. Распределение ответов на некоторые варианты вопроса «Оцените обеспеченность Вашего района города объектами социальной инфраструктуры по пятибалльной шкале, где 1 – очень плохо, 5 – отлично», средние значения (рассчитано авторами)

Тюменцы, численность которых больше по сравнению с другими городами региона, дали оценку обеспеченности своего района города объектами социальной инфраструктуры выше среднего. Как же тюменцы оценивают свой уровень социальной активности? По результатам социологического опроса, самооценка горожан уровня своего участия в управлении развитием города определена как низкая (табл. 1). При этом, большинство респондентов указывают на то, что они информированы о том, что происходит в городе.

Таблица 1

Распределение ответов тюменцев на вопрос «Согласны ли Вы со следующими суждениями об уровне Вашего участия в процессе управления развитием города?», % от числа ответивших

Варианты ответа		%
Я информирован о том, что происходит в городе	Не согласен	29
	Согласен	71

Продолжение таблицы 1

Варианты ответа		%
Моё мнение, позиция, пожелания учитываются при решении городского проекта, проблемы, инициативы	Не согласен	78
	Согласен	22
Я участвую в разработке совместных проектов и решений по городскому управлению	Не согласен	83
	Согласен	16
На каждом этапе принятия решения по каким-то вопросам развития города я как активист участвую в этой работе	Не согласен	83
	Согласен	16
Я самостоятельно/с группой могу принимать решения по отдельным вопросам/проблемам города	Не согласен	75
	Согласен	25

Рассчитано авторами

Формы участия горожан в управлении развитием города институциональны (определены законодательством РФ) и скорее пассивные, чем активные (рис. 4).

Рис. 4. Виды социального участия в жизни города жителей Тюмени, % от числа ответивших (рассчитано авторами)

По предварительным результатам исследования можно предположить, что объективно высокий уровень обеспеченности объектами социальной инфраструктуры города и субъективная оценка достаточности данных объектов в районах конкретного проживания не являются материально-вещественным основанием для проявления социальной активности горожан. Горожане скорее демонстрируют пассивные формы участия в жизни города.

Библиографический список

1. Кабанов В. Н. Принципы размещения объектов социальной и транспортной инфраструктуры в региональных документах стратегического планирования // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11. № 3. С. 71-83. DOI: 10.15838/esc.2018.3.57.5

2. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. М.: Ad Marginem, 1996. 288 с.

3. Регионы России. Основные социально-экономические показатели городов. 2020: Стат. сб. / Росстат. М., 2020. 456 с.

4. Страшнова Ю. Г., Страшнова Л. Ф. Пути совершенствования функционально-пространственной организации социальной инфраструктуры Москвы // Вестник МГСУ. 2021. Т. 16. № 9. С. 1136-1151. DOI: 10.22227/1997-0935.2021.9.1136-1151

5. Badger territoriality maintained despite disturbance of major road construction / Gaughran A. et al. // Plos one. 2021. T. 16. № 9. 20 p. DOI: 10.1371/journal.pone.0242586
6. Cipriano C., Rappolt-Schlichtmann G., Brackett M.A. Supporting school community wellness with social and emotional learning (SEL) during and after a pandemic // Edna Bennet Pierce Prevention Research Center, Pennsylvania State University. 2020. 21 p.
7. Grum B., Grum D. K. Concepts of social sustainability based on social infrastructure and quality of life // Facilities. 2020. Pp. 782-800. DOI: 10.1108/F-04-2020-0042
8. Kelsey T., Kenny M. Townscapes: 7. The Value of Social Infrastructure // The Bennett Institute for Public Policy. University of Cambridge, 2021. 65 p.
9. Latham A., Layton J. Social infrastructure and the public life of cities: Studying urban sociality and public spaces // Geography Compass. 2019. T. 13. № 7. 15 p. DOI: 10.1111/gec3.12444
10. Pandemic resilient cities: Possibilities of repairing Polish towns and cities during COVID-19 pandemic / Majewska A. et al. // Land Use Policy. 2022. T. 113. 15 p. DOI: 10.1016/j.landusepol.2021.105904
11. Salma J., Giri D. Engaging immigrant and racialized communities in community-based participatory research during the COVID-19 pandemic: challenges and opportunities // International Journal of Qualitative Methods. 2021. T. 20. 10 p. DOI: 10.1177/16094069211036293
12. Structural equation model for evaluating factors affecting quality of social infrastructure projects / Hussain S. et al. // Sustainability. 2018. T. 10. № 5. 25 p. DOI: 10.3390/su10051415
13. Understanding the living conditions of Chinese urban neighborhoods through social infrastructure configurations: the case study of Tianjin / Sun X. et al. // Sustainability. 2018. T. 10. № 9. 17 p. DOI: 10.3390/su10093243

D. Shashkin, V. Shchetina, N. Kostko

SOCIAL INFRASTRUCTURE OF THE CITY: CURRENT STATUS AND FUNCTIONS

Abstract

As COVID-19 restrictions loosen, the debate about how to support the development of urban communities intensifies. In order to achieve the goals of urban development, much attention is paid to smart technologies and engineering infrastructure, while social infrastructure does not lose its relevance and importance. The social infrastructure of the city is accepted as a condition for solving some of the post-consumer problems in the city. In particular, we are talking about the use of social infrastructure facilities as a material and material basis to stimulate social activity of citizens. Social infrastructure is not just physical spaces and public facilities that provide public goods to the population. They create conditions that stimulate various types of regular activity and interaction of citizens. It is significant to determine the population's opinion about the provision of their city with the objects of social infrastructure, to complement the existing knowledge about the development of cities through the subjective assessment of the citizens of their condition. We believe that the population's high assessment of the provision of objects of social infrastructure correlates with the degree of their social activity. An additional contribution is the demonstration of objective data on the major cities of the Tyumen Oblast (with autonomous districts) that determine the region's economy. The results can be useful in order to promote the activity of the population and to make management decisions on a city scale. The purpose is to diagnose the provision of four major cities with social infrastructure facilities, according to the citizens. The object – the citizens of Surgut, Tobolsk, Tyumen, Khanty-Mansiysk. The subject – the opinion of citizens on the provision of their cities with social infrastructure facilities. The following research methods were used: questionnaire survey; analysis of normative-legal documents and statistical materials. The empirical database was formed during the questionnaire survey in Surgut, Tobolsk, Tyumen and Khanty-Mansiysk using SurveyMonkey system in 2021 in the framework of the RFBR grant № 20-011-00305 «Social space of a smart city: methodology of development management and social construction».

Keywords: social infrastructure, city, social activism, citizens, urban spaces.

6.3. COMMUNICATING DIVERSITY: PARADOXES, CHALLENGES & OPPORTUNITIES

УДК 81.42

A. Iufereva

THE CHALLENGES FACING JOURNALISM IN THE ERA OF POST-TRUTH

Abstract

At present, in social and humanitarian sciences, there is a problem that is connected with the fragmentation of scientific developments in the field of understanding the impact of the consequences of post-truth that leads to the destruction of the public sphere and transformation of the social and political media reality. It results from the intensive development of social media and the dissemination of information flow. Consequently, these factors influence the direction of activity of Russian mass media. Although the very existence of post-truth as a phenomenon leading to the exploitation of cognitive distortions is almost universally recognized, it is crucial to analyze the current developments in academic discourse to indicate the most significant scientific directions in reflection of the declaimed topic.

Keywords: post-truth, journalism, social media, fake news.

There is currently a problem in humanities and social sciences related to the fragmentation of scientific developments in the field of understanding the effects of post-factual consequences that lead to the destruction of the public sphere and the transformation of the social and the political reality of mass media sphere. It results from the intensive development of social networks and the spread of information flows. The mere existence of post-truth as a phenomenon leading to the exploitation of cognitive distortions and the use of eristic tools is almost universally acknowledged. Nevertheless, it is crucial to analyze the current development of academic discourse to highlight the main scientific directions and tendencies in reflecting the declaimed theme.

In academic discourse, post-truth is understood as a communicative process that leads to the formation of a new media reality in which truth, individual facts, and analytical conclusions are less convincing than ready-made interpretations. Post-truth is conditioned by the development of postmodern processes (e.g., mediatization), technological transformations (the widespread use of digital media), changes in social communication (competition of influential actors in the information space), and a general loss of trust in social institutions. Post-truth is considered a communicative strategy that marks the selective handling of facts and blurs the boundaries between truth, opinion, and fiction. At present, the appeal to personal emotions and beliefs plays a more critical role than the appeal to facts. Positions in the information space conflict with each other and exist without generally recognized criteria of truth. One of the post-factual phenomena is fake news, which destroys public discourse in the media environment and exacerbates political and social differences.

It is necessary to understand the current activities of the mass media in order to form a holistic view of existing media practices. They include the techniques and methods of professional journalists working with information in conditions of uncertainty and cognitive biases, methods of examining data, tactics, and strategies to counter fake news, including the fundamental principles (objectivity, transparency, etc.) that guide journalists in their work. These directions can be combined in a truth-building strategy, which implies a set of complex works related to the search, processing, interpretation, and dissemination of information. The study's main aim is to identify the decisive changes in the current media reality and consider the main problems of journalism.

The transformation of the field of mass communication is reflected in the development of political and social life, leading to the introduction of neologisms and original theoretical concepts into academic discourse, "through which the research and professional community seeks to reflect ongoing changes and the reasons to discover for them" [2, p. 12]. One of these new terms with an emotional and expressive tone was the word "post-truth," which was first used by the American

© Iufereva A., 2022

publicist S. Tesich in his essay "A Government of Lies" in 1992 [2]. With this concept, the author tried to draw attention to the "flight from the truth" inherent in society, in which citizens did not want to receive negative news, even if the content was primarily true [2]. In 2011, the term "post-truth" reappeared in political discourse after American economist P. Krugman used it to describe the characteristics of the US presidential election campaign. Republican nominee M. Romney deliberately disseminated false information to discredit incumbent President B. Obama during the election. M. Romney used this technology to gain greater public support for his candidacy [11]. During D. Trump's 2016 campaign, the concept of "post-truth" was named "Word of the Year" by Oxford University Press. However, the concept "post-truth" has acquired a somewhat different interpretation and has been associated with various situations in which objective facts are less significant in forming public opinion than appeals to emotions and beliefs [1]. Moreover, when the actual state of affairs is revealed over time, the truth no longer arouses discernible public interest [2]. Subsequently, the post-truth phenomenon continues to "occur within the framework of the electoral process in foreign countries (USA, Great Britain, France) and is expressed in an unexpected and unpredictable election result. The studies conducted, including sociological ones, show that we are dealing with a new mechanism of public opinion formation" [1, p. 187].

In modern academic discourse, particularly in American and European science, the concept of "post-truth" has received widespread attention in academic discussions. Based on research, post-truth studies can be divided into several groups:

1. The study of the essential features of this phenomenon and the main interpretations that characterize this concept [3].
2. The analysis of the socio-cultural consequences of the development of the post-truth phenomenon for society [8].
3. Determining perspectives of the impact of this phenomenon on social transformations, including tactics and strategies to overcome the negative consequences of post-truth [14].

In papers, post-truth is viewed as a communicative process that generates a narrative with specific characteristics: "Individual facts and analytical conclusions are less persuasive than ready-made interpretations. These interpretations resonate with citizens' personal beliefs and are particularly nurtured in politicized internet communities" [1, p. 186]. This phenomenon is seen as a key feature of the modern media environment when the value of information, facts, and truth is being revised. New information technologies have given audiences access to the ability to create and disseminate information [13], so a larger number of actors are involved in the content creation process. Generating a massive flow of information means that objective facts have less of an impact on public opinion formation than appeals to emotions and personal beliefs [15]. There is an apparent loss of the media information monopoly, which gave the audience the right to create and disseminate information [10]. Given the diversity of opinions and beliefs, it is increasingly difficult for citizens to separate fact from fiction.

Fake news can be considered a separate branch of this topic [5]. Scholars devote special attention to the historical, social, and political prerequisites for the appearance of fake news, the methods and procedures for creating fake news, and the threats that this news poses to the sphere of mass communication. As the researchers note, the Internet and, in particular, social media have created a unique environment for disseminating this type of information. Civic activism poses a danger, as netizens create and spread fake news. Therefore, there is a need to determine what current tactics and strategies Russian media journalists use to prevent the possibility of publishing fake news. This question is crucial because many scientific publications emphasize the importance of turning to the truth. "The main problem in news coverage is finding and presenting a new form of truth" [5, p. 47]. This statement was made by K. Kelly, a journalist for Wired in March 2017, who accurately summed up the problem faced by journalists and news consumers. "Truth" is becoming increasingly difficult to define because "for every fact, there is one counterfactual" [5, p. 48].

Under these conditions, the question arises as to the changes in the professional culture of journalists under the influence of factors such as the spread of digital technologies [9], the spread of the phenomenon of blogs and user-generated content [7], high competition in the field of information gathering and presentation, especially in social networks [6], the threat of manipulation of public opinion [5] and intense competition between the communication media for the right to publish news rapidly [5, p. 10]. As a result, many scholars point to a paradigm shift that realizes the formation of new professional standards and principles [4].

So far, there are no studies in the national scientific literature to understand the specific features of the construction of truth in mass media. For this reason, the author resorted to the analysis of American and European papers where the topic was dealt with in detail. The author refers to the concept of "truth-telling strategies". The authors offer different approaches to understanding this phenomenon. For instance, M. Carlsson adheres to two main approaches to determining the content of the truth formation strategy. The first traditional strategy is for the media to provide accurate and reliable information to the audience. The second, much more significant strategy is the adherence of journalists to the principle of "transparency", which means that the truth can only be revealed in the process of "direct discussion and description of the course of events" [9, p. 284]. At the same time, within the framework of the second strand, truth is viewed as a constructed phenomenon, the content of which may change over time [9, p. 284]. To date, the author has managed to collect and analyze the most frequently published approaches to the consideration of strategies for constructing truth and the elements that form them: transparency [10], objectivity [7], and accuracy [5].

As for empirical tendencies in this subject matter, there is not a sizable variety of research in overseas instructional discourse wherein this subject matter may be disclosed [12] – the authors' cognizance of such normative additives of the reality creation approach as objectivity and transparency. At the same time, different factors stay outdoor the studies cognizance (interactivity; openness; accountability, etc.), together with strategies and technology for verifying facts, attempting to find the number one source. Therefore, there is a want to investigate the components of the empirical stages which might be issued with patterns, norms, and talents of expert reporters withinside the technology of post-reality.

The theoretical and practical aspect of the original problem lies in the fundamental uncertainty that has developed in society around the management in the field of building a media communication strategy and adequate approaches to presenting broadcast news. This problem is aggravated by the destructive consequences of the post-truth era, which leads to cardinal transformations in mass media reality, affecting professional journalists' activities and creating a situation of uncertainty. In the context of these circumstances, the issue of critical reflection on the existing tactics and strategies for constructing truth by mass media, including an assessment of approaches to working with primary sources of information, interpreting facts, and a comprehensive fight against fake news, is being updated. The study of current media practices will make it possible to revise journalists' accumulated experience and modern patterns to reflect the key transformations in journalists' professional culture.

References

1. Гарбузняк А. Ю. Феномен постправды: девальвация факта в медийном дискурсе // Знание. Понимание. Умение. 2019. № 1. С. 184-192. (Garbuznyak A. Yu. The phenomenon of the Post-Truth: Devaluation of the Fact in the Media Discourse // Knowledge. Understanding. Skill. 2019. № 1. Pp. 184-192. (In Russ.)

2. Грачев М. Н., Евстифеев Р. В. Концепт «разрушения правды» в условиях цифрового общества (аналитический обзор) // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2020. Т. 13. № 2. С. 229-248.

3. Grachev M. N., Evstifyev R. V. The Concept of "Destruction of Truth" in the Context of a Digital Society (Analytical Review) // The Contours of Global Transformations: Politics, Economics, Law. 2020. Vol. 13. № 2. Pp. 229-248.

4. Bufacchi V. Truth, Lies and Tweets: A Consensus Theory Of Post-truth // Philosophy & Social Criticism. 2021. Vol. 47. № 3. https://doi.org/10.1177/0191453719896382.

5. Elliot D. Essential Shared Values and 21st Century Journalism. In: L. Wilkins, C. G. Christians (Eds). The Handbook of Mass Media Ethics. New York: Routledge, 2008.

6. Fitzpatrick N. Media Manipulation 2.0: The Impact of Social Media on News, Competition, and Accuracy // Athens Journal of Mass Media and Communications. 2018. Vol. 4. № 1. Pp. 45-62.

7. Hannan J. Trolling Ourselves to Death? Social Media And Post-truth Politics // European Journal of Communication. 2018. Vol. 33. № 2. Pp. 214-226. https://doi.org/10.1177/0267323118760323.

8. Hellmueller L., Vos T. P., Poepsel M. A. Shifting Journalism Capital? // Journalism Studies. 2013. Vol. 14. № 3. Pp. 287-304. https://doi.org/10.1080/1461670x.2012.6976.

9. Hunt E. What is Fake News? How To Spot It and What You Can Do to Stop It // The Guardian. 2016. December 17. URL: https://www.theguardian.com/media/2016/dec/18/what-is-fake-news-pizzagate (accessed: 16.01.2022).

10. Karlsson M. The Immediacy of Online News, The Visibility Of Journalistic Processes and a Restructuring of Journalistic Authority // Journalism: Theory, Practice & Criticism. 2011. Vol. 12. No. 3. Pp. 279-295. https://doi.org/10.1177/1464884910388223.

11. Kovach B., Rosenstiel T. How to Know What's True in the Age of Information Overload. New York: Bloomsbury, 2010.

12. Krugman P. The Post-Truth Campaign // The New York Times. 2011. December 23. URL: https://www.nytimes.com/2011/12/23/opinion/krugman-the-post-truth-campaign.html (accessed: 21.01.2022).

13. Martin N. Journalism, the Pressures of Verification and Notions of Post-Truth in Civil Society // Cosmopolitan Civil Societies: An Interdisciplinary Journal. 2016. Vol. 9. № 2. Pp. 41—56. https://doi.org/10.5130/ccs.v9i2.5476.

14. Pak C. News Companies Link Sharing on Twitter as Informative Advertising and Content Signaling // Proceedings of the 2017 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems, CHI EA '17. Denver, Colorado. 2017. Pp. 312-315. https://doi.org/10.1145/3027063.3027124.

15. Prasanti D., Indriani S., Fuady dan I. Post Truth Era: Social Movement of Cadre Team in Overcoming Hoax of Health Information in Cibeusi Village, Sumedang Regency // Mamangan Social Science Journal. 2021. Vol. 10. № 2 (1). Pp.10-18.

16. Sales L. New ACTU Boss Says It's OK For Workers to Break "Unjust Laws // Report. Sydney. 2017. URL: http://www.abc.net.au/7.30/content/2017/s4636757.htm (accessed: 21.01.2022).

А. С. Юферева

ЖУРНАЛИСТИКА В ЭПОХУ ПОСТ-ПРАВДЫ: ПРОБЛЕМЫ И УГРОЗЫ

Аннотация

В настоящее время в социо-гуманитарной науке отмечается проблема, связанная с разрозненностью научных разработок в области понимания воздействия последствий постправды на область массовой коммуникации, что приводит к нарушению баланса в публичной сфере и трансформации основ представления социальных и политических реалий в современных СМИ. Это является результатом интенсивного развития социальных медиа и распространения информации пользователями Сети. Как следствие, эти факторы влияют на направление деятельности российских СМИ. Хотя само существование постправды как явления, ведущего к эксплуатации когнитивных искажений, практически общепризнано, важно проанализировать современные тенденции в академическом дискурсе, чтобы указать на наиболее значимые научные направления, развиваемые в рамках заявленной темы.

Ключевые слова: пост-правда, журналистика, социальные медиа, фейковые новости.

УДК 316.77

R. Kurashov

CUSTOMER DECISION-MAKING PROCESS IN THE DIGITAL ERA: THE MODELS' OVERVIEW AND ITS FUTURE DEVELOPMENT

Abstract

Understanding why and how people buy products and services has an essential contribution both for marketers and consumers. People make decisions every day, both on long-term and short-term purchases, including impulse buys. Since the middle of the 20-century, scholars have been developing models, frameworks, and theories to describe and explain the process of consumer decision-making. Nevertheless, the process is still changing over time and providing an ongoing challenge for scholars and marketers to follow up. The digital era and the penetration of the Internet contributed to a significant change in people's behavior and actions. This paper aims to overview the existing models and theories of the decision-making process and examine the main factors of the digital era impacting consumer behavior. We explore the following research question: What are the digital era's factors, and how do they impact the decision-making process. To provide the answer, the literature review has been conducted on two main fields: a decision-making models overview, and digital era factors, influencing consumer behavior. The first part revealed that the traditional five steps model (EKB-model) could be considered the relevant framework for describing consumer behavior. The choice of digital era factors was based on extensive literature analysis. Key factors that already have been justified as ones that impact consumer behavior were defined. The special modeling method was used to combine digital era factors with each stage of the decision-making process and propose the impact on consumer behavior. This paper contributes to enhancing the understanding of the decision-making process and exploring the possibilities of its future development and behavioral changes under the digital era factors.

Keywords: decision-making process, decision-making models, consumer behavior, digital era factors, digital transformation.

The consumer decision-making process is crucial in today's world. People make decisions every day, both on long-term and short-term purchases, including impulse buys. The process is broadly studied from the perspective of marketing and other disciplines, like psychology, sociology, and other behavioral studies.

Understanding why and how people buy products and services has an essential contribution both for marketers and consumers. With the knowledge of consumer decision-making, process companies could adjust their advertising campaigns and focus efforts at every stage of the purchase, offering the right product at the right time. It leads to producing more relevant products and reducing the consumption of resources. On the other side, customers will face less irrelevant advertising in their daily life. Digital marketing experts estimate that the average user is exposed to around 6000-10000 ads each day [4], most of which are ignored. No wonder that companies are eager to find the secrets of consumers' "black box" and to develop triggers to enhance advertising campaigns.

Since the middle of the XX century, scholars have been developing models, frameworks, and theories to describe and explain the process of consumer decision-making. Nevertheless, the process is still changing over time and providing an ongoing challenge for scholars and marketers. Eremenko and Chentsova proposed three stages of models' development under the influence of information technologies [1]. McKinsey's consumer decision journey, proposed in 2009 [5], was updated to a newer version in 201 [7] due to the "explosion of digital technologies".

The change in consumer behavior leads to changes in models of the decision-making process. The digitalization of the economy and rapid development of information technologies affected consumer behavior [11; 12; 13; 1].

This paper aims to overview the existing models and theories of the decision-making process and examine the main factors of the digital era impacting consumer behavior. We develop the following research question: What are the digital era's factors, and how do they impact the

© Kurashov R., 2022

decision-making process. To answer, we need to explore two essential fields of study: decision-making models and digital era factors that influence consumer behavior.

The research around decision-making models is considered an ongoing process of decoding the consumer's "black box". Analyzing the popular theories of decision-making, Eremenko and Chentsova categorized models into three stages: 1) linear models; 2) dynamic models; 3) individualized models [1]. Figure 1 presents the overview of the most popular models categorized into three sequential parts [1]; we have added some additional models to the related categories.

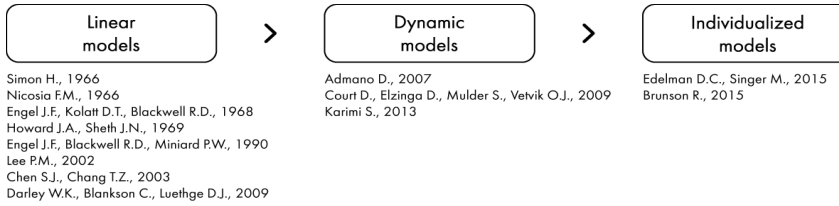


Fig. 1. Models of the consumer decision-making process (based on [1])

The linear models include a hierarchical structure of decision-making stages. Most early developed models could be referred to as linear models.

Simon proposed a decision-making model with three sequential phases: intelligence, design, and choice [14]. The intelligence phase covers the identification of a problem and the collection of information about the issue. The design phase involves searching for solutions and available options or alternatives. The choice phase refers to a final decision among suggested solutions.

Engel, Kollat, and Blackwell proposed another linear model, also called an EKB model, which included four stages: input, information processing, decision process, and variables influencing the decision process [8]. The decision process in the model is detailed and divided into five sequential steps:

- problem recognition;
- information search;
- alternative evaluation;
- purchase;
- outcome (post-purchase behavior)

Later the model went through some revisions and modifications when in 1990, the updated model was proposed, named Engel, Blackwell, and Miniard model (EBM model). Kotler and Keller also mentioned the decision-making process with these five steps from EKB-model [10]. They indicated that the buying process starts long before the actual purchase and lasts long afterward [10]. Also, the authors noticed that consumers might skip or reverse some steps.

The other set of models is referred to as the dynamic models, related to Internet penetration and its application in business [1].

Court, Elzinga, Mulder, and Vetvik developed a dynamic consumer decision-making model known as the McKinsey consumer decision journey [5]. The authors considered the decision-making process as a circular journey with four phases: initial consideration with 2-3 brands that are already in the mind of a customer; active evaluation, or the process of researching potential purchases; closure, when consumers buy brands; and post-purchase when consumers experience them.

Karimi suggested a cross-sector analysis of a purchase decision-making model of online customers and its influential factors [9]. The conceptual model is based on the traditional five steps of the consumer decision-making process but expands it with a variety of scenarios of how consumers could behave in certain moments. The model includes loops to allow the possibility of

consumers to skip some steps or repeat some of the stages, which makes this a dynamic, not linear model.

Dynamic models referred to be more precise in explaining the consumer decision-making process in the digital era. Nevertheless, scholars are still developing new approaches, which can be related to individualized models, where the consumer follows an individual path or funnel.

Edelman and Singer proposed an updated McKinsey model based on the approach that companies are using new tools, processed and organizational structures to proactively lead digital customers from consideration to purchase and beyond [7]. They are creating compelling customer journeys and managing them with four key capabilities: automation, to smoothly carry customers through each step; personalization, to create a customized experience for each individual; contextual interaction, to engage customers and appropriately sequence the steps they take; and journey innovation, to add improvements that enhance and extend the journey and foster customer loyalty.

Customer journey map, consumer experience management, and consumer-centric approach are the key topics in planning and managing the consumer decision-making process. Marketers are trying not only to add the product into the consideration set but to create and manage the whole journey, where is no place for competitors' products. For example, Brunson suggested a traffic funnel where the company should lead the customer from the awareness phase to loyalty [3]. The author uses the term "traffic temperature" (hot, cold, warm) to evaluate what informational content should be used for that user.

Informational technologies made a giant leap over the last two decades. In 2021 Internet penetration reached up to 62,5 % globally, 85 % in Russia [6]. Web 2.0 caused extreme growth of projects where the content is made by users: social media, websites and platforms, blogs. The development of information technologies significantly impacted consumer behavior [1].

Digitalization affects how consumers communicate, gather, and exchange information [11]. The spreading of mobile devices led to information availability, informed consumers, and digital competence [12]. In the digital era, customers have all the information at their fingertips anytime.

Ashman, Solomon, and Wolny explored the emergence of participatory culture, where each user can be a producer, influencer, and/or consumer of information [2]. The rise of social media shifted the power in information spreading from organizations to customers [11]. The information is held more firmly in the hands of the consumer rather than in organizations or businesses [2; 11]. Digital channels are considered mediums and provide two-way interaction between consumers and businesses [10]. Customers are continuing to engage with each other and share information, opinions, and content through social media, forums, and websites. Scholars consider the ability of users to integrate into networks as one of the drivers of participatory culture [2].

The huge amount of data leads to information overload for both consumers and businesses. Information overload is considered one of the main challenges and reasons for an alteration in behavior [9; 15]. Marketers need to find a way to use the data to reveal insights and drive ideas.

Within the ability to collect data, new technologies emerged to analyze the mass of information. Sherrington explored opportunities of Big Data as more volume, more variety, more velocity, and more behavioral data [15]. Machine learning, artificial intelligence, and algorithms are considered "new normal", the digitally transformed omni world. These tools will help marketers not only measure and track customers but also study the context of the purchase.

Another issue that emerged from the digital transformation is blurred boundaries of time and geography [11; 1]. The Internet has bonded the planet into one big marketplace and raised competition outside of the borders of one city or even one country. Social media and web technologies empowered consumers to promote and distribute their own offers and have led to the emergence of new developments in e-commerce [11].

The literature review revealed that the traditional five steps model could still be considered a relevant framework to describe the decision-making process. Assuming the ability of consumers to skip or reverse some steps, we can consider the model as a dynamic one with stages as milestones

of the purchasing process. Regarding the digital transformation, scholars proposed different factors and dimensions from participatory culture to omnichannel approach and shift in information power.

To answer the research question, we decided to use the validated traditional five steps model and combine it with the leading digital era factors. The decision-making process includes the following steps: problem recognition, information search, alternative evaluation, purchase, and post-purchase behavior. The choice of digital era factors is based on extensive literature analysis. We defined key factors that have already been justified as impacting consumer behavior: participation culture, easy access to information, absence of boundaries in time and place, and new technologies to manage data (machine learning, artificial intelligence, algorithms). Some specific factors, like participatory culture, have been investigated in the decision-making process framework before [2].

Our goal is to summarize the potential impact of factors and propose how consumer behavior changes in the digital era at every step of the decision-making process. We use a special method of model creation, where we combine the digital era factors with each stage of the decision-making process and propose impact at each step of the process. This method will help us explore the decision-making process in detail and improve the transparency of consumer behavior.

The research has limitations due to the interpretative nature of the potential output. Although some of the impacts have already been justified, empirical testing is needed in future research to approve or reject the results and for clarification of factors, as well. This study is based on conceptual conclusions from a rigorous literature review.

To provide the answer to the research question, five stages of the consumer decision process were placed in columns and combined with four digital era factors in rows. In Table 1, the following model is made by the author and presented.

Table 1

The conceptual model of digital era factors' influences on the decision-making process

Stage/Factor	Participatory culture	Easy access to information	Absence of boundaries of time and place	New technologies to manage data (ML, AI, Big Data)
Problem recognition	Is likely to be triggered by other consumers/influencers, not marketers. Can be hidden – consumers may scan the social media without thinking about shopping	A high rate of daily ads exposure and content may lead to an unconscious accumulation of information and forming of needs and wants	Consumers may expand their shopping experience and information "bubble". The needs and wants could emerge from global trends from other markets	Ability to predict the consumer behavior, to impact the formation of needs and wants to be based on the previous shopping experience, behavior patterns, and digital footprint
Information search	Shifted from professional/brand sources to non-professional ones, such as customer reviews, posts, influencers' opinions	Ability to find all the information in one click. Gaining information online is an important part of the experience, consumers are more informed and can rely less on labels	No limitations in informational sources, global search availability, and ability to compare customers' experiences from other markets 24/7	Ability to individualize the process of information search, to keep and educate consumers in their own funnel/customer journey map

Continuation of the table 1

Stage/Factor	Participatory culture	Easy access to information	Absence of boundaries of time and place	New technologies to manage data (ML, AI, Big Data)
Alternative evaluation	Social score (pins, likes, comments) becomes a significant part of an evaluation of the product ability to get instant feedback from peers shapes consumer experience	Allows consumers to significantly expand the set of alternatives in one click. The consumer is informed about all the wanted attributes of the product	Blurs the borders of competition and allows consumers to easily compare way more products to choose the right one. Too many options may increase the complexity of choice	Recommendation system helps consumers to narrow the set of alternatives. An algorithm may suggest the products based on previous shopping experiences or behavior patterns
Purchase	The emergence of social shopping, where consumers can request social validation on product choices from others and get instant feedback	Shapes the moment of the purchase decision – consumers can try product in-store and check the price in one click, which can lead to ordering online instead of instant buying in store	Allows consumers to do a shopping experience in their own way with no limits in time and place	Affects the consumer decision – push-notification from the app can persuade users to immediately order “a good bargain” and avoid FOMO (fearing of missing out)
Post-purchase behavior	Plays an important role in reinforcing social identity. The process is more transparent and allows to get more feedback, including outside of user’s direct reference groups, which shapes the consumer experience	Easily to share both positive, and negative feedback about the product allows users to interact with the brand and solve some issues, that could affect the shopping experience	Allows consumers to feel an attachment to a global community and share experiences with others	Personalization of customer journey map and recommendation system could lead to increase up-sale and cross-sale transactions and support the loyalty with relevant content

The combinations show a significant effect of digital transformation on the consumer decision-making process. Every step of the process has been affected by digital era factors. Some stages like searching for information made the consumer more informed and increased the knowledge of products. The impact of social media and networks dramatically increased and shifted the information power out of brands’ hands. The outcome of post-purchase behavior became more transparent for others, finely documented, and easily accessible to shape consumers’ behavior for future decisions. Nevertheless, digital transformation is still ongoing and will provide more challenges for both consumers and marketers.

Again, the conceptual model needs empirical research to justify its relevance in future studies. The following question could be placed for future research: what variables reflect the digital era factors, and how can they be measured to evaluate the impact on the decision-making process.

References

1. Еременко Ю. А., Ченцова А. В. Влияние современных информационных технологий на трансформацию моделей принятия решений о покупке // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2019. № 1-2. С. 5-15. (Eremenko Yu. A., Chentsova A. V. (2019). The Influence of Modern Information Technologies on the Transformation of the Purchase Decision-Making Models // Models, Systems, Networks in Economics, Technology, Nature, and Society. 2019. № 1-2. Pp. 5-15. (In Russ.)
2. Ashman R., Solomon M. R., Wolny J. An Old Model for a New Age: Consumer Decision Making in Participatory Digital Culture // Journal of Customer Behaviour. 2015. Vol. 14. № 2. Pp. 127-146.
3. Brunson R. Dotcom Secrets: The Underground Playbook for Growing Your Company Online with Sales Funnels. Carlsbad, CA: Hay House, 2020.
4. Carr S. How Many Ads Do We See a Day? // PPC Protect. 2021. August 18. URL: https://ppcprotect.com/blog/strategy/how-many-ads-do-we-see-a-day/ (accessed: 29.03.2022).
5. Court D., Elzinga D., Mulder S., Vetvik O. J. The Consumer Decision Journey // McKinsey Quarterly. 2009. Vol. 3. № 3. Pp. 96-107.
6. Digital around the World // DataReportal. URL: https://datareportal.com/global-digital-overview (accessed: 29.03.2022).
7. Edelman D. C., Singer M. (). Competing on Customer Journeys // Harvard Business Review. 2015. Vol. 93. № 11. Pp. 88-100.
8. Engel J. F., Kollat D. T., Blackwell R. D. Consumer Behaviour. New York, NY: Holt, Rinehart, Winston, 1968.
9. Karimi S. A Purchase Decision-Making Process Model of Online Consumers and its Influential Factor (a cross sector analysis). Manchester: Manchester Business School, 2013.
10. Kotler P., Keller K. L. (2012). Marketing Management (14th ed.) Harlow: Pearson Education.
11. Kruizinga L., Lesscher L. How Digital Transformation Impacts Consumer Behaviour. Groningen: Groningen Digital Business Centre, 2022. URL: https://www.rug.nl/gdbc/partners/whitepaper-digital-transformation-and-consumer-behaviour.pdf (accessed: 05.04.2022).
12. Piccinini E., Gregory R. W., Kolbe L. M. (2015). Changes in the Producer-Consumer Relationship towards Digital Transformation // Wirtschaftsinformatik. 2015. URL: https://www.semanticscholar.org/paper/Changes-in-the-Producer-Consumer-Relationship-Piccinini-Gregory/21dc457129b32bc391530f0195dad79869012b11 (accessed: 04.05.2022).
13. Scott P., Scott T., Stokes P., Moore N., Smith S. M., Rowland C., Ward A. Reconceptualizing Buyer Behaviour in the Digital Era: An Emergent Journey // International Journal of Technology Marketing. 2017. Vol. 12. № 2. Pp. 165-179.
14. Simon H. A. Theories of Decision-Making in Economics and Behavioural Science / Surveys of Economic Theory. London: Palgrave Macmillan, 1966. Pp. 1-28.
15. Sherrington M. What is Wrong with Marketing. Ebooks, 2020. URL: http://www.marksherrington.com/wp-content/uploads/2020/06/WHAT-IS-WRONG-WITH-MARKETING-Top-Article.pdf (accessed: 29.03.2022).

Р. М. Курашов

ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: ОБЗОР МОДЕЛЕЙ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ И ИХ РАЗВИТИЕ

Аннотация

Понимание того, как и почему совершаются покупки, является ключевым как для маркетологов, так и для самих потребителей. Люди принимают решения каждый день – как те, которые требуют длительного процесса, так и быстрые, импульсивные решения. С середины XX века ученые пытались понять, как проходит процесс принятия решения, конструировали модели и теории. Несмотря на обширное исследование вопроса, процесс

принятия решения о покупке по-прежнему меняется с течением времени, и маркетологам и ученым необходимо следовать последним тенденциям. Цифровая среда и проникновение интернета внесли значительные изменения в поведение и действия людей. Эта статья ставит целью исследовать существующие модели принятия решения о покупке и уточнить факторы цифровой среды, оказывающие влияние на поведение потребителей. Мы исследуем следущий вопрос: какие факторы цифровой среды существуют и какое влияние они оказывают на процесс принятия решения о покупке. Для этого была изучена литература по двум направлениям: обзор существующих моделей принятия решения и обзор факторов цифровой среды, оказывающих влияние на покупательское поведение. На основе анализа литературы была построена модель, комбинирующая в себе классические этапы принятия решения и основные факторы цифровой среды, влияющие на процесс принятия решения потребителем. В результате моделирования были получены результаты влияния каждого из факторов на определенный этап процесса принятия решения о покупке. Ограничения исследования и возможные будущие направления для подтверждения результатов описаны в заключении статьи.

Ключевые слова: процесс принятия решения о покупке, модели принятия решения, поведение потребителей, факторы цифровой среды, цифровая трансформация.

УДК 316.77

J. M. Ranches

GASTRODIPLOMACY: CULTURAL PROMOTION VERSUS POLITICAL TOOLS

Abstract

The article focuses on how countries use gastrodiplomacy to promote their cultures on the international stage. Culture encompasses the various aspects of a nation, and this study investigates the use of food as part of a nation's cultural diplomacy efforts under the umbrella of public diplomacy – the strategy, which is called gastrodiplomacy. The article discusses the purpose of culture promotion, the definition and concepts of gastrodiplomacy, and the role of gastrodiplomacy in international communications. The author regards the use of gastrodiplomacy as a strategic platform where both big powers and weak powers stand equal due to its cost-effectiveness which can be attributed to its relatability across cultures, and the wider accessibility of digital technologies and social media platforms. Several countries have already successfully launched their gastrodiplomatic campaigns that led to the other countries to follow suit and pattern their public diplomacy efforts to achieve their respective national and international pursuits. In terms of economic gains, gastrodiplomacy had been proven beneficial to Thailand, a pioneer in implementing this grand public diplomacy campaign. However, there were findings wherein gastrodiplomacy had been used as a political tool for spreading disinformation and propaganda of either states or non-state actors, instead of establishing a national identity and viable reputation. Using gastrodiplomacy as a political tool had been potent for an economic entity like Taiwan, that is hoping to be recognized as an independent country from China, and other emerging countries like Armenia and Azerbaijan, which both resorted to "gastro-nationalistic" campaigns. The study concludes with the understanding that, like any public relations campaign, gastrodiplomacy is truly susceptible to being used as a political tool as a form of self-preservation efforts, and at the same time, as one of the most feasible and powerful public diplomacy campaigns for cultural promotion.

Keywords: culture, gastrodiplomacy, public diplomacy, nation brand, propaganda, international communications.

We promote culture because we want to have an identity in this globalized era. We want to be recognized as individuals with unique characteristics that reflect our community and values. This unique identity also makes us stand out and gives us benefits financially. In a globalized economy, stand-out products or services will gain more popularity. That is why more and more companies continuously innovate because they, first and foremost, want to be at the forefront.

© Ranches J. M., 2022

Countries also exist in a globalized society on the international stage. Each country has its unique qualities that are preserved through generations for various reasons, such as national pride, belongingness, and unity.

There are many ways to promote culture. Companies worldwide have used various marketing tools to promote their products and services. They have gone from traditional tools like newspaper, radio, and television, to digital tools such as microblogging, short online video clips, and other internet social media tools.

Like companies, certain nation-states have also boosted their cultural diplomacy activities abroad through the traditional and modern innovative ways to promote their cultures. They have done events like cultural shows with songs and dances, art exhibitions, trade fairs, and many other kinds of promotional campaigns. One of those campaigns is through *gastrodiplomacy*, which is the use of food to promote culture in the international community.

In 2002, an article from *The Economist* magazine first used "gastro-diplomacy" to refer to the use of food and cooking as a public diplomacy campaign of Thailand [2]. In 2011, another writer used the term "gastrodiplomacy" to describe India's public and cultural diplomacy [6].

Historically, we can perhaps trace back this gastrodiplomacy when countries began to travel across the high seas. During the Spice Trade in Malacca and the European Age of Exploration in Southeast Asia, explorers engaged in this lucrative business of searching for food spices. The same for the merchants of Venice who traveled East to taste the noodles of Mainland China.

A lot of definitions had already been given to gastrodiplomacy. Famous gastronomist P. Rockower defines it as "the act of winning hearts and minds through stomachs" [7], while food scientist Ch. Spence describes it as the "use of food to convey a specific message to others" [9].

A cooking demo, a cooking vlog, publishing a recipe book, organizing pop-up dining events, a picnic, a bartending competition, cooking class, baking class, and food and travel shows are just some forms of how individuals and entities present gastrodiplomacy. It may come in the form of government-to-government efforts or people-to-people initiatives.

With the fast innovation of technologies, more and more individuals are going into their computers to produce their own cooking shows. For instance, celebrities who lost their jobs during the COVID-19 pandemic have started opening their YouTube channels to broadcast their cooking shows. Many of them do not intend to just cook in front of the camera but also to send different types of messages, and cooking is just their way of making the show relatable. However, they are TV actors. People not only watch them cook but also see them and get entertained, or in some ways, inspired as well. For example, this pandemic may have turned them into jobless celebrities in a particular country in Asia but it opened more opportunities for them. Their reach has become international because Americans or Europeans would probably want to watch how to cook Asian foods with a touch of entertainment.

We have also seen how governments turned to internet social media to boost their gastrodiplomatic activities because many international travels had been restricted during the pandemic.

The concept of gastrodiplomacy varies across different nations or cultures. Nevertheless, gastrodiplomacy is a "concerted and sustained campaigns of public relations and investment by governments and states, often in collaboration with non-state actors, to increase the value and standing of their nation brand through food" [10].

In this regard, gastrodiplomacy is an intentional step by governments to achieve a particular goal.

What are those goals? Governments exist to provide safety and security in various aspects for their citizens. Governments must pursue infrastructure developments like building roads and bridges, socio-economic improvements like providing basic needs like food supply, housing, education, training and jobs, and other forms of growth and expansion programs for the benefit of their citizens. In short, governments intend to improve the lives of their people, or maybe populist societies may have influenced their governments to improve their lives as well.

Now, why would these ambitious governments use gastrodiplomacy, much less food, as a tool to realize their goals? Let us take the case of Thailand. The Thai government invested a huge amount of money to capitalize on its goal to make its culture and nation brand known to the world. It invested in training Thai food cooks and deployed them abroad. It also invested in building Thai restaurants abroad with their home-grown chefs cooking authentic and delectable Thai cuisines. Through those restaurants, they could also export their products originating from Thailand. Now Thai restaurants are known to be serving some of the most unique tasting cuisines in the world, and in effect, Thailand has been able to attract more tourists into its country. From this, we can learn that Thailand was able to gain increased trade revenues, and tourism industry profits, including job opportunities for its citizens.

Therefore, one cannot underestimate the power of gastrodiplomacy. It is a powerful promotional tool for cultural and economic goals. The only question is how much are those countries willing to spend on this campaign. Of course, every business has risks. Moreover, gastrodiplomacy can be as innocent as sharing a nation's culture, but it may also be a source of international communication disputes.

The use of gastrodiplomacy as a culture promotional tool for countries in international communications is of high importance. The author believes that there is a need, especially for those involved in the formulation of foreign policies, to assess the capability of gastrodiplomacy in increasing cultural awareness. The only challenge is that every country's foreign policy may, directly and indirectly, affect other countries because it is a form of communication in which messages can be seen either in a good or in a bad light.

For instance, we all know that not all countries recognize Taiwan as an independent country. It is considered just one of the provinces of China called Chinese Taipei. However, in the British paper *The Guardian*, an article was written in 2010 entitled "Taiwan launches 'gastro-diplomacy' drive" [1]. The article called Taiwan a country, misleading its readers that Taiwan is a full-fledged country. Most countries, including the US, UK, and Russia, do not recognize Taiwan as a country due to China's "One China Policy". And rarely do we call *dim sum* a Taiwanese food; *dim sum* is a traditional Chinese food. Perhaps, in 2010, when the article was published, China was not yet all that concerned about international news calling Taiwan a country since during this period, China was just starting to rise and actually had just overtaken Japan as the second-largest economic power. If the article was written now, China will probably rebuke that newspaper. Just recently, as also reported by *The Guardian*, Hollywood actor John Cena was called out for calling Taiwan a country when he said in an interview that "Taiwan is the first country that can watch F9 (Fast and the Furious 9)" [4]. Whether it was just Freudian slip or stated maliciously is yet to be determined.

International communications can be very dangerous at some point when it is the government who is committing a mistake. They can be judged with malice, cognizant of the implications of such a simple statement as calling Taiwan a country. There was even an instance wherein rival countries Armenia and Azerbaijan fought over a traditional food called "dolma". In her article, Y. Osipova explained how the cultural heritages overlap among the countries in the South Caucasus region, but Armenia and Azerbaijan turned to "gastronationalism" out of their longstanding territorial conflict, as both sides set up several public diplomacy campaigns that claim cultural ownership over "dolma" [5]. The intention was to commemorate the heritage cuisine "dolma", but it was tarnished by the political overtones of the two sides.

In spite of this, the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) Secretariat once organized a mini-festival of ASEAN noodle dishes entitled, "*Sem Sem But No Sem*" which literally means "same but not the same" [3]. The ASEAN member-states are all noodle-eating nations but their noodle dishes are not cooked the same way. As part of the event, ambassadors to the ASEAN endeavored in a live mini-cooking show where they shared their iconic noodle dishes. In the YouTube video of the event, while cooking curry *laksa*, the Singaporean ambassador was captured saying, "we can't claim to be the land of its provenance, but we certainly are the land of its appreciation" [8]. *Laksa* is a noodle dish shared by Singapore, Malaysia, Indonesia, and even Thailand. Although all four countries serve the same *laksa*, they maintain their own uniqueness as

they continuously appreciate or innovate *laksa* according to their own tastes. This food innovation ensures their nation's attractiveness to customers and potential investors, thus fostering healthy competition among the southeast Asian region, and offering more choices for foody tourists from around the world.

Cultural identity is essential for any country struggling to survive our globalized and polarized world. An established national cultural identity gives people confidence in dealing with other people and strength in working towards a goal. A country's cultural identity will shape its policies toward its goal of building a strong nation.

Gastrodiplomacy is one of the most promising tools that can be used for promoting cultural identity and nation-branding. It is powerful because everyone knows food and has to eat to live. The world is also fast adapting to the digitalization of public diplomacy campaigns and international communications.

If countries such as the ASEAN countries were able to use gastrodiplomacy to: (1) recognize their overlapping cultural heritages yet not fight over cultural ownership, (2) develop appreciation of ethnical similarities, and (3) foster understanding of cultural differences, then there is hope for gastrodiplomacy as an effective tool for peacebuilding.

The concept of gastrodiplomacy continues to evolve as more and more countries recognize the power of using food to convey messages to others according to their cultural values. Countries will continue to use it as a public diplomacy effort for all intents and purposes, such as culture promotion, economic expansion, and even political advancement.

Countries spreading propaganda and disinformation using gastrodiplomacy may be attributed to the broader accessibility to technologies such as the internet and social media without spending many costs, which encouraged populism in different societies around the globe. Gastrodiplomacy as a political tool will persist until the international community sets rules to regulate its usage. However, gastrodiplomacy is effective in promoting cultures and a viable alternative tool in public relations and marketing.

References

1. Booth R. Taiwan Launches 'Gastro-Diplomacy' Drive // The Guardian. 2010. URL: https://www.theguardian.com/world/2010/aug/08/taiwan-launches-gasto-diplomacy-drive (accessed: 30.04.2022).
2. Food as Ambassador: Thailand's Gastro-Diplomacy // The Economist. 2002. URL: https://www.economist.com/asia/2002/02/21/thailands-gastro-diplomacy (accessed: 30.04.2022).
3. Mission of the Philippines to ASEAN Holds Sem but No Sem – A Mini-Festival of ASEAN Noodle Dishes // Philippine Mission to ASEAN. 2019. URL: https://jakartapm.dfa.gov.ph/sample-sites/427-mission-of-the-philippines-to-asean-holds-sem-but-no-sem-a-mini-festival-of-asean-noodle-dishes (accessed: 30.04.2022).
4. Ni V. John Cena 'Very Sorry' for Saying Taiwan is a Country // The Guardian. 2021. URL: https://www.theguardian.com/world/2021/may/26/john-cena-very-sorry-for-saying-taiwan-is-a-country (accessed: 30.04.2022).
5. Osipova Y. From Gastronationalism to Gastrodiplomacy: Reversing the Securitization of the Dolma in the South Caucasus // Public Diplomacy. 2014. No. 11. Pp. 16-20. URL: https://static1.squarespace.com/static/5be3439285ede1f05a46dafe/t/5be3511daa4a996fcaa498f3/1541624135259/GastroDiplomacy (accessed: 30.04.2022).
6. Rockower P. Indian Gastrodiplomacy to Help Feed Perceptions of an Emergent India // HuffPost News. 2011. URL: https://www.huffpost.com/entry/indian-gastrodiplomacy-to_b_848304 (accessed: 30.04.2022).
7. Rockower P. Korean Tacos and Kimchi Diplomacy // USC Center on Public Diplomacy. 2010. URL: https://uscpublicdiplomacy.org/blog/korean-tacos-and-kimchi-diplomacy (accessed: 30.04.2022).

8. Sem Sem But No Sem A Cooking Video of ASEAN Noodle Dishes // Youtube, uploaded by ASEAN Secretariat. 2019. URL: https://www.youtube.com/watch?v=z_4mMcY7OeM&t=740s (accessed: 30.04.2022).
9. Spence Ch. Gastrodiplomacy: Assessing the Role of Food in Decision-Making // Flavour. 2016. Vol. 5. No. 4. https://doi.org/10.1186/s13411-016-0050-8. (accessed: 30.04.2022).
10. What is Gastrodiplomacy? // Gastrodiplomacy. URL: http://www.gastrodiplomacy.net/gd-explanation (accessed: 30.04.2022).

Дж. Ранчес

ГАСТРОДИПЛОМАТИЯ: ПРОДВИЖЕНИЕ КУЛЬТУРЫ ИЛИ ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИКИ?

Аннотация

Статья посвящена тому, как гастродипломатия используется странами для продвижения своей культуры на международной арене. В статье обсуждаются цели продвижения национальной культуры, определение и концепции гастродипломатии, а также роль последней в международных коммуникациях. Автор рассматривает использование гастродипломатии как стратегической платформы, где и сильные, и слабые державы оказываются в равном положении благодаря ее экономической эффективности, а также широкой доступности цифровых технологий и площадок социальных сетей. Существующие успешные примеры запуска гастродипломатических кампаний (в статье анализируется кейс Таиланда) мотивируют многие страны использовать этот инструмент публичной дипломатии для достижения своих национальных и международных целей. Внимание уделяется и отрицательным примерам использования гастродипломатии в качестве политического инструмента пропаганды вместо того, чтобы укреплять национальную идентичность и позитивную репутацию страны. Такие кампании характеризуются в научном дискурсе как “гастронационалистические” и рассматриваются в статье на примерах кейсов Тайваня, Армении и Азербайджана. В заключении делается вывод о том, что как политический инструмент гастродипломатия может использоваться как для сохранения национальных культурных традиций, так и для продвижения национальной культуры в парадигме публичной дипломатии.

Ключевые слова: национальная культура, гастродипломатия, публичная дипломатия, национальный бренд, пропаганда, международные коммуникации.

УДК 316.77

М. Д. Дингес

ИНСТРУМЕНТЫ РАСШИРЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В БРЕНДИНГЕ КОМПАНИЙ ИГРОВОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация

Цель исследования заключается в попытке найти универсальную стратегию использования технологий расширенной реальности. В качестве объекта исследования выбраны инструменты расширенной реальности в брендинге. В статье приводится анализ соответствующих технологий, их применения в брендинге различными компаниями, а также сравнение практик компаний автомобильного рынка и рынка игровой индустрии в использовании инструментов расширенной реальности в брендинге. Результаты исследования можно использовать в качестве примера для освоения и внедрения инструментов расширенной реальности, для изучения примеров возможностей их использования. Работа может быть основой для дальнейшего изучения темы и проведения новых исследований по данной тематике с выбором других сегментов рынка.

Ключевые слова: брендинг, игровая индустрия, виртуальная реальность, дополненная реальность, смешанная реальность, расширенная реальность.

Конкуренция – основа развития. Многие согласятся с этим высказыванием. Соперничество за более выгодные условия существования стоит у истоков современной

© Дингес М. Д., 2022

жизни, поскольку любые живые существа сталкиваются с борьбой за выживание. Стремление к приобретению выгодных условий подталкивает любое живое существо к поиску преимуществ. Данного правила не лишена современная рыночная экономика: каждый, кто хочет заработать деньги, вынужден конкурировать с теми, кто хочет этих денег не меньше.

С незапамятных времен те, кто продавал товары или услуги, будь то торговец, ремесленник или крестьянин, стремились найти способы быть более успешными и богатыми, чем их конкуренты, торговавшие теми же товарами или услугами. В современном мире эта черта остается актуальной, ведь каждый хочет хорошо жить, – меняется лишь форма этой конкуренции. Но если раньше было достаточно изменить цену товара или придумать новый, инновационный способ производить товар, что повышало его качество, то сейчас технические достижения компаний легко и быстро копируются конкурентами, что лишает компании конкурентных преимуществ. Например, ручной типографский станок, изобретенный Гутенбергом, мог производить книги, отличавшиеся удобством чтения и вдвое меньшей ценой, что позже совсем вытеснило рукописные книги. Сейчас же сложно изобрести такой способ производства, который значительно снизил бы стоимость современного автомобиля. Более того, по мнению Ф. Котлера, если раньше за ведущую марку можно было назначать цену на 15 % – 40 % больше, то на момент написания книги (2003 г.) автор снижает эту возможную наценку до 5 % – 15 % [1, с. 25]. Таким образом, он указывает на нужду в иных инструментах, способных делать товар дороже или приобретать необходимую лояльность целевой аудитории.

Одним из инструментов, имеющих сегодня большую популярность, является брендинг. При этом инструментарий бренд-менеджеров для управления брендом широкий: реклама, связи с общественностью, бренд-плейсмент, маркетинг влияния (*influencer marketing*), ивент-маркетинг, сторителлинг и многие другие. В данной ситуации также работает описанная ранее закономерность, когда компании быстро осваивают инструменты брендинга, которыми пользуются их конкуренты. Даже в этой области приходится искать новые способы взаимодействия с потребителем, чтобы занять новые эффективные каналы коммуникации. Сегодня в качестве быстро развивающихся новых инструментов для коммуникации с целевой аудиторией можно выделить инструменты расширенной реальности (*extended reality*).

В русском языке еще не сложилось общепринятого термина для понятия *extended reality*. Чаще всего выделяют его составные части – виртуальная реальность (*virtual reality, VR*), дополненная реальность (*augmented reality, AR*) и смешанная реальность (*mixed reality, MR*). Если в русскоязычных источниках и упоминается *extended reality*, то его переводят дословно «расширенная реальность», поэтому мы будем использовать в данной работе именно этот термин. Для удобства будет использоваться общепринятое англоязычное сокращение XR, как и аналогичные сокращения VR, AR и MR.

Чтобы понять, чем отличаются все эти реальности и как они связаны друг с другом, следует проследить цепочку теоретических исследований, авторы которых пытались систематизировать знания о новых технологиях. Для начала нужно обратиться к работе группы исследователей под руководством П. Милгрэма и Х. Такемуры 1994 г., где они предложили концепцию «континуума реальности-виртуальности», объясняющую всевозможные ее состояния [10]. На схеме видно одну ось, по концам которой располагаются реальная и виртуальная окружающая среда (см. рис. 1). Состояние между ними авторы определяют «смешанной реальностью» (*mixed reality*), понимая под этим термином окружающую среду, где виртуальность и реальность представлены вместе через один дисплей. Внутри нее лежат «дополненная реальность» (AR), которая является «усилением естественной обратной связи с оператором через симулированные сигналы» [10, с. 283], и так называемая «дополненная виртуальность» (AV), когда реальные объекты, как части тела человека, взаимодействуют с виртуальной реальностью.

Рис. 1. Схема континуума реальности-виртуальности [10]

Позже С. Манн включил концепцию континуума реальности-виртуальности в свою концепцию континуума опосредованной реальности (*mediated reality*) (см. рис. 2), добавив к предыдущей схеме новую ось — ось «опосредованности» (*mediality*) [8].

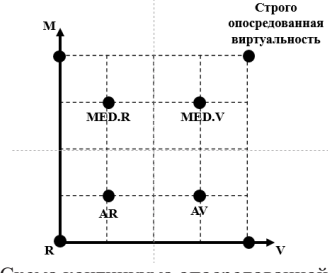


Рис. 2. Схема континуума опосредованной реальности, где M – опосредованность, медиаторы; R – реальность; V – виртуальность; MED.R – опосредованная реальность; MED.V – опосредованная виртуальность; AR – дополненная реальность; AV – дополненная виртуальность [8]

По мнению автора, опосредованная реальность обобщает концепцию смешанной реальности, поскольку она включает в себя континуум реальности-виртуальности, вдобавок к аддитивным эффектам добавляет мультипликативные эффекты (модуляцию) уменьшенной реальности (*diminished reality*). Концепция опосредованной реальность утверждает, что реальность может быть модифицирована разными способами.

Расширенная реальность – это концепция взаимодействия с виртуальностью и реальностью, характеризующаяся разнообразными уровнями погружения, присутствия и интерактивности пользователя с цифровым, искусственным миром. В наши дни XR обычно делится на виртуальную (VR), дополненную (AR) и смешанную (MR) реальности (см. рис. 3). Виртуальная реальность основана на том, что пользователь испытывает полное погружение в искусственный, цифровой мир, где взаимодействие строится с виртуальными объектами. Для это пользователь использует шлем виртуальной реальности.

В отличии от пользователя VR, пользователь дополненной реальности частично помещен в искусственную среду, но при этом он может взаимодействовать с реальным миром и некоторыми элементами виртуального мира, чаще при помощи мобильных устройств или специальных AR-дисплеев (очков). В AR цифровой мир «накладывается» на реальный мир. Самым простым примером дополненной реальности в повседневной жизни будут так называемые «маски» в приложениях для камеры смартфонов и планшетов.

Смешанная реальность может представляться неким подклассом VR, совмещающим реальную и виртуальную среду. Она плавно интегрирует искусственный цифровой мир в

реальный, создавая высшую степень включенности и интерактивности для пользователя. Иными словами, при помощи MR-дисплея возникает взаимодействие и с реальным миром, и с виртуальным [7].

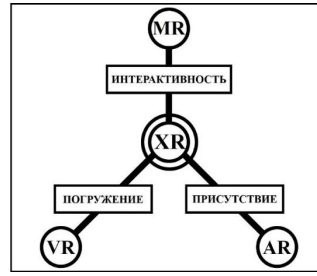


Рис. 3. Схема структуры расширенной реальности (составлено автором)

Для специалиста по связям с общественностью и бренд-менеджера XR представляет из себя набор новых, узконаправленных инструментов для построения коммуникации с целевой аудиторией. Однако для них остается сложным понять, какие инструменты выбрать и как их использовать.

Задачей исследования является проведение бенчмаркинга использования инструментов XR в брендинге компаниями из двух разных рынков (автомобильного и рынка игровой индустрии) с целью выявления сходств и различий в стратегиях их применения, а также с целью выявления возможной универсальной стратегии по применению этих инструментов в продвижении бренда.

В качестве рынков было выбрано два разных по характеристикам примера. Рынок автомобилей – один из самых больших в мире, а рынок игровой индустрии – быстрорастущий и один из крупнейших в сегменте развлечений. Уже в 2019 г. объем рынка видеоигр был в два раза больше рынка музыкальной и киноиндустрии вместе взятых [12]. Сбор данных проводился при помощи сети Интернет.

Также были сформированы следующие гипотезы:

Гипотеза 1. Инструмент AR будет применяться чаще, чем VR, поскольку для их использования целевой аудитории чаще всего требуется смартфон, в отличии от специальных очков виртуальной реальности, которые, к тому же, отличаются наборами комплектаций (контроллеры, full-body трекеры и т. д.).

Гипотеза 2. Компании игровой индустрии будут уделять меньше внимания брендингу с применением технологий AR/VR, в то время как бренды автомобилей будут использовать разные форматы взаимодействия с целевой аудиторией с помощью AR/VR.

Для начала была собрана база данных из отдельных случаев использования инструментов XR в продвижении брендов автомобилей и игровой индустрии. В список вошли такие компании, как Bethesda, SEGA, Valve, BMW, Audi, Volvo, Rovio Entertainment, Nintendo, Telltale Games и многие другие известные бренды обоих рынков. Были отобраны 25 крупнейших автомобильных компаний (с учетом их дочерних автомобильных компаний), суммарная капитализация которых составляет 2 285 млрд долларов, что составляет более 80 % от капитализации мировой автомобильной индустрии [5; 4]. Для сравнения были выбраны также 25 крупнейших компаний игровой индустрии [6].

Среди пунктов для описания каждого случая использовались такие критерии как: название, бренд, тип (VR/AR/MR) и описание. Далее для упрощения проведения анализа группа случаев использования инструментов XR брендами игровой индустрии была поделена на две подгруппы: случаи использования XR в целях создания игры и случаи использования XR в иных целях. Каждый случай использования инструментов XR был

проанализирован, вследствие чего на основе полученных данных были сформированы следующие выводы:

1) Гипотеза о частоте применения инструментов AR и VR опроверглась. Крупные бренды игровой индустрии отдавали предпочтение использованию преимущественно виртуальной реальности, в то время как автомобильные бренды использовали и VR, и AR инструменты примерно поровну.

2) Гипотеза о фокусировании компаний игровой индустрии на использовании технологий AR/VR преимущественно в продвижении бренда, опирающегося на игровой контент, опровергнута. Использование AR/VR большинством компаний из этой индустрии используются как составная часть продукта, но не продвижения бренда. Обратная ситуация наблюдается у автомобильных брендов.

Следует отметить несколько интересных фактов, касающихся проведенного анализа использования технологий XR в брендинге компаний двух рынков. В целом стратегии использования резко отличаются друг от друга: автомобильные бренды фокусируются на присутствии пользователя в продукте виртуальной или дополненной реальности, в то время как для игровых брендов – это игры. Неудивительно, что те, кто создают игры, будут опираться скорее на создание этих игр или демоверсий с использованием AR/VR. Например, BMW выпускает виртуальный тест-драйв автомобиля X3 на Марсе, где пользователю нужно просто наблюдать и наслаждаться поездкой в формате VR [3]. То же самое делает и компания Volvo, запуская тест-драйв автомобиля XC90 в VR. Однако компания Mundfish создала отдельный проект в виде VR-игры (Soviet Lunapark VR), который является демонстрацией вселенной Atomic Heart, по которой создается игра. В то же время компания Valve создает небольшие и простые игры для демонстрации возможностей VR в продукте компании (Aperture Hand Lab, The Lab и т. д.). Это указывает на использование AR/VR в рекламе продукта, нежели в продвижении бренда.

Стоит упомянуть нетипичную тенденцию, которая в то же время характерна для некоторых компаний обоих рынков, – это участие в виртуальных мероприятиях, например, Virtual Market (Vket).

Vket – это одно из самых крупных виртуальных мероприятий, устраиваемое японской компании HIKKY, которое проводится в метавселенной-игре VRChat, где все желающие могут посетить миры, созданные для этого мероприятия. В большинстве случаев в мероприятии участвуют японские компании и бренды, однако весной 2020 г. на Vket-4 компания Audi разместила свой стенд с новым автомобилем Audi e-tron Sportback [2]. Пользователи могли самостоятельно провести тест-драйв автомобиля Audi, прочитать информацию о нем на стенде. В разное время к Vket присоединялись компании из игровой индустрии Японии, такие как: Marvelous, SEGA и другие [9, 11].

На основе проведенного нами анализа можно заключить, что универсальная стратегия для применения инструментов XR для каждой компании невозможна в силу различий целевых аудиторий и возможностей использования подобных технологий. Однако, можно заметить, что каждый инструмент, VR, AR или MR, имеет свои особенности и ограничения, поэтому не стоит концентрироваться исключительно на одном. Компаниям игровой индустрии можно перенять опыт использования инструментов XR (в частности VR и AR) в продвижении автомобильных брендов. Более того, каждый инструмент можно использовать несколькими способами. Например, можно применять VR для создания игрового, информационного контента, для просмотра видео, фильмов или стримов – премьера нового продукта, виртуальная выставка, экскурсия и многое другое. Описанные в исследовании инструменты имеют высокий потенциал во многих направлениях, вовлекая целевую аудиторию в высокую степень интерактивности, погружения и присутствия, поэтому их использование в брендинге компании будет полезным и эффективным.

Библиографический список

1. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. М.: Альпина Паблишер, 2020. (Kotler Ph. Marketing Insights from A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know. Moscow: Alpina Pub., 2020. (In Russ.)
2. Audi e-tron Sportback Conquers the Virtual World // Audi MediaCenter. 2020. April 29. URL: https://www.audi-mediacenter.com/en/press-releases/audi-e-tron-sportback-conquers-the-virtual-world-12766 (дата обращения: 01.04.2022).
3. BMW X3. On a 360°Mission to Mars. A Virtual Test Drive. // YouTube. BMW. 2017. September 25. URL: https://www.youtube.com/watch?v=WFkhq40z348&ab_channel=BMW (дата обращения: 01.04.2022).
4. Global Car & Automobile Manufacturing – Market Size 2005-2027 // IBISWorld. 2021. April 2. URL: https://www.ibisworld.com/global/market-size/global-car-automobile-manufacturing/ (дата обращения: 08.04.2022).
5. Largest Automakers by Market Capitalization // Companies Market Cap. URL: https://companiesmarketcap.com/automakers/largest-automakers-by-market-cap/ (дата обращения: 06.04.2022).
6. Largest Video Game Companies by Market Capitalization // Companies Market Cap. URL: https://companiesmarketcap.com/video-games/largest-video-game-companies-by-market-cap/ (дата обращения: 6.04.2022).
7. López-Ojeda W., Hurley R. A. Extended Reality Technologies: Expanding Therapeutic Approaches for PTSD // The Journal of Neuropsychiatry and Clinical Neurosciences. 2022. Vol. 34. № 1. P. A4-A5. https://doi.org/10.1176/appi.neuropsych.21100244.
8. Mann S. Mediated Reality with Implementations for Everyday Life // Presenceconnect. 2002. August 6. URL: http://wearcam.org/presence_connect/ (дата обращения: 21.03.2022).
9. Martin K. Vket Announces the Companies Exhibiting at Vket 2021 // Virtual Market. 2021. November 30. URL: https://virtual-market.prowly.com/166536-vket-announces-the-companies-exhibiting-at-vket-2021 (дата обращения: 3.04.2022).
10. Milgram P., Takemura H., Utsumi A., Kishino F. Augmented Reality: A Class of Displays on the Reality-Virtuality Continuum // Telemanipulator and Telepresence Technologies. 1995. Vol. 2351. URL: https://doi.org/10.1117/12.197321 (дата обращения: 13.03.2022).
11. Randomly, SEGA Has a Booth in VRCHAT'S 'Virtual Market 4' Exhibition // Sonic Stadium. 2020. April 26. URL: https:/www.sonicstadium.org/2020/04/randomly-sega-has-a-booth-in-vrchats-virtual-market-4-exhibition/ (дата обращения: 04.04.2022)
12. Tomic D. Gaming: The Most Lucrative Entertainment Industry By Far // ICT Business. 2020. August 31. URL: https://www.ictbusiness.biz/business/gaming-the-most-lucrative-entertainment-industry-by-far (дата обращения: 28.03.2022)

M. Dinges

TOOLS OF EXTENDED REALITY IN BRANDING OF THE VIDEO GAME INDUSTRY COMPANIES

Abstract

The research aims to find the universal strategy of extended reality technologies usage. The subject matter of the research is the tools of extended reality technologies in branding. The article analyzes extended reality technologies, their usage in branding by different companies, and a comparison of practices of automotive and video games market companies in using tools of extended reality in branding. The research results might be used as an example for exploiting and implementing extended reality tools to study the examples of opportunities from their usage. Furthermore, this research might be a basis for further studying the topic and conducting new studies on this theme, choosing other segments.

Keywords: branding, video game industry, virtual reality, augmented reality, mixed reality, extended reality.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Алтунина Татьяна Михайловна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: t.m.altunina@urfu.ru)

Аношина Анастасия Денисовна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: a.d.anoshina@mail.ru)

Ануфриева Елена Владимировна – магистрант, филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Екатеринбург (e-mail: elena-@list.ru)

Арышева Виктория Витальевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: arysheva.viktoriya@mail.ru)

Багирова Анна Петровна – профессор, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: a.p.bagirova@urfu.ru)

Банных Галина Алексеевна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: g.a.bannykh@urfu.ru)

Баранова Марина Евгеньевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: marina-baranova-01@mail.ru)

Барейчева Марина Андреевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (bareicheva.m@yandex.ru)

Белоброва Яна Константиновна – студент, Байкальский государственный университет, г. Иркутск (e-mail: jabelobrova@yandex.ru)

Бикметов Евгений Юрьевич – профессор, Уфимский государственный авиационный технический университет, г. Уфа (e-mail: bicprof@mail.ru)

Бисеров Эдуард Александрович – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: biserov707@mail.ru)

Бородина Валерия Александровна – студент, Тюменский государственный университет, г. Тюмень (e-mail: stud0000250993@study.utmn.ru)

Боронина Людмила Николаевна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: l.n.boronina@urfu.ru)

Бочков Павел Валерьевич – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: p.v.bochkov@urfu.ru)

Бражина Елизавета Игоревна – магистрант, Тюменский государственный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Тюмень (e-mail: e.i.brazhina@utmn.ru)

Буторина Наталья Ильинична – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: Natalia.Butorina@urfu.me)

Бушуева Татьяна Николаевна – доцент, Челябинский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Челябинск (e-mail: bushueva.tn@mail.ru)

Быстрова Татьяна Юрьевна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: taby27@yandex.ru)

Васева Алиса Валерьевна – магистр, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: alisa-skladanovskaya@mail.ru)

Василенко Елизавета Валерьевна – аспирант, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук, г. Екатеринбург (e-mail: elisabet.vasilenko@gmail.com)

Васьков Дмитрий Александрович – преподаватель, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: d.a.vaskov@urfu.ru)

Вегнер-Козлова Екатерина Олеговна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: e.o.guman@urfu.ru)

Вельмина Анастасия Олеговна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: nastiavelmina@yandex.ru)

Веретенникова Анна Юрьевна – доцент, Институт экономики Уральского отделения РАН, г. Екатеринбург (e-mail: vay_uiec@mail.ru)

Вишневский Юрий Рудольфович – профессор, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: soc_stu@e1.ru)

Владыко Анжелика Владимировна – аспирант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: anzhelika.vladyko@gmail.com)

Ворожцова Александра Владиславовна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: aleksandra.vorozhtsova@yandex.ru)

Воронина Людмила Ивановна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: l.i.vorinina@urfu.ru)

Гаврилова Валентина Сергеевна – магистрант, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Екатеринбург (e-mail: valnt16@gmail.com)

Гилязова Дилара Ильгизовна – научный сотрудник, Центр перспективных экономических исследований Академии наук Республики Татарстан, г. Казань (e-mail: dilara.gilyazova@tatar.ru)

Голоднова Анастасия Игоревна – инспектор, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: a.i.golodnova@urfu.ru)

Гончарова Наталья Вадимовна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: n.v.goncharova@urfu.ru)

Грачева Юлия Владимировна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: yula.grach@mail.ru)

Григоренко Ярослав Александрович – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: yaroslav-grigorenko@bk.ru)

Громова Наталья Сергеевна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: n.s.gromova@urfu.ru)

Гугнина Арина Витальевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (email: ariadna.gugnina2014@yandex.ru)

Гусев Роман Олегович – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: roman.gusev.97@list.ru)

Давыдов Илья Дмитриевич – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: DID112@yandex.ru)

Дайнеко Людмила Владимировна – преподаватель, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: l.v.daineko@urfu.ru)

Дидковская Яна Викторовна – профессор, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: I.V.Didkovskaia@urfu.ru)

Дингес Михаэль Дмитриевич – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (email: dinges.michel@bk.ru)

Домрачев Михаил Евгеньевич – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: mikhaildom@mail.ru)

Дочилова Александра Андреевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: doch2007@bk.ru)

Дунаева Анастасия Константиновна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: dunaeva74@icloud.com)

Еробкин Илья Евгеньевич – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail:erobkin.ilya@urfu.ru)

Зайцева Екатерина Васильевна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: e.v.zaitceva@urfu.ru)

Запарий Владимир Васильевич – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: vvzap@mail.ru)

Захарова Виктория Владимировна – младший научный сотрудник, Институт экономики УрО РАН, г. Екатеринбург (e-mail: zakharova.vv@uiec.ru)

Ижик Арина Вячеславовна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: herzchenop13@gmail.com)

Ильенкова Каролина Михайловна – преподаватель, Институт экономики Уральского отделения Российской Академии Наук, г. Екатеринбург (e-mail: reiz@inbox.ru)

Карасева Наталья Владимировна – старший преподаватель, Карагандинский университет Букетова, г. Караганда, Казахстан (e-mail: nataliarusaikina@mail.ru)

Касьянова Татьяна Ивановна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: kasyanova.t@gmail.com)

Качайнов Даниил Валерьевич – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: nodsnep@icloud.com)

Клыкова Валерия Алексеевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: valerikklykova@gmail.com)

Ковалев Тимур Сергеевич – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: tim.kowaleff@yandex.ru)

Козяева Арина Александровна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: arina.kozyaeva@yandex.ru)

Колотовкина Полина Дмитриевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: polinaheizenberg@gmail.com)

Коновалов Денис Александрович – доцент, Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, г. Омск (e-mail: denko1990@gmail.com)

Копырин Семен Ильич – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: agentos.s@mail.ru)

Коркина Галина Михайловна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: g.m.korkina@urfu.ru)

Коровин Сергей Александрович – студент, Тюменский государственный университет, г. Тюмень (e-mail: stud0000247115@study.utmn.ru)

Коршунова Екатерина Александровна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: katayk96@hotmail.com)

Костко Наталья Анатольевна – профессор, Тюменский государственный университет, г. Тюмень (n.a.kostko@utmn.ru)

Кострова Екатерина Александровна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: kostrovaekaterina1504@gmail.com)

Кочеткова Кира Вячеславовна – студент, Тюменский государственный университет, г. Тюмень (e-mail: stud0000241559@study.utmn.ru)

Кремешкова Евгения Михайловна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: im-tired@mail.ru)

Кубина Екатерина Алексеевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (kubina.ekaterina@yandex.ru)

Кулькова Инна Анатольевна – профессор, Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург (e-mail: i.a.koulkova@mail.ru)

Кульминская Алина Владимировна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: a.v.kulminskaia@urfu.ru)

Кульпин Сергей Владимирович – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: s.v.kulpin@urfu.ru)

Кульчихина Анна Сергеевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: alistairou@inbox.ru)

Кунгуров Артём Андреевич – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: a.a.kungurov@yandex.ru)

Курашов Руслан Махмудович – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: ruslan.kurashov@urfu.me)

Лиджиева Алтана Марковна – младший научный сотрудник, Калмыцкий научный центр РАН, г. Элиста (e-mail: kulminova@gmail.com)

Лугин Дмитрий Александрович – ассистент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: dmitry.lugin@urfu.ru)

Лукьянов Аркадий Викторович – профессор, Башкирский государственный университет, г. Уфа (e-mail: pushkarewa2@mail.ru)

Лякишева Софья Михайловна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: sofiaberg@mail.ru)

Макаров Константин Сергеевич – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: makarovtennis365@yandex.ru)

Малкова Вероника Дмитриевна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: yogurden@gmail.com)

Мальцев Алексей Владимирович – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: A.V.Maltsev@urfu.ru)

Мантуров Анатолий Дмитриевич – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: tolamanturov@gmail.com)

Мантурова Елизавета Викторовна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: elizaveta.manturova@urfu.me)

Медведев Игорь Евгеньевич – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: imedvedev99@mail.ru)

Минченко Дарья Вячеславовна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: minchenkodarya@yandex.ru)

Налимова Екатерина Денисовна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: e_nalimova2002@mail.ru)

Некрасова Динара Витальевна – научный сотрудник, Пермский филиал Института экономики УрО РАН, г. Пермь (e-mail: dinaranekrasova@mail.ru)

Нечёса Анастасия Александровна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: luna1999.kis@mail.ru)

Никитина Наталья Юрьевна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: n.ju.nikitina@urfu.ru)

Овчинникова Светлана Юрьевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: sveta.ovchinnikova16.06@bk.ru)

Ольховикова Светлана Валерьевна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: S.V.Olkhovikova@urfu.ru)

Пашинина Екатерина Игоревна – доцент, Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., г. Саратов (e-mail: pashininaei@mail.ru)

Певная Мария Владимировна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: m.v.pevnaya@urfu.ru)

Петрова Екатерина Андреевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: ekat.petrova03@gmail.com)

Полбицын Сергей Николаевич – профессор, Уральский федеральный университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: s.n.polbitsyn@urfu.ru)

Поляков Владимир Владимирович – доцент, Байкальский государственный университет, г. Иркутск (e-mail: polyakovvv@bgu.ru)

Полякова Нина Владимировна – профессор, Байкальский государственный университет, г. Иркутск (e-mail: polyakovanv@bgu.ru)

Полянская Анна Сергеевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: annachelak@mail.ru)

Попова Мария Алексеевна – соискатель, Институт экономики УрО РАН, г. Екатеринбург (e-mail: m5986@pm.convex.ru)

Попова Полина Владимировна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: poli.popova.99@mail.ru)

Постникова Яна Александровна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: postnikovaayana@gmail.com)

Прия Дахия – доцент, Делийский университет, г. Дели, Индия (e-mail: priyadse102@gmail.com)

Прыгунова Мария Игоревна – ведущий исследователь, Центр перспективных экономических исследований Академии Наук Республики Татарстан, г. Казань (e-mail: mariya.prigunova@tatar.ru)

Пястолов Степан Сергеевич – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: spiastolov@mail.ru)

Радченко Татьяна Евстафьевна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: T.E.Radchenko@urfu.ru)

Ранчес Дженнифер – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: jennifer.ranches2020@gmai.com)

Режецкая Анастасия Игоревна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: rezhetskaya@yandex.ru)

Резер Татьяна Михайловна – профессор, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: t.m.rezer@urfu.ru)

Рябов Сергей Михайлович – аспирант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: sergey.riabov@urfu.ru)

Саитова Дарья Георгиевна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mal: dgsaitova@urfu.ru)

Салтыкова Анна Андреевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: saktikiva@gmail.com)

Сапожникова Кристина Александровна – индивидуальный предприниматель, г. Екатеринбург (e-mail: ka.sapozhnikova@gmail.com)

Святкин Павел Павлович – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург(e-mail: pashkadj@mail.ru)

Селезнева Дарья Александровна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: dasha.sele@gmail.com)

Семёнов Максим Юрьевич – доцент, Тюменский государственный университет, г. Тюмень (e-mail: m.y.semenov@utmn.ru)

Сивоволов Дмитрий Леонидович – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: dioma@inbox.ru)

Смирнова Ольга Павловна – старший научный сотрудник, Институт экономики Уро РАН, г. Екатеринбург (e-mail: smirnova.op@uiec.ru)

Соколов Сергей Васильевич – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail:sokolovsv@urfu.ru)

Стахеева Анастасия Олеговна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: staxeeva01@mail.ru)

Степанова Наталья Романовна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: n.r.stepanova@urfu.ru)

Султанов Артем Сергеевич – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: asultanov2018@mail.ru)

Сучкова Валерия Евгеньевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: lerok99@bk.ru)

Сычева Марина Дмитриевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: sychova07@icloud.com)

Таверньe Моралес Мара Патрисия – магистрант, Уральский федеральный университет, г. Екатеринбург (e-mail: Mara.tavernier@gmail.com)

Тарасова Анна Николаевна – доцент ,Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: a.n.tarasova@mail.ru)

Тепомес Юлия Алексеевна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: septembertes24@gmail.com)

Тихонов Владислав Алексеевич – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (E-mail: vlad-tikhonov-1990@mail.ru)

Тихоньких Анастасия Юрьевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: thon19@list.ru)

Томильцев Алексей Витальевич – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: Tomiltcev@mail.ru)

Урасова Анна Александровна – доцент, Пермский филиал Института экономики УрО РАН, г. Пермь (e-mail: annaalexandrowna@mail.ru)

Усолкина Виктория Вячеславовна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: vika.usolkia@yandex.ru)

Фуда Мохамед Реда Махмуд Мохамед – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: redatouve@yahoo.com)

Храмцова Кристина Олеговна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: wocmarh@gmail.com)

Худякова Юлия – магистрант, Тюменский государственный университет, г. Тюмень (email: y.khudyakova@utmn.ru)

Царевникова Марина Олеговна – студентка, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: marina_tsarevnikova@mail.ru)

Ча-Ин-Дай Татьяна Владимировна – студент, Байкальский государственный университет, г. Иркутск (e-mail: tatyanatcha-in-dai@yandex.ru)

Чаликов Сергей Андреевич – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: cialli@yandex.ru)

Чан Бао Нгок – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: ngoc3019@gmail.com)

Чевтаева Наталия Геннадьевна – профессор, филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Екатеринбург, Россия (e-mail: che13641@gmail.com)

Черепанова Кристина Михайловна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: christina.cherepanova@gmail.com)

Шалина Дарья Сергеевна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (d.shalina2011@yandex.ru)

Шашкин Дмитрий Игоревич – магистрант, Тюменский государственный университет, г. Тюмень (e-mail: d.i.shashkin@utmn.ru)

Шекера Илья Русланович – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: shekera.ir@gmail.com)

Ширяев Кирилл Константинович – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург (e-mail: kirill.shiryaev.199808@mail.ru)

Шкурко Валентина Евгеньевна – преподаватель, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: v.e.shkurko@urfu.ru)

Шляпникова Юлия Олеговна – магистрант, Тюменский государственный университет, г. Тюмень (e-mail: jsh_99@mail.ru)

Шмарова Ирина Викторовна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: i.v.shmarova@urfu.ru)

Штульберг Мария – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: maria.shtulberg5555@gmail.com)

Шубат Оксана Михайловна – доцент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: o.m.shubat@urfu.ru)

Шуняков Дмитрий Викторович – профессор, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: konigsberg039@mail.ru)

Щетина Валерия Ивановна – магистрант, Тюменский государственный университет, г. Тюмень (e-mail: shchetina98@mail.ru)

Юферева Анастасия Сергеевна – ассистент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: a.s.iufereva@urfu.ru)

Яковенко Фариас Алехандра Виктория – магистрант, Республиканский университет, г. Монтевидео, Уругвай (e-mail: avyacovencof@gmail.com)

Яковлева Светлана Вячеславовна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: syakovleva1609@gmail.com)

Якубова Эльвина Руслановна – студент, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: elvinayak@mail.ru)

Янь Доудоу – аспирант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, г. Екатеринбург (e-mail: YANDOUDOULINWEIEI@yandex.ru)

Altunina Tatiana – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: t.m.altunina@urfu.ru)

Anoshina Anastasia – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: a.d.anoshina@mail.ru)

Anufrieva Elena – master's degree student, branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Ekaterinburg, Russia (e-mail: elena-@list.ru)

Arysheva Victoria – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: arysheva.viktoriya@mail.ru)

Bagirova Anna – professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: a.p.bagirova@urfu.ru)

Bannykh Galina – candidate of social sciences, associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: g.a.bannykh@urfu.ru)

Baranova Marina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: marina-baranova-01@mail.ru)

Bareycheva Marina - student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: bareicheva.m@yandex.ru)

Belobrova Yana – student, Baikal State University, Irkutsk, Russia (e-mail: jabelobrova@yandex.ru)

Bikmetov Evgeniy – professor, Ufa State Aviation Technical University, Ufa, Russia (e-mail: bicprof@mail.ru)

Biserov Eduard – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: biserov707@mail.ru)

Bochkov Pavel – assistant professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: p.v.bochkov@urfu.ru)

Borodina Valeria – student, University of Tyumen, Tyumen, Russia (e-mail: stud0000250993@study.utmn.ru)

Boronina Ludmila – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: l.n.boronina@urfu.ru)

Brazhina Elizabeth – undergraduate student, Tyumen State University, Tyumen, Russia (e-mail: e.i.brazhina@utmn.ru)

Bushueva Tatiana – associate professor, Chelyabinsk, Russia (e-mail: bushueva.tn@mail.ru)

Butorina Natalia – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: Natalia.Butorina@urfu.me)

Bystrova Tatyana – assistant professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: taby27@yandex.ru)

Cha-In-Day Tatiana – student, Baikal State University, Irkutsk, Russia (e-mail: tatyanatcha-in-dai@yandex.ru)

Chalikov Sergey – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: cialli@yandex.ru)

Chan Bao Ngok – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: ngoc3019@gmail.com)

Cherepanova Kristina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: christina.cherepanova@gmail.com)

Chevtaeva Natalia – professor, branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Ekaterinburg, Russia (e-mail: che13641@gmail.com)

Daineko Ludmila – senior lecturer, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: l.v.daineko@urfu.ru)

Davydov Ilya – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: DID112@yandex.ru)

Didkovskaya Yana – professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: I.V.Didkovskaia@urfu.ru)

Dinges Michel – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (email: dinges.michel@bk.ru)

Dochilova Alexandra – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: doch2007@bk.ru)

Domrachev Mikhail – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: mikhaildom@mail.ru)

Dunaeva Anastasia – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: dunaeva74@icloud.com)

Erobkin Ilya – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail:erobkin.ilya@urfu.ru)

Fuda Mohamed Reda Mahmoud Mohamed – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: redatouve@yahoo.com)

Gavrilova Valentina – undergraduate, Russian Academy of National Economy and Public Administration, Ekaterinburg, Russia (e-mail: valnt16@gmail.com)

Gilyazova Dilara – academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, Kazan, Russia (e-mail: dilara.gilyazova@tatar.ru)

Golodnova Anastasia – inspector, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: a.i.golodnova@urfu.ru)

Goncharova Natalia – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: n.v.goncharova@urfu.ru)

Gracheva Julia – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: yula.grach@mail.ru)

Grigorenko Yaroslav – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: yaroslav-grigorenko@bk.ru)

Gromova Natalya – assistant professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: n.s.gromova@urfu.ru)

Gugnina Arina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (email: ariadna.gugnina2014@yandex.ru)

Gusev Roman – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: roman.gusev.97@list.ru)

Ilyenkova Karolina – junior researcher, business-teacher, Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg, Russia (e-mail: reiz@inbox.ru)

Izhik Arina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: herzchenop13@gmail.com)

Kachinov Daniel – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: nodsnep@icloud.com)

Karaseva Natalia – senior lecturer, Buketov University, Karaganda, Kazakhstan (e-mail: nataliarusaikina@mail.ru)

Kasyanova Tatiana – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: kasyanova.t@gmail.com)

Khramtsova Kristina – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: wocmarh@gmail.com)

Khudyakova Yulia – undergraduate student, University of Tyumen, Tyumen, Russia (email: y.khudyakova@utmn.ru)

Klykova Valeria – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: valerikklykova@gmail.com)

Kochetkova Kira – student, University of Tyumen, Tyumen, Russia (e-mail: stud0000241559@study.utmn.ru)

Kolotovkina Polina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: polinaheizenberg@gmail.com)

Konovalov Denis – assistant professor, Omsk State University, Omsk, Russia (e-mail: denko1990@gmail.com)

Kopyrin Semyon – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: agentos.s@mail.ru)

Korkina Galina – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: g.m.korkina@urfu.ru)

Korovin Sergey – student, University of Tyumen, Tyumen, Russia (e-mail: stud0000247115@study.utmn.ru)

Korshunova Ekaterina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: katayk96@hotmail.com

Kostko Natalia – professor, University of Tyumen, Tyumen, Russia (e-mail: n.a.kostko@utmn.ru)

Kostrova Ekaterina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: kostrovaekaterina1504@gmail.com)

Kovalev Timur – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: tim.kowaleff@yandex.ru)

Kozyaeva Arina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: arina.kozyaeva@yandex.ru)

Kremeshkova Evgenia – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: im-tired@mail.ru)

Kubina Ekaterina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: kubina.ekaterina@yandex.ru)

Kulchikhina Anna – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: alistairou@inbox.ru)

Kulkova Inna – professor, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia (e-mail: i.a.koulkova@mail.ru)

Kulminskaya Alina – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: a.v.kulminskaia@urfu.ru)

Kulpin Sergey – docent, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: s.v.kulpin@urfu.ru)

Kungurov Artem – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: a.a.kungurov@yandex.ru)

Kurashov Ruslan – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: ruslan.kurashov@urfu.me)

Lidzhieva Altana - junior researcher, Kalmyk Scientific Center of the RAS, Elista, Russia (e-mail: kulminova@gmail.com)

Lugin Dmitry – department assistant, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: dmitry.lugin@urfu.ru)

Lukyanov Arcady – professor, Bashkir State University, Ufa, Russia (e-mail: pushkarewa2@mail.ru)

Lyakisheva sophia – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: sofiaberg@mail.ru)

Makarov Konstantin – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: polinaheizenberg@gmail.com)

Malkova Veronica – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: yogurden@gmail.com)

Maltsev Alexey – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: A.V.Maltsev@urfu.ru)

Manturova Elizabeth – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: a.iu.veretennikova@urfu.ru)

Manturov Anatoly – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: tolamanturov@gmail.com)

Medvedev Igor – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: imedvedev99@mail.ru)

Minchenko Darya – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: minchenkodarya@yandex.ru)

Nalimova Ekaterina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: e_nalimova2002@mail.ru)

Nechyosa Anastasia – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: luna1999.kis@mail.ru)

Nekrasova Dinara – junior researcher, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (Perm branch), Perm (e-mail: dinaranekrasova@mail.ru)

Nikitina Natalya – assistant professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: n.ju.nikitina@urfu.ru)

Olkhovikova Svetlana – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: S.V.Olkhovikova@urfu.ru)

Ovchinnikova Svetlana – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: sveta.ovchinnikova16.06@bk.ru)

Pashinina Ekaterina – assistant professor, Yuri Gagarin Saratov State Technical University, Saratov, Russia (e-mail: pashininaei@mail.ru)

Petrova Ekaterina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: ekat.petrova03@gmail.com)

Pevnaya Maria – assistant professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: m.v.pevnaya@urfu.ru)

Polbitsyn Sergey – Professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: s.n.polbitsyn@urfu.ru)

Polyakova Nina – full professor, Baikal State University, Irkutsk, Russia (e-mail: polyakovanv@bgu.ru)

Polyakov Vladimir – associate professor, Baikal State University, Irkutsk, Russia (e-mail: polyakovvv@bgu.ru)

Polyanskaya Anna – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: annachelak@mail.ru)

Popova Maria – applicant of the Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences , Yekaterinburg, Russia (e-mail: m5986@pm.convex.ru)

Popova Polina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: poli.popova.99@mail.ru)

Postnikova Yana – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: postnikovaayana@gmail.com)

Prygunova Maria – leading Researcher, Center for Advanced Economic Research Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, Kazan, Russia (e-mail: mariya.prigunova@tatar.ru)

Radchenko Tatiana – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: T.E.Radchenko@urfu.ru)

Ranches Jennifer – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: jennifer.ranches2020@gmai.com)

Rezer Tatyana – professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia(e-mail: t.m.rezer@urfu.ru)

Rezhetskaya Anastasia – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: rezhetskaya@yandex.ru)

Ryabov Sergey – postgraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail:sergey.riabov@urfu.ru)

Pyastolov Sergey – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: spiastolov@mail.ru)

Saitova Daria – PhD in Economics, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mal: dgsaitova@urfu.ru)

Saltykova Anna – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail:saktikiva@gmail.com)

Sapozhnikova Kristina – entrepreneur, Ekaterinburg, Russia (e-mail: ka.sapozhnikova@gmail.com)

Selezneva Darya – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: dasha.sele@gmail.com)

Semyonov Maxim – Associate Professor, University of Tyumen, Tyumen, Russia (e-mail: m.y.semenov@utmn.ru)

Shalina Daria – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (d.shalina2011@yandex.ru)

Shashkin Dmitry – student, University of Tyumen, Tyumen, Russia (e-mail: d.i.shashkin@utmn.ru)

Shchetina Valery – student, University of Tyumen, Tyumen, Russia (e-mail: shchetina98@mail.ru)

Shekera Ilya – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: shekera.ir@gmail.com)

Shiriaev Kirill – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: kirill.shiryaev.199808@mail.ru)

Shkurko Valentina – senior lecturer, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: v.e.shkurko@urfu.ru)

Shlyapnikova Yulia – undergraduate student, Tyumen State University, Tyumen, Russia (e-mail: jsh_99@mail.ru)

Shmarova Irina – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: i.v.shmarova@urfu.ru)

Shubat Oksana – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia e-mail: o.m.shubat@urfu.ru)

Shunyakov Dmitry – professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: konigsberg039@mail.ru)

Sivovolov Dmitry – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia(e-mail: imedvedev99@mail.ru)

Smirnova Olga – researcher, associate professor, Institute of Economics UB RAS Ekaterinburg, Russia (e-mail:smirnova.op@uiec.ru)

Sokolov Sergey – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail:sokolovsv@urfu.ru)

Stakheeva Anastasia – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: staxeeva01@mail.ru)

Stepanova Natalia – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (E-mail: n.r.stepanova@urfu.ru)

Stulberg Maria – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: maria.shtulberg5555@gmail.com)

Suchkova Valeria – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: lerok99@bk.ru)

Sultanov Artem – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: asultanov2018@mail.ru)

Svyatkin Pavel – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: pashkadj@mail.ru)

Sycheva Marina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: marina-baranova-01@mail.ru)

Tarasova Anna – assistant professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: a.n.tarasova@mail.ru)

Tavernier Morales Mara Patricia – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: Mara.tavernier@gmail.com)

Tepomes Yulia – undergraduate student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: septembertes24@gmail.com)

Tikhonkikh Anastasia – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: thon19@list.ru)

Tikhonov Vladislav – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: vlad-tikhonov-1990@mail.ru)

Tomiltsev Alexey – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: Tomiltcev@mail.ru)

Tsarevnikova Marina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: marina_tsarevnikova@mail.ru)

Urasova Anna – assistant professor, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Perm (e-mail:annaalexandrowna@mail.ru)

Usolkina Victoria – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: vika.usolkia@yandex.ru)

Vaseva Alisa – undergraduate student,Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: alisa-skladanovskaya@mail.ru)

Vasilenko Elizaveta - graduate student, Ural branch of Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg, Russia (e-mail: elisabet.vasilenko@gmail.com)

Vaskov Dmitry – senior lecturer, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail:d.a.vaskov@urfu.ru)

Vegner-Kozlova Ekaterina – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: e.o.guman@urfu.ru)

Velmina Anastasia – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: nastiavelmina@yandex.ru)

Veretennikova Anna – senior researcher, Institute of Economics, Ural Branch of the RAS, Ekaterinburg, Russia (e-mail: vay_uiec@mail.ru)

Vishnevsky Yuri – professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: soc_stu@e1.ru)

Vladyko Angelica – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: anzhelika.vladyko@gmail.com)

Voronina Ludmila – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: l.i.vorinina@urfu.ru)

Vorozhtsova Alexandra – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: aleksandra.vorozhtsova@yandex.ru)

Yacovenco Farias Alejandra Victoria – student, University of the Republic, Faculty of Law, Montevideo, Uruguay (e-mail: avyacovencof@gmail.com)

Yakovleva Svetlana – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: syakovleva1609@gmail.com)

Yakubova Elvina – student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: elvinayak@mail.ru)

Yan Doudou – PhD Student, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: YANDOUDOULINWEIEI@yandex.ru)

Yufereva Anastasia – assistant, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: a.s.iufereva@urfu.ru)

Zaitseva Ekaterina – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: e.v.zaitceva@urfu.ru)

Zakharova Victoria – junior researcher, Center of Regional Comparative Research Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Ekaterinburg, Russia (e-mail: zakharova.vv@uiec.ru)

Zapariy Vladimir – associate professor, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia (e-mail: vvzap@mail.ru)

Научное издание

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ОБЩНОСТЕЙ, ИНСТИТУТОВ И ТЕРРИТОРИЙ

Материалы VIII Международной научно-практической конференции

Екатеринбург, 18–19 апреля 2022 г.

В двух томах
Том 1

Корректор *Е. В. Кеммет*, *А. В. Нешатаев*
Компьютерная верстка *А. В. Нешатаев*

Подписано в печать 29.06.2022. Формат 60×84/16
Усл. печ. л. 28,1. Уч. изд. 40 л.
Гарнитура Times.
Бумага офсетная. Тираж 500 экз. Заказ № 140

Издательство Уральского университета
620000, Екатеринбург-83, ул. Тургенева, 4

Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ
620000, Екатеринбург-83, ул. Тургенева, 4
Тел.: +7 (343) 358-93-06, 350-90-13, 358-93-22, 350-58-20
Факс: +7 (343) 358-93-06
E-mail: press-urfu@mail.ru
http://print.urfu.ru