

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ФИЛИАЛ

---

# **СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ ЭКОНОМИКИ И СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ МНОГОПОЛЯРНОГО МИРА**

*Сборник статей и тезисов докладов секций*

**«ФОРМИРОВАНИЕ НОВЫХ СМЫСЛОВ: ОТ ВЕКТОРНЫХ  
РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ К СЕМАНТИЧЕСКОМУ ВЕКТОРУ»**

**«КУЛЬТУРНЫЙ ТРАНСФЕР: ФОРМИРОВАНИЕ  
СОЗИДАТЕЛЬНОГО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА»**

*III Международной научно-практической конференции  
21–22 апреля 2022 г.*



Санкт-Петербург  
2022

**Рецензенты:**

*Гончарук Е. А.* — канд. экон. наук, руководитель направления ООО «Газпром-нефть-Снабжение».

*Енова Н. А.* — генеральный директор ООО ХЬЮМАН СЕРВИС РУС.

**Редакционная коллегия:**

**Научный редактор** — *Островская Наталья Вячеславовна*, канд. полит. наук, доцент кафедры «Менеджмент» Санкт-Петербургского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, заместитель директора.

**Ответственный редактор** — *Майер Наталья Сергеевна*, преподаватель кафедры «Экономика и финансы» Санкт-Петербургского филиала Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, заместитель директора.

**С56 Современные вызовы экономики и систем управления в России в условиях многополярного мира:** сборник статей и тезисов докладов секций «Формирование новых смыслов: от векторных репрезентаций к семантическому вектору», «Культурный трансфер: формирование созидательного человеческого капитала» III международной научно-практической конференции (21–22 апреля 2022 г.). Санкт-Петербургский филиал Финуниверситета. — СПб.: Издательство Скифия-принт, 2022. — 224 с. ISBN 978-5-00197-052-1

В рамках конференции организована работа секций:

**«Формирование новых смыслов: от векторных репрезентаций к семантическому вектору»**

Проблемное поле: актуальные детерминанты формирования потребительского поведения; триггеры в принятии потребительских решений поколения Z; информационная гигиена; современные процессы формирования поисковых запросов, их обработки и генерации на их основе новых; актуальные вопросы формирования «новых потребительских смыслов» — от потребностей к ожиданиям; семантические принципы обработки и генерации информации; психологические закономерности потребительского реагирования; этические проблемы участников цифровой маркетинговой среды.

**«Культурный трансфер: формирование созидательного человеческого капитала»**

Проблемное поле: культурный трансфер и развитие человеческого капитала как факторов цивилизационного роста общества и инновационной экономики; роль цифровизации в формировании нового человеческого капитала; человеческий капитал как приоритетное направление деятельности государства и необходимое условие устойчивого развития; корпоративная социальная ответственность власти, бизнеса, общественных организаций и граждан; совершенствование системы управления и принятия решений; мировой опыт практик предпринимательства; развитие ИТ-технологий и глобальная цифровизация: преобразование будущего и этические вызовы; практики взаимодействия университетов с властью, бизнесом и общественными организациями.

# СОДЕРЖАНИЕ

## Секция

### «ФОРМИРОВАНИЕ НОВЫХ СМЫСЛОВ: ОТ ВЕКТОРНЫХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ К СЕМАНТИЧЕСКОМУ ВЕКТОРУ»

*Виктория Ашотовна Арутюнян*

«Зумеры» на рынке: факторы, провоцирующие покупки . . . . . 8

*Александр Геннадьевич Викторов, Галина Константиновна Оскольская*

Социально-экономическое и общественно-политическое развитие  
Волгоградской области в период 1965–1985 гг., с позиций  
современного научного знания . . . . . 13

*Евгений Юрьевич Выдрич, Яна Ивановна Гальцова*

Спусковой крючок Z — поколения. . . . . 18

*Алина Леонова Сергеевна*

Обеспечение информационной безопасности на предприятии . . . . . 25

*Александра Федоровна Павлова, Инесса Юрьевна Клестова*

Эффект эмоционального опережения как психосоциальный  
фактор влияния на экономическую деятельность . . . . . 30

*Георгий Викторович Солдатов*

Особенности машиностроительного производства в условиях  
макроэкономической нестабильности . . . . . 38

## Секция

### «КУЛЬТУРНЫЙ ТРАНСФЕР: ФОРМИРОВАНИЕ СОЗИДАТЕЛЬНОГО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА»

*Елизавета Павловна Анищенко*

Управленческие решения в трудовой деятельности персонала. . . . . 46

<i>Маржан Бекзатхановна Базарханова</i>	
Обзор методов измерения субъективного экономического благополучия. . . . .	54
<i>Степан Алексеевич Базин</i>	
Цифровизация экономики как объективная необходимость эффективного функционирования государственного и муниципального управления . . . . .	62
<i>Ирина Сергеевна Беляева</i>	
Этика данных в эпоху развития IT технологий и глобальной цифровой трансформации . . . . .	69
<i>Юлия Сергеевна Босакевич</i>	
Методы повышения эффективности функционирования системы взаимодействия государственных органов и бизнеса . . . . .	74
<i>Дмитрий Александрович Горбачев</i>	
Ошибки и проблемы продвижения инфопродуктов . . . . .	79
<i>Мария Владимировна Давыдова, Ксения Сергеевна Плотникова</i>	
Экологический интеллект: необходимый элемент формирования человеческого капитала XXI столетия. . . . .	84
<i>Рубен Ашотович Зироян</i>	
Мировой опыт практик предпринимательства . . . . .	89
<i>Ольга Александровна Зябликова</i>	
Государственное управление и человеческий капитал . . . . .	97
<i>Наталья Вячеславовна Казак</i>	
Социальная защита семей с детьми: проблемы и направления совершенствования . . . . .	104
<i>Елизавета Арменовна Казарян</i>	
Роль цифровизации в формировании нового человеческого капитала. . . . .	111
<i>Анастасия Дмитриевна Крышня</i>	
Особенности типов организационных структур в условиях цифровизации . . . . .	113
<i>Никита Викторович Литвинов</i>	
Информационные системы дистанционного образования . . . . .	121

<i>Оксана Степановна Литвинова</i> Особенности внедрения корпоративных информационных систем . . . . .	126
<i>Стефания Дмитриевна Мазур</i> Повышение конкурентоспособности экономики Великобритании в условиях современного мира . . . . .	131
<i>Вадим Алексеевич Малыгин</i> ESG-трансформация в экосистеме «Сбер» . . . . .	136
<i>Роман Алексеевич Николаев</i> Современный труд и развитие человеческого капитала . . . . .	144
<i>Максим Сергеевич Новиков</i> Применение информационных технологий и диджитализации в современном бизнесе . . . . .	153
<i>Овсеп Тигранович Овсепян</i> Государственный долг и его влияние на функционирования экономики . . . . .	158
<i>Инна Максимовна Пьянзина</i> Социальная сеть как инструмент для развития бизнеса. . . . .	164
<i>Наталья Андреевна Румянцева</i> Рынок труда в России. . . . .	171
<i>Полина Михайловна Севрюгина</i> Анализ трансформации межкультурных коммуникаций конца XX — начала XXI века на примере азиатской модели культуры делового общения . . . . .	178
<i>Екатерина Сергеевна Семенова</i> Система управления мотивацией и стимулированием персонала. . . . .	186
<i>Дарья Романовна Сорокина</i> Финансирование учебных заведений среднего профессионального образования: современные проблемы и направления их совершенствования . . . . .	195
<i>Лариса Александровна Третьякова</i> Цифровая трансформация систем управления . . . . .	203

*Ирина Грайровна Тумбулян*

Роль цифровизации в формировании человеческого капитала . . . . 208

*Анастасия Евгеньевна Умерова*

Технология блокчейн в оценке жизненного цикла . . . . . 214

*Никита Дмитриевич Цыганенко*

Вектор развития социального партнёрства в России:

профсоюзный аспект . . . . . 220

**Секция**  
**«ФОРМИРОВАНИЕ НОВЫХ СМЫСЛОВ:**  
**ОТ ВЕКТОРНЫХ РЕПРЕЗЕНТАЦИЙ**  
**К СЕМАНТИЧЕСКОМУ ВЕКТОРУ»**

*Виктория Ашотовна Арутюнян*

Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк, Россия  
mdrx1@mail.ru

Научный руководитель: *Татьяна Валерьевна Корякина*  
TVKoryakina@fa.ru

## **«ЗУМЕРЫ» НА РЫНКЕ: ФАКТОРЫ, ПРОВОЦИРУЮЩИЕ ПОКУПКИ**

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются особенности потребительского поведения граждан в зависимости от их возраста, принадлежности к определённому поколению. Анализируются условия и факторы, которые являются для представителей поколения Z причиной совершить ту или иную покупку. Рассматриваются разные варианты принятия потребителями решений на рынке. Оцениваются перспективы изменения предпочтений и реакций «зумеров» на маркетинговую политику организаций-товаропроизводителей.

**Ключевые слова:** маркетинг, теория поколений, потребительские предпочтения, поколение Z, триггеры.

*Viktoria A. Arutyunyan*

Lipetsk Branch of the Financial University, Lipetsk, Russia  
mdrx1@mail.ru

Scientific director: *Tatyana V. Koryakina*  
TVKoryakina@fa.ru

## **«ZOOMERS» AT THE MARKET: PROVOKING FACTORS**

**Abstract.** This article discloses the features of people's marketing behavior depending on their age and belonging to the generation. The conditions and factors that motivate «zoomers» and make them buy different things and products are analyzed. Different variants of making decisions are described. The prospects of changing the preferences and reactions of «zoomers» to the marketing policy of the companies are estimated.

**Keywords:** marketing, the generational theory, consumer preferences, generation Z, triggers.

В современном мире сфера продаж становится все более клиентоориентированной, а рынок — более гибким, готовым быстро адаптироваться для нужд покупателей. Это связано в том числе со сменой



поколением. Сегодня масса потребителей относятся к поколению Z — «зумерам». Как отмечают многие исследователи, эта аудитория гораздо более устойчива к существующим маркетинговым уловкам и приёмам. Приходится постоянно следить за потребительскими предпочтениями, планировать и прогнозировать спрос в разных сферах и учитывать триггеры — провоцирующие факторы, «спусковые крючки», заставляющие людей 20 лет и младше совершать покупки. Этим можно объяснить актуальность данного исследования, имеющего целью анализ поведения «зумеров» на рынке, их предпочтений и установок. Результаты изучения указанных категорий позволят предсказать направления изменения маркетинговой политики игроков рынка в среднесрочной перспективе.

Прежде всего, приведём краткое описание поколения Z. Это молодые люди, которые родились в 1996 году и позднее [5]. Они приходят на смену поколению Y («миллениалам»), которое сейчас действует на рынке наиболее активно. Это естественно: «игреки» имеют высокую покупательную способность и разбираются в технологиях. А вот пост-миллениалы по характеру и устремлениям совсем другие. Сегодня им недостаёт свободы и материальных ресурсов, но всего через несколько лет продавцы, желающие увеличить объём прибыли, должны будут ориентироваться именно на их вкусы и использовать «триггерную» рекламу.

Первое отличие поколения Z — предприимчивость. Почти половина этих молодых людей хотят работать на себя, вести бизнес, часто социально ответственный. Им важно иметь своё рабочее пространство, доступ к цифровым технологиям. Они неплохо работают в команде, но общаться и обсуждать дела предпочитают тет-а-тет.

Кроме того, «зумеров» волнуют положение дел в мире, политическая и экологическая обстановка. Они мыслят глобально, переживают не только за себя и близких, но и за людей со всех концов Земли. При этом молодые люди являются скорее реалистами. Они заранее готовятся много работать для достижения результатов. Неудивительно: если родителями «миллениалов» были оптимистичные «бэби-бумеры», то новое поколение воспитывали недоверчивые и прямолинейные представители поколения X [3].

«Зумеры» являются первыми носителями цифровых технологий. Рождённые в век цифры, они с детства используют средства онлайн-коммуникации, игры, приложения для обучения и развлечений. Од-

нако они не хотят жить только в Сети, им интересен «физический» мир. Представители этого поколения отличаются толерантностью и склонностью к созданию лучших условий жизни как для себя, так и для других. В какой-то степени им близка философия гедонизма.

Вероятно, чтобы угадать потребности и найти идеальный вариант продажи товара представителям этого поколения, необходимо развивать идею: «Удовольствие от жизни совместимо с помощью другим людям и решением глобальных проблем». Можно сформулировать её иначе: «Когда вы живёте в удовольствие, вы находитесь в лучшем состоянии и приносите пользу другим людям». Согласно этому тезису и с учётом вышеизложенного попробуем выделить триггеры поколения Z.

1. Качество продукта. Чем оно выше, тем выше вероятность, что молодой человек предпочтёт этот товар продукции конкурента, какую бы скидку конкурент ни предлагал. Цена в данном случае второстепенна. Но не менее важно, чтобы производитель товара, представитель бренда имел те же взгляды, что и покупатель. Вспомним недавний скандал с рекламой сети магазинов «ВкусВилл». Летом 2021 года маркетологи взяли интервью у разных семей, в том числе у нетрадиционных. Акцент делался не на героях, а на продуктах, которые чаще всего покупают люди [2]. Реклама вызвала бурный неоднозначный отклик. Люди 20 лет и младше поддержали «ВкусВилл», назвали этот шаг очень смелым и выразили готовность постоянно покупать продукцию сети. Более консервативная и многочисленная часть общества, напротив, высказалась крайне негативно. Руководство «ВкусВилл» приняло решение удалить «провокационный ролик» и принесло публичные извинения, что заставило разочароваться уже «зумеров»: по их мнению, это был неэтичный поступок, компания показала себя с худшей стороны. Спрос на продукцию «ВкусВилл» со стороны представителей этой возрастной категории за полгода уменьшился, но больше всего это было заметно в Москве и Санкт-Петербурге.

2. Возможность осознанного потребления. «Зумеры» заботятся об окружающей среде, их интересуют темы раздельного сбора отходов, создания товаров из переработанных материалов, сохранения биоразнообразия, устойчивого развития в целом. Их наверняка привлекают бренды с проработанной «экологической повесткой» (продукция не тестируется на животных, одежда создана из вторсырья и так далее).

3. Сочетание трендов и уникальности. Многие подростки сейчас покупают что-то онлайн, ориентируясь на образы своих кумиров, но выделяться из толпы им по-прежнему хочется. «Зумеры» не боятся быть смешными или нелепыми, напротив, иногда они возводят эту нелепость в абсолют, охотно посещают секонд-хенды, надевают дедушкины свитера с оленями и бабушкины береты с кисточками. Им нравятся футболки с забавными надписями, авторские значки и украшения, мерч любимых исполнителей, особенно провокационный, позволяющий испытать чувство сопричастности и выразить взгляды открыто.

4. Возможность экспериментировать и верность традициям. Представители нового поколения любят пробовать что-то новое, но иногда новым считается хорошо забытое старое. Так, национальным героем девяностых в России был Данила Багров из фильма «Брат» — молодой человек с наивным лицом и горячим сердцем, борец за справедливость, свободу и правду. В конце 2020-х стал очевиден рост интереса пользователей поколения Z к этому персонажу. Стали популярными свитера а-ля Данила Багров, косухи, прочие вещи эпохи «новой России», а также CD-плееры и эстетика Санкт-Петербурга с его андеграундом и музыкой «Наутилуса». В 2022 году компания INCITY выпустила лимитированную коллекцию одежды и аксессуаров «INCITY X БРАТ». Её ждал оглушительный успех: до сих пор в онлайн-магазине товары покупают сразу после новых поставок, а в розничных магазинах остаются единичные экземпляры (рис. 1).



## INCITY X БРАТ

Уважаемые покупатели! Мы очень рады, что вам понравилась наша лимитированная коллекция главной коллаборации сезона с кинокомпанией СТБ и их легендарным фильмом "Брат". Коллекцию, состоящую из уникальных моделей с кадрами и фразами из фильма, моментально раскупают онлайн, но она еще в наличии в наших розничных магазинах.

[Адреса магазинов](#)

Рисунок 1. Интернет-магазин INCITY [1]

5. Вкус, польза или всё вместе. С одной стороны, «зумерам» близка идея selfcare, то есть заботы о себе. Они стараются сохранять эмоциональную стабильность, беречь ментальное здоровье и вести здоровый образ жизни. Полезные десерты, кафе правильного питания, натуральные продукты — это, вероятнее всего, будет для многих молодых людей тем самым маркетинговым триггером. С другой стороны, такое стремление не требует жёстких ограничений. Если «зумер» пожелает чего-то вкусного, интересного, красивого, но вредного, то он это купит [4]. Просто потому, что он любит себя радовать, особенно в непростые времена, когда хочется создать для себя безопасное уютное пространство и не сойти с ума от рутины.

Таким образом, можно сделать вывод: поколение Z действительно своеобразно, к нему требуется внимательное отношение со стороны маркетологов и продавцов, которые хотят оставаться на рынке и постоянно развиваться без снижения оборотов. Очевидно, что торговля переходит в онлайн-формат, но интерес к розничным магазинам у «зумеров» остаётся, особенно если это не масс-маркет, а что-то авторское. Люди 20 лет и младше хотят самовыражаться, но не в ущерб всему миру. Им не нужно потребление ради потребления, они меньше заинтересованы в «люксовых» брендах. «Зумеры» в большинстве своём имеют благородную цель — оставаться «в ресурсе», радоваться этому миру и делать его лучше. Если миссия абстрактной компании будет в какой-то степени пересекаться с озвученными задачами, то у этой компании есть хорошие шансы расширить аудиторию именно за счёт пост-миллениалов — как в России, так и за рубежом.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Официальный сайт магазина INCITY [Электронный ресурс]. — URL: <https://incity.ru>.
2. Официальный сайт сети супермаркетов «ВкусВилл» [Электронный ресурс]. — URL: <https://vkusvill.ru>.
3. Поколение Z: чем отличаются миллениалы и что мы должны знать? [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.investglass.com/ru/generation-z-how-millennials-are-different-and-what-we-should-know>.
4. Поколение Z и напитки: кому вы продаёте свой продукт? [Электронный ресурс]. — URL: [https://milknews.ru/novosti-kompaniy-molochnoy-otrasli/novosti-kompaniy\\_1272.html](https://milknews.ru/novosti-kompaniy-molochnoy-otrasli/novosti-kompaniy_1272.html).
5. Теория поколений: как она работает и работает ли вообще [Электронный ресурс]. — URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/6156efb59a79477bf9ca5893>.

*Александр Геннадьевич Викторов,  
Галина Константиновна Оскольская*

ГАПОУ АО Астраханский колледж Арт фэшн индустрии, Астрахань, Россия  
amsis@inbox.ru

## **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ В ПЕРИОД 1965–1985 ГГ., С ПОЗИЦИИ СОВРЕМЕННОГО НАУЧНОГО ЗНАНИЯ**

**Аннотация.** В статье делается попытка проанализировать общественно-политический и социально-экономический потенциал Волгоградской области в период 1965–1985 гг., выявить проблемы и противоречия, которые привели к нарастанию деструктивных тенденций в экономическом и политическом развитии региона. В ходе исследования использовались, как общенаучные методы исследования (анализ, синтез, индукция, дедукция), так и частно научные методы и принципы, характерные для исторической науки (объективности, системной и историзма).

**Ключевые слова:** СССР, общественно-политическое взаимодействие, социально-экономические показатели 1965, 1985гг.

*Alexander G. Viktorov,  
Galina K. Sokolskaya*

GAOU JSC Astrakhan College of Art Fashion Industry, Astrakhan, Russia  
amsis@inbox.ru

## **SOCIO-ECONOMIC AND SOCIO-POLITICAL DEVELOPMENT OF THE VOLGOGRAD REGION IN THE PERIOD 1965–1985, FROM THE STANDPOINT OF MODERN SCIENTIFIC KNOWLEDGE**

**Abstract.** The article attempts to analyze the socio-political and socio-economic potential of the Volgograd region in the period 1965–1985, to identify the problems and contradictions that led to the growth of destructive trends in the economic and political development of the region. In the course of the research, both general scientific research methods (analysis, synthesis, induction, deduction) and private scientific methods and principles characteristic of historical science (objectivity, system and historicism) were used.

**Keywords:** USSR, socio-political interaction, socio-economic indicators 1965, 1985.

В 1968 г., на бюро райкома партии обсуждались вопросы «О выполнении мероприятий IX пленума РК КПСС по дальнейшему увеличению производства и снижению себестоимости продукции животноводства в совхозах «Зеленовский», «Дудачный» и в колхозе «Борьба за мир»», «О мероприятиях по выполнению критических замечаний и предложений, высказанных коммунистами на отчетно-выборных партийных собраниях и XXII районной партийной конференции в 1967 г.», «Об организации социалистического соревнования за досрочное выполнение заданий пятилетки в колхозах имени В. И. Ленина и имени Ковалева», «Об организации социалистического соревнования за досрочное выполнение планов производства и заготовок продуктов сельского хозяйства в 1968 гг., в совхозе «Лычакский» и другие вопросы [1].

Что касается выполнения решений обкома КПСС по другим вопросам, то они были подробно освещены на заседании 29 ноября 1967 г.

По итогам данной работы Бюро обкома КПСС обязало райкомы партии, первичные партийные и общественно-политические организации принять меры по улучшению общественно-политической работы, направленной на формирование положительного общественно-политического климата в регионе.

Однако, райкомы партии не добились полной ликвидации отставания в деятельности первичных партийных и общественно-политических организаций, что вело к объективному и субъективному отставанию по многочисленным факторам, прямо или косвенно влияющим на формирование положительного общественно-политического климата и выполнения плана.

Для решения этой проблемы, из числа актива и аппарата РК КПСС были организованы комплексные проверки работы передвижной механизированной колонны №70, было намечено провести партийные и рабочие собрания, на которых члены бюро и секретари райкомов партии разобрались бы и выработали конструктивные решения по каждому из вопросов, которые находились в списке «отстающих» и требующих незамедлительного решения и внимания, окажут всестороннюю комплексную помощь в организации социалистического соревнования, укреплении трудовой и технологической дисциплины, повышении роли и ответственности каждого труженика на порученном ему участке [2].

Бюро обкома КПСС обязало райком партии, первичные партийные и общественно-политические организации улучшить работу по приему в партию.

Улучшение этой работы привело к существенной положительной динамике, которую можно отразить в форме таблицы, на примере сравнения показателей 1966–1967 г.

Таблица 1

**Динамика улучшения общественно-политической работы в Волгограде**

Всего принято в кандидаты с учетом общественно-политической работы	1966	%	1967	%
Всего	83		89	
В числе принятых рабочих в том числе рабочих промышленных предприятий	42	49 %	50	56,7 %
совхозов	27		28	
колхозников	12	10,4 %	20	10,7 %
служащих	26		32	
комсомольцев	21	23,5 %	30	25 %
женщин	17	20 %	19	20,4 %

Как видно из таблицы принятые меры позволили повысить ответственность Советов за развитие промышленности и сельского хозяйства, что стало одним из ключевых стимулов в формировании положительного общественно-политического климата в регионе [4].

Проведенные работы по улучшению качественного состава руководящих кадров привели к увеличению количественного состава до 199 в различных предприятиях, учреждениях, организациях, колхозах и совхозах.

Большинство из подготовленных кадров были отмечены, как абсолютно подготовленные и знающие люди.

Так же райком партии стремился уделить большее внимание организации социалистического соревнования по достойной встрече 100-летия со дня рождения В.И. Ленина, мобилизуя коллективы на досрочное выполнение пятилетнего плана [6].

Как в промышленности, так и в сельском хозяйстве был взят курс на доведение по исполнению социалистических обязательств и условий социалистического соревнования, разработка данного была направлена на улучшение в формировании положительного общественно-политического климата, причем ставилась задача по достижению не абстрактных, а конкретных показателей, что являлось определенным стимулом и было обусловлено материальной заинтересованностью участников.

Социалистическое соревнование, в данном случае, было направлено на улучшение хозяйственной деятельности предприятий и носило наглядно-показательный характер, при широком применении методов устной пропаганды.

Вся организационная, массово-политическая и общественно-политическая работа была направлена на обеспечение ритмичной работы в областях промышленности, транспорта и сельского хозяйства, повышение рентабельности всех ключевых отраслей производства [5, 4].

Постановление бюро обкома КПСС по отчету о работе райкомов партии показало, что большая помощь была оказана в вопросах повышения роли первичных партийных и общественно-политических организаций, по направлению укреплению я внутрипартийной дисциплины и улучшения воспитания трудящихся региона [6, 36–37].

Данная деятельность способствовала появлению новых форм и методов в агитационно-пропагандистской работе, организации соревнований и общественно-политическом воспитании масс [7, 5].

Районный комитет партии и первичные партийные, и общественно-политические организации выполняя постановления бюро обкома КПСС, проделали качественную работу по повышению роли и ответственности первичных партийных и общественно-политических организаций, каждого коммуниста в решении поставленных перед регионом задач.

С этой целью на пленуме РК КПСС был обсужден вопрос «О повышении ответственности коммунистов региона за порученные им дела в свете решений XXIII съезда КПСС и постановления бюро обкома КПСС по отчету о работе райкома КПСС».

Принятое постановление обсуждалось во всех первичных партийных и общественно-политических организациях региона.



Кроме этого, на бюро райкома КПСС слушались отчеты о внутрипартийной работе по способствованию улучшению организационно-партийной, партийно-политической и общественно политической работы в первичных партийных и общественно-политических организациях, повышению ответственности коммунистов и в целом организаций и объединений за решения поставленных перед ними задач.

Особое внимание было обращено на улучшение деятельности первичных партийных и общественно-политических организаций, бригад и отделений [8].

В отделениях общественно-политических и первичных партийных организаций регулярно проводились партийные собрания, целью которых было привлечь основные массы к деятельности региональных центров общественно-политических организаций, улучшить контроль за выполнением принимаемых решений, навести порядок в партийном хозяйстве, повысить дисциплину коммунистов, проследить и проконтролировать деятельность коммунистов, имеющих партийные поручения.

С секретарями этих первичных партийных и общественно-политических организаций, а также специально организованными партийными подгруппами проводились районные семинары, кроме того, ежеквартально проводились семинары при парткомах колхозов и совхозов [10].

Данная деятельность позволила значительно улучшить качественные и количественные показатели в составах, принятых в партию.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Афанасьев В. Г.* Человек в управлении обществом. — М., 1977.
2. *Баладин Ю. С.* Крестьянское хозяйство. — М., 1992.
3. *Викторов А. Г.* Общественно-политическая жизнь советской провинции в 1965–1985 гг. (на примере Астраханской области). — Казань, 2015.
4. *Гречнева Е. В.* Изменение профессионально-квалификационного уровня рабочих сельского хозяйства в условиях реализации современной аграрной политики. — Минск, 1989.
5. ГАРФ. Ф. 9565. Оп. 2. Д. 569. Л. 4.
6. ГАСД АО. Ф. 9. Оп. 3. Д. 9. Л. 36–37.
7. ГАВО. Ф. 71. Оп. 4. Д. 1. Л. 5.
8. Знамя коммунизма № 2 (05.01.1965).
9. Знамя коммунизма № 207 (30.12.1985).
10. Аргументы и Факты № 2 (10.01.1984).

*Евгений Юрьевич Выдрич,  
Яна Ивановна Гальцова*

Минский государственный профессионально-технический  
колледж кулинарии, Минск, Республика Беларусь  
ptk-kulinarii@minskedu.gov.by  
Научный руководитель: *Людмила Александровна Садовская*  
ptk-kulinarii@minskedu.gov.by

## СПУСКОВОЙ КРЮЧОК Z — ПОКОЛЕНИЯ

**Аннотация.** Поколение Z составляет треть населения планеты. Вскоре именно эта группа потребителей будет задавать тон моде и влиять на тренды. Бизнесу понадобятся эффективные решения и маркетинг нового уровня. Чтобы успешно продавать товары и услуги Z-поколению, необходимо заранее адаптироваться к привычкам и потребностям молодых интернет-потребителей. Что для этого необходимо сделать, на что ставить акцент — это и есть цель этой статьи.

**Ключевые слова:** Z-поколение, триггер, интернет-потребитель, электронная коммерция.

*Evgeny Y. Vydrich, Yana I. Vydrich*

Minsk State Vocational College of Cookery,  
Minsk, Republic of Belarus  
ptk-kulinarii@minskedu.gov.by  
Scientific director: *Lyudmila A. Sadovskaya*  
ptk-kulinarii@minskedu.gov.by

## TRIGGER Z — GENERATIONS

**Abstract.** Generation Z makes up a third of the world's population. Soon, it is this group of consumers that will set the tone for fashion and influence trends. Businesses will need effective solutions and next-level marketing. To successfully sell products and services to Generation Z, it is necessary to adapt to the habits and needs of young Internet consumers in advance. What needs to be done for this, what to focus on — this is the purpose of this article.

**Keywords:** Z-generation, trigger, Internet consumer, e-commerce.

Принятие решения является основополагающим механизмом потребительского поведения, поскольку отражает процесс и результат потребительского выбора товаров и услуг.

«Поколение Z» («цифровые аборигены») привязано к большому количеству устройств, доверяет информации, публикуемой друзьями, а также рекомендациям блогеров и лидеров мнений. Концепция «WordofMouth» («из уст в уста») стала непосредственной частью модели коммуникаций представителей поколения. Ей характерна вдумчивость, способность к многозадачности, прямолинейность, экономность, замкнутость [5].

Z — самое заинтересованное в решении потребительских проблем поколение. Именно им свойственна потребительская модель поведения. Которая включает в себя следующие основные составляющие:

- **экономное поведение** (экономия воды и электроэнергии, использование энергосберегающей техники, сортировка мусора);
- **стремление к повышению качества жизни** (модно следить за своим здоровьем, модно покупать качественные продукты, модно использовать повторное сырьё);
- **внимание к выбираемым товарам.** (цена, качество и экология, информация о производителе или при каких условиях они были выращены);
- **высокий уровень качества продукции** (важно не только что производится, но и как это производится).

Потребители, принадлежащие к поколению Z — являются первыми, кто на 100% «Вырос в Интернете», и их технологические познания не имеют равных. Основная черта поколения Z — постоянное общение со смартфоном, который становится главным средством доступа в интернет, поэтому компании стараются оптимизировать свои маркетинговые коммуникации под любые мобильные устройства. Согласно отчету аналитического агентства RetailDive [7], поколение Z в 2–3 раза чаще подвержено влиянию социальных сетей, чем воздействию рекламных объявлений о продажах и скидках. Другими словами, они ценят социальные медиа и то, что делают другие, больше, чем собственно низкие цены. Это весомый сдвиг от бережливых покупателей прошлого, ориентированных на цены.

В отличие от миллениумов, которых называют пионерами цифровых технологий, молодое поколение Z — те, кто на связи чуть ли не с рождения и проводит в режиме онлайн до 6 часов в сутки. У них свои ценности, кардинально отличающееся мировоззрение, другое

отношение к проблемам. Им свойственны следующие объединяющие черты [3]:

- хорошо разбираются в цифровых технологиях;
- с детства пользуются компьютерами, смартфонами;
- активно присутствуют в соцсетях;
- общаются преимущественно в онлайн;
- отличаются тягой к непрерывному самообразованию;
- ограничены в финансах, многие склонны к экономии;
- делают сбережения, рациональны;
- редко покупают дорогие, чрезмерно разрекламированные продукты;
- плохо относятся к прессингу и информационному шуму, создаваемому рекламой;
- отказываются от кредитов и прочих финансовых обязательств перед банками.

Еще одна важная особенность, они хотят предложений экологических вариантов не в ущерб остальным преимуществам, не готовы отказываться от качества, удобства, доступности ради заботы об потреблении экологической пищи.

Что это значит для брендов и потребителя?

А это значит, что задачи брендов в ближайшее время: создавать экологически чистые продукты, ориентировать маркетинговую деятельность на ценности поколения Z участвовать в экологических акциях. А главное — добавлять экологичную продукцию в составляющие ценностного предложения, а не выделять ее дополнительным плюсом. Экологичность должна располагаться по умолчанию, а не в качестве отдельной возможности.

Интернет-среда развивается очень динамично и поэтому необходимо переосмыслить существующий подход в сфере маркетинга. Маркетинг является мощным триггером в принятии решений любой сферы жизнедеятельности человека.

Большинство маркетологов сходится к мнению, что принадлежность к одному из поколений (X, Y или Z) сказывается на потребительском поведении. Представители каждой группы откликаются на разные маркетинговые стратегии, читают определенный контент и требуют особенного подхода. Маркетинг поколений помогает достичь универсальности, дает возможность оперативно реагировать на потребности и удовлетворять интересы различных сегментов ау-

дитории. Поэтому его необходимо обязательно задействовать в продвижении интернет-магазина.

В связи с тем, что представители данного поколения очень зависимы от мнения медийных людей, блогеров, интернет кумиров, нынче стало очень популярно такое направление как «Фуд-блогинг» [7]. Это направление также служит весомым триггером в принятии потребительских решений. Фотографировать еду в ресторанах и выкладывать в социальных сетях отзывы — давно стало не просто нормой, но и способом заработать деньги и помочь сделать правильный выбор при решении потребительского вопроса. Появилась даже специальная профессия — фудблогер. У них тысячи подписчиков и миллионы фотографий супов, салатов, кофе, пирожных — это то, что они заказывают в кафе. Также обзоры ресторанов и мест общественного питания, которые они посещают, с целью привлечь внимание к этому месту или рассказать о недостатках, также высказать личную оценку, поделившись информацией с аудиторией, которая в основном представлена людьми, относящимися к поколению Z.

Вы хотите привлечь к себе потенциальных покупателей, пожалуйста:

- создавайте грамотные рекламные ролики, которые до сих пор являются основным триггером (двигателем) к привлечению и формированию потребительского спроса. Например, реклама новых ресторанов, блюд с внедрением молекулярной кухни, новой экологически чистой продукции;
- организовывайте различные мастер-классы, с изучением более новых методов и технологий производства, которые смогут привлечь представителей данного поколения. Использование и внедрение инноваций в свою очередь могут стать движущей силой в решении потребительских вопросов;
- обменивайтесь опытом с представителями разных стран, организовывайте конференции, беседы — это может также повлиять на покупателя и сильнее привлечет его внимание;
- создавайте «клубы по интересам», например, «Гильдия поваров», которая существует во множестве стран, помогает объединять людей и с помощью обмена мнениями и опытом стимулирует к формированию решения потребительского вопроса.

Поколение Z составляет треть населения планеты. Вскоре именно эта группа покупателей будет задавать тон моде и влиять на тренды. Бизнесу понадобятся эффективные решения и маркетинг нового уровня.

Для этого стоит учитывать, что: [7]

1. Многие Z-представители начинают зарабатывать с подросткового возраста.
2. Часть «зумеров» уже присутствует на рынке труда.
3. В 80% случаев родители советуются по поводу покупок с детьми, особенно начиная с 14 лет.
4. Брендам нужно думать о перспективах и заранее выстраивать отношения с будущей аудиторией, постепенно адаптируя продукты, процессы и диалоги с покупателем.

Существует ряд методов, которые помогают заинтересовать зумера. Это «Визуальный сторителлинг» [1]

Одна из наибольших ценностей для «зумеров» — впечатления. Необходимо знакомить покупателей с различными компаниями через искренние, дерущие за душу и честные истории, которые оживляют бренд или продукт с помощью слов и картинок. Для историй можно использовать выдуманные или реалистичные сюжеты, создавать фирменных персонажей-талисманов. Не надо бояться показывать закулисные работы компании, рассказывайте об идеологиях и философии бренда, о сотрудниках, опыте других покупателей. Во всем должна прослеживаться активная социальная позиция.

Еще один метод это социальные сети. Основной канал присутствия «зумеров». Около 85% молодежи ежедневно заходит в социальные сети. Если у интернет-магазина нет аккаунта в Instagram, Facefook, VK или собственного Youtube-канала, необходимо создать его, иначе достучаться к молодому поколению будет тяжело.

По возможности стоит вникать в темы благотворительности, экологии, духовного роста. Отождествляя себя с брендами, подростки предпочитают выбирать товары конкретных торговых марок. Для этого компания должна ассоциироваться с близкими аудитории взглядами. Но к каждой социальной платформе нужен индивидуальный подход. Для Facebook в приоритете публикации информативного характера, для Instagram — демонстрация амбиций, Twitter — свежие и актуальные новости, TikTok — творческие проявления.

Пользовательский контент. Чтобы контент на сайте интернет-магазина и в социальных медиа выглядел убедительно, надо отказаться от лишних постановочных элементов, неестественности. Z-аудитория любит общаться с живыми людьми и не особо приветствует офтошоппленные профессиональные снимки. Необходимо исключить академический язык, сухие фразы, добавить юмор, иронию, реальные истории, байки, иллюстрирующие философию бренда и продукта.

Важно предугадывать и опережать тенденции, избегать длинных развернутых форматов в виде лонгридов, объемных постов и роликов. Вместо этого подключить короткую фото и видеорекламу, гифки, эмодзи, коубы.

И еще один метод. Блогерские интеграции

Прямая реклама кажется молодежи бессмысленной и вызывает раздражение. При выборе товаров Z-поколение руководствуется доступной информацией в сети, реальными отзывами. Наибольшим авторитетом у молодых людей пользуются лидеры мнений. Примерно 70% современных потребителей принимают решение о покупке, основываясь на их рекомендациях. Поэтому сейчас компаниям выгодно вкладываться в influence-маркетинг.

Оптимальный вариант — сотрудничать с микро и макроинфлюенсерами, на которых подписано от 2 до 100–300 тысяч фолловеров. У них наиболее лояльная и вовлеченная аудитория, с высокой вероятностью прислушивающаяся к советам и рекомендациям. Реклама у блогеров-миллионников воспринимается как спам. В идеале нужно выбрать для размещения рекламы аккаунт влиятельного молодого блогера из поколения Z, который сможет донести информацию, общаясь с молодежью на их языке.

Еще один продуктивный способ взаимодействия с Z — общение в режиме реального времени в чатах и мессенджерах. В данной ситуации он действует эффективнее email-маркетинга, который активно используется для связи с X-поколением. «Зумер» охотнее откроет сообщение в мессенджере или push-уведомление, чем традиционное письмо на электронной почте.

ТОП популярных мессенджеров среди подростков [5, 6]:

1. Telegram.
2. Viber.
3. WhatsApp.
4. Facebook Messenger.

Мессенджеры одинаково доступны на компьютерах, смартфонах и планшетах, имеют высокий уровень вовлеченности. Сообщения, поступающие в них, открываются практически в 100 % случаев. Через мессенджеры можно обеспечивать круглосуточную клиентскую поддержку, принимать заказы, общаться с Z-аудиторией, распространять полезный контент.

### Заключение

Уже завтра сегодняшние подростки станут самой активной категорией покупателей в электронной коммерции. Чтобы успешно продавать товары и услуги Z-поколению, необходимо заранее адаптироваться к привычкам и потребностям молодых интернет-потребителей. Для этого необходимо: прокачивать соцсети, поддерживать актуальные тренды, делиться искренними увлекательными историями, задействовать геймификацию. Ставить акцент на открытости, лаконичности, ценном персонализированном контенте, рекомендациях мнений лидеров. Это гарантированно выведет онлайн-предпринимателя в лидеры брендов среди подростков.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Котлер Ф. Н.* Основы маркетинга. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. — 496 с.
2. *Носов С. С.* Основы экономики. — Изд. стер. — М.: КНОРУС, 2007. — 312 с.
3. Как продавать товары поколению Z: подробная инструкция для онлайн-предпринимателей. — URL: <https://www.insales.ru/> (дата обращения: 25.03.2022).
4. Википедия — свободная энциклопедия. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/trends.rbc.ru> (дата обращения: 05.04.2022).
5. РБК-Тренды. — URL: <https://trends.rbc.ru/trends> (дата обращения: 01.04.2022).
6. Единая платформа для маркетинга и продаж. — URL: <https://sendpulse.by> (дата обращения: 31.03.2022).
7. Мультипостинг в социальных сетях. — URL: <https://page.smmplanner-com.turbopages.org> (дата обращения: 05.04.2022).



*Алина Леонова Сергеевна*

Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк, Россия,  
mrs.leonka@bk.ru

Научный руководитель: *Ольга Вячеславовна Широкова*  
shirokova-ov@mail.ru

## ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

**Аннотация.** В статье рассматриваются нюансы определения сущности информационной защищенности, вопросы ее обеспечения на предприятиях в современных условиях. Анализируются главные характеристики информации, обеспечивающие информационную безопасность. Выделяются причины нарушения информационной безопасности фирмы и способы их предотвращения.

**Ключевые слова:** информационная безопасность, кибербезопасность, цифровая трансформация, фишинг, киберугроза, кибератака.

*Alina S. Leonova*

Lipetsk Branch of the Financial University, Lipetsk, Russia,  
mrs.leonka@bk.ru

Scientific director: *Olga V. Shirokova*  
shirokova-ov@mail.ru

## ENSURING INFORMATION SECURITY AT THE ENTERPRISE

**Abstract.** The article discusses aspects of determining the essence of information security, issues of its provision at enterprises in modern conditions. The main characteristics of information ensuring information security are analyzed. The reasons for the violation of the company's information security and ways to prevent them are highlighted.

**Keywords:** information security, cybersecurity, digital transformation, phishing, cyber threat, cyber attack.

По мере развития цифровой трансформации средства защиты от кибербезопасности становятся еще более фрагментированными и сложными, что затрудняет поддержание надлежащего уровня безопасности. Неудача имеет серьезные последствия — от кражи IP и продажи данных тому, кто больше заплатит, до программ-вымо-

гателей, которые могут вывести бизнес из строя и подорвать завоеванную репутацию хранителя клиентов.

«Ландшафт киберпреступности постоянно развивается, и злоумышленники преследуют любые организации, поэтому для защиты данных, денег и репутации крайне важно получать доступ ко всем своим активам данных в режиме реального времени. Но прежде чем приступить к разработке адекватной программы безопасности для организации, необходимо понимать различные типы безопасности и то, как они все работают вместе. Информационная безопасность обеспечивает защиту как физических, так и цифровых данных от несанкционированного доступа, использования, раскрытия, нарушения, модификации, проверки, записи или уничтожения. Информационная безопасность отличается от кибербезопасности тем, что информационная безопасность направлена на обеспечение безопасности данных в любой форме, тогда как кибербезопасность защищает только цифровые данные. Если бизнес приступает к разработке программы безопасности, следует начать с информационной безопасности, поскольку она является основой безопасности данных. Когда специалисты по информационной безопасности разрабатывают политики и процедуры для эффективной программы информационной безопасности, они часто используют триаду ЦРУ в качестве руководства» [1].

Компоненты триады ЦРУ:

1. Конфиденциальность: гарантирует, что информация недоступна для неавторизованных лиц и чаще всего обеспечивается с помощью нулевого доверия, MFA и шифрования данных — и это лишь некоторые из технических подходов.
2. Целостность: защищает информацию и системы от модификации посторонними лицами; гарантирует точность и достоверность данных. Инструменты, помогающие в этом, также существуют для обеспечения того, чтобы такие модификации были труднодостижимыми.
3. Доступность: гарантирует, что только авторизованные люди могут получить доступ к данным надлежащим образом и в случае необходимости, а все аппаратное и программное обеспечение обслуживается должным образом и при необходимости обновляется.

Триада стала полезной отправной точкой для рассмотрения безопасности данных, чтобы затем помочь создать мощный набор специ-

алистов по безопасности, процессов и средств контроля технологий для сохранения и защиты данных.

Кибербезопасность, подмножество информационной безопасности, представляет собой практику защиты облака, сетей, компьютеров и данных вашей организации от несанкционированного цифрового доступа, атак или повреждений путем внедрения различных защитных процессов, технологий и методов [2].

Учитывая бесчисленное количество изохренных злоумышленников, нацеленных на все типы организаций, крайне важно, чтобы ИТ-инфраструктура компании была постоянно защищена, чтобы предотвратить полномасштабную атаку на облака, сети или конечные точки и риск подвергнуть фирму штрафам, потере данных и ущербу репутации. Когда субъекты киберугроз нацеливаются на организацию, они исследуют не только бизнес, но и сотрудников организации. Они знают, что сотрудники, не связанные с ИТ-безопасностью, не так осведомлены о киберугрозах, поэтому они проводят кибератаки, используя уязвимости людей. В процессе социальной инженерии злоумышленники манипулируют людьми, чтобы предоставить им доступ к конфиденциальной информации.

Информационный отчет Verizon об утечке данных за 2021 год показал, что 86 % зарегистрированных успешных взломов произошли из-за фишинга и предлога, а также очень небольшой процент других человеческих ошибок [3].

В отчете CER представлено исследование по кибершпионажу. Согласно нему, кибершпионаж составил 10 % от всех нарушений (рис. 1).



Рисунок 1. Диаграмма кибершпионажа [4]

В это время важно, чтобы работники были проинформированы о рисках кибербезопасности, чтобы сотрудник с меньшей вероятностью стал жертвой мошенничества или изохренной фишинговой атаки. Предоставление работникам необходимого непрерывного обучения по вопросам безопасности не сложно и не дорого (как с точки зрения технологии, так и времени). Вместо того, чтобы просто платить «на словах» за счет неэффективного спорадического участия, обучение на постоянной основе дает отличные результаты в укреплении человеческого брандмауэра организации и эффективном смягчении результатов кибератаки, нацеленной на персонал как дома, так и в офисе.

Для большинства организаций цифровая трансформация находится в процессе, а это означает, что они все еще имеют как традиционную сеть, так и недавно преобразованную облачную рабочую нагрузку для защиты. Эта ситуация известна как гибридное облако. И облачная, и сетевая безопасность направлены на защиту любых данных и гарантируют, что информация не будет изменена или перехвачена. Роль как облачной, так и сетевой безопасности заключается в защите ИТ-инфраструктуры организации от всех типов киберугроз, в том числе: программы-вымогатели; внутренние атаки; вредоносное программное обеспечение, такое как вирусы, черви и трояны; атаки нулевого дня; таки Tradecraft, которые обходят обычные технические средства контроля; атаки отказа в обслуживании и пр. Последствия для безопасности и обязанности также различаются в зависимости от того, какое облачное преобразование используется. IaaS (инфраструктура как услуга) требует другого подхода, чем PaaS (платформа как услуга), который, в свою очередь, требует более требовательного подхода, чем SaaS (программное обеспечение как услуга), который возлагает большую часть бремени безопасности на поставщика услуг.

При рассмотрении средств защиты, подходящих как для облачной, так и для сетевой безопасности, многие элементы управления одинаковы, но облако требует, чтобы принимали во внимание и другие факторы. Подход, который помогает организациям быть гибкими и способными достичь этой гибкости ИТ-безопасности в своей инфраструктуре, — это XDR (расширенное обнаружение и реагирование). XDR управляет анализом ИТ-безопасности совершенно иначе, чем другие инструменты интеграции безопасности. Во-первых, он был разработан для непрерывного мониторинга и обнаружения

угроз на основе данных телеметрии, предоставляемых его агентами, а также агентами, клиентами и журналами широкого спектра приложений безопасности и других приложений. Одно можно сказать наверняка: злоумышленники никуда не денутся, и каждый бизнес, чьи данные необходимо использовать и защищать, должен постоянно повышать уровень безопасности, чтобы отражать воздействие современного ландшафта угроз.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Информационная безопасность [Электронный доступ]. — URL: <http://elibrary.ru>
2. *Куприянов А.И.* Информационная безопасность: учебник / под ред. В.П. Мельникова. — М.: КноРус, 2021. — 267 с. — ISBN 978-5-406-08259-1. — URL: <https://old.book.ru/book/939292> (дата обращения: 10.04.2022).
3. *Литвиненко В.И., Козлов Е.С.* Основы информационной безопасности: учебное пособие. — М.: КноРус, 2022. — 199 с. — ISBN 978-5-406-09438-9. — URL: <https://old.book.ru/book/943111> (дата обращения: 10.04.2022).
4. *Дарья Каспарьянц.* Обзор ежегодного отчета компании VERIZON по результатам расследования утечки данных и первого отчета по кибершпионажу [Электронный доступ]. — URL: <https://rdc.grfc.ru/2021/07/verizon-report/>

*Александра Федоровна Павлова,  
Инесса Юрьевна Клестова*

Санкт-Петербургский филиал Финуниверситета,  
Санкт-Петербург, Россия  
pavlovaalexandra@mail.ru  
inklestovaa@mail.ru

Научный руководитель: *Василий Леонидович Буняк*  
vlbunyak@fa.ru

## **ЭФФЕКТ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ОПЕРЕЖЕНИЯ КАК ПСИХОСОЦИАЛЬНЫЙ ФАКТОР ВЛИЯНИЯ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**Аннотация.** В статье рассмотрены теоретические подходы к вопросу влияния психосоциальных факторов на экономическую деятельность через призму потребительского поведения. Особое внимание уделено психологическому эффекту эмоционального опережения как фактору субъективного влияния на поведение человека в экономической среде.

**Ключевые слова:** экономика, субъективные факторы, потребительское поведение, факторы психосоциального порядка, психология, эффект эмоционального опережения.

*Alexandra F. Pavlova, Inessa Yu. Klestova*

St. Petersburg Branch of the Financial University, St. Petersburg, Russia  
pavlovaalexandra@mail.ru  
inklestovaa@mail.ru

Scientific director: *Vasily L. Bunyak*  
vlbunyak@fa.ru

## **EMOTIONAL ANTICIPATION EFFECT AS A PSYCHOSOCIAL FACTOR INFLUENCING ECONOMIC ACTIVITY**

**Abstract.** The article considers theoretical approaches to the issue of influence of psychosocial factors on economic activity through the prism of consumer behaviour. Special attention is given to the psychological effect of emotional anticipation as a factor of subjective influence on human behavior in the economic environment.

**Keywords:** economics, subjective factors, consumer behaviour, psychosocial factors, psychology, emotional anticipation effect.

В исторической ретроспективе развития экономической сферы жизни общества наблюдается возрастающая роль человеческого фактора. Иными словами, психология все глубже проникает в экономику и влияет на характер протекания экономических процессов, на их направленность и результаты.

Классификация факторов по объективности предполагает разделение на объективные и субъективные факторы. Объективные факторы не зависят от воли людей, предметов, событий и процессов. Именно объективные факторы становятся объектом изучения ученых и исследователей в рамках экономической теории и других общественных наук, что объясняется стремлением установить взаимосвязи явлений и процессов в экономике с использованием точной методологии, присущей естественнонаучным исследованиям. Однако в отличие от природы, в рамках которой существуют законы и все предопределено в независимости от поведения человека, в мире человека необходимо соотносить свою активность с естественными законами и законами общества, формирующимися в результате самостоятельной деятельности и взаимодействия сообщества индивидов, участвующих в созидаании общих моделей поведения и трендов развития и вынужденных учитывать их в бытовой деятельности.

В классической экономической науке основным побудительным мотивом homo economicus (человека экономического) принято считать индивидуальное стремление к материальному благополучию [1]. Принцип методологического индивидуализма позволяет объяснять рыночные процессы при обмене товарами и в сфере производства. Однако такой подход не учитывает двойственную природу человеку: врожденный инстинктивный индивидуализм и приобретенный в обществе коллективизм. Из признания двойственной природы человека следует разделение на рыночную и социальную деятельность.

Исторически классическая экономическая теория делала акцент на объективных, не зависящих от конкретного индивидуума, факторах («невидимая рука рынка» А. Смита) и именно в её рамках открыты объективные законы рыночной экономики (закон стоимости и закономерности ценообразования, взаимодействия спроса и предложения, производства, распределения, обмена и потребления). В неоклассической школе обратили внимание на изучение поведения на рынке конкретных субъектов отношений и влияние субъективных факторов. Неоклассики не отрицают наличие объективных фак-

торов, но допускают влияние субъективного поведения экономических субъектов на механизм формирования объективных факторов.

Позже научный интерес был смещен в сторону изучения субъективных факторов в связи с усилением роли государства и гражданского общества в экономике на микро- и макроуровне.

Диаметрально противоположный классической школе институционализм посвящен изучению субъективных факторов в человеческом обществе. «Институты, следовательно, представляют собой правила и нормы, осознанно соблюдающиеся людьми и, главное, являющиеся продуктом субъективного творчества самих людей и представляющих их организаций» [1].

Следовательно, к субъективным факторам относятся решения государственных органов и органов местного самоуправления, влияние отдельных личностей (политических, социальных и экономических лидеров) или сообществ, иными словами — институтов общества. Объективные факторы подчиняются законам рынка и отражают независимое от поведения конкретного человека влияние.

Потребительское поведение как субъективный фактор влияния рассматривается в рамках разных подходов. При экономическом подходе исследователь изучает потребительское поведение через призму домохозяйства как системы потребления. Такая система предполагает получение доходов и расходование полученных средств для достижения целей домохозяйства.

В 2015 году Ангус Дитон получил Премию Шведского государственного банка по экономическим наукам памяти Альфреда Нобеля за исследование потребительского поведения, бедности и благосостояния [2]. Дитон одним из первых подверг теорию потребительского поведения научным тестам. Он разработал три важных положения, которые были отмечены в 2015 году Нобелевским комитетом. Совместно с Мюльбауром он разработал «почти идеальную систему спроса». Затем создал так называемый парадокс Дитона — подверг гипотезу перманентного дохода (М. Фридман, Ф. Модтльяни) эмпирическим исследованиям и опроверг на основе опровержения ключевого следствия гипотезы: колебания потребления должны быть больше, чем колебания доходов. Для подтверждения гипотезы необходимо исследовать не агрегированные данные статистики по сбережениям и потреблению, а индивидуальные данные.



Конечным же пунктом становятся многогранные исследования потребительского поведения, вопросов доходов и благосостояния населения в развивающихся странах. Работы в этом направлении (касающиеся питания, здоровья, неравенства, уровня бедности, половой дискриминации и др.) основаны на анализе индивидуализированных данных, описывающих поведенческие линии обычного отдельно взятого человека.

Потребительское поведение складывается под воздействием множества факторов внешнего и внутреннего характера. Факторы влияния на выбор покупателя и потребительское поведение тесно взаимосвязаны с психологией личности. К ним относятся взгляды и убеждения человека, особенности его восприятия и усвоения информации, и мотивация [3].

В настоящее время считается, что человеческое поведение, в том числе потребительское, в значительной степени определяется тем, как человек реагирует и воспринимает ситуацию. Соответственно, для понимания отношения потенциального потребителя к товару необходимо прежде всего понимать, как люди воспринимают товар.

При попытке изучения поведения потребителей, их психологии, исследователи сталкиваются с рационализацией принятия решения. Зигмунд Фрейд в эмпирическом исследовании отразил действие механизмов рационализации принятия решений. Он загипнотизировал человека и вручил ему зонт со словами «Надень плащ и иди на улицу». Когда человека вывели из транса, он собрался идти на улицу, ему задали вопрос: «Почему у тебя в руках зонтик?», человек ответил: «Потому что на улице дождь». Фрейд открыл занавески и показал, что на улице светит солнце. Умозаключение, что на улице дождь, основанное на том факте, что у человека в руках зонт и есть рационализация решений, т. е. это связка, из которой человек делает вывод, не зная истинную причину. Человеческое поведение иррационально.

Поведенческие аспекты закладываются в головном мозге. Вся информация, попадающая в мозг, проходит его три ступени. Первая ступень — часть мозга, отвечающая за рефлекс, вторая — часть мозга, отвечающая за эмоции и третья — наименьшая по объему, отождествляемая с самим собой, называемая нашим мозгом. Именно эта часть отвечает за рациональное мышление. Человек смотрит на мир через призму рационального мышления, и вся информация, что поступает к нему для взвешивания имеющихся вариантов, поступает

уже эмоционально обработанная. Из большого количества информации до рационального мышления добирается только та часть, которая имеет наиболее сильный эмоциональный окрас, либо положительный, либо отрицательный. Исследования известного нейробиолога А. Дамасио показали, что без эмоционального окраса человек не принимает решения, так как не способен. Все это открыло огромную возможность для маркетологов, продавцов и всех, кто хоть как-то работает с психологией потребителя или потребительского поведения. Таким образом, эмоции играют важнейшую роль в формировании потребительского поведения, что отражается на спросе и макроэкономической ситуации в целом.

В структуре принятия решения о покупке эмоциональной составляющей отводится 80%, остальные 20% приходятся на логические построения. Однако, эмоции — это не единственный психологический фактор, оказывающий влияние на восприятие потребителей. Психология покупателя, в том числе, опирается на основные потребности человека, тип личности и стиль поведения, способ принятия решения. Факторы психосоциального порядка можно условно разделить на внешние и внутренние, основные из них перечислены ниже (рис. 1).



Рисунок 1. Внутренние и внешние факторы психосоциального порядка

В процессе восприятия товара потребителем или его продвижения могут возникать определенные трудности, которые зачастую вызваны негативным прошлым опытом, навязанными стереотипами или мнением других лиц. Для производителей, оказывающих воздействие на потребителя, ключевым этапом является определение базовых мотивов потребителя, и посредством влияния (в том числе психологического) побудить/стимулировать их к принятию положительного решения о приобретении того или иного товара.

Экономика тесно связана с психологией. Как сфера общественной жизни экономика является отражением психики человека как проявления законов окружающего мира. Следовательно, для управления экономикой необходимо знать и учитывать психологию социально-экономического поведения индивидуума. Множество экономических теорий, закономерностей и условий берут начало в законах и правилах человеческой психики. К таким теориям относятся и правила денежного оборота, и законы экономической конкуренции производителей и покупателей, и принцип добавленной стоимости и т. д. Примечательно, что глубокий системный кризис в экономике напрямую связан с общественным сознанием и зависит от деструктивных норм поведения.

Необходимо учитывать, что психические процессы человека, которые являются элементами экономики и денежного обращения, преимущественно протекают на подсознательном уровне, и зачастую не берутся во внимание ни со стороны самого потребителя, ни со стороны внешних наблюдателей. Однако несмотря на неочевидность данных процессов они оказывают серьезное влияние на экономическую жизнь общества.

Обратим внимание на эффект эмоционального опережения как один из эффектов психологического влияния на потребительское поведение. Эффект эмоционального опережения состоит в получении наивысшего удовольствия до достижения определенной цели. Как правило, момент наивысшего удовольствия совпадает с моментом осознания достижимости цели в краткосрочном периоде. Эффект способен негативно влиять на достижение трудных и долгожданных целей, так как уменьшает удовольствие от их достижения и снижает мотивацию к постановке крупномасштабных целей. Кроме того, после прохождения пика эмоционального удовольствия при достижении социально-экономических целей отдельно взятый индивидуум ра-

ционализирует результат в негативном ключе и способен отказаться от практически достигнутой цели из-за небольшого изъяна в результате, который изначально был известен и не внушал недоверия.

Эффект эмоционального опережения наблюдается на практике сложно, так как единого описания его, понятного для каждого человека, достичь затруднительно. Однако, например, если человек в течение нескольких лет откладывает N-ную сумму на покупку дорогостоящего автомобиля и в определенный месяц понимает, что вся сумма будет собрана через несколько недель, то он испытывает наивысшее удовольствие за несколько недель до непосредственного приобретения автомобиля. Последующее приобретение приносит ему несколько меньшее удовлетворение и появляются рассуждения о правильности выбора. Авторы провели интервьюирование 21 человек, в результате которого были собраны данные, подтверждающие гипотезу о том, что эффект эмоционального опережения отрицательно влияет на продаваемость сопутствующих товаров. По результатам интервью (рис. 2) была выявлена 63,16% доля среди испытавших эффект эмоционального опережения, такие люди снизили свои расходы на достигаемую цель и/или отказались от достижения целей сопутствующих. Так, например, интервьюируемый под

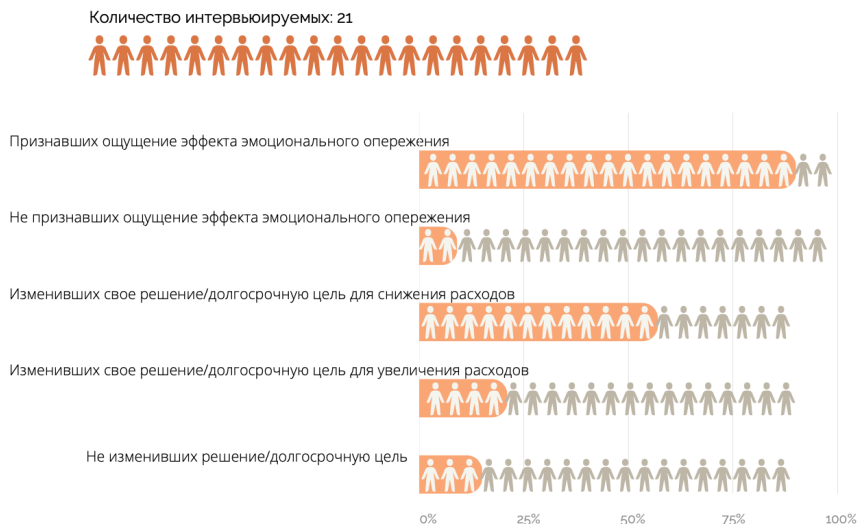


Рисунок 2. Результаты интервьюирования

номером 6 отказался от покупки сопутствующих товаров при приобретении персонального компьютера с целью экономии средств. Так же интервьюируемый отметил, что был бы готов приобрести сопутствующие товары в пик удовольствия от достижения цели по покупке персонального компьютера, но отказался, так как посчитал нерациональной покупку товаров, которые не будут использоваться в повседневной жизни, а при необходимости могут быть заменены бытовыми аналогами.

Таким образом, влияние психологических факторов на экономические процессы через призму потребительского поведения как субъективного фактора позволяет открывать новые ниши для маркетинговых проектов. Эффект эмоционального опережения способен негативно влиять не только на психологическое состояние индивидуума, но и в случае дорогостоящей и долгосрочной цели на рационализацию потребления как конечной фазы производственного процесса.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Князев Ю. К. Объективные и субъективные факторы в современной экономике // Журнал экономической теории. — 2021. — Т. 18, № 1. — С. 127–140. — DOI 10.31063/2073-6517/2021.18-1.9.
2. Белянин А. В., Денисова И. А. Бедность не порок, но научная проблема (Нобелевская премия по экономике 2015 года — Ангус Дитон) // Вопросы экономики. — 2016. № 1. — С. 107–116. — <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2016-1-107-116>
3. Deaton A., Muellbauer J. An Almost Ideal Demand System // The American Economic Review. — 1980, Jun. — Vol. 70, no. 3. — P. 312–326.

*Георгий Викторович Солдатов*

Санкт-Петербургский филиал Финансового университета, Санкт-Петербург, Россия  
soldatovgeorge@gmail.com

Научный руководитель: *Наталья Сергеевна Майер*  
nsmayer@fa.ru

## **ОСОБЕННОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В УСЛОВИЯХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ**

**Аннотация.** В статье рассматривается влияние Российско-украинский кризис 2021–2022 г. на отрасль машиностроения на примере производства «Металекс». Работа освещает особенности предприятия во время кризиса, его адаптацию, а также прогноз на окончание на 2022 г.

**Ключевые слова:** Российско-украинский кризис, машиностроение, макроэкономическая нестабильность, Россия, санкции 2022, металлообработка, ООО «Металекс».

*George V. Soldatov*

St. Petersburg Branch of the Financial University, St. Petersburg, Russia  
soldatovgeorge@gmail.com

Scientific director: *Natalya S. Mayer*  
nsmayer@fa.ru

## **FEATURES OF MACHINE-BUILDING PRODUCTION IN CONDITIONS OF MACROECONOMIC INSTABILITY**

**Annotation.** The article examines the impact of the Russian-Ukrainian crisis of 2021–2022 on the machine-building industry on the example of the production of “Metalex”. The work highlights the features of the enterprise during the crisis, its adaptation, as well as the forecast for the end in 2022.

**Keywords:** Russian-Ukrainian crisis, mechanical engineering, macroeconomic instability, Russia, sanctions 2022, metalworking, Metalex LLC.

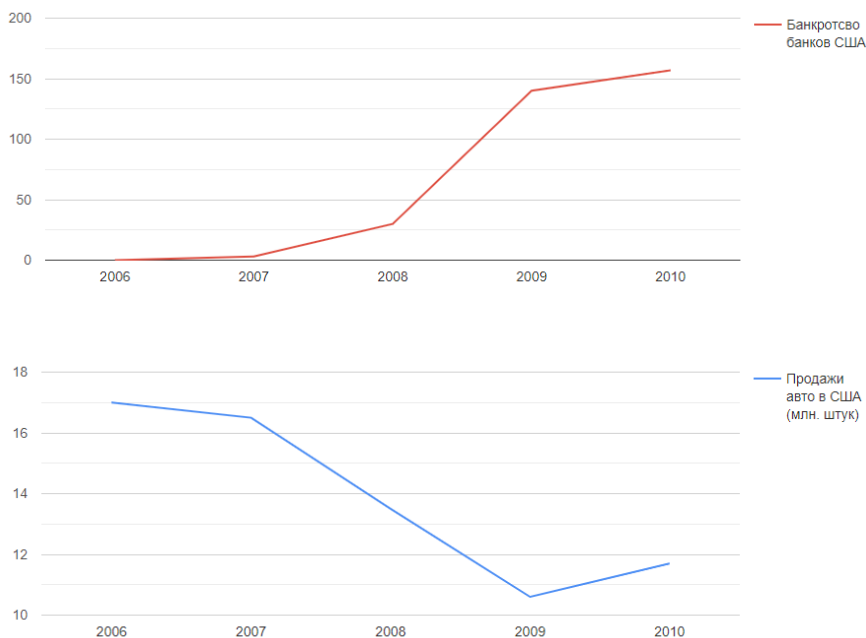
**Проблема:** меняющаяся макроэкономическая обстановка и адаптация производства.

**Объект исследования:** санкции в отношении машиностроительной отрасли.

**Предмет исследования:** машиностроительный завод «Металекс».

Гипотеза: снижение ключевых показателей эффективности компании «Металекс».

В условиях макроэкономической нестабильности разные сферы общества могут столкнуться с проблемами вследствие начала кризиса. Банкротство, потеря инвесторов, потеря поставщиков и многое другое — это то, с чем могут столкнуться сферы во время кризиса. Так кризис в США с 2008 по 2011 год привел к банкротству более 300 банков. Обвал ипотечной системы привел к спаду рынка автокредитования, что в дальнейшем отрицательно сказалось на рынке продаж автомобилей и их производстве не только в США, но и странах экспортерах. При анализе числа обанкротившихся банков и объёма продаж автомобилей США с 2006–2010 (рис. 1) наблюдается взаимосвязь кризисной ситуации в одной отрасли экономики с отрицательными тенденциями в другой. Кризис подобно снежной лавине в природе обрушивается на экономику, объединив большое количество



**Рисунок 1.** Тенденции банкротства банков и объём продаж автомобилей в США 2006–2010 г.

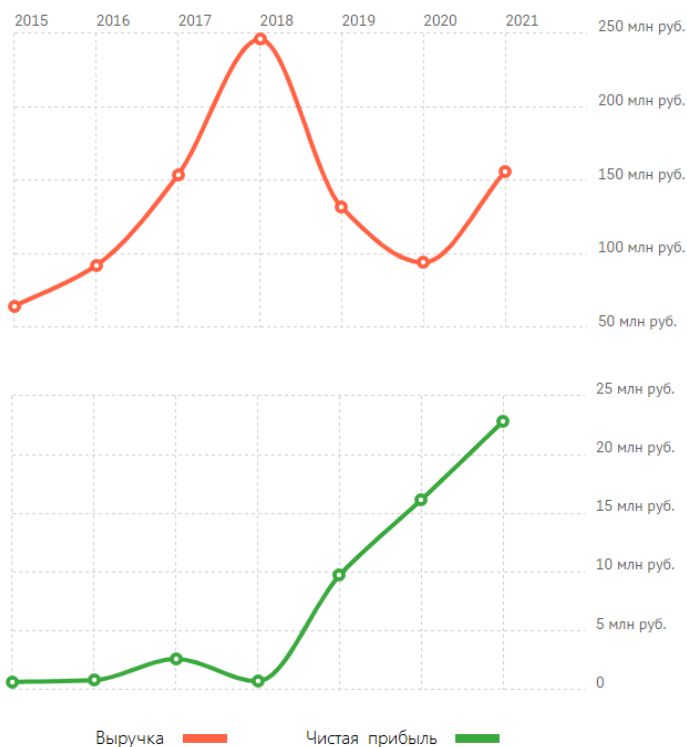
сложностей для различных отраслей экономики. Кроме того, существуют масштабные кризисы, способные влиять на множество отраслей одновременно. Например, в условиях Российско-украинский кризис 2021–2022 гг. подверглись влиянию негативных факторов не только Украина и Россия, но и США, Германия, Франция, Польша, Индия, и др. страны.

В большей степени со сложностями столкнулась Россия вследствие введённых против неё санкций. По данным Bloomberg, Россия стала мировым лидером по количеству введённых санкций (более 5 500 штук) [1]. Санкции коснулись многих отраслей экономики: логистика, машиностроения, металлургии, внешней торговли, фармацевтики, автопрома и др. Также под давлением мирового сообщества из нашей страны стали массово останавливать производство и прекращать работу иностранные компании. По данным РИА Новости на 17 марта 2022 г. более 500 иностранных компаний заявили о своём уходе, что в свою очередь повлияло на логистическую цепочку отечественных компаний и создало трудности в бизнес-процессах. Так компания АвтоВАЗ заявила об остановке сборочных линий из-за нехватки комплектующих (20% деталей АвтоВАЗ импортировал), также отмечаются проблемы с производством бумаги. Из-за компонентов пачка белой бумаги А4 в 500 листов в магазинах за 2 недели подорожала более чем на 500% (в начале марта бумага стоила 387 руб., а к 21 марта цена достигла 2328 руб.). В данных условиях предприятиям необходимо адаптироваться под новые вызовы экономики. Рассмотрим, как производства адаптируются под макроэкономическую нестабильность в мире на примере машиностроительного производства «Металекс».

ООО «Металекс» — это организация, предоставляющая услуги в сфере обработки металлов и нанесение покрытий на металлы. «Металекс» относится к отрасли машиностроения и подвержена её влиянию. Для выявления влияния Российско-украинский кризиса 2021–2022 г. на компанию, проанализируем финансовую отчётность предприятия за 6 лет с 2015 — 2021 г. Согласно статистике ФНС И Росстата (рис. 2) с 2015 года по 2018 год выручка организации активно растёт и в пике достигает 250 млн руб. за год. Однако вследствие потери крупного потребителя, а также пандемии COVID-19, в 2020 г. выручка компании достигает уровня 2016 г. Общее падение составляет 60%. Стоит заметить, что с 2015 по 2021 г. рост выручки составляет 151%,

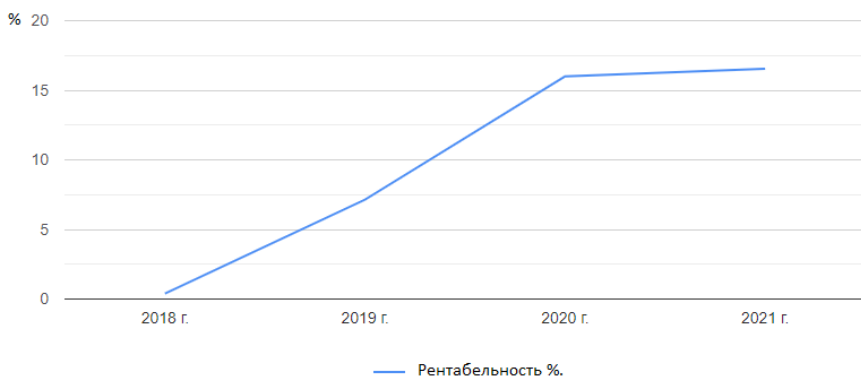


что показывает востребованность услуг компаний в данный период. Высокая выручка не означает высокой прибыли. В 2015–2018 гг. рост выручки составил более 316 %, при этом чистая прибыль увеличилась только более 8,5 %. Обратная ситуация повышения чистой прибыли в 2017 г. на 219 % (с 821 тыс. руб. до 2625 тыс. руб.). Падение чистой прибыли в 2018 г. на 72 % (в сравнении с 2017 г.) связано с потерей крупного потребителя (объём продаж), а также с повышением долгосрочных и краткосрочных обязательств.



**Рисунок 2.** Выручка и чистая прибыль компании «Металекс» за 2015–2021 гг.

Рентабельность компании в 2018 г. составляет 0,2 %, однако после стремительно растёт (рис. 3).



**Рисунок 3.** Рентабельность компании «Металекс» в период с 2018 по 2021 г.

На 2020 и 2021 г. рентабельность компании составила 16 и 16,5 % соответственно. Снижение темпов развития рентабельности связано с пандемией COVID-19 и временной остановкой производства с нарушением сроков поставок, а также ростом цен на сырьё. Например, цены на сталь в 2020 г. выросли в 2 раза. Ранее её цена находилась около 260\$ за тонну, а в конце 2020 г. сталь уже стоила около 500\$ за тонну. Алюминий также подорожал с 1700\$ до 2500\$ за тонну. В результате анализа наблюдается активное развитие предприятия. Не смотря на крупные убытки предприятия в 2018 г, а также пандемию COVID-19, предприятие показало хорошие результаты за 6 лет деятельности: прирост выручки составил 151 %, прирост чистой прибыли более 3480 %, а рентабельность предприятия выросла с 1 до 16,5 %.

В 2022 г. основными санкциями стали запреты в сфере логистики, приостановка работы крупных логистических компаний Maersk и MSC и запрет на пропуск грузовых машин с российскими номерами. Это привело к коллапсу на производстве из-за невозможности в обслуживании станков и доставке оборудования, инструмента, повышения цен на сырьё, увеличения рисков невыполнения заказа, потери денежных средств из-за незавершенных доставок инструмента, оборудования и т.д. Также были нарушены гарантийные обязательства, полученные от иностранных компаний, приостановивших или прекративших, работу в России. На апрель 2022 г. компания «Металекс» имеет технопарк станков, состоящих на 100 % из импортного

оборудования, преимущественно Германии, Италии и Тайваня. Таким образом, компания столкнулась с актуальными проблемами на производстве вследствие зависимости от импортных поставщиков. На данный момент идет адаптация бизнес-процессов к кризису. В апреле 2022 г. компания испытывает временные трудности:

1. Нехватка запчастей и дорогостоящий ремонт оборудования.

Из-за запрета поставок и роста цен на оборудования, стоимость ремонта и замена основных средств выросла. Так ремонт шпиндельного узла у станка на 15 февраля 2022 г. оценивался в 390 тыс. руб., однако уже 15 марта 2022 г. цена ремонта выросла до 560 тыс. руб. (рост более чем на 43 %). Адаптацией к нехватке запчастей и удорожанию ремонту стало самостоятельное изготовление деталей для станка на самом производстве (если позволяют технические возможности).

2. Рост цен на компоненты для металлообработки.

Для обработки металла на станках используются смазочные охлаждающие жидкости (далее СОЖ). Цена импортной СОЖ составляла 140 тыс. руб., однако после начала кризиса цена поднялась на 242 % (до 480 тыс. руб.). Попыткой адаптироваться к кризису стала покупка более дешёвой ответственной СОЖ. Однако из-за плохого качества жидкости компания вынуждена отказаться от её использования и искать альтернативные пути.

3. Рост цен на инструмент.

До начала кризиса компания активно пользовалась европейским инструментом из-за его хорошего качества, проверенного временем. Однако после ввода санкций инструмент сильно подорожал и компании обратилась к китайским поставщикам.

4. Проблема закупки новых станков.

Вследствие запрета поставок европейские станки стали не доступны. Компания адаптировалась и рассматривает возможность сотрудничества с Китаем по данному вопросу.

5. Риски невыполнения заказа.

Выполнения заказов в современной обстановке затруднительно из-за нарушенных логистических цепочек. Например, в случае частичного выполнения заказа на основе имеющихся материалов конечный результат не может быть достигнут из-за нехватки импортных материалов и составляющих. Подбор аналогичных отечественных материалов и составляющих, изменение конструкции, расчетных показателей и технических характеристик приведет к повышению издержек

и увеличению затрачиваемых ресурсов, что приводит к нарушению сроков и условий выполнения заказа.

Указанные проблемы, с которыми столкнулось предприятие, не являются исчерпывающими. Ожидается увеличение числа трудностей в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

На 2022 г. в целях компании было увеличение выручки до 300 млн руб., однако достижение данного ключевого показателя кризис поставил под вопрос. Составим прогноз колебаний выручки и чистой прибыли на основе предполагаемого повышения издержек предприятия и исторических значений, связанных с кризисными периодами. Ожидается рост выручки за счет повышения объёма государственных заказов и роста цен на продукции. Однако рост чистой прибыли не ожидается из-за повышения издержек на производство и увлечения прочих расходов предприятия. В компании ведется разработка антикризисного плана для ответа на новые вызовы экономики и систем управления.

Российско-украинский кризис 2021–2022 г. стал большим испытанием для отрасли машиностроения. Введенные санкции заставили пересмотреть многие бизнес-процессы компаний и поменять свою работу. Нынешнее положение отрасли показывает её зависимость от импорта. Современная ситуация не только негативно отразится на ключевых показателях предприятий, но и даст толчок развитию отечественного производства машиностроения.

### **СПИСОК ИСТОЧНИКОВ**

1. Информация о санкциях // РБК : [сайт]. — 2022. — URL: <https://www.rbc.ru> (дата обращения: 10.04.2022).
2. Бухгалтерская и финансовая отчетность компании «Металекс» // Eecolog : [сайт]. — 2022. — URL: <https://eecolog.ru> (дата обращения: 10.04.2022).
3. Статистика с сайта Эксперт // Эксперт : [сайт]. — 2022. — URL: <https://expert.ru> (дата обращения: 10.04.2022).

**Секция**  
**«КУЛЬТУРНЫЙ ТРАНСФЕР: ФОРМИРОВАНИЕ**  
**СОЗИДАТЕЛЬНОГО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА»**

*Елизавета Павловна Анищенко*

Смоленский филиал Финуниверситета, Смоленск, Россия

Liz.anishenkowa@yandex.ru

Научный руководитель: *Ольга Юрьевна Крамлих*

OYKramlikh@fa.ru

## УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА

**Аннотация.** В статье предложены и охарактеризованы управленческие решения для совершенствования системы стимулирования и мотивации сотрудников. Цель заключается в нахождении оптимального решения для мотивации трудовой деятельности работника. Были рассмотрены основные специфики деятельности работников, такие как руководитель, менеджер по продажам, рабочий и подобраны системы стимулирования труда для каждого вида деятельности.

**Ключевые слова:** менеджеры по продажам, рабочие, руководители, система KPI, заработная плата, премии.

*Elizaveta P. Anishchenkova*

Smolensk Branch of the Financial University, Smolensk, Russia

Liz.anishenkowa@yandex.ru

Scientific director: *Olga Y. Kramlikh*

OYKramlikh@fa.ru

## MANAGERIAL DECISIONS IN THE WORK OF PERSONNEL

**Abstract.** The article proposes and characterizes management solutions for improving the system of incentives and motivation of employees. The goal is to find the optimal solution for motivating the employee's work activity. The main specifics of employees' activities were consider, such as a manager, a sales manager, a worker, and labor incentive systems were selected for each type of activity.

**Keywords:** sales managers, workers, managers, KPI system, salary, bonuses.

Работников, в последние десятилетие становится всё труднее мотивировать высокой зарплатой и стабильностью. Рассмотрим, какие мероприятия должен предпринять руководитель, чтобы работники были заинтересованы в работе:

Таблица 1

**Система стимулирования труда работников в зависимости от специфики их деятельности**

Специфика деятельности	Система стимулирования труда
<p>Менеджеры по продажам</p>	<p>Оклад + КРІ</p> <p>Для повышения личной заинтересованности менеджера, занимающегося реализацией, увеличением количества клиентов компании, объема реализации, требуется установление зависимости размера его зарплаты от эффективности деятельности.</p> <p>Сущность данного мероприятия: введение ежемесячной премии, на которую влияет выполнение того или иного планового показателя деятельности. К примеру, возможен учет количества заявок, поступающих запросов, может также учитываться средний чек по сделкам, конверсия потенциальной клиентуры в постоянную.</p> <p>Требуется установление такого оптимального количества показателей, отражающих эффективность — 1–3.</p> <p>Следует обеспечить реальность, достижимость данных показателей.</p>
<p>Рабочие</p>	<p>В систему закладываются показатели, при достижении которых выплачивается % к окладу или конкретная надбавка. Обычно в качестве критериев выступает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнение или перевыполнение плана;</li> <li>• отсутствие нарушений ПВТР;</li> <li>• отсутствие брака, негативных отзывов клиентов;</li> <li>• исправное исполнение обязанностей;</li> <li>• снижение затрат компании;</li> <li>• отсутствие дисциплинарных взысканий;</li> <li>• эффективность работы отдела.</li> </ul> <p>Рабочим можно предложить в качестве премии отгул — за качество выполненных работ и досрочное перевыполнение плана продаж.</p>
<p>Руководители</p>	<p>Система бонусов по итогам работы отчетного периода.</p>

1. Мотивационный фактор — внедрение в качестве премии — дней отгулов. Необходимы прозрачная система мотивации труда и донесение до мотивируемых сотрудников всех тонкостей системы мотивации.

## 2. Эффективное применение материальных стимулов. Привязка результатов труда к заработной плате.

Для стимулирования сотрудников отдел кадров разрабатывает систему поощрения. Она зависит от финансовых возможностей и особенностей организации.

Структуру материального поощрения нужно разрабатывать индивидуально. Важно учитывать текущие показатели труда, текучести кадров, а самое главное — финансовое положение организации не только в текущий момент, но и в перспективе.

Предложения по улучшению системы оплаты труда путем увеличения материальной заинтересованности сотрудников:

1. При премировании менеджеров по продаже необходимо учитывать деление всех менеджеров по продажам на категории: «среднячков»; «звезд». В отношении последней из категорий требуется всеобщее их признание в качестве лидеров. Данное поощрение сопровождается всевозможными статусными поощрениями. Наряду с этим, данная категория стремится к повышению роли собственного мнения в коллективе в рамках разработки, принятия решения, затрагивающего либо продукт предприятия, либо систему реализации. Мотивировать «звезд» можно посредством предоставления свободного графика, говоря о «среднячках», следует предусмотреть 1–2-дневную удаленную работу для них, право на регулирование времени начала работы либо же получения дополнительного выходного. Также необходимо ввести новую систему премирования. Процент премии должен быть не один на всех работников, а различный в зависимости от качества выполнения должностных обязанностей. Повышенный % премии предлагается ввести менеджерам по продажам, увязав его с % от индивидуальных продаж услуг и продукции компании.

Данная система KPI выступает в качестве измерителя возможности достижения цели Общества, а также цели, поставленной перед подразделением либо же конкретным сотрудником. Согласно миссии Общества, была произведена формулировка следующих функциональных стратегий: стратегии, основу которой составляет эффективность, а также стратегии, основу которой составляет рост.

Предусматривается формирование системы, в которую входят ключевые показатели, отражающие эффективность (KPI), с учетом ими вышеуказанных принципов, отражением специфики развития компании.



Процесс, в рамках которого формировалась модель, сопровождался применением 7-и главных показателей в разрезе 3-х перспектив.

Перечень стратегических целей рассматриваемого Общества состоит из:

1. Финансовых:

- повышения эффективности функционирования (ЕВИТ);
- повышения рентабельности реализации по ЕВИТ (прибыль, получаемая в результате реализации на 1 руб. дохода), %.

2. Клиентской базы:

- повышения показателей, отражающих оборачиваемость задолженностей дебиторов;
- обеспечение прироста клиентской базы компании (показатель оборачиваемости готовых товаров, дн.);
- повышение уровня рентабельности реализации, %;

3. Бизнес-процессов:

- повышение производственной результативности (речь идет об изготовлении межкомнатной двери, единиц);
- уровень трудовой производительности (тыс. руб. / человека)

В рамках проекции «Финансы» предусматривается менеджмент расходов, доходов, активов, собственного капитала, благодаря чему появится возможность нейтрализации финансовых рисков (речь идет о риске снижения таких важных показателей как финансовая устойчивость, рентабельность, платежеспособность и пр.).

В рамках проекции «Клиенты» следует отметить важную ее роль для всех компаний с разной формой собственности. В случае отсутствия у компании возможности обеспечения выгодной реализации собственных товаров, завоевания, удержания клиентуры, снижается текущая ее платежеспособность, деловая активность. В результате этого следует постоянно контролировать показатели данной проекции, содержащиеся в стратегическом управленческом учете.

Существенную роль играет такая проекция, как «Процессы» в рамках производственного процесса, поскольку здесь отмечается наличие существенных рисков, связанных с прерыванием бизнес-процессов, обусловленным внешними факторами. Здесь основу риск-менеджмента может составлять страхование, прогнозирование, хеджирование, что позволит минимизировать негативные последствия форсмажорной ситуации.

Мотивационная схема предусматривается применение 7 КРІ.

Мотивационную формулу можно представить в следующем виде: Зарплата = размер фиксированной доли (оклада) + размер переменной доли.

В случае выплаты того или иного бонуса на базе компании, формула приобретает следующий вид: Зарплата = размер фиксированной доли (оклада) + размер переменной доли + размер бонуса.

При этом, переменная, а также фиксированная часть будут отличаться. К примеру, при функционировании на освоенном рынке — требуется разработка схемы, согласно которой размер фиксированной доли составит 60 % плановой прибыли, переменной — 40 %.

Поскольку Общество заняла планируемую часть на рынке, требуется лишь ее удержание, ситуацию в Обществе можно охарактеризовать как стабильную, поэтому, размер фиксированной доли должен составить 70 %, переменной — 30 %. В связи с этим, 30 тысяч = 21 тыс. (размер фиксированной части) + 9 тыс. (запланированная переменная часть).

В данном случае перемена местами слагаемых обуславливает изменение суммы, поскольку будет происходить разное изменение итоговой суммы переменной составляющей.

Дальнейшие примеры будут приведены с использованием соотношения таких показателей, как фиксированная, переменная часть зарплаты «50/50». Таким образом: 30 тыс. = 15 тыс. (размер фиксированной части) + 15 тыс. (запланированная переменная часть).

Требуется определение для должности ключевых показателей, отражающих эффективность, к примеру:

- 1) показатель КРІ1 является отражением степени, в которой выполнен план реализации. Его степень воздействия на размер переменной части составляет 50 %;
- 2) показатель КРІ2 является отражением степени, в которой выполнена работа. Его степень воздействия на размер переменной части так же будет составлять 50 %.

Согласно вышеприведенным данным, показатели одинаково воздействуют на размер переменной части оплаты трудовой деятельности сотрудника. То есть, степень важности их достижения является одинаковой.

Коэффициенты показателей в зависимости от степени выполнения планов будут следующие: степень выполнения показателей до

50 % — 0; от 51 % до 89 % — 0,5; от 90 % до 100 % — 1; 100 % и более — 1,5.

Упрощая дальнейшие расчеты, требуется установление одинаковых значений КРІ1, а также КРІ2, что представлено в нижеприведенной таблице 2.

Возможным является использование такой схемы, определяя переменную часть (ПЧ) зарплаты:

$$\text{Размер переменной части} = \text{размер запланированной ПЧ} * (\text{вес КРІ1} * \text{КРІ1} + \text{вес КРІ2} * \text{КРІ2}).$$

Таблица 2

**Определение возможных размеров зарплаты при возможном значении КРІ**

КРІ1 / КРІ2	< 50 %	51–89 %	90–100 %	> 100 %
< 50 %	15 000 (4-й вариант)	18 750	22 500	26 250
51–89 %	18 750	22 500 (3-й вариант)	26 250	30 000
90–100 %	22 500	26 250	30 000 (1-й вариант)	33 750
> 100 %	26 250	30 000	33 750	37 500 (2-й вариант)

Наличие ключевых показателей результативности должно стимулировать работников к достижению ряда задач, являющихся приоритетными. Предусматривается обеспечение сбалансированности КРІ, их взаимная «поддержка», исключение противоречий.

Эффективное функционирование системы КРІ, аналогично любому хорошему, но сложному инструменту, является возможным лишь при ее правильном проектировании, а также применении.

2. Рабочих, занятых на производстве, премировать за качественное выполнение и перевыполнение плана, — 11 % к окладу, а также предоставление отгула.

3. Для руководителей необходимо ввести систему бонусов по итогам работы отчетного периода. То есть, требуется формирование за счет целей единой системы вознаграждений, которой будет харак-

терен соответствующий вес. Измерить степень достижения результатов можно по итогам выполнения либо же не выполнения задач.

4. Приведем пример системы бонусов по итогам работы отчетного периода. Мотивирование директора производства:

- Увеличен производственный объем на 10%, благодаря улучшению того или иного процесса, не изменяя машинную мощность (с весом в 50%).
- Уменьшен брак до 8 с 10% (с весом в 20%).
- Введена новая система вознаграждений сотрудников производственной линии (с весом в 10%).
- Спроектирована новая производственная линия (с весом в 20%).

Предлагаемые меры и бонусные системы будут способствовать увеличению объемов продаж и, как следствие, увеличению прибыли, что напрямую повлияет на рост заработной платы.

Следует отметить начало процесса внедрения в российских компаниях инноваций в сфере мотивации материального характера, применяемых зарубежными компаниями, благодаря которым радикально повышается трудовая производительность, сокращаются производственные издержки и пр.

Вышеуказанным системам присуще наличие специфики, согласно которой существенная часть зарплаты работников обладает «рискованной» нестабильной долей, если сравнивать с традиционными платежами, при этом, на размер вознаграждения оказывает непосредственное воздействие конечный результат, который достигнут.

Таким образом, новым системам, на которых основано материальное вознаграждение работников, характерна определенная специфика, благодаря чему персонал мотивируется к эффективной работе. Каждая компания должна обладать индивидуализированной системой вознаграждений, учитывая особенности деятельности компании. Отсутствует возможность формирования единой мотивационной системы, возможность применения которой существовала бы для разных компаний.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Кабушкин Н.И. Мотивация труда в деятельности организаций // Кадровое дело. — 2018. — № 9. — С. 11–14.

2. *Ковалева С. В., Крамлих О. Ю.* К вопросу построения российской экономической системы // Информационное общество: проблемы правовых, экономических и социально-гуманитарных наук. Материалы II международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов и студентов: сб. — 2016. — С. 62–64.
3. *Кондратьев О. В.* Мотивация персонала — М.: ТЕИС, 2018. — 271с.
4. *Кочеткова А. И.* Основы управления персоналом — М.: ТЕИС, 2018. — 287с.
5. *Крамлих О. Ю.* Развитие инфраструктуры рынка предпринимателей-аграрников // Становление и развитие предпринимательства в России: история, современность и перспективы: сб. научных статей Международной научно-практической конференции 30 мая 2014 года. — 2014. — С. 27–31.

*Маржан Бекзатхановна Базарханова*

Поволжский институт управления имени П. Столыпина (РАНХиГС),  
Саратов, Россия

*Bazarhanova\_82@mail.ru*

Научный руководитель: *Антон Юрьевич Маркелов*  
*markelov-gtbis@yandex.ru*

## ОБЗОР МЕТОДОВ ИЗМЕРЕНИЯ СУБЪЕКТИВНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ

**Аннотация.** В настоящей статье представлен краткий обзор методов измерения субъективного экономического благополучия, здесь они рассматриваются как жизненная позиция человека к своему материальному положению и статусу, а также обозначают его точку зрения в сфере удовлетворенности жизнью и материального благополучия в целом. Указанный ряд методов призван эффективно помочь исследователям в определении текущего благосостояния семьи, уверенности в экономических достижениях, экономического оптимизма и т. д.

**Ключевые слова:** субъективное экономическое благополучие, методы, измерение, оценивание, шкалирование, подход.

*Marzhan B. Bazarkhanova*

Povolzhsky Institute of Management named after P. A. Stolypin,  
Saratov, Russia

*Bazarhanova\_82@mail.ru*

Scientific director: *Anton Y. Markelov*  
*markelov-gtbis@yandex.ru*

## OVERVIEW OF METHODS FOR MEASURING SUBJECTIVE ECONOMIC WELL-BEING

**Abstract.** This article provides a brief overview of methods for measuring subjective economic well-being, here they are considered as a person's life position towards their financial situation and status, and also indicate their point of view in the field of life satisfaction and material well-being in general. The specified number of methods is designed to effectively help researchers in determining the current well-being of the family, confidence in economic achievements, economic optimism, etc.

**Keywords:** subjective economic well-being, methods, measurement, evaluation, scaling, approach.

В настоящее время тенденция развития научных и экспериментальных исследований в области экономической психологии требует совершенствования их процедурной, технологической и методической составляющих.

В практике измерений системных по своей природе психологических явлений наиболее остро стоит проблема повышения надежности методов исследования. Субъективное экономическое благополучие (СЭБ) как интегральная оценка человеком качества жизни относится к их числу в сфере экономических явлений.

В последнее время, в силу своей значимости и междисциплинарности, субъективное измерение экономического благополучия как ключевой составляющей качества жизни, представляет собой серьезную проблему, как теоретическую, так и практическую. Здесь есть несколько причин:

- субъективные оценки экономического благополучия являются альтернативой измерениям «счастья», имея при этом очевидные преимущества: при исследовании экономического благополучия существует меньше методических и методологических проблем, чем при традиционных исследованиях счастья и субъективного благополучия;
- понятие СЭБ отражает тесную связь между объективными и субъективными измерениями, что позволяет рассматривать его применение как важный шаг к интеграции усилий экономики и психологии (экономических и психологических переменных) в оценке благополучия человека.
- широкое его использование является важным для науки и весьма востребованным направлением в измерении экономического благополучия [1].

Сегодня в экономической науке сложилось два вспомогательных подхода к оценке экономического благополучия. Долгое время преобладал объективный подход, благодаря которому доход рассматривался в абсолютном исчислении как наиболее адекватный показатель благосостояния (индивидуального или семейного), а национальный доход — как показатель экономического благополучия страны. Благодаря размеру дохода можно охарактеризовать уровень экономического состояния и структуру соответствующих им категорий граждан, степень неравенства в обществе и уровень бедности в целом и т.п. Объективный подход применяется входе

исследований и определении уровня жизни, роста его изменения как внутри, так и на межстрановом уровне. Субъективный подход как еще один вариант объективному формированию благосостояния и благополучия получил популярность в конце XX века, хотя к субъективному оцениванию в качестве источника информации о благосостоянии обратились значительно раньше. Большинство экономистов, признавая теоретическую важность идею субъективных измерений экономического благополучия для исследования и прогноза экономического поведения человека, без особого энтузиазма восприняли мысль о включении науку субъективных измерений в целях изучения различий между гражданами в степени материального благосостояния [2]. Основная причина такого восприятия заключается в том, что наблюдается отсутствие теоретической определенности понятий «субъективного благополучия» и «счастья». Хотя выбирающий новый подход исследователи отстаивают точку зрения, что для субъективных переменных не обязательны их точные научные определения. Наоборот, использование ответов на вопросы не требует четкости в определении содержания понятий благополучия и благосостояния, так как участвующий в опросе определяет это самостоятельно. Основываясь на этом суждении, можно уверенно полагать, что субъективные оценки могут быть использованы в качестве адекватного аналога для измерения благосостояния и благополучия. Оценки материальной или финансовой ситуации в семье, удовлетворенности материальным положением, индивидуальным или семейным доходом стали применяться как полноценные показатели экономического благополучия отдельного индивида, домохозяйств и социума в целом [3].

В настоящее время методология субъективных измерений экономического благополучия и благосостояния является единой. Традиционным способом измерения выступает самоотчет, в котором респондент сообщает о своей удовлетворенности жизнью, частоте приятных или неприятных переживаний. Ключевым этапом в развитии методологии измерений экономического благополучия стало признание большинством ученых — экономистов того факта, что благополучие является субъективным понятием. Здесь приходит понимание того, что людям самим лучше всего судить о собственном благополучии и поэтому субъективные измерения представляются



наиболее подходящими для этой цели, это подтверждает то, что субъективные оценки являются эффективным инструментом для измерения экономического благополучия [1].

Важным доводом в пользу этого мнения является высокая эмпирическая согласованность результатов большого количества исследований, где используются субъективные оценки для измерения индивидуального благосостояния, которое демонстрировало значение и доказывало надежность этих методов. О большом преимуществе использования этих подходов как в рамках анализа экономического благополучия/неблагополучия, так и в оценке «счастья» свидетельствовали сопоставимость результатов субъективных измерений, их адаптируемость и более низкие затраты, а также их значение в психологическом плане. Однако, недостаточное развитие теоретических представлений о его природе и компонентах, а также недостаток надежных методик его оценки является основной проблемой измерения СЭБ. Но разнообразие приемов его измерений все же существует несмотря на то, что эмпирические исследования субъективного экономического благополучия были немногочисленны до наших дней. В качестве стандартных индикаторов субъективного экономического благополучия используются преимущественно удовлетворенность финансовой обеспеченностью, индивидуальным или семейным доходом, материальным или, финансовым положением. В некоторых случаях для измерения экономического неблагополучия широко используется оценка субъективного благополучия или общей удовлетворенностью жизнью. Несмотря на то, что данные оценки представляют собой разные по степени обобщенности и содержанию составляющие СЭБ, в исследованиях они, обычно, анализируются как взаимозаменяемые индикаторы его общего уровня. Как правило, среди методов измерения преобладают основанные на использовании единичных вопросов или шкал простые и прямые техники оценивания.

Одним из наиболее распространенных приемов измерения является непосредственное оценивание (шкалирование) уровня материального (финансового) положения с помощью вертикальных «лестниц» или горизонтальных графических (линий) шкал, градуированных или неградуированных, имеющих разный масштаб. Техника опроса предлагает респонденту отметить на линии определенным знаком позицию, соответствующую его уровню благосостояния. Популярный пример подобной техники оценки представляет методика

«Лестница». Такой прием и его различные варианты широко применялись исследователями различных стран. Обзор исследований, в которых использовалась эта методика, на основе анализа всемирной базы данных в области исследований субъективного благополучия счастья ранее представил Veenhoven. С ее помощью получают интегральную оценку субъективного экономического благополучия, а также отдельных его составляющих, например, субъективного экономического статуса человека. Опросник «Экономическая лестница» (ELQ) — является образцом содержательной направленности измерения. Такой метод предполагает измерение уровня благосостояния по сходной с методикой Кантрила процедуре и формулировкой вопроса: «Представьте лестницу, состоящую из 9 ступеней, где на первой стоят самые бедные люди, а на высшей, девятой — самые богатые, и отметить ступень, на которой Вы находитесь сегодня». Использование данного приема показывает его адекватность измерениям финансового благополучия и согласованность его оценок с другими приемами измерения.

Шкала «Стандарт сравнения» (SLS) — является одинаковой по структуре оценки, но отличается по ее содержанию. Такая методика дает возможность получить оценку общего финансового состояния во временном спектре и сопоставляя результаты измерения, определять критерий (стандарт сравнения) этой оценки. Техника измерения предполагает использование вертикальной шкалы высокой степени градации (от 1 до 100 баллов), где респондент должен указать несколько позиций: собственное материальное положение в прошлом (год назад), настоящем и будущем (через один год), финансовая ситуация для наиболее типичного жителя страны, наилучшее и наихудшее финансовое положение, на которое респондент может только надеяться и которое у него уже было в жизни, а также финансовая ситуация человека одного с респондентом возраста и образования («первого, кто придет в голову»), финансовое положение авторитетного лица («первого, кто придет в голову»).

Визуально-аналоговые шкалы (VAS), представляют собой модифицированные варианты известной и широко применяемой в практике измерений в психологии методики Т. Дембо—С. Рубинштейн, где широко используются приемы оценки материального благосостояния на основе сравнения с условиями жизни окружающих, чаще всего сверстников или родителей. Данная шкала дает возможность

получать наиболее обобщенную оценку. Методически она представляет собой линию, границы которой заданы полярными имущественными категориями населения. Респонденту предлагают поместить себя в то место на шкале благосостояния, на котором он находится в настоящее время согласно его ощущениям. К безусловным преимуществам таких шкал относится их простота, удобство и универсальность, а также возможность сравнения индивидуальных оценок.

Однако измерение удовлетворенности текущей финансовой ситуацией в семье или доходом является наиболее популярным и часто используемым приемом интегральной оценки субъективного экономического благополучия. Подобные вопросы — обычная практика как межстрановых мониторингов, так и отдельных исследований. Техника опроса предполагает шкалирование ответов на основе интервальной шкалы различной степени градации, обычно в сочетании числовой и вербальной форм. Таких техник существует большое количество и такие измерения отличает простота и одномерность.

Для того, чтобы выяснить удовлетворенность финансовым положением применяется метод оценивания, как косвенный прием выделения диапазона субъективной бедности. Ключевая проблема такого подхода — это объяснение его значений с точки зрения финансового благополучия и неблагополучия. Индикатором субъективного экономического благополучия часто выступает оценка финансовой обеспеченности. В этом случае для измерения экономического благополучия используются следующие категории ответов: «трудности с оплатой счетов», «неадекватность финансовых ресурсов для удовлетворения текущих и будущих потребностей», «беспокойство о финансах» и т. п., в том числе учитывающие временной фактор оценки.

Широко известная «Шкала оценки дохода» (IEQ), разработанная в университете Лейдена (Голландия) применяется для получения более полного и реалистичного понимания экономического положения индивида (или домохозяйства), где широко используют субъективные измерения размера дохода из-за невозможности в ряде случаев его прямого оценивания. Здесь используется метод определения размера дохода на основе использования пяти оценочных категорий, фактически соответствующих различным уровням удовлетворенности доходом.

Особенность этой техники в сравнении со шкалами прямой оценки финансовой удовлетворенности носит двоякий характер.

Одно из них заключается в том, что, отвечая на нее, респонденты не склонны преувеличивать собственную неудовлетворенность материальными условиями жизни. Обычно в вопросах удовлетворенности финансовой ситуацией респонденты расположены сознательно ее занижать, показывая тем самым свое общее негативное отношение к существующему положению вещей.

На оценке «минимального дохода» основан другой подход в субъективном оценивании экономического благополучия. Вопрос «Оценка минимального дохода» (MIQ), направленный на фиксацию тонких различий между тем, что респонденты зарабатывают и что они тратят, предполагает следующую формулировку: «В настоящий момент какой наименьший доход (до вычета налогов) необходим для повседневных трат для Вас и Вашей семьи, чтобы ежемесячно сводить концы с концами?» Ученые используют этот прием и другие подобные субъективные измерения для получения обширного и реального представления экономического положения человека или домохозяйства вместо того, чтобы просто спрашивать индивида о его семейном доходе. Данный подход дает возможность объективно измерять доход на основе субъективной черты бедности, которая может быть определена на основании данных ответов.

Таким образом, можно сделать вывод, что проблема исследования экономического благополучия граждан имеет особый смысл для современного общества, испытывающего серьезные изменения и потрясения в связи с всеобщим активным развитием рыночной экономики и изменениям демократических политических институтов. Заметим, что сегодня наука не располагает достаточным знанием об изменениях субъективного экономического благополучия в течение всего периода жизни человека, как в случае с исследованиями общего субъективного благополучия. Небольшой эмпирический опыт доказывает, что определенных временных трендов представить не удалось, поэтому этим определяется особая важность исследования динамики субъективного экономического благополучия и его происхождения.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Хащенко В. А. Субъективное экономическое благополучие и его изменение: построение опросника и его валидизация // Экспериментальная психология. — 2011. — № 1. — С. 106–127.

2. *Diener E., Seligman M. E. P.* Beyond Money: Toward an Economy of Well-Being // *Psychological Science in the Public Interest*. — 2004. — No. 5. — P. 1–31.
3. *Headey B.* An economic model of subjective well-being: Integrating economic and psychological theories // *Social Indicators Research*. — 1993. — Vol. 28. — P. 97–116.
4. *Diener E., Biswas-Diener R.* Will money increase subjective well-being? A literature review and guide to needed research // *Social Indicators Research*. — 2002. — Vol. 57. — P. 119–169.
5. *Углонова Е. А.* Влияние феномена субъективного экономического благополучия на оценку качества жизни: дис. ... канд. психол. наук. — Ярославль, 2003.

*Степан Алексеевич Базин*

СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, Санкт-Петербург, Россия  
sbazin-21@edu.ranepa.ru

Научный руководитель: *Андрей Викторович Янцен*  
yantsen-av@ranepa.ru

## **ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

**Аннотация.** В докладе рассматривается необходимость глобального внедрения конкурентоспособной инфраструктуры передачи информации в государственных и муниципальных учреждениях. Исследуются современные трудности организации внутренней работы и перспективы внедрения полноценной цифровой структуры. Приводится возможное направление реформирования для оптимизации государственного управления, повышения качества оказываемых услуг населению и бизнесу, а также выхода на новый уровень конкурентной административной среды.

**Ключевые слова:** государство, менеджмент, цифровизация, цифровые технологии, передача информации, цифровая инфраструктура, оптимизация, организация, конкуренция, эффективность.

*Stepan A. Bazin*

SZIU RANEPА under the President of the Russian Federation,  
St. Petersburg, Russia  
sbazin-21@edu.ranepa.ru

Scientific supervisor: *Andrey V. Yantsen*  
yantsen-av@ranepa.ru

## **DIGITALIZATION OF THE ECONOMY AS AN OBJECTIVE NECESSITY FOR THE EFFECTIVE FUNCTIONING OF STATE AND MUNICIPAL ADMINISTRATION**

**Abstract.** The report examines the need for the global introduction of a competitive information transmission infrastructure in state and municipal institutions. The modern difficulties of the organization of internal work and the prospects for the introduction of a full-fledged digital structure are investigated. A possible direction of reform is given for optimizing public administration, improving the quality of services

provided to the public and business, as well as reaching a new level of competitive administrative environment.

**Keywords:** Government, management, digitalization, digital technologies, information transfer, digital infrastructure, optimization, organization, competition, efficiency.

В настоящее время наблюдается тенденция к нарастанию конкуренции за технологическое первенство. Именно поэтому вопрос цифровизации становится все более острым, от цифровизации зависит будущее нашего государства. Так называемое соперничество существует уже не только во внешних коммуникациях между государствами, но и во внутренних взаимодействиях между государственными учреждениями, бизнесом и рядовыми гражданами. Из этого исходит вполне логический вывод о том, что для глобального прогресса необходимо структурное изменение подхода к цифровизации, которая не только в будущем, но уже и в настоящем начинает определять места в формирующейся мировой политической и экономической конъюнктуре.

В работе Демидова А. Ю. и Лукашова А. И. «Отдельные подходы к цифровой трансформации государственного управления» можно увидеть интересное предложение по единому цифровому пространству: «С точки зрения широкого понимания государственного управления цифровая трансформация заключается в создании единого государственного цифрового пространства» [3]. При такой, предлагаемой трансформации должен измениться сам принцип осуществления государственных услуг, исполнять многие полномочия государственных органов будут цифровые двойники. Они помогут ускорить процессы взаимодействия между государственными органами и гражданами, сделают процесс простым и универсальным, и самое главное удобным для всех субъектов. Таким образом, переход на отечественное ПО, это не только поддержка отечественного цифрового бизнеса, но и такое важное в наше время обеспечение стабильности и безопасности.

Проводимое исследование направлено на поиск пробелов в отечественной цифровой инфраструктуре, а также выявление эффективной концепции решения данных проблем, способной отвечать различным вызовам государственного управления.

Для проведения исследования необходимо пройти через следующие пункты: исследовать отечественную научную литературу

с целью выявления проблем цифровой трансформации в Российской Федерации; синтезировать полученные данные; обобщить материал.

Перед тем как приступить к исследованию, необходимо выдвинуть следующую гипотезу. Нужно ли алгоритмическое регулирование экономической и юридической сфере?

Важность исследования продиктована тем, что вопрос цифровой трансформации наиболее важен сейчас, в условиях все более нарастающей экономической изоляции России, когда необходимо заняться разработкой своей конкурентноспособной цифровой инфраструктуры, чтобы стране не стать заложницей современной кризисной ситуации. Такая инфраструктура передачи информации должна отвечать новым требованиям и оперативно решать вопросы внутреннего менеджмента.

Приступая к анализу отечественных научно-исследовательских работ, посвященных проблемам и трудностям цифровизации экономики в Российской Федерации, необходимо разобраться с историей термина «цифровая экономика». В работе Озорнина С. Ю. и Терлыги Н. Г. «Проблемы цифровой трансформации предприятий: управленческий аспект» дается представление о появлении и сути данного термина: «Исторический аспект цифровой экономики указывает на тот факт, что данный термин был введен в обращение в 1995 г. Н. Негропonte. Исследователь противопоставил производство традиционных (материальных) товаров и услуг цифровых и указал на преимущество последних, а именно, отсутствие физических критериев, ничтожная материалоемкость, легкая масштабируемость, мгновенное распространение и перемещение результатов деятельности компании» [3]. Так, из данной информации, даётся вывод, что даже во время формирования первичного понимания о цифровой экономике было ясно, что она обладает рядом характерных преимуществ над традиционным способ производства товаров и услуг. Так, получается, что цифровая экономика, это взгляд в сторону несомненного прогресса, которого необходимо достигнуть, ведь обладая всем потенциалом цифровой экономики можно сформировать новое видение рыночного хозяйствования в мире, а также ускорить все административные процессы.

В статье Варвус С. А. четко отмечается необходимость повсеместного внедрения цифровых технологий, так как это будет способствовать развитию демократических институтов: «Деятельность органов



местного самоуправления предполагает непосредственное и обязательное участие населения, исходя из своих интересов, в решении вопросов местного значения» [4]. Именно от грамотного функционирования органов местного самоуправления будет зависеть степень и характер вовлеченности населения в решение вопросов местного значения. От такого взаимодействия могут ожидать исключительно положительные результаты, так как будут выявлены наиболее острые социальные и экономические проблемы населения, параллельно выявлению проблем будут вырабатываться и пути их решения, которые в полной мере будут отвечать требованиям граждан. Всё это может быть благодаря цифровизации процессов управления. Исходя из данной информации делается вывод, что цифровизации носит не только экономический характер, но и политический. Так как она непосредственно влияет на развитие и поддержание институтов гражданского общества, что в свою очередь отвечает современным потребностям любого цивилизованного человека.

Одной из самых наглядных проблем, существующих в государственных и муниципальных органах это наличие аналоговых архивов. Именно они увеличивают процесс поиска информации. Также затягивает процесс человеческий фактор, из-за которого информация может и не найтись. Сейчас XXI век, все процессы ускоряются, порой информация нужна незамедлительно, именно поэтому гражданам, бизнесу и государству необходимы быстрые решения, которые важные архивы не смогут дать.

В работе «Государство как платформа: Люди и технологии» Шклярук М.С. можно увидеть проблему затягивания процесса цифровизации, то какой результат это дало, и то какую перспективную возможность это может дать. «Не так давно из определения образования в вузах было исключено слово «профессиональное»: раньше в вузах получали «высшее профессиональное образование», теперь — «высшее образование» [6]. В статье она сообщает, что на такие изменения было потрачено 200–300 миллиардов рублей. Так как было необходимо преобразовать огромный массив документов. Эти расходы возникли стихийно, но при наличии и использовании электронной базы данных таких расходов можно было бы избежать, или же спрогнозировать их, чтобы на основании расчетов принять наиболее верное управленческое решение.

Нельзя не отметить тот факт, что в будущем будут значительно снижаться расходы на элементарную перепись населения, ведь вся необходимая информация будет уже в базе данных, это оптимизирует процесс и сократит издержки.

Путь цифровизации государственного управления довольно сложный, однако он обладает положительным резонансом. Исходя из данных следующей исследовательской работы Михайленко Н. В. «Цифровое государственное управление», видится очень положительная перспектива: «Положительные результаты перехода правительств в цифровую среду прослеживаются на примере других стран. Например, в Великобритании при таком переходе 30 % правительственных органов, оказывающих государственные услуги, позволило поднять доходы государства на 1,3 млрд фунтов стерлингов; при этом прогнозируемое повышение этого показателя до 50 % позволит увеличить долю дохода до 2,2 млрд фунтов стерлингов» [7].

«Глава учрежденного по постановлению правительства Центра компетенций по импортозамещению в сфере ИКТ (ЦКИТ) Илья Массух, рассказал РБК, что доля российских продуктов среди используемого госкомпаниями софта в среднем составляет 30–35 %» [8]. Если обратиться к директиве правительства от 2018 года, то можно увидеть, что требования там были несколько иными, а именно доля отечественного софта должна была достичь показателя в 50–70 %. К сожалению, поставленные задачи госкомпании не выполнили. В данный момент правительство планирует реагировать на такие результаты введением персональной ответственности руководителям госкомпаний. Из данного интервью, можно извлечь тот факт, что основная проблема заключается с реализацией задач на местах, за что вполне справедливо предусматривается персональная ответственность.

Важно отметить, что на данный момент в России реализуется множество проектов в рамках федеральной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», нацеленных на создание полноценного электронного правительства — государства как платформы. До последних событий главным останавливающим фактором была зависимость нашего государства от иностранного программного обеспечения, что напрямую может угрожать национальной безопасности. В настоящий момент процесс перехода на отечественную цифровую инфраструктуру ускоряется.

Исследуя такой важный технический и стратегический вопрос о необходимой цифровой трансформации, отвечающей на современные вызовы политической и экономической повестки, делаются следующие выводы.

Одним из современных вызовов государственного и муниципального управления является трансформация аналоговой информации в цифровую, что само по себе есть объективная необходимость в выполнении национального проекта по цифровизации.

Проведя анализ всей информации, даётся предположение, что цифровизация в региональные и местные органах, может прийти только при системно организованной централизованной поддержке. Обусловлено это тем, что результат необходимо достигнуть сразу по всей территории, иначе получится полноценный цифровой хаос, в котором ещё будет нужно разобраться. Регионы и муниципалитеты в отдельности не способны справиться с этой задачей самостоятельно, по крайней мере, результат будет везде разным, и соответственно будет достигнут в разные сроки, что отрицательно влияет на эффективность.

Цифровизация решит многие вечные проблемы государственного сектора, некоторые операции можно будет полностью доверить искусственному интеллекту, что поможет решить еще и проблему бюрократических издержек. С приходом запланированного объема цифровизации изменится сама парадигма государственного менеджмента, и в первую очередь это будет заметно во взаимоотношениях государства и граждан G2C (government to citizen), деловая коммуникация государства и бизнеса G2B (government to business) станет более простой и быстрой, а результаты работы государственных учреждений G2G (government to government), станут более оптимизированными и открытыми, что поможет снизить уровень коррупции. Так, государство сможет выйти на новый уровень конкурентной административной среды.

Таким образом, выдвинутая гипотеза подтверждается, и алгоритмическое регулирование первично необходимо для экономической и юридической сферы, так как они являются определяющими в государственной работе.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Постановление Правительства РФ от 02.03.2019 N 234 (ред. от 21.08.2020) «О системе управления реализацией национальной программы “Цифровая экономика Российской Федерации”» (вместе с «Положением о системе управления реализацией национальной программы “Цифровая экономика Российской Федерации”»).
2. Демидов А. Ю., Лукашов А. И. Отдельные подходы к цифровой трансформации государственного управления // Государственная служба. — 2021. — № 1 (129). — С. 28–34.
3. Озорнин С. Ю., Терлыга Н. Г. Проблемы цифровой трансформации предприятий: управленческий аспект // Евразийский союз ученых. — 2020. — № 4–7 (73). — С. 49–59
4. Варвус С. А. Возможности цифровой экономики в муниципальном управлении // Самоуправление. — 2019. — № 3 (16). — С. 80–83.
5. Государство как платформа: Люди и технологии / под ред. М. С. Шклярук. — М.: РАНХиГС, 2019. — 111 с.
6. Буров В. В., Петров М. В., Шклярук М. С., Шаров А. В. «Государство-как-платформа»: подход к реализации высокотехнологичной системы государственного управления // Государственная служба. — 2018. — № 3. — С. 6–17.
7. Михайленко Н. В. Цифровое государственное управление // Государственная служба и кадры. — 2020. — № 2. — С. 171–175.
8. Импортозамещение программ отстало от программы (27.12.2021). URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2021/12/28/61c21e289a79479e8562641b> (дата обращения: 24.03.2022).

*Ирина Сергеевна Беляева*

Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк, Россия  
belayevairina37@gmail.com

Научный руководитель: *Ольга Вячеславовна Широкова*  
shirokova-ov@mail.ru

## ЭТИКА ДАННЫХ В ЭПОХУ РАЗВИТИЯ ИТ ТЕХНОЛОГИЙ И ГЛОБАЛЬНОЙ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

**Аннотация.** В статье рассматривается роль цифровизации в процессах преобразования социально-экономической системы, выделяются составляющие цифровой трансформации. Определяется, что наряду с поразительными возможностями, которые предоставляет цифровизация, она же подводит человечество к весьма сложному этическому выбору, связанным с использованием массивов данных и цифровым контролем над жизнью человека посредством сбора и анализа этих данных.

**Ключевые слова:** этика данных, цифровая этика, цифровизация, цифровая трансформация

*Irina S. Beliaeva*

Lipetsk Branch of the Financial University, Lipetsk, Russia  
belayevairina37@gmail.com

Scientific director: *Olga V. Shirokova*  
shirokova-ov@mail.ru

## DATA ETHICS IN THE ERA OF IT DEVELOPMENT AND GLOBAL DIGITAL TRANSFORMATION

**Abstract.** The article examines the role of digitalization in the processes of transformation of the socio-economic system, highlights the components of digital transformation. It is determined that along with the amazing opportunities that digitalization provides, it also brings humanity to a very difficult ethical choice related to the use of data arrays and digital control over human life through the collection and analysis of this data.

**Keywords:** data ethics, digital ethics, digitalization, digital transformation

Цифровая трансформация всей социально-экономической системы, происходящая в настоящее время, кардинально меняет все сложившиеся за долгие годы представления о процессах, текущем мире и мире будущем.

Понимая в самом общем виде под цифровой трансформацией «качественные изменения в бизнес-процессах или способах осуществления экономической деятельности (бизнес-моделях) в результате внедрения цифровых технологий, приводящие к значительным социально-экономическим эффектам» [4], следует отметить, что однозначной трактовки этого явления в настоящее время не существует.

Цифровая трансформация представляет собой комплексный многофакторный процесс, охватывающий самые разные направления и включающий составляющие, представленные на рисунке 1.

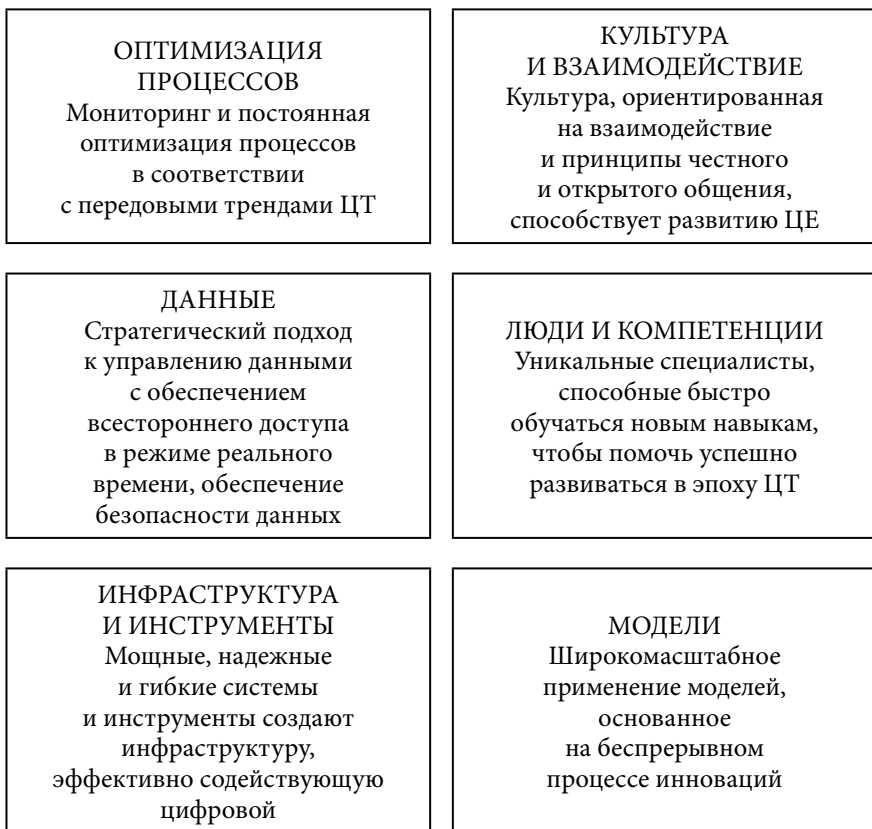


Рис. 1. Составляющие цифровой трансформации [4]

Цифровая трансформация выступает в качестве драйвера роста экономики, благодаря возможностям, которые предоставляет использование IT технологий и следующее за этим формирование в компаниях цифровых бизнес-моделей, что создает основу для сохранения конкурентоспособности в долгосрочном периоде.

Рост эффективности государственного и корпоративного управления, а также эффективности бизнеса в целом и повышения рентабельности обеспечивается за счет сквозного внедрения технологий во всех операционных процессах, а также значительного сокращения издержек при оптимизации процессов, оптимизации потоков, использования имеющейся инфраструктуры и архитектуры систем компании.

В то же время наряду с поразительными возможностями, которые предоставляет цифровизация она же подводит человечество к весьма сложным этическим выборам. Цифровая этика, как и правовые вопросы, связанные с управлением основанным на данных и цифровыми технологиями в целом, в данный момент только формируется.

Важность формирования цифровой этики обусловлена в первую очередь аспектами связанными со следующими составляющими цифровой трансформации и технологий:

- цифровые данные;
- искусственный интеллект;
- интернет вещей.

Также мы должны понимать, что пандемия COVID-19 помогла нам обнаружить риски скороспелых цифровых решений, дала понять, что необходимо уже на этапе архитектуры цифрового решения и стратегии закладывать в него функциональность, связанную с обеспечением приватности, информационной безопасности, цифровой этики, цифровой инклюзии.

Помимо этого, сложные этические проблемы могут возникать и в связи с применением IT технологий в любых сферах жизнедеятельности. В этой связи формируются некие универсальные этические риски, такие как:

- обеспечение оптимального соотношения понятия приватность и использования персональных данных;
- использование данных пользователей, в том числе и персональных данных, для обеспечения интересов компании (так называемый капитализм слежки);

- риски использования массивов данных с точки зрения формирования некой цифровой диктатуры.

На формирующемся рынке данных основным поставщиком «сырья» являются физические лица, ведь именно их данные тщательным образом собираются, накапливаются, затем проходят процедуры обработки, а в дальнейшем становятся весьма ценным товаром. Ведь именно полученные от непосредственных потребителей и потенциальных клиентов данные составляют ценность для компаний и являются весьма востребованными.

Существует несколько подходов к пониманию этики использования данных. «В основе европейской концепции регулирования использования персональных данных лежит идея о недопущении избыточного контроля над частной жизнью человека со стороны государственных институтов или со стороны корпораций» [2, 45].

Напротив, американская модель предполагает большую доступность данных во благо свободы бизнеса и безопасности, что в свою очередь привело к появлению компаний, анализирующих массивы данных.

К характеристике китайской модели можно отнести полное главенство интересов партии и государства над отдельными гражданами, что проявляется в подходах государства к использованию массивов данных в самых различных проявлениях.

Таким образом, определение дозволенных границ использования данных, то есть этичного доступа к информации о человеке является ключевым вопросом, который касается как самих субъектов этих данных, так и всех прочих участников процесса использования данных: компаний, государства, а также различных институтов. Причем по мере увеличения объема данных потребность в определенном этическом консенсусе возрастает, ведь их использование может нести не только положительные, но и негативные последствия. Поэтому нашей стране необходим процесс открытого общественного обсуждения и разработки национальных подходов к этике использования данных в самых различных аспектах формирующейся в настоящее время цифровой экономики.



## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Зайченко И. М., Горшечникова П. Д., Лёвина А. И., Дубгорн А. С.* Цифровая трансформация бизнеса: подходы и определение // Экономика и экологический менеджмент. — 2020. — № 2. — С. 205–211.
2. Этика и «цифра» — коротко о главном. Робот-врач, робот-учитель, робот-полицейский: социальные риски и отраслевые этические вызовы: аналитическая записка к тому 1 доклада «Этика и “цифра”: этические проблемы цифровых технологий». — М.: РАНХиГС, 2020. — 45 с.
3. Этика и «цифра» — коротко о главном. Робот-врач, робот-учитель, робот-полицейский: социальные риски и отраслевые этические вызовы: аналитическая записка к тому 2 доклада «Этика и “цифра”: этические проблемы цифровых технологий». — М.: РАНХиГС, 2020. — 35 с.
4. Цифровая трансформация. Изменения экономики и социальной сферы под влиянием технологий [Электронный ресурс]. — URL: <https://iq.hse.ru/news/465484100.html>

*Юлия Сергеевна Босакевич*

Омский филиал Финуниверситета, Омск, Россия  
ybosakevich@bk.ru

Научный руководитель: *Александр Владимирович Селюк*  
sibir1581@mail.ru

## **МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ И БИЗНЕСА**

**Аннотация.** Данная статья посвящена исследованию возможных методов повышения эффективности функционирования системы взаимодействий государственных органов и бизнеса. Рассмотрение оптимальных вариантов в совершенствовании отношений между государственными структурами и предпринимательством.

**Ключевые слова:** оценка эффективности, государственные органы, бизнес, предпринимательство, результативность.

*Yulia S. Bosakevich*

Omsk Branch of the University of Finance, Omsk, Russia  
ybosakevich@bk.ru

Scientific director: *Alexander V. Selyuk*  
sibir1581@mail.ru

## **METHODS OF IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE SYSTEM OF INTERACTION BETWEEN GOVERNMENT AGENCIES AND BUSINESS**

**Abstract.** This article is devoted to the study of possible methods for improving the efficiency of the system of interactions between government agencies and business. Consideration of optimal options in improving relations between government agencies and entrepreneurship.

**Keywords:** efficiency assessment, government agencies, business, entrepreneurship, effectiveness.

Взаимодействие органов власти и бизнеса всегда было одним из приоритетных направлений по развитию страны в целом, это не так сложно заметить, так как с каждым годом предпринимательская

деятельность играет большую роль. Развитие партнерских отношений между двумя этими участниками оказывает сильное влияние на все сферы жизни общества.

В последнее время идет активная работа по устранению барьеров, которые мешают оптимизации взаимодействия между госорганами и властью. По мнению эксперта и большинства участников рынка системе взаимоотношения, которая существует сейчас нужна реорганизация и толчок, которые повысят ее эффективность.

В процессе сотрудничества всегда есть итог, которые является положительным или отрицательным. Для определения оценки результативности совместной деятельности далее будет предложена методика, которая поможет это сделать.

Во-первых, необходимо понять, как именно будет осуществляться взаимодействие государства и бизнеса. В ходе анализа нужно выявить, какие соглашения приносят более высокие результаты, также в приоритете остаются совместные форумы и обсуждения. В свою очередь нельзя не отметить тот факт, что применение административного ресурса, является наименее эффективным инструментом [1, с. 15].

Далее стоит выяснить количество заключенных соглашений между органами власти и бизнесменами и количество совместных мероприятий. Таким образом, если таковые мероприятия не осуществлялись или были в малом количестве, то взаимодействие будет оценено как недостаточно удовлетворительное. Выявление процента проведенных мероприятий полезно для исследования, по средствам такого анализа можно выяснить уровень заинтересованности каждой из сторон и наиболее активного инициатора [3, с. 216].

Следующим этапом идет определение объема средств, что направлены бизнесменами на выполнение проекта. Также необходимо выявить сколько средств из общей суммы уйдет именно в благотворительность. Таким способом можно выяснить насколько предприниматели заинтересованы и готовы проявлять инициативу в программах имеющих социальную значимость.

В случае если данный показатель равен ста процентам, можно сделать вывод, что модель замещает бюджет, если же показатель стремится к нулю, то можно прийти к заключению о том, что в социальной сфере представители бизнеса осуществляют исключительно свои инициативы.

Не менее важным критерием является количество программ и проектов, имеющих общественное значение. Более того стоит отметить, что во внимание принимаются проекты, которые реализуются в рамках ГЧП. Соответственно, чем больше данных программ и проектов, тем выше уровень сотрудничества.

Нельзя не отметить, что для подведения итогов сотрудничества сначала необходимо определить этап реализации проекта. Рекомендуется провести анализ и дать совокупную оценку действиям бизнесменов и органов власти.

Таким образом, такая методика несет в себе цель определения результативности работы двух сторон при реализации различных программ и проектов.

Однако, как и везде в этой сфере можно найти проблемы, например как узнать потребности различных групп людей, которые включены в орбиту организации. То есть в таком случае актуально обозначить тех, с чьим мнением нужно считаться в обязательном порядке. Каждая из организаций прислушивается и не игнорирует требования к своей активности, они устанавливаются властными органами и в свою очередь регулируют предпринимательскую деятельность.

Например, к таким инструментам можно отнести налоговые сборы или НПА об антимонопольной деятельности. При всем этом, у власти существуют ресурсы, которое могут сильно заинтересовать представителей бизнеса, сюда можно отнести следующее: денежные средства, для создания и осуществления проекта; участки земли с ценными ресурсами; предоставление преимуществ в налоговой сфере; преимущества в инвестиционной сфере; предоставление гарантий при получении кредитов [2, с.9].

Идеал заключается в успешном развитии и оказанию пользы для общества, а это следует из того, что чем выше требования власти, тем более желаемые условия будут у предпринимателей.

Наша власть является зависимой от бизнеса, это объясняется следующим. В настоящее время в сфере экономики происходит много изменений, и органы власти в существующих условиях заинтересованы в бизнесе, а это очень важно и играет большую роль для предпринимательства.

На данный момент ВВП страны зависит от актива предпринимательства, таким образом, бизнесмены играют роль стейкхолдера

в отношении к органам власти, то есть у них имеются возможности оказания влияния.

Необходимо понимать образовавшуюся цепочку, представители предпринимательства влияют на вторую сторону не только внешнеэкономически. Можно привести пример, допустим организации пытаются уйти от уплаты налоговых сборов в условиях жесткой налоговой политики в стране, или же другой пример, у предпринимателей часто возникают трудности при получении различных лицензий. В таких ситуациях предприятие закрывается или начинает вести теневую деятельность, и при таком развитии событий происходит упадок экономики в масштабах целой страны [4, с. 286].

Если говорить другими словами, представителям бизнеса не следует быть стейкхолдерами в отношении к власти, но принимать во внимание интересы бизнесменов необходимо.

Что касается органов власти, то их интерес заключается не только в сборе налогов, но и в предоставлении рабочих мест и совместном осуществлении проектов и программ, которые несут пользу обществу.

Таким образом, для успешного сотрудничества рекомендуется определять потребности всех сторон. У бизнеса и властных органов своей предмет отношений — это общность отношений в управленческой и социально-экономической сфере.

В сотрудничестве описываемых в данной работе сторон однозначно прослеживается обоюдная заинтересованность в развитии отношений и повышении качества сотрудничества. Сами же отношения имеют право реализовываться в различных формах, главным остается их оптимизация в целях повышения эффективности.

Но имеют место быть различные противоречия, которые возникают по объективным причинам. Как уже было отмечено выше представители предпринимательства часто могут скрывать свои доходы и обходить налоговые обязательства, вследствие этого появляется нелегальная деятельность, которая полностью обходит закон, и в таком случае государственные органы усиливают репрессивные меры.

Для решения возникшей проблемы необходимо выполнить определенный ряд шагов. Сначала нужно уменьшить функции госвласти направленные на избыточное регулирование. Необходимо провести оптимизацию функций власти и делегировать некоторые предприятиям, находящимся на саморегулировании. То есть оптимальным

вариантом будет применение регулирования на гибкой основе [5, с. 179].

Очевидным остается то, что в работе органов госвласти требуется проведение изменений, которые окажут положительное влияние и усовершенствуют деятельность в целом. Также важно чтобы работа госорганов контролировалась общественностью. Стоит отметить, что по мнению экспертов, предпринимательство тоже должно осуществлять данный контроль.

Таким образом, сращивая власть и контроль, мы получаем симбиоз госорганов и предпринимателей, то есть они взаимно проникают друг в друга.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Асриянц К.Г.* Принципы и формы взаимодействия бизнеса с органами государственной власти на современном этапе // РППЭ. — 2018. — № 8 (94). — С. 15. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsiyu-i-formy-vzaimodeystviya-biznesa-s-organami-gosudarstvennoy-vlasti-na-sovremennom-etape>
2. *Гаджиев Н.Г., Коноваленко С.А., Трофимов М.Н.* Создание и развитие новых форм взаимодействия государства и бизнеса // РППЭ. — 2019. — № 11 (109). — С. 9. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozdanie-i-razvitie-novyh-form-vzaimodeystviya-gosudarstva-i-biznesa>
3. *Ибрагимов Г.Н. оглы, Адова И.Б.* Принципы взаимодействия бизнеса с внешними заинтересованными сторонами // Лидерство и менеджмент. — 2019. — Т. 6, № 3. — С. 216.
4. *Ляхова М.В.* Взаимодействие власти и бизнеса, проблема коррупции // Вестник науки. — 2019. — № 6 (15). — С. 286. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimodeystvie-vlasti-i-biznesa-problema-korruptsii>
5. *Попенко А.В., Слинко А.А.* Современные модели взаимодействия бизнеса и власти в России // РСЭУ. — 2018. — № 1 (40). — С. 179. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-modeli-vzaimodeystviya-biznesa-i-vlasti-v-rossii>

*Дмитрий Александрович Горбачев*

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия  
gorba4ev.dmitry2017@yandex.ru

Научный руководитель: *Наталья Владимировна Дмитриева*  
dmitrievanv@yandex.ru

## ОШИБКИ И ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОПРОДУКТОВ

**Аннотация.** В статье предпринята попытка систематизации и научного обоснования ошибок и проблем продвижения инфопродуктов с точки зрения специфики рынка инфопродуктов. Перечисленные ошибки совершают сами авторы инфопродуктов, а обозначенные проблемы рынка инфопродуктов нужно учитывать всем, кто надеется на долгую и честную работу на данном рынке.

**Ключевые слова:** инфопродукты, рынок, специфика, ошибки, проблемы, продвижение.

*Dmitry A. Gorbachev*

Kemerovo State University, Kemerovo, Russia  
gorba4ev.dmitry2017@yandex.ru

Scientific director: *Natalia V. Dmitrieva*  
dmitrievanv@yandex.ru

## MISTAKES AND PROBLEMS OF INFORMATION PRODUCTS PROMOTION

**Abstract.** The article attempts to systematize and scientifically substantiate the mistakes and problems of promoting information products from the point of view of the specifics of the information products market. The authors of information products themselves make the listed mistakes, and everyone who hopes for a long and honest work in this market should take the identified problems of the information products market into account.

**Keywords:** information products, market, specifics, mistakes, problems, promotion.

Сейчас, когда технологии развиваются с каждым годом всё быстрее и быстрее, пользоваться интернетом становится проще и доступнее. Это подтверждают статистические данные — в отчётах Global Digital за 2022 год идёт речь о появлении 410 млн. новых поль-

зователей в сравнении с данными за январь 2021 г., а их общее количество превысило 5 млрд человек [1]. Темпы роста рынка инфопродуктов прямо пропорциональны темпам развития интернета. Низкие барьеры входа, слабое государственное регулирование, быстрые деньги и высокая рентабельность только за 2020–2022 годы способствовали входу тысяч новых игроков и наполнению рынка тысячами тысяч инфопродуктов.

Инфопродукт — это информационный товар, содержащий в себе очень хорошо структурированную и востребованную у конкретной целевой аудитории информацию, ценные знания, умения и навыки, упакованный в удобную для потенциальных клиентов форму и помогающий решить одну или несколько задач покупателя [2].

Существует большое множество типов инфопродуктов: конспект, запись живого мероприятия, шаблон, чек-лист, инструкция, майндмэп (диаграмма связей), закрытый канал в соц.сети, рабочая тетрадь, гайд, инфографика, методическое пособие, статья, воркшоп, игра, аудит (независимая оценка чего-либо), веб-сайт, мембершип (сайт с платным доступом), книга, аудиокнига, подкаст, семинар, вебинар, автовебинар, видеоуроки, мастер-класс, марафон, интенсив, обучающий курс, коучинг, мастер-группа, тренинг, мастермайд [3]. Опираясь на знание и специфику рынка инфопродуктов, можно легко заметить, что рынок функционирует в пределах рыночных отношений и имеет субъектов, которые производят инфопродукты и субъектов, которые их потребляют.

Из-за того, что рынок инфопродуктов является рынком высокой конкуренции, но находится в большей своей части в онлайн-среде, государству тяжело его регулировать. Если раньше любой в считанные сроки с правильным подходом мог заработать быстрые деньги и окупить затраты, сейчас большую роль в продвижении играет наличие полного набора инструментов, которые позволят бизнесу выделиться из большого количества конкурентов, привлечь потенциальных потребителей, повысить уровень лояльности клиентов, а также увеличить узнаваемость и размер прибыли.

Несмотря на высокую степень конкуренции и достаточно активное развитие рынка, многие инфопродукты не получают должного внимания потребителей, так как их создатели допускают ряд ошибок, приводящих к проблемам в сфере продвижения. Выделим основные из этих ошибок и проблем.



1. Слабое понимание конкурентов и целевой аудитории [5]. У каждого инфопродукта есть своя целевая аудитория, представление о которой эксперт должен иметь максимально полное представление: понимание потребностей, описанные сегменты, подробный портрет потребителя, отвечающий на вопросы — какого он пола, где проживает, сколько лет, какой у него доход, зачем ему инфопродукт, какие у него желания, боли, страхи, цели. Также, полезно будет обратиться к создателям похожих инфопродуктов и посмотреть, как они ведут продажи, на чем делают акцент в продвижении, как общаются с аудиторией.

2. Трансляция идей, а не мыслей и конкретных решений проблем потребителей [9]. Разница между идеей и мыслью фатальная. Из первого состоит мир, второе вытекает из первого. Идея реализуется, обрастает материей и обретает форму, а мысль описывает идею с точки зрения конкретного человека, которые пытается выразить понимание идеи, которая в него внедрилась. Идея привлекает клиентов, мысль — единомышленников. Человек не может создавать идеи, он может только улавливать, осознать, воплощать, транслировать их и с помощью мыслей, речи и слов описывать.

3. Низкий уровень «упаковки» и подачи. Любой инфопродукт должен быть грамотно «упакован» либо на отдельном сайте, лэндинге, либо на отдельной странице или сообществе [7]. Под упаковкой подразумевается предоставление в одном месте информации об авторе продукта, о самом продукте и его преимуществах, о покупателе с учетом его потребностей и проблем, отзывы и кейсы учеников, стоимость, формы оплаты. Грамотно «упакованный» инфопродукт вызывает доверие покупателей и собирает клиентскую базу на будущее.

4. Слабый уровень экспертности автора [8]. Перед тем, как начинать продвигать инфопродукт, эксперт должен продумать чему лично он может научить людей, чем он можете быть полезен, в какой области он разбирается. Необходимо регулярно наполнять страницы, где упакован инфопродукт, контентом, подтверждающую экспертность, вовлекающую и развлекающую аудиторию.

5. Отсутствие стратегии и тактики продвижения. Отсутствие документа, который четко фиксирует цель продвижения, каналы и средства ее достижения и на долгосрочном, и на краткосрочном отрезки пути может стать фатальным фактором, которые не позволит получить то, ради чего всё начиналось.

6. Отсутствие «прогревов» — предварительной работы с целевой аудиторией. Людям нужно время, чтобы осознать, что инфопродукт им действительно нужен. Для этого их необходимо подготовить, подогреть интерес, сделать несколько публикаций, раскрывающих важность темы, выпустить опрос, заставляющий задуматься о «боли» аудитории, опубликовать анонс запуска продукта.

7. Отсутствие или недостаточная привлекательность лид-магнита [10]. Лид-магнит — это бесплатный продукт, который подталкивает потенциального клиента сделать полезное для эксперта действие: подписаться, оставить отзыв, контактные данные. Также лид-магнит повышает лояльность аудитории, показывает экспертность автора, поднимает интерес, закрывает какую-то часть потребности и подталкивает к покупке последующих инфопродуктов. Чем качественнее лид-магнит, тем больше шансов, что потребитель обратится за платными продуктами.

8. Отсутствие или низкий уровень лояльности аудитории [6]. Лояльность — это позитивное отношение к бренду, готовность повторно покупать продукцию и рекомендовать ее друзьям и знакомым. На рынке инфопродуктов из-за высокой конкуренции борьба за повышения лояльности должна вестись ежедневно. Бонусы, скидки, акции, подарки, конкурсы работают, пока конкуренты не предложат нечто большее и ценное. Чтобы аудитория оставалась с экспертом несмотря не на что, нужна эмоциональная связь.

9. «Инфоцыганство» — общая проблема рынка инфопродуктов. Легкость входа на данный рынок привела к появлению большого числа полумошеннических и мошеннических схем обогащения, вплоть до появления нового, но ставшего популярного в короткий срок термина — «инфоцыгане». Под инфоцыганами понимаются люди, которые продают инфопродукты не несущие никакой реальной ценности. Инфоцыгане опасны, они, оперируя на свои знания о трендах и тенденциях, опираясь на свои навыки публичного выступления и ораторского мастерства, собираясь в коллективы и создавая отдельные организации, учат всему подряд и используя манипуляционные практики, наживаются на людях [4].

Детальное изучения и описание текущих проблем на рынке инфопродуктов позволит в будущем более эффективно заниматься вопросами грамотного и эффективного продвижения на рынке и разработать новую модель продвижения.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Вся статистика интернета и соцсетей на 2022 год — цифры и тренды из отчёта Global Digital 2022. — URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2022-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 07.04.2022).
2. Горбачев Д. А., Дмитриева Н. В. Проблема современной терминологии в сфере определения инфопродуктов // Инновации в управлении региональным и отраслевым развитием: материалы Национальной с международным участием научно-практической конференции (Тюмень, 26 ноября 2021 года) / отв. ред. В. В. Пленкина. — Тюмень: ТИУ, 2022. — С. 64–67.
3. Горбачев Д. А. Проблемы классификации инфопродуктов // Актуальные проблемы и перспективы развития инновационной экономики и управления: сб. научных статей. Калининград, 28 апреля 2022 года. — Калининград: Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта, 2022. — С. 15–19.
4. Горбачев Д. А. Решающие факторы продвижения на рынке инфопродуктов // Маркетинг в современных реалиях: сб. научных статей. Кемерово, 28 апреля 2022 года. — Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2022. — С. 32–35.
5. Инфобизнес — как заработать на продаже информации. — URL: <https://martrending.ru/smm/infobiznes-v-instagram> (дата обращения: 07.04.2022).
6. Как повысить лояльность аудитории и выстроить с ней теплые отношения. — URL: <https://blog.webartex.ru/kak-povysit-loyalnost-auditorii/> (дата обращения: 07.04.2022).
7. Как продавать инфопродукт и где это лучше сделать. — URL: <https://blog.calltouch.ru/gde-prodat-infoprodukty-podborka-servisov/> (дата обращения: 07.04.2022).
8. Как продавать инфопродукты в инстаграм. — URL: <https://dmitryprovotorov.com/infoprodukty-v-instagram-kak-prodat-infoprodukty-v-instagram/> (дата обращения: 07.04.2022).
9. Как продвигать инфобизнес в соцсетях: стратегии, воронки, аналитика. — URL: <https://vc.ru/marketing/288120-kak-prodvigat-infobiznes-v-socsetyah-strategii-voronki-analitika> (дата обращения: 07.04.2022).
10. Эффективное решение проблем продвижения. — URL: <https://noomarketing.net/problems-prodvizheniya> (дата обращения: 07.04.2022).

*Мария Владимировна Давыдова,  
Ксения Сергеевна Плотникова*

Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия  
masha.davydova.02@list.ru; na-plotnikova@mail.ru  
Научный руководитель: *Мария Андреевна Гурьева*  
gurevama@tyuiu.ru

## **ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ИНТЕЛЛЕКТ: НЕОБХОДИМЫЙ ЭЛЕМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА XXI СТОЛЕТИЯ**

**Аннотация.** Рассматриваются основные возможности использования и приращения экологического интеллекта как фактора формирования интеллектуального капитала нашего столетия, необходимого для достижения устойчивого роста и конкурентноспособного развития в современной индустриальной экономике. Авторами даны определения понятий: «Интеллектуальный капитал», «Человеческий капитал», «Экологический интеллект». Составлен собирательный экологический портрет образа личности современного россиянина.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, циркулярная экономика, шеринговая экономика, экологический интеллект, человеческий капитал, интеллектуальный капитал, мягкие навыки.

*Maria V. Davydova, Ksenia S. Plotnikova*

Tyumen Industrial University, Tyumen, Russia  
masha.davydova.02@list.ru; na-plotnikova@mail.ru  
Scientific director: *Maria A. Gureva*  
gurevama@tyuiu.ru

## **ENVIRONMENTAL INTELLIGENCE: A NECESSARY ELEMENT FOR FORMING HUMAN CAPITAL IN THE XXI CENTURY**

**Annotation.** The main possibilities of using and increasing ecological intelligence as a factor in the formation of the intellectual capital of our century, which is necessary to achieve sustainable growth and competitive development in the modern industrial economy, are considered. The authors give definitions of the concepts: "Intellectual capital", "Human capital", "Environmental intelligence". A collective ecological portrait of the personality image of a modern Russian has been compiled.

**Keywords:** sustainable development, circular economy, sharing economy, environmental intelligence, human capital, intellectual capital, soft skills.

Представления современного общества о формате повседневной жизни, способах ведения бизнеса кардинально отличаются от эпохи XX столетия. Параметры социальной ответственности, вопросы сохранения экологического наследия, развития человеческого капитала и его составных частей и пр. более не выполняют исключительно «канцелярскую функцию», а становятся предопределяющими для успешного бизнеса настоящего.

Ключевые вопросы устойчивого развития, так называемые ЦУР [9], включают в себя ряд аспектов, напрямую связанных с разнообразными сферами человеческого капитала. Он однозначно расценивается как движущая сила инновационного развития, что признано на высочайшем научном уровне — исследования Нобелевских лауреатов по экономике 2018 г., 2019 г. и 2021 г. этому подтверждение [4].

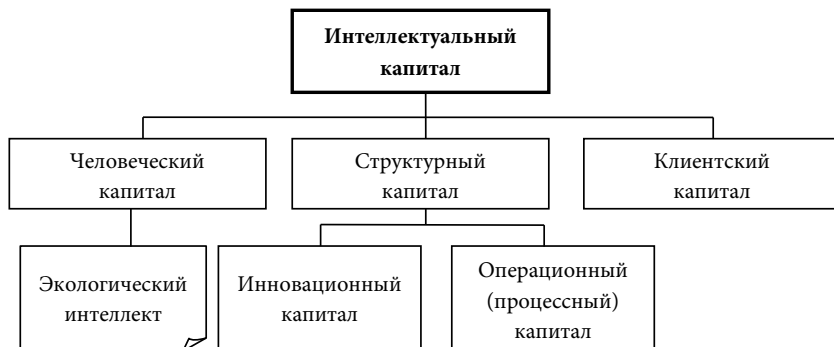
Сегодня общество исчерпало возможности традиционных экономических систем и не способно обеспечить качественный глобальный рост цивилизации, что, в свою очередь, предопределяет не только треки научного поиска, но и трансформацию взглядов в обществе на потребительском уровне [6, 8].

Стоит отметить, что наиболее широким из рассматриваемых понятий является интеллектуальный капитал, который воспринимается как генерация полученного образования, квалификационного уровня, профессионального мастерства, результатов интеллектуальной деятельности, знаний и т. д. работников, используемых для устойчивого развития предприятия и максимизации его прибыли.

Человеческий капитал понимается как составная часть интеллектуального капитала, представляющая собой суммарный объем имеющихся у индивида общественно полезных знаний, умений, навыков.

На наш взгляд, эффективное развитие сотрудников в эпоху XXI столетия невозможно без приобретения ими надпрофессионального навыка, именуемого как «Экологическое мышление» [1]. Следовательно, предлагается дополнить классическое представление об интеллектуальном капитале следующей структурой (рис. 1):

Экологический интеллект — это неотъемлемый элемент эффективного человеческого капитала современности, понятие, интегрирующие в себе экологическую грамотность, культуру потребления и производства, концепт мировоззрения, характеризующее общий уровень развития экологического мышления индивида.



**Рисунок 1.** Структура интеллектуального капитала (дополнено авторами на основе источника [5])

Экологический интеллект представляет собой совокупность общемировых правил и норм экологичного поведения индивидов и социально ответственных способов ведения бизнеса. Это особое мировоззрение, направленное на представление целостной картины мира через эволюционное развитие экосистем. Новому поколению молодежи предстоит ответственно принимать управленческие решения, выстраивать реальность будущего, опираясь на новый формат экологического мышления. В настоящее время уже большинство компаний испытывают острую потребность в привлечении экологически грамотного управленческого ресурса, способного развивать компании в рамках индикаторов ESG [10].

Проведенные в 2020–2021 гг. авторами исследования [2, 3, 7] позволили сформировать некоторое представление об экологическом портрете общества в целом и, в частности, описать уровень развития экологического интеллекта сотрудников нефтегазовых компаний.

Собирательный экологический портрет образа личности современного россиянина представлен на рис. 2.

Наиболее рациональным способом развития экологического интеллекта, на наш взгляд, является непрерывное самообразование на протяжении всей жизни. Особый интерес в этой связи вызывают многочисленные онлайн платформы, например, такие как: «Открытое образование», «Лекториум», «Культура.РФ», «Stepik» и др. Размещенные на них бесплатные для пользователей курсы по разнообразным экологическим тематикам (от простых до сложных и с различных точек



Экологическое мышление и сознание россиян находятся под влиянием новейших концепций устойчивого развития.

\*\*\*

Совокупный объем накапливаемого познания остается на сравнительно невысоком уровне.

\*\*\*

Приобретенное знание носит ненаучный характер, а информационный.

\*\*\*

Отсутствует системное предоставление о циркулярной экономике.

\*\*\*

Высокая степень заинтересованности в расширении своих представлений.

\*\*\*

Имеются практические навыки в эко-бытовом поведении.



Экономика шеринга пока недостаточно распространенное понятие среди россиян.

\*\*\*

Происходит постепенное освоение нового образа жизни, когда предпочтительнее не копить, а получать функционал и впечатления здесь и сейчас. Большинство пользовались услугами шеринга один раз и более.

\*\*\*

Развитие секторов шеринговой экономики (шеринг спортивного инвентаря, book-crossing, дрессшеринг, фудшеринг, велошеринг, кикшеринг, каршеринг, коворкинг, шеринг модной одежды, аксессуаров, продажа экопродуктов, сдача упаковок на переработку, проведение акций по сбору вторсырья и др.) имеет положительную динамику роста.

\*\*\*

Маловероятно, что шеринговая экономика вытеснит классическое владение, но подавляющее большинство поддерживает идею развития шеринга в России.



Концепт экологического образования / мышления является неотъемлемой частью интеллектуального капитала в части развития soft skills персонала компаний отрасли ТЭК в условиях формирования 6 технологического уклада, цифровой экономики в условиях VUCA-мира.

\*\*\*

Опорным направлением для дальнейшего наращивания интеллектуального потенциала сотрудников компаний отрасли ТЭК выступает развитие экологического интеллекта через широту экологического кругозора.

\*\*\*

Высокая степень гибкости мышления и ярко выраженная готовность респондентов к дальнейшему обучению и расширению своих экологических знаний.

**Рисунок 2.** Собираемый экологический портрет образа личности современного россиянина (составлено авторами)

зрения) позволят развить экологическое мышление, углубить экологическую культуру, прирастить экологический интеллект.

Экологический интеллект сегодня выступает необходимым элементом формирования человеческого капитала XXI столетия. Правильное использование новых приобретенных знаний позволит ускорить переход экономической системы к новому технологическому укладу цивилизации, осуществить поиск новых способов ведения бизнеса и создания добавленной стоимости на основе синергетического эффекта, обеспечить устойчивое развитие общества и стабильное будущее для поколений.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Атлас новых профессий 3.0. / под ред. Д. Варламовой, Д. Судакова. — М.: Альпина ПРО, 2021. — URL: [https://atlas100.ru/upload/pdf\\_files/atlas.pdf](https://atlas100.ru/upload/pdf_files/atlas.pdf) (дата обращения: 30.03.2022).
2. Гурьева М. А., Бутко В. В. Исследование общественного мнения о познании ключевых аспектов устойчивого развития и циркулярной экономики // Экономика, предпринимательство и право. — 2020. — Т. 10, № 7. — С. 1901–1920.
3. Давыдова М. В., Плотникова К. С., Гурьева М. А. Шеринговая экономика: взгляд общества миллиалов // Устойчивое развитие предприятий, стран и регионов: материалы международной научно-практической конференции / отв. ред. Е. А. Корякина. — Тюмень: ТИУ, 2021. — С. 223–229.
4. Лауреаты Нобелевской премии по экономике. — URL: [http://nlr.ru/lawcenter\\_rnb/RA1373/laureati-nob-premii](http://nlr.ru/lawcenter_rnb/RA1373/laureati-nob-premii) (дата обращения: 30.03.2022).
5. Муртазин А. С. Структура интеллектуального капитала // Международный экономический форум. — 2010 — URL: [http://www.rusnauka.com/19\\_DSN\\_2010/Economics/69921.doc.htm](http://www.rusnauka.com/19_DSN_2010/Economics/69921.doc.htm) (дата обращения: 13.05.2021).
6. Гурьева М. А. Описание и развитие теоретико-методического концепта циркулярной экономики: монография. — Тюмень: ТИУ, 2021. — 166 с.
7. Тарасова О. В., Гурьева М. А. Развитие экологического мышления сотрудников российских нефтегазовых компаний в рамках компетенции soft skills // Лидерство и менеджмент. — 2021. — Т. 8, № 4. — С. 521–538.
8. Гурьева М. А. Теоретические основы «зеленой» экономики. — Тюмень: ТИУ, 2019. — 193 с.
9. Цели в области устойчивого развития. — URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/> (дата обращения: 30.03.2022).
10. Экологическое мышление: как жить в гармонии с природой и другими людьми. — URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5f5a78859a7947a539ff1941> (дата обращения: 30.03.2022).



Рубен Ашотович Зироян

Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк, Россия,  
rub-2003@mail.ru

Научный руководитель: *Ольга Вячеславовна Широкова*  
shirokova-ov@mail.ru

## МИРОВОЙ ОПЫТ ПРАКТИК ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

**Аннотация.** В статье рассмотрены теории предпринимательства и их применение в современном мире. Необходимо ли знание данных теорий? Какую пользу они несут? Именно на эти вопросы и даются ответы в статье.

**Ключевые слова:** предпринимательство, бизнес, теория, рынок, экономический рост, система, факторы.

*Ruben A. Ziroyan*

Lipetsk Branch of the University of Finance, Lipetsk, Russia,  
rub-2003@mail.ru

Scientific director: *Olga V. Shirokova*  
shirokova-ov@mail.ru

## WORLD EXPERIENCE OF ENTREPRENEURSHIP PRACTICES

**Annotation.** The article discusses the theories of entrepreneurship and their application in the modern world. Is knowledge of these theories necessary? What benefits do they bring? These are questions that are answered in the article.

**Keywords:** entrepreneurship, business, theory, market, economic growth, system, factors.

«Предпринимательство — это процесс запуска или улучшения бизнеса с конечной целью получения прибыли. Впервые экономическое определение слова «предприниматель» появилось во Всеобщем словаре коммерции, изданном в Париже в 1723 г., где под ним понимался человек, берущий на себя обязательство по производству или строительству объекта» [5].

Предпринимательство часто связано с большим риском и неопределенностью, но это также возможность преодолеть проблемы и управлять несколькими аспектами бизнес-операции, начиная от маркетинга и бухгалтерского учета, заканчивая логистикой и так

далее. Предприниматели контролируют многие аспекты ведения бизнеса.

Конечно, предпринимательство не легко. «По статистике 90 % стартапов терпят неудачу. Несмотря на это, предпринимательство остается чрезвычайно заманчивым карьерным путем. Как и многие виды деятельности с высоким риском, оно часто привлекает людей, которые рассматривают риски как захватывающий вызов, а не отказ от ответственности» [2].

И хотя риск может быть велик, таковы и награды — предпринимательство является одной из самых творческих и полезных форм бизнеса. Некоторые из самых известных людей во всем мире — известные предприниматели, например, Билл Гейтс, Уолт Дисней, Джоан Роулинг, Стив Джобс.

Однако различные теоретические предположения о предпринимательстве фокусируются на трех основных аспектах предпринимательства. Эти три аспекта — природа возможностей, природа предпринимателей и природа рамок принятия решений, в которых функционирует предприниматель. Эти три аспекта порождают логические, последовательные теории предпринимательства, которые будут рассмотрены в данной статье.

По мнению Чепуренко, «теория предпринимательства — бурно развивающееся за рубежом направление междисциплинарных исследований. В этой области уже сложились основная тематика, методологические подходы, сформировались важнейшие площадки, на которых идет интенсивный обмен результатами исследований» [1].

Теория № 1. Теория инноваций.

Эта теория была выдвинута Й. А. Шумпетером. Согласно Шумпетеру, предприниматель — это новатор, а новатор — это тот, кто создает и вводит новые комбинации, применяемые на практике.

Новая комбинированная теория охватывает пять случаев: введение нового товара, введение нового метода производства, открытие нового рынка, завоевание нового источника поставок сырья или полуфабрикатов, проведение новой организации какой-либо отрасли (такой как создание монопольного положения или разрушение монопольного положения).

В шумпетерианской теории главной темой является инновация. Автор проводит различие между новатором и изобретателем. По его словам, изобретатель открывает новые методы и новые материалы.

С помощью этих новых комбинаций он производит новые и лучшие товары, которые приносят удовлетворение, а также прибыль.

В процессе экономического развития предпринимателям отводится решающая роль для эффективного поддержания темпов роста. Развитие требует базовых изменений, и предприниматели проводят необходимые изменения. Таким образом, развитие предпринимательства приносит экономическое развитие.

«Концепция предпринимательства Шумпетера довольно широка. Предпринимательство включает в себя не только независимых бизнесменов, но и руководителей и менеджеров, которые фактически выполняют инновационные функции» [3].

Теория № 2. Теория необходимости достижения.

Эта теория была разработана Дэвидом К. Макклелландом. Он занимался экономическим ростом и факторами, которые на него влияют. Так он старается найти внутренние факторы, то есть мотивы и ценности, побуждающие людей использовать свои возможности и благоприятные условия торговли. Автор говорит о большой ценности инновационных характеристик. Поэтому предпринимателя волнует именно потребность в достижении целей.

Этот мотив достижения направляет действия предпринимателя. Поэтому нужно развивать данные качества среди индивидов, чтобы обеспечить высокий масштаб экономического развития. На практике мотив достижения прививается через практику воспитания детей, которая подчеркивает стандарты превосходства, материального тепла, уверенности в себе и обучения.

По словам Макклелланда, люди с высокой потребностью в достижении не будут мотивированы денежными стимулами, но денежное вознаграждение станет для них символом достижения. Точно так же они также не заинтересованы в социальном признании или престиже, но их конечная цель – личные достижения.

Исследования психологических корней предпринимательства показывают, что ориентация на высокие достижения обеспечивает успех предпринимателей. Но эмпирические инструменты концепции, используемые Макклелландом, оказываются весьма подозрительными, и возникает вопрос, сколько людей, которые, как считается, имеют высокие *n*-достижения, могли бы преуспеть в их практическом использовании в современных развивающихся странах, если бы их не подкрепляли другие усиливающие обстоятельства.

### Теория № 3. Теория снятия статуса.

Э.Хаген предпринял попытку сформулировать теорию социальных изменений. Теория социальных изменений объясняет, что, когда члены некоторых социальных групп чувствуют, что их ценности и статус не уважаются обществом, они обращаются к инновациям, чтобы получить уважение общества. Эта теория предусматривает, что класс, потерявший свой прежний престиж, или группа меньшинств, как правило, проявляют агрессивный предпринимательский драйв.

Хаген постулирует четыре типа событий, которые могут привести к снятию статуса:

1. Вытеснение традиционной элитной группы из ее прежнего статуса другой традиционной группой с помощью физической силы.
2. Очернение ценностей, символов через некоторое изменение отношения высшей группы.
3. Несоответствие статического символа изменяющемуся распределению экономической власти.
4. Непринятие ожидаемого статуса миграции в новое общество.

Хаген высказал мнение, что креативные изменения, инновации — основная черта экономического роста. Он описывает предпринимателя как творческого стрелка, который интересуется вещами в практической и технологической сфере. В традиционных обществах властные должности предоставляются на основе статуса, а не индивидуальных способностей. Вот почему Хаген визуализировал инновационную личность.

Есть четыре ответа, которые оценивают личность:

1. Ретритист — тот, кто совмещает работу в обществе, однако остается равнодушным к своему положению.
2. Ритуалист — тот, кто принимает своего рода защитное поведение и действует способами, принятыми и одобренными в обществе, но без надежды улучшить свое положение.
3. Реформист — тот, кто разжигает восстание и пытается создать новое общество.
4. Инноватор — творческая личность, которая, вероятно, будет предпринимателем.

«Теория предполагает только то, что люди, которые пользовались социальным положением на каком-то этапе своей истории, впадают

в особое состояние и с желанием вернуть этот утраченный статус становятся предпринимательской личностью. Теория также предполагает долгосрочную перспективу роста предпринимательства около трех — пяти поколений для возникновения предпринимательства» [3].

Теория № 4. Теория социальных изменений.

Именно Макс Вебер первым занял позицию, что предпринимательский рост зависит от этической системы ценностей соответствующего общества. Центральная фигура веберовской теории социальных изменений заключается в его трактовке протестантской этики и духа капитализма. Кроме того, эта теория дает анализ религии и ее влияния на предпринимательскую культуру.

Макс Вебер полагал, что дух быстрого промышленного роста зависит от рационализированной технологии, приобретения денег и их рационального использования для производительности и приумножения денег. Эти элементы промышленного роста зависят от специфической ценностной ориентации индивидов — тенденции приобретения и рационального отношения к действию, которые порождаются этическими ценностями.

Вебер проанализировал свою теоретическую формулировку по соотношению, которое он нашел между протестантской этикой и духом капитализма. Он обнаружил, что его тезис верен и в отношении других общин, например, индуистской, джайнской и иудейской. Он считал, что протестанты быстро прогрессировали в привлечении капитализма, потому что их этическая система ценностей обеспечивала им рациональное экономическое отношение, в то время как евреи и джайны не смогли развить промышленный капитализм из-за их ценности 'Париха' (ограничение на любые контакты с другими общинами). Согласно этой теории, движущая предпринимательская энергия генерируется принятием экзогенно поставляемых религиозных верований. Именно эти убеждения вызывают интенсивное напряжение в профессиональных преследованиях, систематическое упорядочение средств для достижения целей и накопление активов.

Таким образом, в веберовской системе мотивирующая сила предпринимательской деятельности обеспечивается кальвинистской этикой независимо от культурного фона, типа личности индивида и социальной среды, в которой он живет.

### Теория № 5. Теория социального поведения.

«Кункель представляет поведенческую модель предпринимательства. Предложение предпринимателей является функцией социальной, политической и экономической структуры. Поведенческая модель, связанная с открыто выраженной деятельностью индивидов и их отношениями к предыдущему и настоящему окружению, социальным структурам и физическим условиям» [3].

Согласно Кункелю, люди выполняют различные виды деятельности, некоторые из которых принимаются обществом, а другие — нет. Принятые вознаграждаются. Вознаграждение действует как усиливающий стимул, увеличивая вероятность повторения этой модели поведения. Эта модель социального поведения является предпринимательским поведением. Предложение предпринимательства зависит от четырех структур, найденных в обществе: структура ограничений, структура спроса, структура возможностей, структура рабочей силы.

Теория предполагает идеальные структуры снабжения предпринимателей. Однако существует несоответствие между структурами, целями и фактической заболеваемостью предпринимателей. На практике же предпринимательство регулируется конкретными комбинациями обстоятельств, обычно недоступными в окружающей среде.

### Теория № 6. Теория лидерства.

Согласно Хозелицу, «предпринимательство — это функция управленческих навыков и лидерства. Бизнес также требует финансов, но это имеет второстепенное значение. Далее он объясняет, что человек, который должен стать промышленным предпринимателем, должен иметь больше, чем стремление получать прибыль и накапливать богатство» [3].

В этом процессе он должен показать свою способность руководить и управлять. В бизнесе, как правило, существует три типа лидерства — торговые ростовщики, менеджеры и предприниматели. На практике ростовщики ориентированы на рынок, а менеджеры — на власть. Но предприниматели имеют в дополнение к этому производственную ориентацию.

Торговые кредиторы имеют дело с товарами/услугами, которые в целом приемлемы для всех. Однако предприниматель создает свой собственный товар, и его приемлемость неопределенна. Таким образом, предприниматель принимает на себя больший риск по сравнению с трейдером или ростовщиком.

В этом контексте важно отметить, что получение прибыли недостаточно для успеха в предпринимательстве. Хозелиц высказал мнение, что предпринимательство может развиваться в обществе, где его культура допускает широкий выбор и где социальные процессы не являются жесткими. Социальные условия должны обеспечивать развитие предпринимательски-ориентированных личностей.

Хозелиц выделил значение культурно маргинальных групп, таких как евреи и греки в средневековой Европе, ливанцы в Западной Африке, китайцы в Южной Азии.

Применяя работу Стоунквиста и Парка, Хозелиц сформулировал гипотезу о том, что маргинальные люди особенно подходят для того, чтобы творчески приспособляться к общественным переменам. В ходе этого процесса адаптации они также способны развивать истинные инновации в обществе.

Теория № 7. Теория модельной личности.

Теория Кокарна — это социологическая теория предпринимательского предложения. Автор подчеркивает культурные ценности, ролевые ожидания и социальные санкции в качестве ключевых элементов, определяющих предложение предпринимателей. По его мнению, предприниматель не является ни сверхнормальным индивидом, ни девиантной личностью, а представляет собой образцовую личность общества.

На его эффективность влияют три фактора:

1. Его собственное отношение к своей профессии.
2. Ролевые ожидания санкционирующих групп и
3. Операционные требования работы. В этом контексте ценности общества являются наиболее важным детерминантом установок и ролевых ожиданий.

Теория имеет дело только с социальными факторами. Прибыль является наиболее важным фактором, побуждающим предпринимателя к рискованному поведению. Даже потребность в достижении начинается с процесса получения прибыли. Это подразумевается в процессе достижения. Кроме того, предполагается, что предприниматель также возьмет на себя управленческие функции. Но теория не включает в себя все эти требования.

Таким образом, исходя из вышеперечисленных теорий, можно сделать вывод, что предпринимательство является междисциплинарной областью. Фактически предпринимательством управляет че-

ловеческий фактор, живущий в постоянно меняющемся обществе, преследующий одновременно экономические, социальные и психологические цели. Если теория предпринимательства не вплетена в социологическое, культурное, психологическое, политическое и управленческое волокно, она не может стимулировать экономический рост. Именно поэтому необходимы знания теорий. С их помощью, предприниматель может по ситуации принимать решения, благоприятствующие организации.

«Старое понятие “предпринимательство” в последнее время получило, таким образом, новое содержание. В современном мире предприниматель — это человек, способный понять перспективу и потребности рынка и сочетать это понимание со знаниями в области управления производством и использованием производственных ресурсов в расчете на получение дохода» [4].

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Современные классики теории предпринимательства. Лауреаты Международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса (1996–2010) [Текст] / пер. с англ. под науч. ред. А. Ю. Чепуренко; предисл. и послесл. А. Ю. Чепуренко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Науч.-учеб. лаб. исследований предпринимательства. — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018 — 526 с.
2. Полное руководство по предпринимательству [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://blog.hubspot.com/sales/entrepreneurship>
3. Теории предпринимательства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.economicdiscussion.net/entrepreneurship/theories-of-entrepreneurship/31823>
4. Технологии предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://moodle.kstu.ru/mod/book/view.php?id=18370>
5. Эволюция теории предпринимательства [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://economy-ru.com/nachinayuschim-predprinimatelstvam\\_1036/evolyutsiya-teorii-predprinimatelstva-80465.html](https://economy-ru.com/nachinayuschim-predprinimatelstvam_1036/evolyutsiya-teorii-predprinimatelstva-80465.html)



*Ольга Александровна Зябликова*

Пензенский филиал Финуниверситета, Пенза, Россия  
has18068881@rambler.ru

## ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

**Аннотация.** Последние несколько лет тема человеческого капитала все чаще упоминается как ключевая составляющая не только экономического развития, но и государственных преобразований России. В статье обосновывается идея о том, что человеческий капитал является фундаментальным стратегическим ресурсом, основой экономического развития региона, страны в целом. С практической точки зрения показаны возможности и необходимость отражения процессов использования человеческого капитала при разработке и реализации стратегии долгосрочного социально-экономического развития как на уровне страны, так и на уровне регионов. Методологическая основа проведенного исследования включает такие инструменты, как: анализ статистических данных, анализ источников, метод сравнения, метод индукции и другие.

**Ключевые слова:** человеческий капитал, региональное развитие, государственное экономическое развитие, инвестиции, образование, человекоцентричный подход управления.

*Olga A. Zyablikova*

Penza branch of the Financial University, Penza, Russia  
has18068881@rambler.ru

## PUBLIC ADMINISTRATION AND HUMAN CAPITAL

**Abstract.** Over the past few years, the topic of human capital has been increasingly mentioned as a key component not only of economic development, but also of state reforms in Russia. The article substantiates the idea that human capital is a fundamental strategic resource, the basis for the economic development of the region, the country as a whole. From a practical point of view, the possibilities and necessity of reflecting the processes of using human capital in the development and implementation of a strategy for long-term socio-economic development both at the country level and at the regional level are shown. The methodological basis of the study includes such tools as: analysis of statistical data, analysis of sources, comparison method, induction method, and others.

**Keywords:** human capital, regional development, state economic development, investments, education, human-centered management approach.

В настоящее время страны все больше конкурируют между собой по размеру человеческого капитала и моделям его управления. Качество государственного управления способствует развитию и сбережению человеческого капитала и соответственно кадрового потенциала общества, а человеческий капитал в значительной мере обуславливает качество государственного управления [1].

Инвестиции в человеческий капитал приобретают все большую важность по мере того, как под воздействием стремительного технического прогресса меняется характер труда. Как отмечается в Докладе о мировом развитии за 2019 год «Изменение характера труда», на рынке труда все больше ценятся работники с более высоким уровнем человеческого капитала, особенно с развитыми когнитивными и социально-поведенческими навыками. Так, например, во Вьетнаме работники, способные выполнять не связанные с рутинным трудом аналитические задачи, зарабатывают почти на 25 процентов больше, чем те, кто этого не умеет.

Человеческий капитал является одной из важнейших движущих сил устойчивого экономического роста и сокращения бедности. Страны зачастую не вкладывают достаточных средств в человеческий капитал и, тем самым, теряют возможность обеспечить прочную взаимосвязь между физическим и человеческим капиталом, с одной стороны, и экономическим ростом и сокращением бедности — с другой. Учитывая риски для стабильности и процветания, которые создает этот дефицит инвестиций, Группа Всемирного банка приступила к реализации Проекта развития человеческого капитала (ПРЧК). В проекте особо подчеркивается значимость последовательного руководства и координации на всех уровнях власти, в том числе решения таких сложных проблем, как ненадлежащие или неэффективные расходы, проблемы в сфере управления и предоставления услуг, демографическая динамика, нестабильность и конфликты, а также проблемы в области инфраструктуры.

В рамках проекта создается страновая сеть развития человеческого капитала для содействия взаимодействию между государствами, уделяющими приоритетное внимание проблемам человеческого капитала, и передачи экспертных знаний и опыта туда, где они нужнее всего. По состоянию на январь 2022 года 79 стран с различным уровнем дохода разрабатывают при поддержке Группы Всемирного банка стратегические подходы, которые позволят им радикальным

образом улучшить результаты в области развития человеческого капитала.

Согласно первому изданию Индекса человеческого капитала (ИЧК), опубликованному Группой Всемирного банка в октябре 2018 года и обновленному в 2021 году, производительность почти 60 % родившихся сегодня детей составит, в лучшем случае, половину от той, которой они могли бы достичь при наличии полного образования и полноценного здоровья. Это свидетельствует о глубоком кризисе в сфере человеческого капитала и может серьезно отразиться на экономическом росте и способности мирового сообщества сообща покончить к 2030 году с крайней бедностью [4].

По данным 2021 года индекс человеческого капитала в России составил 68 %, что позволило стране оказаться на 41-м месте в одноименном рейтинге Всемирного банка. На первых местах рейтинга находятся Сингапур (88 %), Гонконг (81 %) и Япония (80 %). Также в первую десятку входят Южная Корея, Канада, Финляндия, Швеция и Макао (по 80 %), Ирландия и Нидерланды (79 %). На последних местах рейтинга — Центральноафриканская Республика (29 %), Чад (30 %) и Южный Судан (31 %). Россия находится в верхней четверти рейтинга наравне с такими странами, как Люксембург (69 %), Венгрия, Сербия (по 68 %), и Арабскими Эмиратами (67 %).

Индекс человеческого капитала по странам мира представлен в таблице.

Таблица 1

**Выдержка из рейтинга стран мира по индексу человеческого развития [2]**

Рейтинг	Страна	ИЧР
1	Сингапур	0,88
2	Гонконг	0,81
3	Япония	0,8
4	Южная Корея	0,8
5	Канада	0,8
....		
172	Южный Судан	0,31
173	Чад	0,3
174	ЦАР	0,29

Для регионов конечный эффект от инвестиций в человеческий капитал выражается в увеличении конкурентоспособности региональной экономики, росте валового регионального продукта и неуклонном повышении уровня жизни населения на территориях. В настоящее время государственное управление придерживается политики наращивания инвестиций как ключевого фактора увеличения ВВП. Однако, наличие ограниченности финансовых ресурсов в регионах повышает актуальность проблемы их оптимального распределения по направлениям вложений средств.

Для того чтобы помочь правительственным командам выстроить приоритеты в своей деятельности вокруг умножения человеческого капитала, необходимо проводить анализ сильных и слабых сторон каждой территории по четырем ключевым параметрам, которые включают в себя различные аспекты жизни человека и являются взаимосвязанными — это культура, природа, хозяйство и образование. Под культурой понимается совокупность ценностей и мировоззренческих установок населения конкретной территории, которые определяют поведение людей. Параметр культуры тесно связан с природными факторами региона, и оба эти параметра являются базовыми для анализа конкретной территории, так как изменить их практически невозможно в периоде жизни одного человека, но они способны существенно повлиять на любые инициативы власти во всех сферах жизни. Поэтому мудрость региональных правительств состоит в том, чтобы глубоко осознать культурные и природные особенности своего региона и использовать их гигантскую мощь для блага жителей.

Хозяйство и образование являются производными параметрами, которые также сильно взаимосвязаны и которыми, в противовес культуре и природе, довольно легко управлять, однако эффективность такого управления может быть очень разной. Самый легко изменяемый параметр — это хозяйство. Стоит открыть в регионе какое-то новое предприятие, как сразу экономические показатели начинают идти вверх. Но эффект этих изменений очень нестойкий и неоднозначный, так как если предприятие наносит урон экологии, то здоровье жителей постепенно начинает снижаться, территория становится неблагоприятной для жизни, а если предприятие закроется, то произойдет немедленный обратный эффект падения экономических показателей. В противовес этому изменения в системе образования не дадут немедленных изменений в экономике, а напротив, лягут тяжким бре-

менем на бюджет региона. Но через десять лет последовательных действий можно ожидать резкого повышения производительности труда и технологичности производств. Причем этот эффект будет довольно устойчивый и окажет влияние еще на десятилетия вперед.

Но несмотря на то, что человекоцентричный подход управления на государственном уровне трудно логически оспорить, в частных беседах чиновники регионального и федерального уровня, а также руководители различных организаций, работающих по госзаказу, неоднократно высказывали скептический взгляд на возможность его реального воплощения в жизнь. В качестве ключевых контраргументов наиболее часто звучат следующие:

1. Пятилетний срок нахождения губернатора у власти не позволяет ставить сложные долгосрочные цели, требующие многогранного системного подхода, — так устойчивые результаты будут видны лишь в более продолжительном периоде времени. Умножение человеческого капитала является как раз такой целью.
2. Близость к Москве или наличие скоростного транспортного сообщения с Москвой не дает возможности регионам в ареале столицы даже удерживать численность населения на стабильном уровне, не говоря уже о том, чтобы ставить задачи его прирастить.

Разберем все эти контраргументы и покажем, как можно преодолевать описанные барьеры.

1. Близость и доступность Москвы.

Московский регион, будучи административным центром и крупнейшим городом страны, на территории которого живет почти девять процентов всего населения России (данные Росстата, 2021), обладает многократно большими возможностями по сравнению с любым регионом с точки зрения получения хорошего высшего образования, поиска высокооплачиваемой работы. С увеличением населения расширяется бизнес, возникают новые рабочие места, а значит, растут потребности города в новых работниках. Конкурируя за таланты, компании повышают заработную плату, с уровнем которой не могут соревноваться близлежащие регионы, что вызывает отток населения из них в Москву.

Однако, некоторые мудрые регионы используют это соседство себе на благо, активно развивая производства, в чьей продукции Мо-

сква сильно нуждается, а значит, появляются новые рабочие места и возможности предлагать достойную зарплату. При этом экология и природные условия в этих регионах значительно более благоприятные для проживания человека. Уровень стресса среди населения значительно более низкий за счет совокупности ряда факторов, что, безусловно, является веским аргументом для тех жителей, которые попробовали жить в Москве и получили возможность сравнить прелюбимущества и недостатки жизни в столице со своим родным городом.

Конечно, самым мощным фактором, влияющим на миграцию населения, является наличие в регионе рабочих мест и востребованность специалистов того или иного профиля с определенным уровнем образования. Здесь немаловажную роль играет региональная система специального и высшего образования, которая должна быть синхронизирована с развитием хозяйственной деятельности региона и актуальными потребностями в кадрах предприятий, работающих на данной территории. Но вместе с тем развитие цифровизации и популярности удаленных мест работы в стране и в мире позволяет людям в ряде специальностей быть востребованными вне зависимости от места своего постоянного проживания.

2. Пятилетний срок планирования не позволяет ставить цели, достижение которых займет гораздо больше времени.

Целеполагание, связанное с умножением человеческого капитала, имеет долгосрочный характер и никак не укладывается в пятилетний срок. Кроме того, оценка деятельности региональных правительств происходит на ежегодной основе, а существующие популярные рейтинги регионов заточены в первую очередь на экономические показатели. Единственный рейтинг, который в некоторой степени может считаться человекоцентричным, — это рейтинг по качеству жизни РИА-Рейтинг. Однако среди 11 показателей, по которым он рассчитывается, лишь три (демография, уровень здоровья и образования) непосредственно связаны с людьми, и, следовательно, их влияние на итоговый результат региона растворяется в экономических и инфраструктурных показателях. Таким образом, разрабатывая стратегические планы развития регионов, региональные правительства отдают предпочтение так называемым быстрым победам, которые могут быть позитивно отражены в официальной отчетности и повлиять на восхождение региона в рейтингах. При этом цель устойчивого умножения человеческого капитала, не являясь предметом фокусного

внимания, требует комплексного системного подхода и не может быть достигнута за пять лет, а потому является крайне невыгодной для губернаторов.

Однако, если отвлечься от сроков избрания губернаторов и формальной отчетности и сосредоточиться на основной задаче государственного управления, то без целеполагания минимум на 20 лет вперед невозможно и краткосрочное пятилетнее планирование. Каждый новый губернатор может вносить корректировки и уточнения в стратегический план развития своего региона, но при этом он должен держать в фокусе основные цели [3].

Очевидно, что политические и экономические изменения в стране и в мире вносят свои коррективы в тот путь, который избирают региональные власти для развития территорий. Возникновение новых технологий, трансформация производств, переход на новые энергоносители — все это неизбежно воздействует на экономику регионов, и сила этого воздействия во многом зависит от структур их хозяйственной деятельности. Но приоритетность человеческого капитала не зависит от этих изменений и позволяет вносить коррективы в стратегию, обеспечивая преемственность и устойчивое развитие.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Гонин Д. В. Человеческий капитал как инструмент государственного управления в сфере повышения конкурентоспособности региональной экономики: теоретические аспекты // Управленческое консультирование. — 2016. — № 12. С. 108–117.
2. Индекс развития человеческого капитала [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://nonews.co/directory/lists/countries/human-capital> (дата обращения: 11.04.2022).
3. О человеческом капитале [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.pnp.ru/economics/o-chelovecheskom-kapitale.html> (дата обращения: 11.04.2022).
4. Проект развития человеческого капитала: Часто задаваемые вопросы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/publication/human-capital/brief/the-human-capital-project-frequently-asked-questions-1> (дата обращения: 11.04.2022).

*Наталья Вячеславовна Казак*

Санкт-Петербургский филиал Финуниверситета, Санкт-Петербург, Россия  
kazaktatik@mail.ru

Научный руководитель: *Любовь Викторовна Ачба*  
lvachba@fa.ru

## **СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

**Аннотация.** Данная статья посвящена социальной защите семей с детьми, выявлению проблем и разработке путей совершенствования.

**Ключевые слова:** социальная политика, социальная защита, семьи с детьми.

*Natalia V. Kazak*

St. Petersburg Branch of the Financial University, St. Petersburg, Russia  
kazaktatik@mail.ru

Scientific director: *Liubov V. Achba*  
lvachba@fa.ru

## **SOCIAL PROTECTION OF FAMILIES WITH CHILDREN: PROBLEMS AND DIRECTIONS FOR IMPROVEMENT**

**Abstract.** This article is devoted to the social protection of families with children, identifying problems and developing ways to improve.

**Keywords:** social policy, social protection, families with children.

Российская Федерация является социальным государством, цель которого создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека. Семья — это фундаментальная основа любого общества. Для поддержки семей с детьми проводится социальная политика, и в разрезе данной политики одну из ключевых ролей играет социальная защита.

Социальная защита — меры социальной поддержки граждан в денежной и натуральной форме, в виде услуг и льгот, направленные на обеспечение гарантированных условий нормальной жизнедеятельности.



Исходя из этого, можно сделать вывод, что понятие «социальная защита» одновременно рассматривается как:

1. Меры для обеспечения материальных условий жизнедеятельности для удовлетворения потребностей.
2. Меры по защите прав человека, его личности и достоинства.
3. Система нормативно-правовых актов, направленных на формирование условий для социальной защиты отдельной личности и всего населения в целом.

Сущность социальной защиты семей, имеющих детей, можно рассмотреть по-разному. Во-первых, это может быть политика, которая направлена на решение демографических проблем. Во-вторых, это может быть финансовое обеспечение таких семей. В-третьих, это может быть предоставление различных форм помощи всем видам семей.

Несмотря на адресную поддержку и большое разнообразие пособий для разных категорий семей (пособие по беременности и родам, по уходу за ребёнком, материнский капитал и иные), коэффициент рождаемости с каждым годом снижается (табл. 1).

Таблица 1

**Коэффициент рождаемости в России 2016–2020 гг. [6]**

Год	Коэффициент рождаемости
2016	1,76
2017	1,62
2018	1,58
2019	1,50
2020	1,49

По данным таблицы видно, что с 2016 года коэффициент рождаемости неуклонно сокращается. Сокращение рождаемости может быть связано с рядом проблем:

1. Определение понятия «многодетная семья». В соответствии с Указом Президента РФ от 5 мая 1992 года № 431 «О мерах по социальной поддержке многодетных семей» у регионов есть право самостоятельно определять критерии семей, которых можно считать многодетными, что ведёт к установлению раз-

- личных мер и дополнительных мер поддержки в разных регионах [3].
2. Небольшой размер ежемесячного пособия на ребенка, установленного Федеральным законом от 19.05.1995 № 81-ФЗ «О государственных пособиях гражданам, имеющим детей» [1].
  3. Дисбаланс социальной и экономической функций государства. Федеральным законом «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей» от 29.12.2006 № 256-ФЗ (последняя редакция) предусмотрен материнский (семейный) капитал для повышения благосостояния семей с детьми. Но средства могут быть направлены лишь на неширокий круг нужд (образование детей, улучшение жилищных условий, формирование накопительной части трудовой пенсии матери и т. д.), что приводит к затруднению использования капитала [2].
  4. На региональном уровне существует проблематика назначения и выплаты ежемесячного пособия на детей. Так, например, Социальный кодекс Санкт-Петербурга предусматривает ежемесячное пособие на ребенка в возрасте от 7 лет до 16 лет либо до окончания образовательного учреждения, реализующего образовательные программы начального общего, основного общего, среднего общего образования, но не старше 18 лет. [4] Диссонанс заключается в том, что не все дети, обучающиеся после 9 класса в колледже, получают стипендию.
  5. Недостаточное информирование семей с детьми о пособиях и мерах социальной поддержки, которые они могут получать, и отсутствие проактивного информирования их о возникновении права о возможности получения мер социальной защиты.
  6. Проблема цифровизации. Невозможность получения всех услуг по предоставлению пособий в электронной форме, и необходимость гражданам нести большой пакет документов для предоставления услуг. По данным, предоставленным на апрель 2021 года Счётной палатой РФ, 20 % малоимущих граждан не получают никаких социальных выплат. По данным опросов граждане жалуются на трудоёмкость получения льгот и выплат, а также на неудовлетворённость качества получаемых социальных услуг.

7. Проблема неактуальности данных в информационных базах. Решение о предоставлении мер поддержки в цифровом формате полностью зависит от полноты и правильности заполнения информационные базы органов власти. Часто сведения о гражданах, содержащиеся в них, либо устарели, либо не соответствуют реальности. Поэтому в случае отказа от получения социальной помощи заявителю не всегда понятен механизм обратной связи.

Проанализировав вышеуказанные проблемы, можно предложить следующие пути решения:

1. Необходимо установить общее понятие многодетной семьи, так как от этого зависят расходы бюджетов. Установление для многодетных семей, воспитывающих трех и более детей, единых по всей стране льгот и мер поддержки. Важно определить единый подход к мерам социальной поддержки. Для этого лучший опыт должен быть обобщен и определены самые востребованные и эффективные решения.
2. Необходимо расширение потребностей, на которые можно тратить маткапитал. Предлагается разрешить семьям с детьми-инвалидами направлять средства маткапитала на покупку отечественных автомобилей.
3. Необходимо рассмотреть возможность проведения предварительной оценки уровня доходов и имущественного обеспечения граждан с их согласия для ускорения предоставления мер поддержки и проактивного информирования граждан о возникновении права на получение данных мер. Предполагается, что оценка уровня доходов будет осуществляться с помощью специальной государственной информационной системы, которая содержит обрабатываемые ПФР сведения. Обработка сведений о доходах и имуществе по критериям нуждаемости позволит выявлять потенциальных получателей той или иной меры соцзащиты (поддержки).
4. Следует продолжать развитие и внедрении цифровизации для предоставления услуг по оказанию мер соцзащиты (поддержки), чтобы семьям с детьми, семьям — инвалидам не приходилось тратить много времени и сил для получения того или иного документа. Трудность может заключаться, например, в том, что у многих документов существует ограничение по

- сроку действия. Цифровые сервисы призваны упростить получение льгот и облегчить взаимодействие гражданина и ведомств.
5. Необходимо разработать механизмы согласования и обновления данных, а также подтверждения гражданами своих прав на социальные выплаты в случае отказа.
  6. На региональном уровне предлагается пересмотреть возраст детей для предоставления пособия, предоставлять пособие на каждого ребёнка до 18 лет в независимости от того, учится он или нет.

Таким образом, были рассмотрены проблемы финансового обеспечения социальной защиты семей с детьми и разработаны пути решения данных проблем.

Для повышения эффективности предоставления мер социальной защиты предлагается ввести новые меры государственной поддержки.

Первая мера — улучшение условий жилья. Для решения данной проблемы предлагается снижение ставки по ипотеки или жилищному кредиту до 0% годовых для многодетных семей. Также по опросам почти треть семей снимают жильё, поэтому погашать 50% аренды — актуально.

Второй мерой может являться поддержка в уходе за детьми и совмещение с работой, а именно возможность выбора гибкого графика и дистанционной работы. Также предлагается увеличивать количество мест в ясельных группах. Родителям необходимо совмещать родительские и трудовые функции, для этого необходимо создавать соответствующие условия. Для достижения данной цели необходимо увеличить количество ясельных групп для детей от 1,5 до 3 лет. На данный момент наблюдается нехватка мест в яслях. По данным статистики на 1 января 2021 года всего 868 300 детей в РФ в возрасте от 1,5 до 3 лет стояли на учете в детский сад, а 90 000 детей не обеспечили местом в саду несмотря на то, что была уже их очерёдность. По данным специального доклада Уполномоченного по правам ребенка в Санкт-Петербурге А.В. Митяниной за 2020 год дошкольные образовательные учреждения наполнены на 114% [5]. Дефицит мест для детей до 3 лет связан с активной застройкой микрорайонов и миграцией в Санкт-Петербург как жителей России, так и семей из стран ближнего зарубежья. Количество мест в яслях и количество новых

детских садов не увеличится за короткий промежуток времени, поэтому предлагается ввести новую меру поддержки в виде денежной выплаты семьям, чьи дети не получили место в детском саду. Данное пособие должно выплачиваться в зависимости от времени ожидания места в детский сад, территориальной привязки, размера среднедушевого дохода семьи.

Следующей актуальной мерой поддержки могут стать новые пособия для многодетных семей. Предлагается ввести ежемесячное пособие для многодетных семей для детей до 18 лет в тех регионах, где предоставление регионального материнского капитала зависит от уровня доходов или его вообще нет. Данное пособие уже практикуется на Сахалине и имеет большие преимущества. После появления данного пособия на Сахалине вырос суммарный коэффициент рождаемости. По опросам родителей размер желаемого пособия от 5 до 10 тысяч рублей, однако более трети (37%) многодетных семей считают пособие в размере 2,5 тыс. рублей ощутимой мерой поддержки (на Сахалине размер данного пособия аналогичен).

Ещё одна мера поддержки — «Подарок новорожденному» в день выписки из роддома. Семьи, не нуждающиеся в данном «подарке», могут отказаться от подарка и передать его в малообеспеченные семьи. Состав набора может состоять из вещей первой необходимости в первые дни жизни ребёнка, например, таких как специальное питание, пелёнки, а также в набор должна входить брошюра с информацией о мерах соцподдержки родителей и детей.

Заключительное предложение — в Санкт-Петербурге многодетные семьи (имеющие 3 и более детей до 18 лет) имеют право на предоставление сертификата на землю. Однако не для всех семей предоставление земельного участка — актуальная мера поддержки. Предлагается данные средства направлять на те цели, в которых граждане действительно нуждаются (покупка квартиры, автомобиля, средства на оплату образовательных услуг и т.д.). Данное нововведение поможет людям получать действительно то, в чем они нуждаются и сократит очереди на получение земельного участка.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: одними из основных приоритетов Правительства должны быть инвестиции в человеческий капитал и помощь наиболее уязвимым группы населения, структура бюджета России должны отражать эти приоритеты. Вложения в человеческий капитал должны помочь не только восстано-

вить экономический рост, но и обеспечить его долгосрочный устойчивый курс.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 19.05.1995 № 81-ФЗ «О государственных пособиях гражданам, имеющим детей» (последняя редакция). — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_6659/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6659/) (дата обращения: 05.04.2022).
2. Федеральный закон «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей» от 29.12.2006 № 256-ФЗ (последняя редакция). — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_64872/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64872/) (дата обращения: 05.04.2022).
3. Указ Президента РФ «О мерах по социальной поддержке многодетных семей» от 05.05.1992 № 431 (ред. от 25.02.2003). — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_2116/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_2116/) (дата обращения: 05.04.2022).
4. Закон Санкт-Петербурга от 22.11.2011 № 728–132 (ред. от 24.03.2022) «Социальный кодекс Санкт-Петербурга». — URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SPB&n=254610UaUCk1TiKPPLyJuu> (дата обращения: 05.04.2022).
5. Специальный доклад Уполномоченного по правам ребенка в Санкт-Петербурге А. В. Митяниной на заседании Правительства Санкт-Петербурга «О соблюдении прав и законных интересов детей на территории Санкт-Петербурга в период пандемии» за 2020 год. — URL: [Spetsialnyy-doklad-Upolnomochennogo-za-2020.pdf](http://spetsialnyy-doklad-upolnomochennogo-za-2020.pdf) (дата обращения: 05.04.2022).
6. Федеральная служба государственной статистики. — URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 05.04.2022).

*Елизавета Арменовна Казарян*

Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк, Россия,

*Kazaryan\_yelizaveta@mail.ru*

Научный руководитель: *Ольга Вячеславовна Широкова*

*shirokova-ov@mail.ru*

## РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ НОВОГО ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

**Аннотация.** В статье говорится о том, что же такое цифровизация, человеческий капитал. И в ней разбирается, как одно влияет на другое, на здоровье, знания, труд человека. Это важно, так как в современном мире происходят очень большие перемены, которые оказывают большое значение, влияние на все сферы жизнедеятельности.

**Ключевые слова:** человеческий капитал, цифровизация, человек, технологии, интеллект, здоровье, знания, пандемия, сфера.

*Elizaveta A. Kazaryan*

Lipetsk Branch of the University of Finance, Lipetsk, Russia,

*Kazaryan\_yelizaveta@mail.ru*

Scientific director: *Olga V. Shirokova*

*shirokova-ov@mail.ru*

## THE ROLE OF DIGITALIZATION IN THE FORMATION OF NEW HUMAN CAPITAL

**Annotation.** The article talks about what digitalization is, human capital. And it understands how one affects the other, health, knowledge, human labor. This is important, because very big changes are taking place in the modern world, which have a great impact on all spheres of life.

**Keywords:** human capital, digitalization, man, technology, intelligence, health, knowledge., pandemic, sphere.

Нашей темой для обсуждения является роль цифровизации в формировании нового человеческого капитала. Так стоит начать с того, что же такое человеческий капитал и цифровизация, чтобы понять в чем их суть.

Человеческий капитал — это интенсивный производительный фактор развития экономики, общества и семьи, включающий обра-

зованную часть трудовых ресурсов, знания, инструментарий интеллектуального и управленческого труда, среду обитания и трудовой деятельности [1].

Проще говоря, человеческий капитал — это интеллект, здоровье, знания, качественный и производительный труд и качество жизни [1].

А цифровизация — это внедрение цифровых технологий в разные сферы жизни для повышения её качества и развития экономики. Она помогает выполнять рутинные задачи и принимать решения без участия человека [2].

То есть нам надо разобраться, как цифровые технологии в разных сферах жизни влияют на здоровье, знания, труд человека.

Конечно, в современное время нам никак не обойтись без наших устройств, которые очень помогают в жизни. Например, те же телефоны. С помощью них люди могут делать все что они хотят — заказывать еду, вещи, снимать фото и видео на память и многое другое.

Особенно цифровые технологии помогли во время периода пандемии, когда всех посадили на карантин. Школьникам, студентам, рабочим пришлось дистанционно учиться, выполнять задания, работать в новых условиях.

Так, люди стали более производительными, потому что им не надо было куда-то ехать и тратить время на дорогу. Следовательно, у них было больше времени на работу, учебу, то есть было сделано больше заданий. А из этого выходит, что задачи выполнялись качественнее.

Также, если они уделяли больше времени на свои дела, то увеличивали свои знания — больше читали, решали, практиковались.

Однако такая обстановка не хорошо влияла на здоровье, ведь люди меньше двигались, меньше занимались физкультурой. Но все же, если заниматься своим телом, то и это не помешает. В итоге цифровизация положительно влияет на формирование нового человеческого капитала. Ее роль в этом процессе очень значительна.

Таким образом, внедрение новых устройств помогает людям, облегчает им жизнь.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Человеческий\\_капитал](https://ru.wikipedia.org/wiki/Человеческий_капитал) (дата обращения: 10.04.22).
2. URL: <https://invlab.ru/tehnologii/kakie-sfery-zatronet-cifrovizaciya/> (дата обращения: 10.04.22).



*Анастасия Дмитриевна Крышня*

КФУ им. В. И. Вернадского, Симферополь, Россия,  
cryshnia@yandex.ru

Научный руководитель: *Елена Владимировна Шевченко*

## ОСОБЕННОСТИ ТИПОВ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

**Аннотация.** В данной статье были рассмотрены основные теоретические аспекты наиболее распространенных типов организационных структур, были выделены их основные характеристики, преимущества и недостатки в соответствии с современным этапом развития общества, цифровизацией экономики.

**Ключевые слова:** организационная структура, предприятие, вертикальные, горизонтальные связи.

*Anastasia D. Kryshnya*

V. I. Vernadsky KFU, Simferopol, Russia,  
cryshnia@yandex.ru

Scientific director: *Elena V. Shevchenko*  
V. I. Vernadsky KFU, Simferopol, Russia

## PECULIARITIES OF TYPES OF ORGANIZATIONAL STRUCTURES IN DIGITALIZATION CONDITIONS

**Abstract.** In this article the basic theoretical aspects of the most common types of organizational structures have been considered, their main characteristics, advantages and disadvantages according to the modern stage of development of society, the digitalization of economics.

**Keywords:** organizational structure, enterprise, vertical, horizontal links.

Формирование типов организационных структур на предприятиях наблюдается на протяжении многих лет. Самые распространенные из них: линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизионная, матричная структуры. Данные типы неоднократно были изучены и рассмотрены различными исследователями, были выделены их преимущества и недостатки. Однако, социум не стоит на месте и в современных условиях, которые характеризуются развитием цифровизации происходят изменения, которые не

обошли стороной и данные виды организационных структур. Это обуславливает актуальность и необходимость исследования особенностей типов организационных структур в условиях цифровизации, поскольку знания об особенностях позволят улучшить результаты функционирования современных предприятий. Так, например, в некоторых типах структур такие исследовали, как Н. В. Лобарева, О. М. Земскова, В. А. Фролова среди особенностей выделяли требование к высокой квалификации сотрудников предприятия как недостаток [2–4]. Однако, одним из главных трендов цифровизации стала концепция «long-life learning», что подразумевает непрерывное обучение человека на протяжении всей его жизни, то есть постоянное повышение квалификации руководителей и другого персонала в настоящее время не стоит выделять в качестве недостатка.

Целью данного исследования является изучение особенностей организационных структур в условиях цифровизации.

Организационная структура предприятия представляет собой систему взаимосвязанных органов управления предприятия, осуществляющих стратегическое, тактическое, а также оперативное управление его функционированием [1, с. 34]. Выделяют несколько наиболее распространенных типов организационных структур: линейный, функциональный, линейно-функциональный, дивизионный, матричный, множественный.

Самым простым видом организационной структуры является линейный тип, который базируется на вертикальной иерархии управления и строится на основе строгих связей подчинения низшего управленческого звена высшему. Для данного типа также характерно единоначалие, отсутствие специализированных функциональных подразделений, высокая интенсивность вертикальных формальных информационных потоков, горизонтальных — низкая.

Преимуществами данного типа структуры на современном этапе развития экономики являются: четкость и простота взаимоотношений, отсутствие двойной подчиненности однозначное распределение ответственности, оперативность, надежный контроль, повышение квалификации, обучение руководителя. К недостаткам можно отнести высокую нагрузку на руководителей, отсутствие звеньев по планированию и подготовку решений, низкий уровень коммуникации между исполнителями.

Функциональная структура представляет собой тип организационной структуры, предполагающий объединение сотрудников в группы по широкому спектру задач, которые они выполняют. Также данный тип характеризуется множественным подчинением (то есть один подчиненный может выполнять распоряжения нескольких руководителей), наличием функциональных должностей либо подразделений, которые оказывают влияние на все подразделения компании.

Преимуществами данного типа являются: высокий профессионализм в решении задач управления, достижение эффектов масштабов и освоения на базе функциональных разграничений, здоровая конкуренция между подразделениями, выполнение разнообразных задач исполнителями, повышение их квалификации. Недостатками функционального типа являются: сложность координации различных функциональных подразделений, высокая вероятность возникновения конфликтов между подразделениями, отсутствие четкого разграничения ответственности, нарушение принципа единоначалия.

Линейно-функциональный тип организационной структуры характеризуется, как сочетание линейной и функциональной структур, при котором реализация узкоспециализированных функций соединяется с системой подчиненности и ответственности за конкретное выполнение задач по проектированию, производству продукции и дальнейшей ее поставке потребителям.

Среди достоинств данного типа выделяют: централизованный контроль, функциональная специализация и опыт, повышающие качество принимаемых решений, высокий уровень использования мощностей и потенциала специалистов по функциям, экономия на управленческих расходах, стабильность полномочий. В то же время, недостатками данного типа являются: затрудненное движение информации, увеличение сроков подготовки и принятия управленческих решений, низкая внешняя и внутренняя координация подразделений, недостаточная реакция на изменения рынка, достижения в области науки и техники [2, с. 54–59].

Основой дивизионных структур управления является дифференциация крупных автономных производственно-хозяйственных подразделений, а также соответствующих им уровней управления. Вместе с этим, данные подразделения имеют оперативно-производственную самостоятельность и ответственность за получение прибыли.

Подразделения могут создаваться исходя из ориентации на потребителя, производимого товара, географического признака. Такой тип управления, как дивизионный характеризуется совмещением централизованного стратегического планирования на верхних уровнях управления с децентрализованной деятельностью отдельных подразделений.

К преимуществам дивизионного типа относят: создание основы и обеспечение практичности управления в многопрофильных организациях с большой численностью сотрудников и территориально удаленными подразделениями; адаптивность и быстрая реакция на изменения внешних факторов деятельности предприятия, существенно тесная связь производства с потребителями, распределение расходов между подразделениями (дивизионами). Недостатками дивизионной структуры являются: перегруженность управленцев, рост расходов на координацию работы, ослабленность горизонтальных связей, склонность отдельных подразделений отстаивать свои локальные интересы, которые не всегда положительно сказываются на доходе, имидже компании в целом. Также часто к недостаткам относят разобщенность штабных структур друг от друга, но в современных условиях цифровизации данный недостаток может быть устранен посредством использования дистанционных технологий для взаимодействия между подразделениями.

Матричный тип структуры определяют, как сетевой тип структуры, основой которого является принцип двойного подчинения исполнителей: с одной стороны — непосредственному руководителю функциональной службы, с другой — руководителю проекта или целевой программы. Такая организация подразумевает работу руководителя проекта с 2-мя группами подчиненных: с постоянными членами проектной группы и с другими работниками функциональных отделов.

Преимуществами матричной структуры являются: эффективная ориентация на проектные цели и спрос, более совершенное текущее управление по сравнению с другими типами, наличие перспектив снижения расходов с одновременным повышением эффективности использования ресурсов, достаточно гибкое и оптимальное использование человеческого капитала организации, относительная самостоятельность проектных групп, способствующая формированию и развитию у работников навыков осуществления решений, управ-

ленческой культуры; наличие эффективного мониторинга определенных задач проекта или целевой программы; уменьшение времени реакции на нужды проекта путем создания горизонтальных коммуникации и единого центра принятия решений; отсутствие необходимости привлечения сторонних специалистов; существование выгод для руководства предприятия и сотрудников; обучение, повышение квалификации персонала, участвующего в проектах. К недостаткам, при этом, данного типа относят: сложность определения центра ответственности за выполнение задания подразделения и задания проекта ввиду системы двойного подчинения, потребность в затратах на постоянный контроль за соотношением ресурсов, предоставляемых подразделениям и проектам; высокий риск возникновения конфликтных ситуаций между руководителями подразделений и проектов; повышение вероятности нарушения норм и стандартов, принятых в функциональных подразделениях, вследствие задействования сотрудников подразделений в проектах [3, с. 22–25].

Множественная структура является сочетанием функциональной и матричной структуры. Такой тип дает возможность принимать больше решений на всех уровнях предприятия и в целом выравнивает вертикальный вид иерархии. Применение данного типа структур в организации направлено на реализацию инновационных программ. То есть, в пределах данной системы предприятие может работать с учетом существующей структуры, а персоналу любого уровня предлагается разрабатывать идеи, работать с ними, потенциально при этом создавая новые команды инновационного характера. Главными достоинствами такого типа организационной структуры являются: возможность внедрения инноваций в масштабах всей организации, устранение проблем, тормозящих инновационные процессы в функциональной структуре. Основным недостатком множественной структуры является ее запутанность и неудобность, если между участниками нет соглашения касательно организации структуры [4, с. 550].

Ниже представлена таблица сравнительной характеристики рассмотренных типов организационных структур с целью определения возможности их применения в условиях цифровизации (табл. 1).

Таблица 1

## Сравнительная характеристика типов организационных структур

Критерии оценки организационных структур	Тип структуры					
	Линейная	Функциональная	Линейно-функциональная	Дивизионная	Матричная	Множественная
Формы управления						
Централизованные	+	+	+	+		
Децентрализованные				+	+	+
Межфункциональная координация работ					+	+
Характеристики организационной структуры в процессе функционирования						
Принцип единоначалия	+	+	+	+		
Множественное подчинение					+	+
Вертикальные потоки информации	+	+	+	+	+	+
Горизонтальные потоки информации					+	+
Гибкость, быстрая реакция на меняющиеся условия				+	+	+
Способы принятия решений						
Централизованный	+	+	+	+		+
Коллегиальный					+	+
Свобода принятия решений					+	+
Управление персоналом						
Воспитание стремления к повышению квалификации	+		+		+	+
Поощрение инициативы и квалификации	+				+	+

Творческий потенциал сотрудников						
Активное использование					+	+
Малое использование	+	+	+	+		
Роль руководителя						
Рассмотрение текущих проблем, повседневное руководство	+	+	+	+		+
Создание условий для творческой работы подчиненных					+	+
Удаленный доступ						
По горизонтали		+	+	+	+	+
По вертикали	+		+		+	+

Источники: составлено автором на основе [5].

Таким образом, важно пересматривать со временем теоретические аспекты (в особенности преимущества и недостатки) типов организационных структур, поскольку для эффективного управления в условиях цифровизации руководству необходимо обладать актуальной информацией. Наиболее значимым аспектом цифровизации, который повлиял на особенности организационных структур, стал удаленный доступ с помощью дистанционных технологий, так как это позволило пересмотреть возможности взаимодействия между всеми элементами типов организационных структур.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Кондратьева И. В.* Экономика предприятия: учебное пособие для вузов. — 2-е изд., стер. — СПб.: Лань, 2021. — 232 с. — ISBN 978-5-8114-7254-3. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/156924> (дата обращения: 08.12.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. *Лобарева Н. В.* Теория организации и организационное проектирование: учебное пособие. — М.: РТУ МИРЭА, 2020. — 107 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/>

- book/163924 (дата обращения: 08.12.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. *Земскова О. М., Литвинова Т. Н.* Менеджмент: учебное пособие. — Волгоград: Волгоградский ГАУ, 2019. — 124 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/139218> (дата обращения: 08.12.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
  4. *Фролова В. А.* Типы организационных структур // Экономика и сервис: от теории к практике: Материалы VII Международной научно-практической конференции, Владимир, 15 мая 2019 года. — Владимир: Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, 2019. — С. 548–551.
  5. *Чудесова Г. П.* Организационная структура управления предприятиями в процессе цифровизации // SAEC. — 2020. — № 1. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionnaya-struktura-upravleniya-predpriyatiyami-v-protssesse-tsifrovizatsii> (дата обращения: 11.12.2021).



*Никита Викторович Литвинов*

Новороссийский филиал Финуниверситета, Новороссийск, Россия,

verhniy-gorod@mail.ru

Научный руководитель: Ирина Геннадьевна Рзун,

IGRzun@fa.ru

## ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

**Аннотация.** Система дистанционного обучения появилась достаточно давно, однако, наибольшее распространение она получила после развития информационных технологий. Если раньше данная система применялась в основном в высшей школе для студентов заочников, то после изоляции, возникшей в период распространения коронавирусной инфекции данная система стала применяться для обучения студентов очной формы, для школьников, а также в корпоративном обучении. В статье проведен анализ основных программ, которые рекомендуются к применению в дистанционном обучении.

**Ключевые слова:** дистанционное обучение, интернет, инфосфера, обучение, оффлайн-обучение, онлайн-обучение, платформы для обучения.

*Nikita Viktorovich Litvinov*

Novorossiysk Branch of the University of Finance, Novorossiysk, Russia,

verhniy-gorod@mail.ru

Scientific director: Irina Gennadievna Rzun,

IGRzun@fa.ru

## DISTANCE EDUCATION INFORMATION SYSTEMS

**Annotation.** Distance learning system appeared quite a long time ago, however, it became more widespread after the development of information technology. If earlier this system was used mainly in higher education for correspondence students, after the isolation occurred during the spread of coronavirus infection, this system began to be used for full-time students, for schoolchildren, as well as in corporate training. The article analyzes the main programs that are recommended for use in distance learning.

**Keywords:** distance learning, Internet, infosphere, learning, offline learning, online learning, learning platforms.

Современное общество можно характеризовать как информационное, которое пришло на смену промышленному. Результаты прогресса все больше концентрируются в инфосфере сменяя техносферу.

Это привело к всеобщей глобализации процесса обучения, что позволило увеличить качество обучения, а также сформировало систему непрерывного самообучения. В XXI веке дистанционное обучение становится самой эффективной системой подготовки высококвалифицированных специалистов.

Дистанционные технологии обучения можно разделить на:

1. **Оффлайн-обучение** — это асинхронные технологии, с помощью которых обучающийся может в удобное для себя время получать необходимую для обучения информацию.
2. **Онлайн-обучение** — синхронные сетевые технологии позволяют обмениваться информацией в режиме реального времени, для этого используются платформы, позволяющие проводить конференции. Такие технологии позволяют слушать лектора, даже если вы находитесь на разных континентах, позволяют вести дискуссию и высказывать свое мнение.

В современном мире дистанционными платформами пользуются не только в образовании, они применяются в организациях для проведения планерок, связи с филиалами и структурными подразделениями, тренерами и коучами, репетиторами и онлайн-школами.

Преимущества применения дистанционных технологий:

- удешевление обучения, т. к. можно безгранично увеличивать количество обучающихся;
- отсутствие затрат на здание, коммунальные платежи;
- можно обучаться в любое время и из любой точки мира;
- можно хранить любое количество материала и работать без помощи педагога;
- можно контролировать всех обучающихся.

Лучшими платформами для дистанционного обучения являются:

Moodle — это платформа наиболее часто используется в образовательных организациях. Она популярна, так как является бесплатной, позволяет создавать дополнительные модули и расширения, использует разный формат обучения: аудио, видео, тестирование, возможно применение обратной связи, возможности для дифференцированного обучения студентов. Однако есть и недостатки: для хранения информации необходимо выкупить хостинг, необходима доработка программы под учебную организацию, как любое программное обеспечение требует определённых знаний в сфере программного обеспечения.

Edmodo — это скорее социальная сеть, которая похожа на Facebook. Такая же возможность создания групп и закрытых чатов. Выигрывает эта платформа за счет того, что ее не надо устанавливать, имеются разные входы для трех групп: учителей, обучающихся и родственников для контроля, здесь можно проводить тесты и контролировать процесс обучения. Однако, большим недостатком платформы является отсутствие русского языка, ограниченный перечень образовательных инструментов.

iSpring Learn — является наилучшей платформой в связи с тем, что ее не надо скачивать, достаточно зарегистрироваться, разместить необходимый материал и можно начинать процесс обучения. У этой программы лёгкое управление контентом и пользователями, можно проводить онлайн-встречи и вебинары.

Ё-Стади — это российская платформа для дистанционного обучения. Сервис позволяет создавать рабочие области, в которых хранится учебный материал, задания, презентации и видео, а также легко управлять процессами. Основным недостатком данной платформы является отсутствие видеосвязи, невозможность проводить вебинары.

GetCourse — наиболее популярная платформа для дистанционного обучения. Её большое количество шаблонов для быстрого создания курсов, интеграция с платёжными системами, платформа позволяет создавать уроки, тренинги, семинары, есть возможность проводить вебинары.

АНТИТРЕНИНГИ — простой и привлекательный интерфейс, имеет возможность для проведения вебинаров, интеграция с платёжными системами.

Skype — применяется для проведения видеоконференций. Данный вид связи позволяет проводить не только видеоконференции, но и передавать текстовые сообщения, передавать изображение с монитора.

Чат-бот — программа, которая позволяет общаться с имитацией человека. В дистанционном обучении чат-боты могут сопровождать каждого обучающегося индивидуально, в соответствии с его уровнем и выбранным темпом освоения материала, делая обучение доступным практически для любого человека, имеющего доступ к wi-fi. Чат-бот проверяет домашнее задание, предлагает дополнительный материал для изучения и никогда не ругает обучающегося.

Перед тем, как выбрать для обучения ту или иную платформу необходимо определиться с целями, которые организация ставит перед собой, технические возможности обучающихся, объем размещаемой информации и т. д.

Важным критерием является доступность и простота в использовании, стоимость приобретения и обслуживания, требуется ли дополнительное обучение, какие инструменты предлагаются разработчиками.

Критерием может стать «нахождение» платформы в отдельном приложении или же с круглосуточным доступом в сеть. Коробочные LMS более дорогие, но в то же время они лучше защищены и имеют расширенный функционал. Облачные технологии более легки в использовании, но имеют ограниченный функционал, и, тем не менее, они гораздо удобнее для проведения отдельных занятий.

Таким образом, можно выделить следующие принципы дистанционной системы образования:

- интерактивность,
- активное взаимодействие преподавателя с обучающимися;
- адаптивность обучения;
- возможность обучаться с любого места и в любое время;
- активность обучающихся.

Идеальная модель дистанционного обучения включает в себя интегрированную учебную среду с вариантным определением роли различных компонент — технологических, педагогических, организационно-методических.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон РФ от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
2. Использование платформы Moodle для организации дистанционного образования. Методические рекомендации / сост. И. В. Воеводина. — Хабаровск: КГАОУ ДО РМЦ, 2019. — 32 с.
3. *Корольков А. А., Столяренко Д. М.* Предпосылки создания собственной информационной системы для дистанционного образования // Наука в современном обществе: закономерности и тенденции развития. Международная научно-практическая конференция: сб. — Уфа, 2021. — С. 92–94.
4. *Малькова Е. А.* Дистанционное образование в сфере информационных систем // Форум молодых ученых. — 2018. — № 1 (17). — С. 711–714.

5. Свищёв А. В., Казарян М. А. Эффективность внедрения в учебный процесс дистанционного образования с применением информационных систем им технологий // Colloquium-journal. — 2020. — № 10-2 (62). — С. 116–118.
6. Тараканов А. В., Садова К. В., Крайнова Е. А. Технологии дистанционного обучения: учебное пособие. — Самара, 2017. — 86 с.
7. Чогулдуров М. Д., Раматов К. С. Автоматизированная информационная система управления дистанционным образованием // Вестник Бишкекского гуманитарного университета. — 2018. — № 4 (46). — С. 212–216.

*Оксана Степановна Литвинова*

Новороссийский филиал Финуниверситета, Новороссийск, Россия,  
verhniy-gorod@mail.ru

Научный руководитель: *Ирина Геннадьевна Рзун*,  
IGRzun@fa.ru

## **ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ**

**Аннотация.** Целью данной работы является изучение процессов внедрения КИС в организациях, рассмотрение проблем, которые возникают в процессе использования КИС. Статья посвящена особенностям применения в организациях корпоративных информационных систем (КИС). Проанализированы цели внедрения КИС и трудности формирования системы на современном этапе, выделены этапы подготовки и внедрения информационных систем.

**Ключевые слова:** КИС, корпоративные информационные системы, промышленные предприятия, проблемы, процессы внедрения.

*Oksana S. Litvinova*

Novorossiysk branch of the Financial University, Novorossiysk, Russia  
verhniy-gorod@mail.ru

Scientific director: *Irina G. Rzun*,  
IGRzun@fa.ru

## **FEATURES OF THE INTRODUCTION OF CORPORATE INFORMATION SYSTEMS**

**Annotation.** The purpose of this work is to study the processes of implementing CIS in companies, to consider the problems they face. The article is devoted to the peculiarities of the use of corporate information systems (CIS) in organizations. The objectives of the CIS implementation and the difficulties of the system formation at the present stage are analyzed, the stages of preparation and implementation of information systems are highlighted.

**Keywords:** CIS, corporate information systems, industrial enterprises, problems, implementation processes.

В современных условиях развития корпоративного управления невозможно обойтись без внедрения корпоративных информационных систем. Эти системы призваны облегчить процессы по обработке, хранению информации, а также автоматизацию различных

производственных процессов. Для охвата всех аспектов хозяйственной деятельности организации требуется внедрение КИС, которая позволит повысить эффективность функционирования предприятия в целом — от работы рядовых сотрудников, до менеджеров любого звена.

Крупные промышленные компании используют КИС для сбора информации о производственных процессах, сбыте продукции, деятельности конкурентов, финансовых операциях. Корпоративная информационная система позволяет оценить эффективность функционирования предприятия, проанализировать соотношение затрат и полученную выгоду, определить риски, связанные с производством и сбытом. В связи с тем, что информационные системы позволяют консолидировать данные, которые поступают из филиалов и структурных подразделений, они представляют особую ценность для корпораций и холдингов.

Любая КИС разрабатывается по отдельным направлениям деятельности: производству, сбыту, логистике и др., что способствует повышению эффективности деятельности. Все направления деятельности предприятия связаны между собой и изменение работы одного направления непременно скажется на результатах работы других направлений и на деятельности всего предприятия [4, с. 78].

Для того, чтобы внедрить КИС в функционировании предприятия и увеличить эффективность его деятельности необходимо пройти следующие этапы:

- разработать миссию и цели деятельности предприятия. Каждая цель должна быть разработана в соответствии с бизнес-сегментами или по направлению производственного функционирования;
- провести анализ для каждого бизнес-процесса;
- определить низкоэффективные процессы предприятия;
- с учетом финансовых возможностей приобрести корпоративные информационные системы, которые будут способствовать повышению эффективности проблемных бизнес-процессов;
- принять решения о том, как будут выглядеть оптимизированные бизнес-процессы с целью достижения целевых показателей;
- разработать этапы внедрения КИС.

В XXI веке все крупные организации в обязательном порядке используют корпоративные информационные системы. Все КИС можно разделить на следующие виды, в зависимости от целей:

- ERP (Enterprise Resource Planning System) — создана для объединения всех отделов компаний, контроля выполняемых ими функций.
- CRM (Customer Relationship Management System) — система помогает автоматизировать работу с клиентами.
- MES (Manufacturing Execution System) — эти системы призваны отслеживать производственные мощности, сбор информации о производстве, контроль качества.
- WMS (Warehouse Management System) — проводит управление складскими процессами.
- EAM (Enterprise Asset Management) — управляет основными фондами предприятия.
- HRM (Human Resource Management) — система позволяет осуществлять процесс управления персоналом [3, с. 375].

Внедрение корпоративной информационной системы позволит решить следующие проблемы:

- система будет вносить изменения в работу склада и логистики доставки;
- уменьшит количество задержек при доставке товара;
- способствует снижению уровня неснижаемых остатков
- снизит уровень производственного брака, так как КИС автоматически контролирует качество производства и вносит изменения в процесс производства.
- отрегулирует уровень административно-управленческих расходов.

Внедряя корпоративные информационные системы руководство компании преследует следующие цели:

- упрощение процессов регистрации, хранения и обработки информации;
- получение быстрого доступа к результатам анализа, проведенного с целью улучшения функционирования организации;
- совершенствование процесса планирования, управления и учета деятельности компании;



- быстрое получение информации о деятельности структурных подразделений [2, с. 195].

Проектирование и внедрение КИС является трудоемким и сложным процессом, именно на этом этапе закладываются основные параметры и алгоритмы работы системы. Часто именно на этом этапе возникают различного рода трудности, с которыми приходится бороться, дабы избежать последующих ошибок и сбоев в работе. Большое значение имеет квалифицированность персонала, отвечающего за внедрение и отладку системы.

Внедрение информационных систем имеет некоторые сложности:

- недостаточный уровень подготовки специалистов, которые обслуживают КИС;
- слабые возможности информационной системы, которые изначально были заложены разработчиками;
- достаточно много предприятий, которые не готовы к переходу использования корпоративных информационных систем;
- руководители не понимают значимости внедрения информационных систем [1, с. 10].

В связи с этим до внедрения КИС на предприятии надо провести анализ всех бизнес-процессов, особенности работы всех структурных подразделений. После этого необходимо передать продавцу системы особенности организации бизнес-процессов, которые должны быть внесены в приобретаемые КИС. Важным элементом для эффективного внедрения КИС является тестовый период, который позволит проверить пригодность системы. Затраты на данную процедуру, как показывает практика, невысоки по сравнению с убытками, которые могут возникнуть при внедрении неподходящего варианта КИС.

Таким образом, основной задачей внедрения КИС заключается в автоматизации процессов обработки данных для получения важной информации, необходимой для принятия ключевых решений. После внедрения КИС предприятия получит следующие выгоды: ускорение бизнес-процессов, повышение эффективности функционирования отделов доставки и продаж, повысится эффективность деятельности.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Кожевников С. А.* Формирование технологических цепочек добавленной стоимости в форме вертикальной интеграции // Вопросы территориального развития. — 2016. — Вып. 3 (33). — С. 1–13.
2. *Куликов Г. Г.* Автоматизированная система поддержки принятия решений для организационного управления строительным производством // Проблемы информатики в образовании, управлении, экономике и технике: сб. — 2017. — С. 191–196.
3. *Павлович Т. В.* Система ключевых показателей деятельности как инструмент повышения производительности труда и мотивации персонала // Проблемы и перспективы развития промышленности России. — 2018. — С. 384–386.
4. *Павлович Т. В., Дронь Е. А., Куликов Г. Г.* Внедрение корпоративных информационных систем для достижения стратегических показателей промышленных предприятий // Вестник ЮУрГУ. Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника. — Серия 2019. — Т. 19, № 2. — С. 77–85.

*Стефания Дмитриевна Мазур*

Омский филиал Финуниверситета, Омск, Россия

mazur.stesha@yandex.ru

Научный руководитель: Елена Анатольевна Сокур,

easokur@rambler.ru

## **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ ВЕЛИКОБРИТАНИИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО МИРА**

**Аннотация.** Данная статья посвящена исследованию возможных путей развития экономики Великобритании в условиях современного мира. Рассмотрение оптимальных вариантов развития экономики.

**Ключевые слова:** глобализация, транснациональные компании (ТНК), экономика, конкуренция.

*Stefania D. Mazur*

Omsk Branch of the University of Finance, Omsk, Russia

mazur.stesha@yandex.ru

Scientific director: Elena A. Sokur,

easokur@rambler.ru

## **INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE UK ECONOMY IN THE CONDITIONS OF THE MODERN WORLD**

**Abstract.** This article is devoted to the study of possible ways of development of the UK economy in the modern world. Consideration of optimal options for economic development.

**Keywords:** globalization, transnational companies (TNCs), economy, competition.

In 2022, when a difficult political and economic situation has developed, it has become difficult for all countries to one degree or another. The UK is no exception — its economy is suffering, and things are not easy with foreign markets. This is especially difficult in the context of globalization, which implies the concept of a process of world economic, political, cultural and religious integration and unification. It is very difficult for multinational companies that own production units in several countries. The whole burden lies in the imposed sanctions that limit financial activities,

increased customs duties, as well as transport difficulties arising against the backdrop of logistical restrictions. It is practically impossible to compete in such conditions, which undoubtedly affects the economies of countries as a whole.

However, Great Britain is quite a great power, which has historically occupied a good position in the world, which gives it a certain advantage in overcoming obstacles that arise quite dynamically due to various external, independent factors. Possessing a post-industrial economy, it has driven itself into raw material dependence, because it cannot influence world prices, for example, oil in any way, just like metals. Despite all these factors, the UK has enough advantages, for example, in light industry, which we will write about a little later [4].

The current state of the UK economy, as well as its potential, can only be assessed in the context of certain factors: exogenous, which determine global trends, and endogenous, reflecting national characteristics. Among other things, due to globalization, in modern conditions, national-state economic systems are turning into components of one single world economic system. Despite everything, it is globalization that determines the new conditions in which the interaction of national-state economic systems takes place. The defining characteristic in the current realities is universality. After all, it is today that we can talk about the formation of a global economic, financial, transport, telecommunications, and information space in which everything exists.

Of particular importance in the development of economic systems is the influence of such a factor as cross-border interaction. For example, even if a company producing women's shoes operates only in the domestic market and does not intend to enter the international market in the near term, it needs to consider international competitiveness and consider international competition at least in relation to foreign firms operating or seeking to enter the UK market.

The place and role of any country in international economic relations, the structure, directions, forms and volume of its foreign economic relations depend on the interaction of a number of factors:

1. The achieved degree of openness of its economy and involvement in the world economy.
2. The level of development of international economic relations themselves in this particular

3. The economic policy pursued by the state, on which the rise or fall in the national economy as a whole depends.
4. Creation of an appropriate set of conditions necessary for the growth of the “export expansion of the country”, which is necessary to gain a stable position in the context of globalization [1].

The UK ranks 10th in terms of GDP at PPP in 2018. Its leading sector is the service sector, which occupies  $\frac{3}{4}$  of GDP. The second most important branch of the British economy is industry. Engineering and transport, manufactured goods and chemicals are the UK’s main exports. The branch of international specialization is tractor construction (the first place in the world in the production of wheeled tractors). More than  $\frac{2}{3}$  of the cost of products in the instrument-making industry is accounted for by scientific and industrial instruments, including a number of the latest types of instrumentation and diagnostic equipment.

To increase the competitiveness of the UK, it needs a well-thought-out industrial policy that will be in the public interest. There are several ways to expand TNCs at the global level. Consider the example of tractor construction with a center in Birmingham and Coventry.

Also take the energy sector in the form of oil and gas, which the UK needs to meet its own domestic needs.

That is, having a developed tractor industry and a need for energy resources, the UK has the opportunity to merge domestic TNCs with energy companies from countries that have a need for agricultural development. For example, let’s take Russia, which has vast territories suitable for growing crops. However, their use requires demand in the domestic market, which is satisfied by imported goods. First of all, the cost of imported goods is cheaper than the production of their own. This happens due to the technological development of other countries in the field of agriculture. Based on this, the UK can offer the introduction of its technologies for the Russian market in exchange for energy resources, as well as the merger of TNCs with domestic Russian producers, which will allow them to jointly enter foreign markets in sufficient volume [2].

Based on the above, we can also conclude that the UK economy can integrate its service industries into almost all friendly countries that have a demand for certain services. Also, the UK can carry out “export expansion of the country” in a number of key service industries. In an environment where commodity export prices are the key factor in increasing GDP, the prospects for economic growth in the UK are completely dependent on an

external factor that the country cannot influence in any way. Here, other opportunities open up: economic interaction in the context of globalization with the active participation of regional associations that seek to expand their spheres of influence and realize their interests. For example, the textile industry is a traditional industry for the British economy. Of the branches of light industry, it plays a special role in the industrial development of the country, in the spread of the machine method of production throughout the world. The production of woollen fabrics, products, yarn is the oldest in the British Isles. The woollen products of British textile workers are still highly valued in foreign markets today. The quality, the trends dictated by domestic brands such as Burberry, ASOS Design, River Island, Alexander McQueen are unique all over the world. The demand for good clothes, including luxury ones, has always been high, which is what the UK uses in the current realities. For example, it can expand sales volumes by entering into contracts for the supply of clothing to workers' associations, factories, enterprises, and government agencies. The above TNCs can also enter into contracts in various countries with domestic brands, rather than compete with them. For example, in Russia there is no well-developed light industry that could at least meet the needs of the domestic market. Russia has chosen the path of importing good clothes, rather than creating its own brands, which in the future could enter foreign markets, as is the case with British brands. The clothing market in Russia is large enough to attract British brands to merge with existing Russian brands [3].

Despite the circumstances, the economic potential of the UK is enough to get out of this extremely difficult situation. For example, it will be the expansion of the military-industrial complex, which will be sold to other countries. Maybe it will be an expansion of mechanical engineering that will enter other markets with light vehicles as well as trucks. Or maybe it will be civil aviation or the sale of technology. The UK also has the opportunity to join the EU in order to expand its sales markets more, to be dependent on other countries. Integration of its economy into the economies of the CIS is an excellent option that would play into the hands of both parties. Britain is a powerful country that can easily provide all the necessary technologies for the development of huge concerns, and cheap labor in the CIS, relative to domestic labor, will provide an opportunity to open new horizons and new discoveries in the field of science.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Залозная Г. М., Залозная А. Ю., Залозный И. В.* Повышение конкурентоспособности российской экономики как фактор экономического роста в условиях глобализации // Современная конкуренция. — 2018. — № 5. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/povyshenie-konkurentosposobnosti-rossiyskoj-ekonomiki-kak-faktor-ekonomicheskogo-rosta-v-usloviyah-globalizatsii>
2. *Киселева Е. Д., Рыжакова К. А., Кузнецова С. Н.* Цифровизация — фактор повышения конкурентоспособности на мировом рынке // Столыпинский вестник. — 2022. — № 1. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-faktor-povysheniya-konkurentosposobnosti-na-mirovom-rynke>
3. *Родичева В. П.* Улучшение качества образования как фактор повышения конкурентоспособности экономики // Вестник экспертного совета. — 2020. — № 2–3 (21–22). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uluchshenie-kachestva-obrazovaniya-kak-faktor-povysheniya-konkurentosposobnosti-ekonomiki>
4. *Холмунинов А. Х.* Перспективы повышения конкурентоспособности на основе модернизации ключевых секторов экономики // Россия: тенденции и перспективы развития. — 2020. — № 15-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-povysheniya-konkurentosposobnosti-na-osnove-modernizatsii-klyuchevyh-sektorov-ekonomiki>

*Вадим Алексеевич Малыгин*

Санкт-Петербургский филиал Финуниверситета, Санкт-Петербург, Россия  
vadm2006@mail.ru

Научный руководитель: *Лариса Лукьяновна Ким*,  
LLKim@fa.ru

## **ESG-ТРАНСФОРМАЦИЯ В ЭКОСИСТЕМЕ «СБЕР»**

**Аннотация.** Эта работа посвящена истории развития концепции ESG, а также исследованию формирования ESG-стратегий крупными российскими компаниями, такой как Сбербанк, включая их влияние на общество.

**Ключевые слова:** ESG, развитие, рынок, окружающая среда, общество, Россия, Сбер.

*Vadim A. Malygin*

St. Petersburg Branch of the Financial University, St. Petersburg, Russia  
vadm2006@mail.ru

Scientific director: *Larisa L. Kim*,  
LLKim@fa.ru

## **ESG-TRANSFORMATION IN THE SBER ECOSYSTEM**

**Abstract.** The study focuses on the history of the development of the ESG concept, as well as a study of the formation of ESG strategies by large Russian companies, such as Sberbank, including their impact on society.

**Keywords:** ESG, development, market, environment, society, Russia, Sber.

За последние несколько лет ESG-деятельность стала одним из главных трендов в развитии мирового бизнеса. Ее действия направлены на надежное инвестирование, защиту окружающей среды и проживающего в ней общества, именно поэтому многие в мире считают, что финансовый сектор играет важную роль непосредственного игрока в данной сфере. И действительно, сегодня именно банковский сектор экономики отвечает за управление потоками инвестиций и имеет возможность на постоянной основе преобразовывать бизнес-сообщество в лучшую сторону.

В июле 2019 года Организация Объединенных Наций (ООН) выпустила «Принципы ответственного банковского дела» (“The



Principles for Responsible Banking”), целью которых является достижение глобальных задач стабильного развития посредством координации и сплочения усилий банков. Совкомбанк стал первым отечественным банком, поддержавшим данную инициативу. На сегодняшний день на рынке существует достаточное количество инструментов, позволяющих бизнесу меняться в ESG-направлении и перестраивать свои процессы: депозиты и кредиты, ставки которых напрямую связаны с ESG-отчетностью, зеленые и социальные облигации и т. д.

Ежедневной деятельностью компаний в целом, как и человека в частности, в окружающую среду выбрасывается огромное количество парниковых газов — оставление углеродного следа. Интеграция ESG-принципов в жизненные установки и повседневный быт могут снизить индивидуальное негативное воздействие на планету. В данном исследовании рассмотрим основы ESG-деятельности, выполнение ESG стратегий российскими организациями, а также их влияние на наше общество.

Устойчивое развитие (sustainable development) — концепция управления развитием мира, которая основывается на достижении баланса трех составляющих: защиты окружающей среды, социальной интеграции и экономического роста. Эта концепция, сформулированная ООН в 1980-х гг., предполагает, что при соблюдении данного баланса ущерб природе минимизируется, а уровень жизни человека увеличивается.

Эта система ускорила правительства развитых стран для того, чтобы задуматься о том, что такая цель переходит дорогу уже устоявшейся модели капитализма. В 2015 году она обрела новое прочтение и новую жизнь: рабочая группа Генассамблеи ООН представила миру 17 взаимосвязанных целей устойчивого развития (ЦУР) в качестве «плана достижения лучшего и более стабильного будущего для всех».

В 2004 году генеральный секретарь ООН Кофи Аннан сформулировал известные ESG-принципы:

- ответственное отношение к окружающей среде (E — environment);
- высокая социальная ответственность (S — social);
- высокое качество корпоративного управления (G — governance).

В своем докладе «Неравнодушный побеждает» (“Who Cares Wins”) [1] г-н Аннан сделал предложение руководителям мировых

компаний о присоединении к данной инициативе и включить ESG-принципы в собственные стратегии развития, прежде всего для борьбы с изменением климата.

ESG (Environmental, Social, Governance) — это стандарты деятельности компании, благодаря которым могут решаться различные экологические, социальные и управленческие проблемы (табл. 1).

Таблица 1

### Факторы ESG

<b>Е</b> <b>Экологические</b>	<b>S</b> <b>Социальные</b>	<b>G</b> <b>Управленческие</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Загрязнение воздуха и воды</li> <li>● Воздействие на биоразнообразии</li> <li>● Политика в отношении изменения климата</li> <li>● Управление отходами и опасными материалами</li> <li>● Дефицит воды</li> <li>● Использование возобновляемой энергии</li> <li>● Вырубка леса</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Права человека</li> <li>● Безопасность продукции</li> <li>● Взаимоотношения с местными сообществами</li> <li>● Инклюзивность и разнообразие</li> <li>● Этнический поиск поставщиков</li> <li>● Конфиденциальность клиентов и безопасность данных</li> <li>● Условия труда</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Коррупция и взяточничество</li> <li>● Лоббирование</li> <li>● Отношения с акционерами</li> <li>● Вознаграждение топ-менеджмента</li> <li>● Прозрачность</li> <li>● Деловая честность</li> <li>● Структура управления</li> <li>● Состав совета директоров</li> <li>● Схемы информирования о нарушениях</li> </ul>

В наше время заметно усиление влияния ESG-направленности на принятие различных инвестиционных решений, а рекомендации по включению данных в таблице факторов постепенно превращаются в полноценные требования. Не исключено, что в скором времени компании столкнутся с международным стандартом ESG.

Согласно статистике PricewaterhouseCoopers (PwC) [3], до 57% инвесторов в ближайшем будущем прекратят совершать вклады в традиционные фонды, в связи с предпочтениями ESG-трендам.

Таким образом, в 2020 году шведский пенсионный фонд AP1 полностью исключил из своего портфеля инвестиций активы в сфере добычи топлива.

В научных кругах, включая финансовый индустриальный сектор, замечен рост признания следующего — факторы ESG оказывают все большее влияние на доходность инвесторов. Анализируя данные Reuters [6], заметно, что 25 % от всех инвестфондов мира в 2021 году позиционировали себя как устойчивые в соответствии с новыми ESG-правилами Европейского Союза. К началу 2020 года общий объем финансовых ресурсов, реализованный в соответствии с политикой ESG по всему миру, составил \$50 трлн. Ежегодно, начиная с 2014 года, доля финансирования, соответствующая целям ответственного инвестирования, увеличивается в среднем на 300 %. Следовательно, проявляется существенность для инвесторов. Также ряд исследований показал, что эффективность ESG поможет создать блок конкурентных преимуществ, включающих лучший доступ к финансированию и более низкую стоимость капитала, что положительно отразится на общей высоте финансовых показателей.

Клиенты и ремитенты все чаще и чаще призывают к прозрачности в отношении тех проектов, куда те планируют вложить свои денежные средства. Это вызвано ростом осознания, что ESG-тренды влияют на доходность, репутацию и саму стоимость компании, а также заметно повышение внимания к социальным и экологическим последствиям от организаций, куда они инвестируют. Соответственно, повышается клиентский спрос.

После финансового кризиса 2008 года ответственное регулирование инвестиций значительно усилилось, однако сам факт регулирования стал появляться в середине 1990-х гг. Эти изменения также стали следствием того, что регулирующие органы различного статуса постепенно осознали, что финансовая индустрия способна взять на себя важную роль в вопросах решения глобальных проблем (современное рабство, уход от налогов, изменение климата и т. п.). В итоге повышается эффективность регулирования, способное направить поток инвестиций в «чистое русло».

Также стоит отметить плоды научных исследований и внедрение инновационных разработок, которые на длительном горизонте планирования приведут к устойчивости и росту производительности компаний. Подытожим всю информацию на рис. 1.



**Рисунок 1.** Причины ответственного инвестирования

В Российской Федерации нормативно-правовую базу, которая отвечает принципам ESG, сегодня составляют:

- Парижское соглашение в рамках рамочной конвенции ООН об изменении климата;
- Киотский протокол;
- Указ Президента Российской Федерации № 204 от 7.05.2018 «О национальных приоритетах развития Российской Федерации на период до 2030 года» [2], которые предусматривают одной из ключевых задач государственной политики сохранение природы и экологии.

Актуальность инициативы подтверждают слова Президента России В.В.Путина, обращенные к Федеральному собранию 21 апреля 2021 года: «Создать отрасль по утилизации углеродных выбросов. Добиться снижения их объемов и ввести здесь жесткий контроль и мониторинг. За предстоящие 30 лет накопленный объем чистой эмиссии парниковых газов в России должен быть меньше, чем в Евросоюзе» [4].

Данная инициатива нацелена на уменьшение выбросов в окружающую среду в нашей стране и мире, исполнители намерены помочь компаниям соблюдать нормы ESG регулирования и цели устойчивого развития. Организаторы подготовили следующие программы:

1. Образование — совокупность программ, направленных на повышение знаний вашего персонала, позволит следовать по пути тенденций устойчивого развития и ESG, придерживаться правил ответственного инвестирования и оценивать риски.
2. Исследования и рейтинг — исследуются риски российской компании, предоставляется помощь в принятии решения для

их снижения, таким образом отечественная компания будет предоставлять больший интерес для инвесторов сейчас и открывать огромные перспективы в будущем.

3. ESG–менеджмент — включает в себя услуги, которые организатор предоставляет исключительно в сфере ESG. Помощь в получении сертификатов на проекты и объекты, а также много другое.

Целью проекта в России является реализация поставленных целей и задач в снижении углеродных выбросов, путем обучения людей принципам ESG и донесения важности данного вопроса. Проект реализуют специалисты, заинтересованные в устойчивом будущем нашей страны и планеты, а также её экологии и в возможности государства занять лидирующую позицию в мире по снижению углеродных выбросов.

Одним из самых заметных участников отечественного сегмента ESG является финансовый конгломерат «Сбер». Основными направлениями в этой области у Сбера являются: снижение воздействия на окружающую среду; содействие экономическому благополучию и процветанию; поддержка местных сообществ и социального развития; улучшение ответственного финансирования; управление климатическими рисками и возможностями; обеспечение защиты прав человека, инклюзивной среды и равного доступа к продуктам и услугам; совершенствование корпоративного управления, обеспечения безопасности и управления ESG-рисками и т. д.

Для успешного выполнения данных задач [5] Сбер уже имеет в своем портфеле порядка  $\text{R}75$  млрд зеленых кредитов,  $\text{R}40$  млрд инвестиций в зеленую экономику, больше  $\text{R}65$  млрд содержит портфель ESG-кредитов Сбера в 2021 году, также 629 000 зеленых сертификатов было продано на блокчейн-платформе Сбера и  $\text{R}100$  млрд рекордных размещений зеленых облигаций для РЖД (рис. 2).

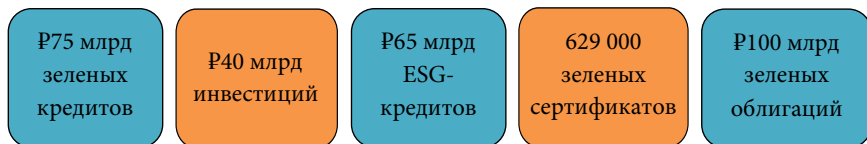


Рисунок 2. ESG-инвестиции экосистемы «Сбер»

Сбербанк активно участвует в формировании «зеленой» экономики. Финансируются проекты в области возобновляемой энергетики, направленные на сокращение выбросов CO<sub>2</sub> в атмосферу. Это ветряные и солнечные станции, а также в проекты переработки коммунальных отходов.

В 2019 году Сбербанк предоставил кредитную линию ПАО «Энел Россия» для финансирования строительства Кольской ветроэлектростанции мощностью 201 МВт. Она станет самым крупным ветропарком в России за полярным кругом. Ввод в эксплуатацию был запланирован на конец 2021 года. Ветропарк сможет вырабатывать порядка 750 ГВт в год, избегая при этом выброса около 600 000 тонн углекислого газа в атмосферу. Ветропарк будет оснащен 57 турбинами и расположен на территории общей площадью 257 гектаров.

Проект «Энел Россия» в Мурманской области реализуется в рамках соглашения о сотрудничестве в сфере развития возобновляемых источников энергии, подписанного с правительством области в ноябре 2018 года. Данное соглашение направлено на повышение экономического потенциала Мурманской области за счет внедрения также новых способов производства электроэнергии и создания объектов энергетической инфраструктуры.

Также Сбербанк и портфельная компания Фонда развития ветроэнергетики (совместный инвестиционный фонд ПАО «Фортум» и Группы «РОСНАНО») заключили соглашение о финансировании строительства в Ростовской области ветряной электростанции. Она выдаёт 100 МВт чистой электроэнергии. Всего на Каменской площадке расположено 26 ветроэнергетических установок каждая из которых производит 3,8 МВт, что предотвратит выброс порядка 350 000 тонн углекислого газа в атмосферу, оберегая окружающую среду.

Помимо этого, в 2019 году Сбер принял участие в первой синдицированной сделке по финансированию, в условиях которой учитывался прогресс заемщика по экологическим показателям. Заёмщиком выступила компания «Русал».

Величина кредитной ставки по этой сделке может меняться в зависимости от того, как компания выполняет показатели, связанные с воздействием на окружающую среду. Также на ставку повлияют объёмы продаж алюминия с низким «углеродным следом», для производства которого используется гидроэнергетика.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Побеждают неравнодушные: как забота об экологии и обществе становится конкурентным преимуществом [Электронный ресурс] // СБЕР Про. — URL: <https://sber.pro/publication/pobezhdaiut-neravnodushnye-kak-zabota-ob-ekologii-i-obshchestve-stanovitsia-konkurentnym-preimushchestvom> (дата обращения: 06.03.2022).
2. Экологическое законодательство в 2022 году [Электронный ресурс] // Законодательство. — URL: <https://www.trudohrana.ru/article/103832-19-m3-ekologicheskie-zakony-perechen> (дата обращения: 05.03.22).
3. Как российский бизнес внедряет принципы ответственного инвестирования [Электронный ресурс] // РБК+. — URL: <https://plus.rbc.ru/news/609b8c197a8aa9065768407d> (дата обращения: 05.03.2022).
4. Национальная инициатива по ESG-трансформации [Электронный ресурс] // Россия — ESG. — URL: <http://russia-esg.ru/> (дата обращения: 07.03.2022).
5. ESG трансформация в Сбербанке [Электронный ресурс] // ESG Сбер. — URL: <https://www.sberbank.com/ru> (дата обращения: 06.03.2022).

*Роман Алексеевич Николаев*

Ярославский филиал Финуниверситета, Ярославль, Россия

Romanik2003@gmail.com

Научный руководитель: *Александр Павлович Карасев*

ficher77@mail.ru

## СОВРЕМЕННЫЙ ТРУД И РАЗВИТИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

**Аннотация.** В статье рассмотрены отличительные черты и устойчивые тенденции, характеризующие современный труд. Сделана оценка влияния современного труда на формирование и развитие человеческого капитала.

**Ключевые слова:** труд, рынок труда, человеческий капитал.

*Roman A. Nikolaev*

Yaroslavl branch of the Financial University, Yaroslavl, Russia

Romanik2003@gmail.com

Scientific adviser: *Alexander P. Karasev*

ficher77@mail.ru

## MODERN LABOR AND HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT

**Abstract.** The article discusses the distinctive features and sustainable trends characterizing modern labor. An assessment of the influence of modern labor on the formation and development of human capital is made.

**Keywords:** labor, labor market, human capital.

Человечество за свою продолжительную историю сталкивалось с множеством потрясений и сделало большое количество открытий, которые радикально изменяли подходы к рассмотрению и решению проблем. Достаточно продолжительное время наибольшую ценность для экономики представляли различные ресурсы, вроде угля, газа, нефти, никеля и т. п. Это было обусловлено как экономической системой, требовавшей все большей экспансии, так и технологическим прогрессом, внедрявшим все новые и новые технологии. Однако, фиксация на получении доступа ко все большему количеству ресурсов несла не только прогресс, свидетелем которого были люди в 19-ом и 20-ом веках, но и привела к множеству конфликтов, масштабы ко-



торых возрастали с каждым разом. После двух мировых войн за предел мира, а также в связи с изобретением атомного оружия, ставящего под угрозу существование человечества, прежний взгляд на мир исключительно с ресурсной точки зрения потребовал пересмотра. Новое осознание ценности жизни и той легкости, с которой ее можно лишиться, привели к появлению в 60-х годах 20-го века концепции человеческого капитала [7]. Человек стал главной экономической ценностью, а развитие человеческого капитала — центральным вопросом для многих стран и организаций по всему миру. Такая точка зрения, несмотря на недавние события в мире, до сих пор остается актуальной, а вопросы о том, что влияет на человеческий капитал и как его наиболее эффективно формировать тревожат бессчётное множество ученых и исследователей по всему миру.

Перед началом исследования необходимо определиться с сущностью понятия человеческого капитала, а также изучить его взаимосвязи с современными трудовыми отношениями. Как уже было отмечено, долгое время среди политиков, философов и мыслителей была распространена ресурсная логика, однако позднее она была пересмотрена. На самом деле ресурсная логика, рассматривающая использование объектов материального мира с целью приобретения новых возможностей для извлечения прибыли и лучших позиций в конкурентной борьбе, никуда не делась, просто основной интерес был перенесен от территорий и природных ресурсов к человеку. Смена фокуса в сторону человека не привела к изменению логики восприятия и понимания. Человек стал главным ресурсом, то есть тем из чего можно эффективно извлекать прибыль, одну из основных черт укоренившейся в мире капиталистической системы. Человеческий капитал стал экономическим фактором, который, как и другие факторы, эксплуатируется в производственном процессе. Такое положение было обусловлено не только характером общественных отношений и системой производства, но и самой структурой и природой данного явления.

Человеческий капитал напрямую связан с человеком и непосредственно от него зависит. Из этого следует его содержание. Человеческий капитал включает в себе знания, умения, опыт, навыки и другие присущие человеку качества и характеристики, способные применяться в производстве [7]. То есть большая часть всего, что человек приобретает за время своей жизни, кроме части личного иму-

щества, относится к человеческому капиталу. Человеческий капитал накапливается в течении всей жизни человека и даже несмотря на возможность потери части навыков или приобретения серьезных заболеваний, является всевозрастающим по своей сути. За человеческую историю сложилось так, что большую часть времени человек трудится, а, следовательно, значительная доля аккумулируемого им человеческого капитала приходится на аспекты, связанные с трудом.

Непосредственная связь труда и человеческого капитала прослеживается как минимум при применении обоих в производстве, то есть по их прямому назначению. Для реализации человеческого капитала необходим труд. При этом качество самого труда напрямую зависит от уже имеющегося опыта, навыков и т. п., то есть от степени развитости человеческого капитала. Данные понятия являются взаимосвязанными и взаимодополняющими. Поэтому рассмотрение перспектив формирования и развития человеческого капитала необходимо начать с рассмотрения генезиса современного труда и выделения присущих ему характеристик и тенденций.

С исторической точки зрения корни труда, каким его сегодня можно наблюдать, можно отследить вплоть до зарождения капитализма. Распад феодальных отношений и связанные с этим первые толчки социальных, культурных и экономических преобразований породили множество движений, ключевым из которых, в рамках нашего исследования, можно назвать реформацию. Главными последствиями, которые принесли реформация и сопутствующие ей движения, были протестантская трудовая этика, новое отношение к богатству и его накоплению, а также укрепление социальных позиций классов, связанных с торговлей и финансовыми операциями. Все это, а также технологический прогресс и процесс масштабного перераспределения частной собственности (первичное накопление капитала) привели к формированию и укреплению капитализма, неотъемлемой частью которого стал наемный труд. Было бы несправедливым не упомянуть, что принятие данных изменений не было быстрым и мирным. Новые отношения не просто привели к высокой конфликтности внутри себя, что уже упоминалось выше при рассмотрении появления человеческого капитала, но и обострили уже существовавшие конфликты, вступив в конфронтацию с прежними отношениями феодального времени [2]. В результате данного продолжительного противостояния капитализм показал большую эффектив-

ность и привел к невероятным достижениям. Однако, как и у любого явления, у капитализма была и обратная, малопривлекательная сторона, значительная часть которой содержалась в трудовых отношениях, являвшихся одними из центральных для всей системы.

Ранее упомянутая протестантская трудовая этика исходила из достаточно простой идеи: честный и кропотливый труд является путем к спасению, то есть приведет верующего в рай. Такое отношение к труду превратило его в ценность, а развившаяся экономическая система сделала необходимостью [2]. Труд, содержащий в себе физические и умственные способности человека к выполнению определенных задач, в капиталистической экономике стал одним из самых важных факторов производства, а значит объектом для эксплуатации. С помощью труда собственники извлекали прибыль, часть которой возвращалась работнику в виде компенсации. Обусловленная самой капиталистической системой борьба за размеры компенсации и улучшения условий труда, а также введение регуляций в данную сферу общественной жизни, стала одной из главнейших для человечества на многие десятилетия вперед. Однако, современный труд не ограничивается данным, максимально общим описанием сложнейших процессов. Он стал результатом процессов, происходивших в недавнем прошлом и выходящих за рамки данного максимально общего описания.

После второй мировой войны и до 70-х годов прошлого века капиталистический мир существовал, опираясь на кейнсианство. Данная система взглядов и выходящая из нее экономика основывалась на идее необходимости активной позиции государства по отношению к экономике. Согласно последователям Кейнса свободный рынок обладает множеством изъянов и не всегда приводит к желаемым результатам, поэтому государство обязано, в интересах своих граждан, корректировать развитие рыночной экономики и вмешиваться в ее функционирование, исправляя и предотвращая возможные ошибки. Такая экономика обладала как плюсами, так и минусами. Впрочем, никакие достоинства не уберегли ее от исчерпания своего потенциала, результатом чего стал кризис. Данный кризис оказал серьезное влияние на взгляды политиков и экономистов и сформировал новый подход к ведению экономики. Образовавшаяся неolibеральная экономика предполагала освобождение рынка и рыночных агентов от государственной регуляции, что должно было привести к большому

процветанию. Конечно, экономический кризис был разрешен, но последствия неолиберальной экономической политики нельзя назвать сугубо положительными.

В результате предоставления больших свобод собственникам и рынку, а также изменения политической ситуации в мире, главные капиталистические страны начали испытывать процесс деиндустриализации. Производства переносились в страны с более дешевой рабочей силой или в места, являющиеся более оптимальными с точки зрения формирования новых логистических цепочек. Данный процесс привел к ряду последствий, большая часть из которых можно назвать скорее отрицательными [9, с. 33–38]. К последствиям деиндустриализации можно отнести:

1. Деюнионизацию, то есть снижение членства в профсоюзах, а также общее падение переговорной силы трудящихся [6]. Работники резко потеряли значительную часть переговорной силы, что обусловило их отток из профсоюзов, которые уже не были способны отстаивать права своих членов. Деюнионизация является одной из главных причин обеднения среднего класса и ухудшения условий труда [3].
2. Нарушение процессов интеграции. Традиционная занятость и членство в профсоюзах являлись важными для социализации и интеграции людей. После переноса значительной части промышленности за рубеж данные процессы оказались серьезно нарушены [9, с. 66–79].
3. Перенос занятости в сферу услуг и возникновение «бредовой работы». После ухода производственных мощностей на рынке труда образовалась масса рабочей силы, которой необходимо было найти новое применение. В результате произошло серьезное расширение сферы услуг, которая впитала в себя большую часть трудящихся. Однако, занятость в сфере услуг серьезно отличается по своему характеру от индустриальной. Более того услуги имеют меньший потенциал развития и расширения, нежели материальное производство. Для оставшейся части работников не нашлось даже подобной занятости, однако хоть какое-то трудоустройство им было необходимо. Из-за этого появляется целый пласт профессий, которые служат лишь для образования рабочего места и не содержат никакого потенциала развития и не увеличивают эф-

- фективность фирмы. Подобная занятость попросту бессмысленна, что серьезно отражается на работниках в психологическом плане. Антрополог Дэвид Гребер назвал такую работу «бредовой» [10].
4. Атомизация работников и индивидуализация труда [6]. Все вышеперечисленное приводит к обособлению работников. Они начинают ощущать себя не как класс или даже коллектив, а как разрозненные индивиды. Такое положение только лишь усугубляет разлад в процессах социализации и интеграции, а также закрепляет исключительно подчиненное положение трудящихся. Атомизация лишь ухудшила положение работников и привела к большему ухудшению условий труда.
  5. Распространение психологических проблем. Ухудшающаяся занятость неизбежно приводит к тому, что люди сталкиваются со все большим стрессом и давлением. Депрессия, апатия, безнадежность, а также ряд более серьезных психологических заболеваний получили более широкое распространение в обществе. Наиболее актуальной из подобных проблем является профессиональное выгорание, когда работник теряет психологическую мотивацию к своей профессиональной деятельности [5].

Все эти причины сильно взаимосвязаны и взаимообусловлены. Их совокупностью можно охарактеризовать в наиболее общих чертах современную занятость, главным лейтмотивом которой стало ухудшение условий труда. Даже самые последние изменения в данной сфере сохраняют все вышеописанные тренды. Возьмем в качестве примера платформенную занятость. Под платформенной занятостью понимают форму организации занятости, при которой организации или частные лица используют онлайн платформу для взаимодействия с другими организациями или частными лицами в целях решения определенных задач [8]. Работник, в данной системе индивидуален, его условия труда слабо регулируются, следствием чего являются: отсутствие социальных гарантий, нерегулярность доходов, ненормированный график, а также невозможность защиты своих трудовых прав. Работник платформенной занятости, в силу самого ее механизма, слабо интегрирован в общество и плохо социализируется. Например, современный курьер — хрестоматийный пример работника платформенной занятости. Курьеры не имеют постоянной

и устойчивой связи с другими курьерами или со своими клиентами, как, впрочем, и четкого графика работы, а существуют в замкнутом социальном пространстве, ограниченном уже существующими связями и «общением» с платформой, которая лишь предоставляет заказы, платит за работу и наказывает за провинности.

Современная занятость, как несложно заметить, совершенно не располагает к развитию человеческого капитала. Напротив, современный труд буквально представляет из себя узел из множества кризисных тенденций, способный в любой момент стать препятствием для развития экономики в целом. Уже сейчас люди стремятся порвать с таким трудом, потому что явно видят проблемность данного явления, которое отравляет их жизнь. Данные устремления привели, в частности, к the great resignation в США. The great resignation — это ситуация на рынке труда Соединенных штатов, характеризующаяся массовыми увольнениями работников [4]. Трудящиеся, получив государственную поддержку в пандемию, обрели возможность переоценить свою занятость и придя к неутешительным выводам начали массово покидать прежние места работы в поисках лучшей занятости [6]. Более того, популярность приобретают движения вроде antiwork, призывающие к радикальным преобразованиям общества и отмене труда в принципе [1]. Причем поддержку находят скорее не радикальные идеи и призывы, а практика, в виде этики antiwork, которую можно охарактеризовать как прямой саботаж работы всеми доступными методами от целенаправленного «залипания» в социальных сетях или частого использования уборной в рабочее время, до мелкого воровства, прогулов, максимального использования больничных и в конечном счете увольнения. Причем, важно отметить, что такие проявления борьбы и протеста являются прямым следствием системы индивидуализированной, постоянно ухудшающейся занятости.

Качественное развитие человеческого капитала, ввиду его тесной взаимосвязи с трудом, требует качественных условий труда. Их можно достигнуть путем реформирования существующей системы занятости или же полным пересмотром большей части ее положений, по сути, формированием новой системы занятости. Наиболее приоритетным и в какой-то мере необходимым направлением в данной связи является создание действительно конкурентного рынка труда, на котором трудящиеся будут обладать достаточной рыночной властью и переговорной силой, чтобы отстаивать собственные

права перед работодателями. Для достижения данной цели недостаточно принятия законодательства, разработки специальных учебных курсов или создания комиссий. Необходимы комплексные меры экономического и внеэкономического характера, которые сформируют материальную базу, культурную традицию и идеологическую основу для формирования и функционирования организаций, объединений, а также индивидуальных работников, знающих и отстаивающих свои права. Обладая такой характеристикой, трудовая система будет способна поддерживать не просто максимально эффективную эксплуатацию труда, на что направлен современный труд, а приемлемые условия труда, на основе которых уже возможно повсеместное качественное развитие человеческого капитала.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Inside the Online Movement to End Work [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.vice.com/en/article/y3vwjw/inside-the-online-movement-to-end-work-antiwork-sub-reddit> (дата обращения: 23.03.2022).
2. Manifesto against Labour [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://theanarchistlibrary.org/library/krisis-group-manifesto-against-labour> (дата обращения: 23.3.2022).
3. Middle-class decline mirrors the fall of unions in one chart [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://www.huffpost.com/entry/union-membership-middle-class-income\\_n\\_3948543](https://www.huffpost.com/entry/union-membership-middle-class-income_n_3948543) (дата обращения: 19.02.2022).
4. The Great Resignation [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.statista.com/chart/26186/number-of-people-quitting-their-jobs-in-the-united-states/> (дата обращения: 25.03.2022).
5. What's fueling 'The Great Resignation' among younger generations? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://fortune.com/2021/08/26/pandemic-burnout-career-changes-great-resignation-adobe/> (дата обращения: 19.02.2022).
6. Workers got fed up. Bosses got scared. This is how the Big Quit happened [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.motherjones.com/politics/2022/01/record-quits-great-resignation-labor-workers-pandemic/> (дата обращения: 18.02.2022).
7. Брюхов А. М. Научный анализ понятий «человеческий капитал» и «управление человеческим капиталом» // Челябинский гуманитарий. — 2012. — № 1(18).
8. Глотова Н. И., Герауф Ю. В. Платформенная занятость — главный тренд развития рынка труда в современных условиях // Экономика. Профессия. Бизнес. — 2021. — № 4. — С. 22–27.

9. Кагарлицкий Б. Ю. Между классом и дискурсом. Левые интеллектуалы на страже капитализма; Нац. исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. — М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2020. — 280 с.
10. Ореховский П. А. Большое слепое пятно экономической науки (о книге Давида Гребера «бредовая работа») // Вопросы теоретической экономики. — 2021. — № 3(12). — С. 145–152.



*Максим Сергеевич Новиков*

Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк, Россия,  
novikovv06@yandex.ru

Научный руководитель: *Ольга Николаевна Пастухова*,  
ONPastukhova@fa.ru

## **ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИДЖИТАЛИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ**

**Аннотация.** В статье рассмотрена роль эффективности и важности применения информационных, информационно-коммуникационных технологий и диджитализации в рамках бизнеса, существующего на современном рынке и претендующего на извлечение прибыли и укрепление своей позиции среди конкурентов.

**Ключевые слова:** информационные технологии, информация, бизнес, диджитализация, программное обеспечение, эффективность, информационно-коммуникационные технологии.

*Maxim S. Novikov*

Lipetsk Branch of the Financial University, Lipetsk, Russia,  
novikovv06@yandex.ru

Scientific director: *Olga N. Pastukhova*,  
ONPastukhova@fa.ru

## **APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES AND DIGITALIZATION IN MODERN BUSINESS**

**Annotation.** The article considers the role of the effectiveness and importance of the use of information, information and communication technologies and digitalization in the framework of a business that exists in the modern market and claims to make a profit and strengthen its position among competitors.

**Keywords:** information technologies, information, business, digitalization, software, efficiency, information and communication technologies.

С момента перехода Российской Федерации на систему рыночной экономики ею началось активное использование и развитие систем информационных технологий. В настоящее время информационные технологии стали значительно вливаться в каждую сферу жизни человека, при этом реализуя это эффективно, что способствовало уве-

личению охвата и интереса со стороны как правительств стран, так и владельцев компаний, а также менеджеров, осуществляющих методы и способы увеличения эффективности работы компании и извлечения большей прибыли.

Данная статья является актуальной по причине растущей доли применения ИТ в сфере современного как мирового, так и российского бизнеса, которую можно обосновать потребностью в своевременном и надежном хранении, обработке и передаче информации. Стоит отметить, что из-за постоянного развития науки, техники, новых технологий, увеличивается в целом численность информации как в каких-либо компаниях, так и в мире.

Различные документы, работа с ними, запросы исполнителей или управляющих органов в компании, а также все, что содержит в себе информационные потоки — все это основывается на информационных технологиях, которые также можно назвать «информационными системами», в соответствии со статьей 2 Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». В связи с этим у любого бизнеса возникает потребность оптимизировать бизнес-процессы, протекающие в их компании, путем внедрения цифровых технологий, что будет подразумевать под собой переход компании к иному, новейшему этапу развития компании. Все это подходит под определение диджитализации. Применение диджитал-технологий позволяет увеличить финансовое состояние и доход предприятия, повысить экспириэнс от работы со стейкхолдерами, а также улучшить КПД предприятия.

В связи с ежедневно растущим появлением новой информации, роста оборотов продукции предприятия и предполагаемо высокого числа задействованных на этом предприятии сотрудников, снова возникает необходимость в обращении к информационным технологиям. Применение современных ИТ позволяет поддерживать адаптивность к постоянной нестабильности условий современного бизнеса, а также систематизировать все виды поступающих данных воедино в кратчайшие периоды времени, будь то информация о кадрах компании, производственной деятельности, финансовой стабильности или отчетности.

Сказанным выше обосновывается серьезная необходимость для современного бизнеса во внедрении системы информационных технологий, которые могут включать в себя: программы для ведения

бухгалтерского учета и отчетности, прогнозирования финансовой выгоды будущих периодов времени, планирования стратегической деятельности компании, а также системы авто сбора, хранения и обработки поступающей информации.

Рассмотрим значение диджитализации в применении для какой-либо конкретной компании:

Во-первых, обязательным и начальным шагом к становлению диджитализации компании, является создание как технологических, так и экономико-правовых условий обеспечения информацией для доступности как в понимании времени, так и географического местоположения, предполагаемому юзеру;

Во-вторых, необходимо создание и поддержание программного обеспечения компании, а также реализация телекоммуникационных систем, заключающая в поиске и хранении ресурсов информации и их доступности при совершении потребности в запросе;

В-третьих, необходимо заняться политикой грамотного, плавного и постепенного внедрения ИТ в механизм работы и управления бизнеса. Решить данную проблему возможно двумя вариантами: создание отдела по поддержанию данного направления в компании; или же обращение к услугам организации, занимающейся предоставлением услуг данной необходимости. Выбор варианта зависит от решения или владельца компании, или генерального совета организации, обычно это определяется масштабом рассматриваемого в рамках оценки предприятия.

Чтобы выжить, удержаться на рынке и продолжать существовать, при этом получая стабильно растущий доход, руководству любого бизнеса никак нельзя игнорировать существование и плотное укоренение информационных технологий и систем реализации данных технологии в нынешних реалиях. Если перед руководством современного бизнеса стоит данная успешная цель, то им необходимо беспрерывно приспосабливаться к изменяющимся трендам рынка. Для этого определим необходимые позиции, на которые обязательно стоит обратить внимание:

- 1) постоянное развитие операционных бизнес-процессов, которые бы поддерживали и модерировали четкое выполнение ожидания и представлений клиента от продукции товара или услуг компании, для получения постоянной клиентской базы и более высокой финансовой прибыли в перспективе;

- 2) создание внутренних процессов в организации таким образом, чтобы они постоянно работали для системы «Возникающий спрос — своевременное предложение»;
- 3) поддержание нужного программного обеспечения и программных средств персоналу для того, чтобы они могли выполнять цели, которые ставятся руководством компании. Требования к целям: реалистичные, достижимые, нацеленные на большое количество так называемых «малых» целей — целей, которые возможно реализовать в кратчайшие периоды времени. Большое количество малых целей поможет предприятию легче двигаться по ступеням роста, развития и поддержания бизнеса, постоянно устрояя мелкие недочеты, чтобы в дальнейшем подойти к ступени перехода бизнеса в разряд крупных, где необходимо будет ставить более масштабные цели.

По данным аналитики IDC в 2019 году инвестиции рынка России в ИКТ (информационно-коммуникационные технологии) были равны 47,05 миллиардов долларов, что является наивысшим показателем относительно стран Восточной и Центральной Европы. В данном исследовании на Россию пришлось более трети инвестиций в ИКТ, так как общий размер расходов в рассматриваемую сферу был равен 136 660 000 миллиардам долларов.

Рассмотрим суммы, задействованные в производстве и разработке программного обеспечения компаний по данным на 2020 год (диаграмма 1).

Лидером рейтинга является компания «1С» с оборотом 54 триллиона йен, второе место занимает «Х Холдинг» — 44 триллиона йен, третье место — «Центр финансовых технологий» 18 триллионов йен. 4 и 5 места у «СКБ Контур» и «Код Безопасности» — 6 триллионов и 5,7 триллиона йен соответственно.

Компании из России отказываются от иностранного ПО по причине дороговизны, а также по причине того, что государство уже несколько лет стимулирует спрос на отечественное программное обеспечение. Сейчас к данным пунктам прибавилось и то, что иностранные компании-поставщики стали отказываться от работы и сотрудничества, а также предоставления услуг компаниям-закупщиками из Российской Федерации.

Из всего вышесказанного можно подвести итоги и сделать выводы о том, что для компаний и современного бизнеса применение

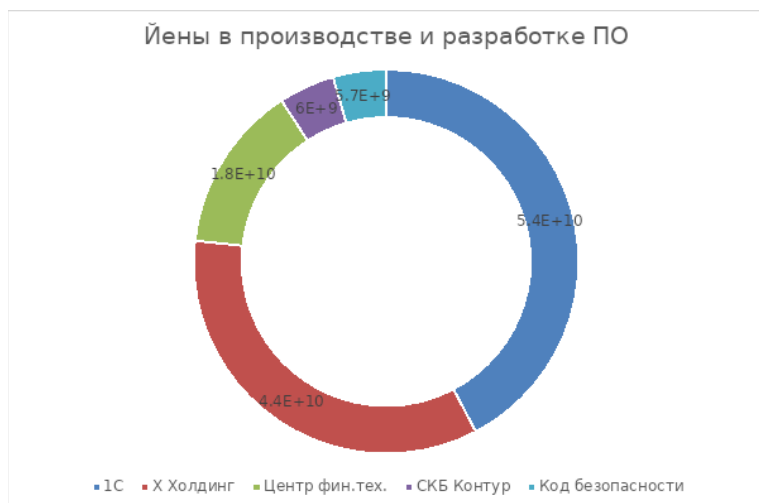


Диаграмма 1. Йены в производстве и разработке ПО

информационных технологий и систем являются необходимым и обязательным пунктом в удержании своих позиций на рынке и продолжения эффективного существования в условиях нынешней рыночной экономики. К тому же диджитализация способствует минимизации времени и затрат трудовых ресурсов на сбор данных и их анализ. Из этого следует, что для современного бизнеса ИТ и диджитализация — необходимые условия существования, в противном случае — бизнес обречен на банкротство и провал.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 19.07.2020).
2. Венделева М. А., Вертакова Ю. В. Информационные технологии в управлении: учебное пособие для бакалавров. — Люберцы: Юрайт, 2019. — 462 с.
3. Гаврилов М. В., Климов В. А. Информатика и информационные технологии: учебник для прикладного бакалавриата. — Люберцы: Юрайт, 2019. — 383 с.
4. Косиненко Н. С. Информационные системы и технологии в экономике: учебное пособие. — М.: Дашков и К, 2019. — 304 с.
5. Режим доступа: [www.tadviser.ru/index.php/Статья:ИКТ\\_\(мировой\\_рынок\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:ИКТ_(мировой_рынок)).

Овсеп Тигранович Овсепян

Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк, Россия,  
ovsepyan\_0303@mail.ru

Научный руководитель: *Ольга Вячеславовна Широкова*,  
OVSHirokova@fa.ru

## ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ДОЛГ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

**Аннотации.** Государственный долг очень сильно влияет на функционирования экономики любой страны. Важно правильно распределять полученные деньги, чтобы они приносили прибыль и государство быстро закрыла свой долг. Государственные заимствования приводят к замедлению экономического роста во многих страна и отрицательно влияет на социально-экономическую ситуацию. Также в статье рассмотрено методы управления государственным долгом и приведены способы решения и пути сокращения заимствования.

**Ключевые слова:** Государственный долг, экономика, внешние и внутренние займы, дефицит бюджета, дефолт, отсрочка, кредит.

*Hovsep T. Hovsepyan*

Lipetsk Branch of the University of Finance, Lipetsk, Russia,  
ovsepyan\_0303@mail.ru

Scientific director: *Olga V. Shirokova*  
OVSHirokova@fa.ru

## PUBLIC DEBT AND ITS IMPACT ON THE FUNCTIONING OF THE ECONOMY

**Annotations.** Public debt greatly affects the functioning of the economy of any country. It is important to distribute the money received correctly so that they bring profit, and the state quickly closes its debt. Government borrowing leads to a slowdown in economic growth in many countries and negatively affects the socio-economic situation. The article also discusses methods of public debt management and provides solutions and ways to reduce borrowing.

**Keywords:** Public debt, economy, external and internal loans, budget deficit, default, deferral, loan.

Государственный долг является одним из нефискальных финансовых инструментов, который является частью и оказывает влияние

на формирование общих государственных доходов. В основном они заимствуются у различных организаций и используются, в частности, для финансирования дефицита бюджета и стратегических проектов. Государственный долг содержит не только обязательство, вытекающее из договора о государственном долге, но и другие дополнительные обязательства, такие как возмещение ущерба. Важность и последствия государственного долга прямо или косвенно отражаются на экономике страны, что можно оценить по его влиянию как на денежно-кредитную, так и на налогово-бюджетную политику. Государственный долг оказывает негативное влияние на экономический рост многих стран из-за того, что погашение процентных кредитов представляет собой налоговое бремя для экономики страны. Предел государственного долга в некоторой степени зависит от способности экономики генерировать экономический рост, а также от назначения долга (т. е. от того, используется ли он в производственных целях или иным образом). Государственный долг повлияет на создание новых рабочих мест, повышение уровня образования и условий жизни. Эффективное использование государственного долга могло бы способствовать экономическому росту и развитию.

«Государственный долг — долговые обязательства Российской Федерации перед физическими и юридическими лицами, иностранными государствами, международными организациями и иными субъектами международного права, включая обязательства по государственным гарантиям, предоставленным Российской Федерацией.

Государственный долг подразделяется на:

1. Внешний.
2. Внутренний.
3. Капитальный.
4. Текущий.

В данной статье мы расскажем про них подробнее.

Государственный долг состоит из следующих элементов:

Долг перед национальными и иностранными банками, а также перед иностранными государствами и международными финансовыми организациями.

1. Задолженность по бюджетным ссудам и кредитам перед бюджетами других уровней.
2. Государственные займы в виде государственных ценных бумаг, выраженных в национальной и иностранной валюте.

3. Задолженность государства перед гражданами по заработной плате, компенсации сбережений, товарным обязательствам» [1].

Причиной возникновения долговых отношений у государства является несбалансированность бюджета, приводящая к возникновению бюджетного дефицита, а также наличие потребности в дополнительных средствах. «Для покрытия образовавшегося дефицита бюджета многие страны осуществляют заимствования, однако привлечение дополнительных финансовых ресурсов теоретически выступает потенциальным источником наращивания бюджетных расходов, но пользоваться привлеченными ресурсами можно только постепенно, поскольку резкий прирост займов способен вызвать ряд негативных последствий» [2].

Методы управления государственным долгом:

- Рефинансирование — погашение основной суммы долга (или всех), а также процентов с тех средств, которые были получены от выдачи новых кредитов.
- Дефолт — отказ государства от выплаты долга и процентов по ранее выданным кредитам. Данный метод наступает тогда, когда государственный долг настолько велик, что управление им невозможно. Я считаю, что выйти из этой ситуации очень трудно. Но чаще всего дефолт случается, когда в стране наступает финансовый кризис.
- «Конвертация — решение государства об изменении доходности ранее выданных кредитов. Для достижения этой цели правительство обычно уменьшает размер процентных платежей» [3].
- Отсрочка погашения кредита (или всех кредитов, выданных заранее) — проводится в случае, когда дальнейшая выдача новых кредитов не отвечает за финансовую деятельность государства. Плюс данного метода в том, что государство может некоторое время не платить за долг, а направить данную сумму на выплаты другой важной статьи расходов.

Расскажем поподробнее как подразделяется государственный долг:

1. «Внутренний долг — это задолженность перед собственными гражданами, которые являются держателями государственных ценных бумаг» [4].



2. Внешний долг — это задолженность перед другими государствами, иностранными банками и международными финансовыми организациями
3. Капитальный государственный долг — это вся сумма выпущенных и непогашенных долговых обязательств государства с учетом начисленных процентов, которые должны быть выплачены по этим обязательствам.
4. Текущий государственный долг — это расходы государства на выплату доходов кредиторам и погашение обязательств, срок которых наступил.

Также государственный долг может быть, как в национальной валюте, так и в иностранной.

Накопленный большой объем финансовых обязательств страны оказывает деморализующее воздействие на население, помимо налогового бремени, возложенного на него в связи с обслуживанием и погашением государственного долга.

Обслуживание государственного долга предполагает:

1. Осуществление операций по размещению долговых обязательств.
2. Выплату доходов по долговым обязательствам.
3. Погашение долга полностью или частично согласно плану или осуществление взносов в фонд погашения.

На наш взгляд, снижение государственного долга можно достичь путём применения такого метода, как досрочный выкуп. Государство покупает обесценившиеся облигации на вторичном рынке с целью их погашения. Чаще всего он используется после объявления в стране дефолта.

Основными причинами увеличения государственных заимствования являются:

1. Увеличение государственных затрат зависит от военных и социальных конфликтов в стране.
2. Циклические спады экономики.
3. Для того чтобы сбалансировать экономику нужно сократить налоги.

Последствия государственного долга бывают как положительные, так и отрицательные.

Положительное воздействие заключается в том, что «государственные заимствования выступают неинфляционным источником фи-

нансирования» [5]. Предоставление заимствованных у других стран или финансовых организаций средств в виде займов предприятиям внутри страны приводит к улучшению экономики. Государственный долг имеет свои преимущества, когда используется по назначению, но он может иметь разрушительные последствия для экономики страны, когда долг используется в неправильных проектах.

Поэтому можно сделать заключение, что правильно распределение и формирование госдолга может позитивно повлиять на развитие экономики и государства в целом. Однако заимствования приводят очень часто к отрицательным последствиям:

1. Большое количество заимствованных денег приводят к отвлечению бюджетных средств от выделения денег на развитие малого бизнеса, сельского хозяйства и социальных нужд.
2. Если государство не может выплатить государственный долг, то он прибегает к повышению налоговых ставок для населения и выпуска дополнительных денег и облигации. Это приводит к ухудшению мотивации людей создавать что-то новое и инвестировать в свой бизнес.
3. Очень большие и частые заимствования могут привести к банкротству страны, так как государство не сможет вовремя погашать долг и каждый раз будет рефинансировать его с увеличением процентной ставки, и это приведет к сокращению инвестиции и снижению потенциала страны.

Таким образом, необходимо чтобы государственным долгом управлял профессиональный человек, который сможет определить четкие цели управлением долгом. Нужно правильно распределять деньги получение от долга, чтобы они приносили прибыль и государство смогло отдать долг. Органы государственного управления должны предоставлять регулярный отчет о структуре и объеме, о сроках погашения государственного долга. Люди, отвечающие за распределения долга, должны оценивать любые риски, которые могут возникнуть. Нужно не прибегать к государственным заимствованиям и пытаться своими силами уменьшать государственный долг страны, иначе он с каждым годом будет только расти.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Министерство финансов РФ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://minfin.gov.ru/ru/performance/public\\_debt/external/glossary/](https://minfin.gov.ru/ru/performance/public_debt/external/glossary/)
2. Экономическая экспертная группа [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.eeg.ru>
3. Кушниц А. И. Государственный долг и его влияние на финансовую безопасность государства // Экономика будущего. Материалы научных исследований по итогам Международного конкурса студенческих научных работ: сб. М-во обр. и науки РФ; ФГБОУ ВО «Тамбовский гос. университет им. Г.Р.Державина». — Тамбов, 2018. — С. 87–99.
4. Сагов А. М. Государственный долг, его влияние на макроэкономическую устойчивость и финансовую стабильность // Бенефициар. — 2019. — № 11. — С. 38–44.
5. Ярыгина Т. Н. Государственный долг в системе обеспечения финансовой безопасности России // Академическая публицистика. — 2020. — № 2. — С. 153–159.

*Инна Максимовна Пьянзина*

Новороссийский филиал Финуниверситета, Новороссийск, Россия,  
innapyanzina@gmail.com

Научный руководитель: *Ирина Николаевна Воблая*,  
savinvaav@mail.ru

## СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

**Аннотация.** В статье рассматривается роль социальных сетей в продвижении малого и среднего бизнеса на примере Instagram и возможность его переориентировать на другие сайты, как уже созданные, так и разрабатываемые.

**Ключевые слова:** социальная сеть, бизнес, реклама, Instagram, Вконтакте, Телеграм.

*Inna M. Pyanzina*

Novorossiysk Branch of the Financial University, Novorossiysk, Russia,  
innapyanzina@gmail.com

Scientific director: *Irina N. Voblaya*,  
savinvaav@mail.ru

## SOCIAL NETWORK AS A TOOL FOR BUSINESS DEVELOPMENT

**Abstract.** The article discusses the role of social networks in promoting small and medium-sized businesses using the example of Instagram and the possibility of its reorientation to other sites, both already created and being developed.

**Keywords:** social network, business, advertising, Instagram, Vkontakte, Telegram.

Активная цифровизация сфер жизни общества привела к тому, что интересы людей акцентируются главным образом в Интернете. Это обусловлено оптимизацией и автоматизацией различных бизнес-процессов. Актуальность работы обоснована тем, что сегодня социальная сеть — это не просто платформа для обмена сообщениями, фотографиями и видео. Не стоит упускать из внимания, что она способна послужить мощным маркетинговым инструментом для бизнеса.

Целью исследования является анализ полезного эффекта от размещения бизнес-аккаунта на примере Instagram, исследовать мето-

дики расширения бизнеса применительно к социальной сети и рассмотреть альтернативные социальные сети для увеличения продаж.

Социальная сеть- онлайн-платформа, которая не только используется для общения, знакомств, создания взаимоотношений между людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, а также для развлечения, бизнеса и работы. В России наиболее популярные социальные сети: Вконтакте, Instagram, Одноклассники, YouTube по данным исследования Mediascope за 2020 год.

Instagram — приложение для обмена фотографиями и видео. Оно существует с 2010 года, и его популярность возросла, особенно среди молодого поколения и всех, кто одержим мобильной фотографией.

Идея создания приложения для обработки и публикации фото принадлежит американскому выпускнику Стэнфордского Университета Кевину Систрому. Правда прежде чем стать самой популярной соцсетью, его задумка претерпела множество изменений [4].

Почему именно Instagram применяется в качестве надежного инструмента продвижения бизнеса? Как показывает статистика глобальных отчетов, таких как Digital Report, и более локализованных австралийских источников, таких как Yellow Report, 90 % аккаунтов в Instagram подписаны хотя бы на одну компанию в Instagram [1]. Также Россия в 2020 году находилась на 5 месте в списке стран, с наибольшим количеством пользователей в Instagram — 56 млн. Также аргумент в пользу продвижения своего продукта в Instagram это то, что средний бизнес-счет имеет +1,68 % ежемесячный рост подписчиков аккаунта.

Какой бизнес подходит для Instagram? В соответствии с основным предназначением этой социальной сети более подходящими сферами в бизнесе становятся:

- мода 31,9 %;
- электронная коммерция 15,8 %;
- красота 13,7 %;
- авто 10,3 %;
- розничная торговля 9,1 %;
- электроника 4,6 %;
- услуги 2,1 %;
- спортивные товары 2,1 %;
- другие 10,5 % [1].

В приоритете малый бизнес и средний, в частности, индивидуальные предприниматели. Упор ставится на:

- продажу мелких и средних товаров. Например, одежда, игрушки, еда, косметика, электротовары, парфюмерия,
- предоставления услуг, в основном это сервисы маникюра, наращивания ресниц, макияж и другие косметические услуги, массаж, лечение в частной клинике, художники фотографы, ремонтные работы, бизнес-классы, онлайн-школы;
- продвижения уже существующих компаний.

Основные этапы необходимые для продвижения бизнес-аккаунта:

1. Создание бизнес-аккаунта, который создает дополнительные возможности:

- статистика по просмотру публикаций и Stories, конкретизированная их демографией, местоположением, а также информацией об прибавлении или убавлении подписчиков;
- добавление дополнительной информации в описании профиля: место, часы работы, номер телефона.
- добавление для сторонних пользователей кнопки для связи, при нажатии они могут увидеть почту, или сразу позвонить.

2. Аватар, название и оформление профиля должны быть лаконичными и приятными глазу [6].

3. Для увеличения охвата также стоит добавить новые публикации с описанием услуг или товаров, их визуализация с помощью фотографий и закрепленных Stories [5].

Второй и третий этап нужно проводить перед оформлением рекламы, бюджет направленный на маркетинг может быть потрачен впустую, если в профиле отталкивающие цвета, нет подробной информации о компании и подробное описание продукта.

4. Следующим этапом станет покупка рекламы, которая делится на три вида:

- реклама у блогеров;
- реклама непосредственно через Instagram;
- реклама через кабинет Facebook [7].

Первый вид подойдет тем, кто готов отдать большую сумму знаменитому человеку с риском того, что на ваш сайт не подпишется достаточно человек в сравнении с рекламой в Instagram или через

Facebook, которые при том же бюджете может заинтересовать больше людей. Одна из причин — это неумение сопоставлять образный портрет покупателя вашего продукта с реальными подписчиками у блогера [3].

Второй вид, а именно реклама через опубликованную публикацию или Stories в Instagram. Она будет попроще в настраивании. По умолчанию возможно ориентироваться по подписчикам бизнес-аккаунта и рассылать рекламу людям с такими же интересами. Возможна реклама в профиль на сайт или сразу. География потенциальных клиентов возможна реклама с учетом страны, региона или даже города, а также доступно выбирать точку и радиус рекламирования, это подойдет для локального бизнеса, например, доставка, кофейня, салон красоты. Указывается также диапазон возраста и пол аудитории.

Реклама через кабинет Facebook как последний вид рекламы наиболее таргетированный и точный в узнавании аудитории. Здесь также возможен выбор места распространения такие как Stories, в аккаунте и в ленте. Удобно выбирать географическую модель рекламы, происходит рассылка в рамках диапазона. На этапе подготовки рекламы выбирается ее цель:

- узнаваемость, которая подойдет компаниям, планирующим повысить осведомленность покупателей о совершенно новом каталоге товаров;
- рассмотрение. Заинтересованность предпринимателя в действиях со стороны заказчика, например, лайк, комментарий, установка приложения.
- конверсия уже предполагает действие, связанное с регистрацией, покупкой, заявкой.

В начале указывается бюджет и часовой пояс. Легко настраиваются группы объявлений в одной компании, нацеленные на удовлетворение потребностей разных категорий клиентов. Также возможно указать семейное положение, уровень образования, используемые устройства [8].

Instagram показан как очень активный инструмент продвижения продукта на широкую аудиторию. Но как погрешности в функциональных возможностях, так и введенные ограничения в России привели к трудностям у российских предпринимателей с рекламой, маркетингом, и ориентация на многонациональную клиентуру. Рекламу, осуществляемую через Facebook, сегодня нельзя применить как

способ привлечения заказчиков. И тенденции развития бизнеса в социальных сетях предлагают альтернативные социальные сети для индивидуальных предпринимателей. У российских предпринимателей есть несколько путей адаптации своего бизнеса к социальным сетям, функционал которых напоминает Instagram. Ведется разработка приложений дизайн, функции которых точно повторяют Instagram.

Тем не менее есть путь обхода запрета популярной сети на территории России- VPN. Инструмент, при подключении которого возможно поменять свое местоположение для сторонних сайтов. Человек, работая с Instagram через VPN, для сети позиционируется как житель другой страны.

Поэтому привычная площадка для обмена фотографиями с друзьями, общения и просмотра публикаций других людей, может использоваться и дальше. Это может продолжаться до тех пор, пока VPN не станет платным или вовсе будет недоступен на территории РФ. Для студентов, как основных потребителей продуктов (две трети пользователей возрастом 18–29 лет) [1], рекламируемых в Instagram, придется отказаться от платы VPN и переходить в новые площадки.

Развивать бизнес позволят и другие социальные сети, одинаково популярные для россиян как Instagram. В России наиболее популярные социальные сети: Вконтакте, Одноклассники, Telegram.

Вконтакте — российская социальная сеть, большинство аудитории русские, что позволяет точно рекламировать продукт, но по прошествии лет она стала в себя много интересов: сообщества, музыка, видео, новости, мессенджер, игры и многое другое. Ее профиль заточен немного в направлении мессенджера нежели площадки для рекламирования продукции. Тем более реклама по сравнению с Instagram недостаточно точечная, то есть, если необходимо предоставить услуги веб-дизайнера, нельзя выбрать такой интерес, только «IT и компьютеры», что может не конкретизировать аудиторию, нуждающуюся в таких услугах. Тем не менее здесь возможно создать полноценные магазины с оплатой через собственную платёжную систему VK Pay, получать обратную связь от аудитории, обрабатывать возражения и негативные отзывы — в комментариях и личных сообщениях, публиковать короткие посты и длинные посты с фотографиями, аудио, видео и gif-изображениями, настраивать рассылки, опросы и анкетирование [2].



Telegram — скорее мессенджер. Он не очень удобен для просмотра фото- и видеоконтента. Если Stories в Instagram проигрываются автоматически друг за другом, то тут придется включать видео, выключать видео, включать следующее. В Телеграме нужно делать упор на текстовый контент. И если для некоторых экспертов — психологов, бизнес-тренеров и прочих, это удобный рабочий формат взаимодействия с целевой аудиторией, то для большинства товарных ниш Телеграм попросту неудобен.

Таргетинг в Одноклассниках прост. Легко настраиваемая реклама, но низкая эффективность рекламного кабинета, схожего с Вконтакте. Отсюда та же проблема с подбором аудитории по интересам, а это серьёзная просадка, ведь суть таргетинга в точном попадании в свою ЦА [9].

Соответственно, для создания хорошей площадки для расширения бизнеса, требуются определенные реформы. Возможность создать социальную сеть смещающая в себе множество сервисов, которая может привлечь своим удобством. Например, в Китае существует WicChat- мессенджер, насчитывающий 1 млрд пользователей [10]. Аналогов у этой сети нет, она похожа на объединение Telegram, Instagram и Вконтакте и много других сервисов повседневного спроса (вызов такси, оплату муниципальных услуг, онлайн и оффлайн покупки и так далее) в одно приложение, отмечают в Asia Pacific.

Через рекламный кабинет WeChat можно привлечь китайских интернет-пользователей внутри всей экосистемы соцсети. У WeChat очень углубленные параметры таргетинга, что позволяет таргетироваться на китайских экспатов по всему миру, в том числе и в России. У рекламных кабинетов других сетей таких возможностей нет.

Таким образом, Instagram — социальная сеть, которая была удобна в использовании как инструмент в продвижения бизнеса, но обстоятельства показывают, что требуется немедленная переориентация в уже существующие сети, функционал которых приближенно напоминают Instagram и которые популярны, или разработать социальную сеть с объединением существующих сервисов и возможностей. Как показал пример успеха китайского WicChat, внедрение бизнеса в такие сети будет особо выгодным.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Social Media Perth SMPerth Facts & Figures // Instagram Statistics for 2022 [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.smperth.com/resources/instagram/instagram-statistics/~:text=Eighty%2Dthree%20percent%20of%20Instagram,users%20click%20on%20shopping%20posts> (дата обращения: 07.04.2022).
2. Яндекс Дзен SMM. Разбор соцсетей: куда какому бизнесу идти [Электронный ресурс]. — URL: <https://zen.yandex.ru/media/rucenter/smm-razbor-socsetei-kuda-kakomu-biznesu-idti-5f3f68f52b9a057d7edf2ad7> (дата обращения: 07.04.2022).
3. SendPulse Как составить портрет клиента и где брать данные [Электронный ресурс]. — URL: <https://sendpulse.com/ru/blog/portrait-of-a-customer> (дата обращения: 07.04.2022).
4. Gruzdev. Интернет-маркетинг от Арсения Груздева Кто и как придумал Инстаграм: история создания социальной сети [Электронный ресурс]. — URL: <https://gruzdev.ru/stati/kto-i-kak-pridumal-instagram/> (дата обращения: 07.04.2022).
5. SocialKit. Подборка неизменно эффективных инструментов для раскрутки Инстаграм [Электронный ресурс]. — URL: <https://socialkit.ru/blog/post/instrumenty-dlya-raskrutki-v-instagram> (дата обращения: 07.04.2022).
6. Tilda Education. Пошаговый гид по запуску рекламы в Инстаграме для новичков [Электронный ресурс]. — URL: <https://tilda.education/articles-instagram-ads-guide> (дата обращения: 07.04.2022).
7. Popsters — сервис аналитики и статистики сообществ социальных сетей Реклама в Instagram: как грамотно настроить и запустить, сколько стоит [Электронный ресурс]. — URL: <https://popsters.ru/blog/post/reklama-v-instagram> (дата обращения: 07.04.2022).
8. Грамматика Инстаграм Реклама в Инстаграм: как настроить и запустить, сколько стоит [Электронный ресурс]. — URL: <https://instagrammar.ru/raskrutka/reklama-v-instagram-kak-nastroit-i-zapustit-skolko-stoit/> (дата обращения: 07.04.2022).
9. WebValley Studio. Альтернатива Инстаграм для бизнеса в России: чем заменить Инстаграм в 2022, если он был основным каналом продаж [Электронный ресурс]. — URL: <https://web-valley.ru/articles/kak-vesti-biznes-bez-instagrama> (дата обращения: 07.04.2022).
10. Sostav. Китайские Instagram, TikTok и «Яндекс.Дзен»: самые популярные соцсети Поднебесной [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.sostav.ru/publication/kitajskie-instagram-tik-tok-i-yandeks-dzen-samye-populyarnye-sotsseti-podnebesnoj-53234.html> (дата обращения: 07.04.2022).

*Наталья Андреевна Румянцева*

Смоленский филиал Финуниверситета, Смоленск, Россия,  
natasha.rum2003@yandex.ru

Научный руководитель: *Галина Алексеевна Хроменкова*

## РЫНОК ТРУДА В РОССИИ

**Аннотация.** Особенностью современного рынка труда является его постоянная изменчивость. Определить, специалисты каких отраслей будут востребованы через несколько лет, крайне сложно. Но какие-то тенденции все же отметить реально.

**Ключевые слова:** рынок труда, сайты по поиску работы, состояние рынка труда в России, уровень занятости, самые востребованные профессии в России на 2022 год.

*Natalia A. Rumyantseva*

Smolensk Branch of the University of Finance, Smolensk, Russia,  
natasha.rum2003@yandex.ru

Scientific supervisor: *Galina A. Khromenkova*

## THE LABOR MARKET IN RUSSIA

**Annotation.** A feature of the modern labor market is its constant change. It is extremely difficult to determine the specialists of which industries will be in demand in a few years. But it is still possible to note some trends.

**Keywords:** labor market, job search sites, the state of the labor market in Russia, the level of employment, the most popular professions in Russia in 2022.

Рынок труда в современной России — это совокупность общественных отношений и институтов, обеспечивающих воспроизводство, обмен и использование рабочей силы;

На состояние рынка труда и уровень занятости населения в течение 2021–2022 оказывают влияние следующие факторы:

- Война на востоке Украины. (Почти неизбежными последствиями конфликта станут вывод капитала из России, радикальное сокращение кредитования из-за рубежа, нарушение торговых отношений с Украиной, увеличение бюджетных расходов и бегство от рубля.)

- Санкции, введенные против России западными странами и Соединенными Штатами. (Россия теряет десять-пятнадцать лет развития. Это примерно то же самое, что потерять все, что вы заработали, накопили и купили за десять лет.)
- Присоединение Крымского полуострова, и его включение в общероссийскую экономическую систему. (В России наблюдается беспрецедентный подъем национального самосознания и патриотизма. Рейтинг президента В. Путина достиг исторического максимума при практически полной консолидации общества вокруг политического руководства.)

Демографическая ситуация в России получила импульс в связи с увеличением численности населения, в том числе около 2 миллионов россиян, ставших гражданами России. Значительная часть экономической зоны, ранее принадлежавшей Украине, передается России. Соответственно,

- Рост цен на продукты питания, услуги, коммунальные платежи.
- Высокий уровень инфляции, которая остается стабильно высокой.
- Демографический кризис.
- Низкий уровень жизни населения и дифференциация общества на богатых и бедных.
- Переход экономики в фазу стагнации.
- Высокий уровень безработицы.

«Пандемия обострила проблему ранее существовавших балансов на рынке труда, — сказал Александр Сафонов, проректор Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. — Спрос на работников электронной коммерции, работников по доставке грузов, логистов и ИТ-специалистов резко возрос. В то же время спрос на работников в сфере туризма, отдыха и общественного питания снизился. Кроме того, пандемия изменила миграционные потоки, как внутренние, так и внешние. Трудящиеся-мигранты из стран СНГ предпочли вернуться домой из-за санитарно-эпидемиологических ограничений. К этому добавляется демографическая проблема» [1].

Кроме того, на состояние рынка труда в России влияют события на международной арене. Изменение конъюнктуры системы международных отношений, внешнеэкономических связей, внедрение новых технологий, автоматизация и роботизация напрямую влияют

на уровень занятости россиян, доходы домохозяйств и заработную плату.

Уровень занятости в 2022 году.

Официальная статистика говорила о том, что в 2021 году количество трудоспособных граждан РФ составляло почти 76 миллионов человек, это 52 % от численности всех жителей России.

При этом уровень безработных достиг на тот момент 5,8 % (4,4 миллиона человек). По сравнению с 2021 годом этот показатель увеличился на 3,4 %.

Одновременно с повышением уровня безработицы происходило сокращение доходов населения, уровня заработной платы. Многие предприятия задолжали выплату зарплат своим сотрудникам еще с 2022 года [5].

Выбор профессии — одно из самых важных решений в жизни человека, и каждый принимает его по-своему. Кто-то руководствуется личным интересом к профессии, кому-то важен престиж или доход, а кому-то важен спрос. В настоящее время существует множество сайтов по поиску работы.

Самые популярные сайты по поиску работы в России:

- HeadHunter (hh.ru)

Это один из крупнейших веб-сайтов в мире, на котором размещены вакансии от прямых работодателей. Количество проверенных компаний составляет более 1,5 млн, открытых вакансий — более миллиона. Список возможных профессий огромен. HeadHunter является абсолютным лидером среди всех сайтов по поиску работы в России.

- Работа.ру (www.rabota.ru)

На этом сайте собраны вакансии разных «уровней» (как руководящих должностей, так и должностей других сотрудников) и направлений. Предложения о работе удобно размещены по категориям: «работа на производстве», «работа в строительстве» и т. д. Есть категории с рабочими местами для людей с ограниченными возможностями.

Сервис проверяет своих работодателей на надежность и присваивает галочку проверенным. Недавно сайт был куплен ПАО «Сбербанк», так что теперь он working.ru активно развивается.

Сегодня на портале «Труд России» зарегистрировано более 13 миллионов пользователей. Для их удобства была разработана гибкая система фильтров, с помощью которой можно выбрать регион, установить желаемую зарплату, график работы, вид занятости и другие важные критерии.

Портал «Работа России» был создан для того, чтобы помочь гражданам найти подходящую работу, а работодателям — необходимых сотрудников. Однако сегодня «Работа России» — это не только общенациональная база вакансий.

- Работа России ([trudvsem.ru](http://trudvsem.ru))

На сайте ежедневно публикуются вакансии от прямых работодателей — ОАО «РЖД», ОАО «Тандер» (магазин «Магнит»), ПАО «Сбербанк», ПАО «Ростелеком» и других. На главной странице сайта есть полезные для соискателя ссылки о профориентации, агентствах по трудоустройству и т. д.

Сайт принадлежит Федеральной службе по труду и занятости России, регистрация на нем осуществляется через портал госуслуг. Здесь размещаются только вакансии от проверенных работодателей (в том числе для социально незащищенной группы соискателей). Благодаря государственной программе повышения мобильности трудовых ресурсов «Труд России» оказывает поддержку при переезде и предоставляет жилье.

- Работа вахтой от прямых работодателей ([vahtav.ru](http://vahtav.ru))

Этот сайт специализируется на сменах, ежедневно публикует вакансии на нефтяных, газовых и золотодобывающих предприятиях. Среди работодателей — «Роснефть», «Газпром», «Лукойл», «Мосгаз» и другие крупные компании. Они берут смену для работы на Севере по специальностям машиниста спецтехники, строителя, повара, водителя, кладовщика, упаковщика и бурильщика. Вахтовики обеспечиваются жильем и питанием.

Возможные графики работы: 15/15, 30/30, 45/30, 60/30.

- Вакансии на Юла ([youla.ru/all/rabota](http://youla.ru/all/rabota))

В этом разделе на сайте Youla вы можете найти предложения о работе от известных компаний: IKEA, City Mobile, Delivery club, Beeline и других. Сайт изначально был создан как стартап Mail.ru Группа, сейчас это, в частности, раздел с вакансиями, растет и развивается.

Принцип размещения резюме аналогичен «Вакансиям на Авито» — здесь нет определенной формы, вы можете описывать свои услуги произвольно. Верификации работодателя нет — подтвердить профиль можно только через социальную сеть ВКонтакте. На сайте представлен рейтинг работодателей, но у большинства крупных компаний его нет.

Практически невозможно предсказать, какие специалисты понадобятся через 15–20 лет. Мир меняется очень быстро и непредсказуемо. Например, одна из самых популярных профессий сегодня — IT-специалист. «Work.ru» и Sberindex провели совместное исследование, согласно которому каждый восьмой россиянин (13 %) назвал IT-профессию самой перспективной в 2021 году. На долю программистов приходится 11 %, еще 1 % респонденты отдали разработчикам и системным администраторам. Сегодня на зарубежном рынке труда профессии, связанные с информационными технологиями и разработками, даже более желанны, чем в России. В рейтинге социальной сети для поиска деловых контактов LinkedIn (на территории Российской Федерации сайт заблокирован Роскомнадзором с 4 августа 2016 года) эти сферы занимают 12 позиций среди 15 самых перспективных профессий в 2020 году. Список возглавляет специалист по искусственному интеллекту, за которым почти без перерыва следуют инженер-робототехник, аналитик данных, разработчик полного стека, инженер-программист, специалист по компьютерным приложениям, инженер по обработке данных, специалист по кибербезопасности, разработчик серверов, специалист по облачным технологиям, разработчик JavaScript. Однако это не значит, что так будет всегда. Компьютерные системы становятся все более и более сложными. Вполне возможно, что такое количество разработчиков просто не понадобится, когда все необходимое уже придумано.

Однако, пандемия спровоцировала кризис на рынке труда: самые востребованные профессии в России в 2021–2022 годах — врачи и учителя.

Самые востребованные профессии в России:

Самая популярная профессия — программист, спрос на нее только в России за год вырос на 72 %. Разработчики, тестировщики и аналитики сейчас находятся на пике спроса.

Потребность работодателей в сотрудниках сегодня на 20 % выше, чем в докризисный период, она оценивается на основе данных 4,

также отмечается, что в октябре 2021 года количество вакансий на одном из крупнейших сервисов поиска работы — hh.ru — примерно в полтора раза больше чем количество предложений, размещенных в 2019 году.

С начала марта количество вакансий на портале «Работа России» увеличилось почти на 200 тысяч позиций и составило 1,82 миллиона вакансий. Месяц назад на ресурсе было представлено более 1,6 миллиона позиций.

«Хотя, в целом, рынок труда сегодня занимает выжидательную позицию, сезонный наем осуществляется в полном объеме. Традиционно в марте-начале апреля мы наблюдаем увеличение временных и сезонных рабочих мест. Это во многом привело к такому значительному увеличению предложений о работе», — заявила Елена Мухтярова, заместитель министра труда и социальной защиты Российской Федерации [6].

Почти 700 тысяч вакансий представлены в промышленности, почти 230 тысяч — в жилищно-коммунальном хозяйстве и строительстве. Имеется более 144,1 тыс. вакансий для специалистов в области здравоохранения и социального обеспечения, почти 130 тыс. должностей на транспортных предприятиях, 85,6 тыс. в сфере образования и науки, 60,5 тыс. в юриспруденции и почти 54,8 тыс. в сельском хозяйстве.

Было размещено более 61,8 тыс. предложений для врачей различных направлений, 38,1 тыс. вакансий для младшего медицинского персонала. Образовательные учреждения ищут 23,9 тыс. учителей и 22,8 тыс. учителей. Кроме того, 57 тысяч инженеров также востребованы российскими предприятиями. Также на портале «Работа России» могут работать 119,3 тыс. водителей и более 40,5 тыс. портных [5].

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что в России наблюдается постепенное снижение безработицы и растет численность занятых, что свидетельствует о росте экономики. Тенденции развития рынка труда таковы, что в ближайшем будущем, вероятно, будут востребованы инженеры, опытные производственники, строители, специалисты в области розничной и оптовой торговли, логисты, менеджеры по продажам и закупкам, работники общественного питания (повара, официанты), специалисты, продавцы, водители, специалисты по ремонту автомобилей. В 2022 году специ-



алисты выйдут на первое место по востребованности. Аналитики отправили маркетологов, инженеров, людей, занимающихся продажами и торговлей, на вторую позицию.

### **СПИСОК ИСТОЧНИКОВ**

1. Что происходит на российском рынке труда // ФГБУ «Редакция «Российской газеты». — URL: <https://rg.ru/2021/10/19/chto-proishodit-na-rossijskom-rynke-truda.html> (дата обращения: 12.04.2022).
2. Занятость населения // Федерации Министерство труда и социальной защиты РФ. — URL: <https://mintrud.gov.ru/employment/110> (дата обращения: 12.04.2022).
3. Рынок труда, занятость и заработная плата // Федеральная служба государственной статистики. — URL: [https://rosstat.gov.ru/labor\\_market\\_employment\\_salaries](https://rosstat.gov.ru/labor_market_employment_salaries) (дата обращения: 12.04.2022).
4. Рынок труда. Спрос и предложение на рынке труда. Рынок труда в России // anews. — URL: <https://anews.com/novosti/113363628-rynok-truda-spros-i-predlozhenie-na-rynke-truda-rynok-truda-v-rossii.html> (дата обращения: 12.04.2022).
5. Уровень безработицы в России // Visasam.ru. — URL: <https://visasam.ru/russia/rabotavrf/bezrobotica-v-rossii.html> (дата обращения: 12.04.2022).
6. Страны Балтии перестали получать газ из России. // Рамблер/финансы. — URL: <https://finance.rambler.ru/economics/48414015-strany-baltii-perestali-poluchat-gaz-iz-rossii/> (дата обращения: 12.04.2022).

*Полина Михайловна Севрюгина*

Санкт-Петербургский филиал Финуниверситета, Санкт-Петербург, Россия,  
s.polly2001@yandex.ru

Научный руководитель: *Наталья Вячеславовна Островская*,  
nvostrovskaya@fa.ru

## **АНАЛИЗ ТРАНСФОРМАЦИИ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ КОНЦА XX — НАЧАЛА XXI ВЕКА НА ПРИМЕРЕ АЗИАТСКОЙ МОДЕЛИ КУЛЬТУРЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

**Аннотация.** В работе рассматриваются особенности культуры общения с азиатскими партнерами до начала эпохи посиндустриализации и после; производится моделирование изменения тенденций коммуникации, анализируются их предпосылки. Также в исследовании иллюстрируется уровень интеграции других культур в китайскую традицию; приводятся специфические качества азиатов как переговорщиков на примере Китая, как потенциального стратегического партнера РФ.

**Ключевые слова:** межкультурная коммуникация, модель Ричарда Льюиса, реактивные культуры, тенденция глобализации.

*Polina M. Sevryugina*

St. Petersburg Branch of the University of Finance, St. Petersburg, Russia,  
s.polly2001@yandex.ru

Scientific supervisor: *Natalia V. Ostrovskaya*,  
nvostrovskaya@fa.ru

## **ANALYSIS OF THE TRANSFORMATION OF INTERCULTURAL COMMUNICATIONS IN THE END OF THE 20<sup>th</sup> — BEGINNING OF THE 21<sup>st</sup> CENTURY ON THE EXAMPLE OF THE ASIAN MODEL OF THE CULTURE OF BUSINESS COMMUNICATION**

**Abstract.** In this work analyzes the features of the culture of communication with Asian partners before the beginning of the era of post-industrialization and after; modeling of changes in communication trends, their prerequisites are analyzed. The study also illustrates the level of integration of other cultures into the Chinese tradition; the specific qualities of Asians as negotiators are given on the example of China, as a potential strategic partner of the Russian Federation.

**Keywords:** intercultural communication, Richard Lewis model, reactive cultures, globalization trend.

В бизнес-среде последних десятилетий существует такое известное явление, как глобализация [1]. Её главным образом характеризуют как тенденцию, и, несмотря на последние события и уход многих зарубежных компаний с российского рынка, глобализация не перестанет существовать, в частности, в нашей стране.

Говоря о существовании компании на рынке более чем одного государства, нельзя игнорировать значимость переговоров зарубежными партнёрами. Как известно, в различных культурах в течение исторического процесса формировались различные специфические качества, связанные с ментальностью народа, с географическими особенностями, с контекста взаимодействия с соседями и т. д.

Разумеется, перед установлением диалога с потенциальным партнером из другой страны переговорщику необходимо заручиться неким инструментарием. Помимо того, что стороны должны просто понимать друг друга (за счет знания языка представителя, или за счет переводчика), сторона-инициатор должна качественно транслировать свою мысль и убедиться, что сторона-получатель корректно ее истолковала. На это качество может повлиять процесс изложения: вербальные и невербальные средства общения не должны вызывать у собеседников отторжения в силу, на пример, воспитания.

На основании этнической и культурной обособленности Ричардом Льюисом была выделена она из самых известных и используемых классификаций культур в международном бизнесе. Эта теория подразумевает три типа культуры:

- моноактивные культуры;
- полиактивные культуры;
- реактивные культуры [2].

Классификация представлена в виде треугольника, на сторонах которого отражается степень принадлежности той или иной страны к одному из трех типов культуры (рис. 1). К реактивному типу относятся, как видно на иллюстрации, азиатские культуры [3]. В контексте данной работы актуальность исследования наблюдается как практически целое ребро треугольника, разделяющее Россию и, например, ее потенциального стратегического партнера — Китай.

Известно, что язык в межкультурной коммуникации имеет не такое весомое значение, как культурная дифференциация [5]. Кроме того, бремя изучения особенностей взаимодействия с потенциальными зарубежными партнерами ложится на сторону-инициатора

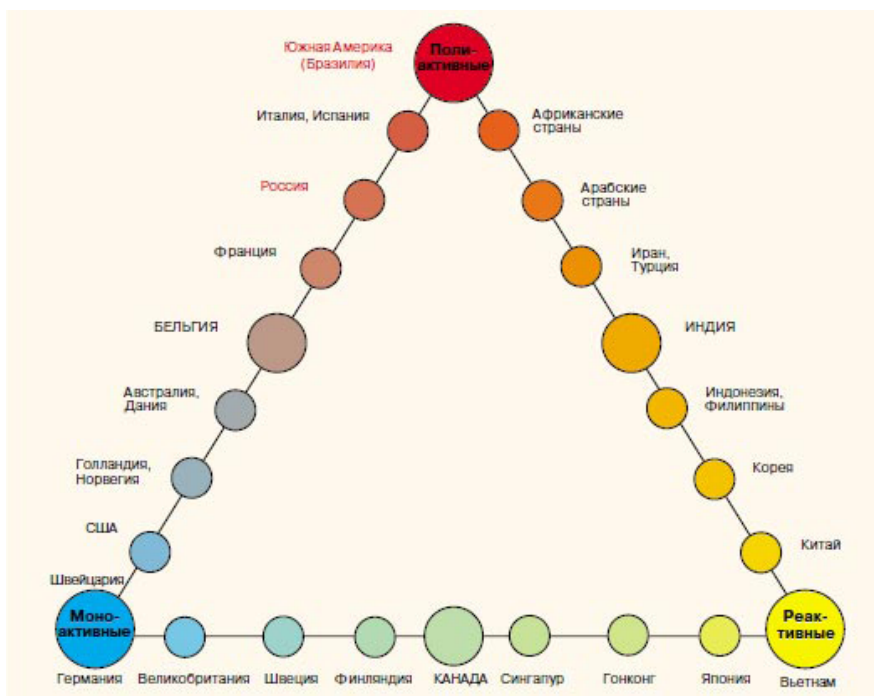


Рисунок 1. Классификация Ричарда Льюиса [4]

переговоров в силу приоритета их заинтересованности. Конечно, принцип взаимного уважения имеет место быть, однако надеяться на то, что принимающая сторона будет посвящена во все особенности условно нашего менталитета — не лучшая тактика. Во-первых, потенциальные партнеры могут не обладать навыками общения, привычными для нас, во-вторых — изучение коммуникативных практик как минимум продемонстрирует наш пиетет.

Для понимания того, как с партнером нужно говорить, надо понять, как он работает, как он ведет дела. Рассмотрим критерии Азиатской бизнес-культуры на примере Китая (как было отмечено выше, с учетом его потенциала для России) — это будет обобщенной характеристикой. Конечно, основные принципы, ассоциирующиеся с китайскими коллегами — прагматичность, дисциплина, конкретика. Для китайцев-бизнесменов важно достичь выгоды и отстоять свои позиции, именно свою точку зрения [6].

Согласно исследованиям [7], во многих азиатских культурах существует очень специфическая мимическая культура — отчасти, связанная с неприятием (избеганием использования) прямого отрицания, базирующемся на общенациональном воспитании. Классическая тенденция на избежание прямых отрицаний прослеживается в исследованиях 1972 года (П. Экмана и В. Фризена) [8]. Однако сейчас интернационализация и глобализация, о которых шла речь в начале работы, приобретают новые масштабы — в свежих исследованиях можно отметить отход от тенденции сокрытия эмоций на фоне формирования более свободной среды и доступности средств для более объемлющей связи со специализированными средствами иллюстрации самоощущения [9–10].

Итак, определим за базис характеристики делового взаимодействия представителей азиатской стороны — такие, которые описываются в исследованиях как обобщенные. Это допущение является справедливым, так как они формировались на основании культурного опыта и особенностей, характерных представителям азиатских диаспор, без углубления хронологические трансформации. Стиль коммуникации — критерий, который воспринимается как должное; постепенные отхождения от усредненных канонов, как правило, определяются на длинном отрезке времени в виде динамики. Однако сейчас мы существуем в мире, темпы развития которого приобретают совершенно беспрецедентные масштабы, что позволяет нам провести теоретический анализ текущей обстановки.

Глобализация не затрагивает какую-то конкретную сферу жизни — с экономическими заимствованиями возникает и культурная трансформация — в той или иной степени. Так, культура потребления становится неизбежным трендом для всего мира на пути движения стран до состояния развитых, с преобладанием сферы услуг. Ниже приводится таблица (табл. 1), включающая детали существующего образа азиатских партнеров на примере китайцев [11] до наступления эпохи постиндустриализации (конец прошлого века) и в настоящем (критерии сформированы аналитически и на основе указанных выше источников).

Выше приведены характеристики, демонстрирующие степень интеграции глобальной культуры в специфические азиатские устои. Как видно из описанного выше, культура сама по себе претерпевает постепенные изменения — послабления в строгости воспитания, прояв-

Таблица 1

## Сравнение характеристик делового общения на примере Китая

Критерий	Базисное состояние	Текущее состояние
Стратегия	<p>При заключении договоров и при бизнес-коммуникации китайцы стремятся к достижению выгоды в долгосрочной перспективе, что потенциально можно связать с национальным менталитетом — КНР находится на пути последовательного развития (как пример — экономические пятилетки). Сама тенденция роста вовсе необязательно обозначается конкретно, в виде целей и цифр. Это может быть более интуитивное понимание последующих выгод.</p>	<p>На классическое восприятие накладывается «оттеенок здравого капитализма» — бизнесмен может начать рассматривать выгоду не только в долгосрочной перспективе, но и на более короткой дистанции.</p>
Деловой этикет	<p>Несмотря на стремление китайских партнеров к достижению собственных, заранее установленных целей любым способом, серьезное значение для них имеет взаимное уважение, демонстрация некоего почтения. В переговорах важна учетливость, соблюдение норм этики; межличностные связи уходят на задний план.</p>	<p>На высоком бизнес-уровне соблюдение некоторых из приведенных аспектов, разумеется, еще имеет серьезное значение — так как в Китае существует подобие культа почтения старших и система последовательного стабильного карьерного роста, высшие чины занимают люди в возрасте, которые привыкли к проявлению должного уважения. В частности, тенденции, распространяющиеся на молодежь, вряд ли имеют серьезное влияние на пожилых управленцев.</p>

Откровенность	Стремление к получению выгоды имеет основной приоритет, партнеры не пойдут на прямой обмен, однако в бой могут вступить недосказанности, туманные формулировки и прочее, отсутствие конкретики и протоколирования договоренностей. В конечном варианте документа о соглашениях могут возникнуть неожиданные пункты, которые не были оговорены на встрече.	Сейчас существует глобальная тенденция поддержки более тесных взаимосвязей с партнерами, то есть длительное сотрудничество приветствуется более, чем подписание одного контракта — но китайцы очень избирательны в том, с кем они планируют дружить долго. Также, при необходимости, договоренности без контрактного закрепления могут быть расторгнуты — Китай найдет рынок сбыта своей продукции, даже если для этого нужно будет изобрести от старого. Но стремление к получению выгоды на собственных условиях никогда не исчезает.
Принятие решений	Без подтверждения лидера решения не будут приниматься, так как культура иерархичности не должна нарушаться ни в коем случае.	Тенденция принятия решений самым главным без возможности делегирования сохраняется, поскольку культура западного управления слишком далека от Азии и внедрения его элементов не ожидается даже в перспективе — слишком самобытный культурный слой и традиционный уклад блокируют такое проявление глобальной интеграции.
Особенности общения	В классической теории принято выделять такие особенности общения на территории азиатского партнера как длительные паузы в процессе обсуждения (как показатель размышления над предложением и уважения), отсутствие прямого зрительного контакта, сдержанность в костюме и пунктуальность. Азиаты проявляют к этим деталям особое внимание.	Сегодня, по идее, строгости границ может быть сглажена, однако культурная характеристика азиатов грешит от них соблюдения подобных ритуалов, которые призваны определить подготовленность, заинтересованность и эмоциональную устойчивость потенциального коллеги. Если представитель иной культуры не пройдет нравственную проверку, китайский представитель непременно обернет это в свою пользу при достижении договоренностей, например посредством доведения оппонента до нервного состояния для улучшения условий договора.

лении эмоций, в принятии европейских культуры и ценностей и т. д. Однако фундаментальность национальных скреп слишком сильна, чтобы она изменилась сильно и кардинально — к тому же, едва ли Китай нуждается в этих изменениях. Текущая модель поведения (как и общения с иностранными партнерами) является оптимальной для них не просто так — она формировалась с течением исторического процесса в конкретных экономических и геополитических условиях.

Сейчас же можно заключить, что более значимые подвижки в сторону европейской культуры можно ожидать только тогда, когда до руководящих постов дорастут современные молодые люди, более склонные к интернациональному. Хотя, с другой стороны, специфика национального бизнеса может прельстить и новое поколение.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. КиберЛенинка — электронная библиотека, статья «ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ И ГЛОБАЛИЗАЦИИ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-menedzhmenta-v-usloviyah-internatsionalizatsii-i-globalizatsii/viewer> (дата обращения: 15.03.22).
2. eLibrary — электронная библиотека, статья «ТИПОЛОГИЯ КУЛЬТУР РИЧАРДА ЛЬЮИСА КАК ИНСТРУМЕНТ КРОСС-КУЛЬТУРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В XXI ВЕКЕ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35209430&> (дата обращения: 15.03.22).
3. Studme.org — электронная энциклопедия для студентов, статья «РЕАКТИВНЫЕ КУЛЬТУРЫ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://studme.org/79828/menedzhment/reaktivnye\\_kultury](https://studme.org/79828/menedzhment/reaktivnye_kultury) (дата обращения: 15.03.22).
4. Studme.org — электронная энциклопедия для студентов, статья «КОНЦЕПЦИЯ РИЧАРДА ЛЬЮИСА (МОНОАКТИВНЫЕ — ПОЛИАКТИВНЫЕ — РЕАКТИВНЫЕ КУЛЬТУРЫ)» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://studfile.net/preview/9319464/page:13/> (дата обращения: 15.03.22).
5. *Дзялошинский И. М.* Коммуникация и коммуникативная культура: учебное пособие. — М.: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 606 с. — ISBN 978-5-4497-1367-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115017.html> (дата обращения: 31.03.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
6. Forbes.ru — бизнес-журнал, статья «КАК ВЕСТИ ПЕРЕГОВОРЫ С ПАРТНЕРАМИ ИЗ КИТАЯ, ЕВРОПЫ И С БЛИЖНЕГО ВОСТОКА» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.forbes.ru/karera->



- i-svoy-biznes/370837-kak-vesti-peregovory-s-partnerami-iz-kitaya-evropy-i-blizhnego-vostoka (дата обращения: 22.03.22).
7. Справочник (Автор 24) — электронная энциклопедия для студентов, статья «МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ВЫРАЖЕНИИ ЭМОЦИЙ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://spravochnick.ru/psihologiya/emocii/mezhkulturnye\\_razlichiya\\_v\\_vyrazhenii\\_emociy/](https://spravochnick.ru/psihologiya/emocii/mezhkulturnye_razlichiya_v_vyrazhenii_emociy/) (дата обращения: 24.03.22).
  8. psyoffice.ru — психологический портал, статья «ИССЛЕДОВАНИЕ ВЫРАЖЕНИЙ ЭМОЦИЙ НА ЛИЦЕ. — ПОЛ ЭКМАН, УОЛЛЕС ФРИЗЕН» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.psyoffice.ru/9530-17-611.html> (дата обращения: 24.03.22).
  9. eLibrary — электронная библиотека, статья «СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ЭМОЦИЙ В КИТАЙСКИХ И РОССИЙСКИХ СОЦСЕТЯХ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46668686> (дата обращения: 25.03.22).
  10. eLibrary — электронная библиотека, статья «ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ КИТАЙСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44593804> (дата обращения: 25.03.22).
  11. eLibrary — электронная библиотека, статья «ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ КУЛЬТУРЫ НА СТИЛЬ ПЕРЕГОВОРОВ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=39209088> (дата обращения: 31.03.22).

*Екатерина Сергеевна Семенова*

Смоленский филиал Финуниверситета, Смоленск, Россия,  
Kat2202@yandex.ru

Научный руководитель: *Ольга Юрьевна Крамлих*,  
kramlikh.olga@yandex.ru

## **СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ МОТИВАЦИЕЙ И СТИМУЛИРОВАНИЕМ ПЕРСОНАЛА**

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются мотивация и стимулирование персонала. Методики трудовой мотивации и методики кадрового управления. Особенности применения данных методик. Представлены формы, принципы, виды стимулирования. Осуществляется анализ методик менеджмента трудовой мотивации.

**Ключевые слова:** мотивация, стимулирование, методика, работник.

*Ekaterina S. Semenova*

Smolensk Branch of the Financial University, Smolensk, Russia,  
Kat2202@yandex.ru

Supervisor of studies: *Olga Y. Kramlich*,  
kramlikh.olga@yandex.ru

## **THE SYSTEM OF MANAGEMENT OF MOTIVATION AND STIMULATION OF PERSONNEL**

**Annotation.** This article deals with the motivation and stimulation of personnel. Methods of labor motivation and methods of personnel management. Features of application of these techniques. The forms, principles and types of incentives are presented. The analysis of methods of management of labor motivation is carried out.

**Keywords:** motivation, incentives, technique, employee.

Каждый работодатель самостоятельно определяет методы, которые побуждают всю команду проявлять активность для удовлетворения собственных потребностей и достижения общей задачи.

Мотивация труда персонала важна для повышения производительности. Результатом недостаточного применения методик, направленных на стимулирование, являются негативные последствия в отношении субъекта хозяйствования:

- не соблюдается трудовая дисциплина (имеет место опоздание, наличие прогулов, конфликтные ситуации);
- повышается уровень кадровой текучести;
- не соблюдается объем, качество работы;
- нарушаются правила коммуникации с клиентом;
- выполнение функций в нетрезвом состоянии;
- обнаружение воровства.
- осознанно обнаруживаются трудности в трудовой деятельности, работник уклоняется от собственных функций, которые он должен выполнять и др. [2]

Руководители, при наличии эффективного, стабильного кадрового состава, должны прибегать к похвале работников, их поощрению. Ранее высокоэффективный метод заключался в размещении хороших работников на досках почета, их приглашение на корпоративные мероприятия. На сегодняшний день применение данных методик показывает низкую эффективность. Руководители должны обладать навыками высокоэффективной мотивации своих работников. Мотивация позволит эффективно осуществлять кадровый менеджмент, поддерживать бесконфликтный микроклимат в рамках коллектива.

Следует отметить наличие 3-х типов кадрового стимулирования:

- материального;
- социального;
- психологического.

1. Использование материального стимулирования является методом, в рамках которого повышается стремление работников к быстрой, высококачественной работе. В России, данный тип кадрового стимулирования является наилучшим. В целях обеспечения результативности материального стимулирования требуется правильное его использование.

2. Использование социального стимулирования заключается в получении общественного одобрения высокопрофессиональных навыков, успехов.

При социальном кадровом стимулировании применяются следующие методы:

- устная похвала, которая, сопровождается открытой похвалой успешных сотрудников на глазах у коллектива в момент проведения совещаний, собраний. С позиции большинства

работников такого рода похвала является лучшей мотивацией в сравнении с материальным стимулированием;

- общие письма в электронном виде;
- торжественное вручение наград, которые затем размещаются на видном месте;
- почетная доска, на которой содержатся фото (это может быть стенд «Лучших работников месяца»).

Наряду с этим, требуется материальное подкрепление любого социального стимулирования.

### 3. Использование психологического стимулирования:

- результативность стимулирования обеспечивается признанием вклада подчиненного в полученный результат, предоставлением ему заслуженного статуса. Подчеркнуть статус работника в коллективе можно посредством организации соответствующей обстановки в его кабинете, участия в престижном конгрессе, предоставления важной роли в рамках переговоров, поездки в другую страну, неординарного обозначения должности. Следует бережно использовать данную методику: результатом полного либо же частичного лишения сотрудника имеющегося у него статуса является проявление бурной реакции либо же увольнение.
- использование неожиданных, нерегулярных, непредсказуемых поощрений позволяет лучше мотивировать работника, в сравнении с прогнозируемыми, неизменными.
- основу стимулирования работников составляют промежуточные их достижения, что не требует сиюминутного достижения результата деятельности, поскольку достижение больших успехов является сложным процессом.

Основу стимулирования составляют принципы, перечень которых состоит из:

1. Доступности. Требуется обеспечение понятности, демократичности условий стимулирования.
2. Постепенности. Перечень используемых материальных стимулов непрерывно корректируется.
3. Ощутимости. Определяя нижний порог стимулов, требуется учет некоего порога его эффективности, отличающегося в том или ином коллективе.

4. Минимизации разницы между фактическим результатом трудовой деятельности, а также ее стоимостью. В случае соблюдения этого принципа появляется возможность снижения уровня оплаты. Следует отметить, что наличие взаимосвязи с результатами трудовой деятельности, является хорошим мотивационным фактором.
5. Сочетания стимулов материального, а также морального характера. Требуется действенное, разумное сочетание данных стимулов, учитывая целенаправленное их воздействие на всех сотрудников компании.
6. Сочетания таких стимулов, как негативные, а также положительные. Негативные стимулы связаны со страхом потери места работы, штрафами; позитивные — с премиями, выплатами вознаграждения. Это зависит от методов и стиля руководства.

Как правило, организация делает все возможное, чтобы ее сотрудники работали по максимуму. На сегодняшний день единый метод, который позволял бы эффективно мотивировать персонал — отсутствует, поскольку некоторые из методик не подходят для тех или иных предприятий, коллективов. Кадровый менеджмент представляет собой целую науку, состоящую из разных методик, позволяющих повысить качество трудовой деятельности работников. Опираясь на накопленную практику, отметим необходимость обеспечения комплексной системы мотивирования персонала. Это предусматривает сочетание коллективной, а также личной мотивации. Мотивация должна состоять из морально-психологических, материальных методик, позволяющих поощрять эффективную деятельность работников.

Следует выделить наличие 2-х групп методик материального характера мотивации работников:

1. Прямых методик: бонусных выплат; штрафов. Посредством этих методов удастся достичь соответствующего результата на начальном этапе карьеры. Нельзя не отметить отсутствие взаимосвязи штрафа, наложенного на работника, а также его зарплаты.
2. Косвенных методик: питания; социального пакета; служебного жилья. Эффективность вышеуказанных вариантов яв-

ляется высокой, так как благодаря им работник получает возможность выполнения собственных пожеланий.

Существует возможность подразделения материальной мотивации на 2 подгруппы:

Систему штрафных санкций. В целях организации эффективного рабочего процесса требуется применение штрафных санкций. Таким образом, при плохом выполнении работником собственных обязанностей, предусматривается наложение штрафа, выступающего в качестве стимула к эффективной деятельности.

Систему поощряющего воздействия. Данная мотивационная методика является диаметрально противоположной, поскольку предусматривает выплату премиальных выплат работникам, эффективно работающим, а также достигавшим собственной цели. Поэтому, все работники направляют свои усилия на результативное выполнение собственных обязанностей для получения соответствующего поощрения [1].

Следует отметить схожесть методик трудовой мотивации и методик кадрового управления. При этом, требуется выделение общих, часто применяемых в рамках управления (на базе производства, народного хозяйства и пр.). Речь идет об экономических, административных, социальных, частных методиках.

Осуществим анализ каждого вида методик менеджмента трудовой мотивации.

1. Использование административных методик сопровождается прямым централизованным воздействием субъекта непосредственно на те или иные управляемые объекты. Ориентация административных методик направлена на наличие чувства долга, трудовой дисциплины, желания осуществлять ту или иную деятельность, трудовой культуры. Административные методики состоят из:
  - стабилизирующих, организационных методик (федеральных законодательных актов, уставов, указов, госстандартов, правил и пр.), правовых норм, утвержденных на государственном уровне, подлежащих обязательному исполнению. Определяя их содержание, состав, предусматривается применение научных подходов в отношении управления, правовых актов, которые представляют собой систему, как одно целое;

- методик с организационным воздействием (инструкций, регламента, нормирования трудовой деятельности, организационных схем), действующих в рамках компании. Посредством использования документов происходит регулирование состава, взаимоотношений, содержания подсистем компании. Оперативное управление сопровождается применением административных методик (инструкций, приказов) [4].
2. Применение экономических методик предоставляет возможность материального стимулирования сотрудника, а также коллектива в целом. Их основу составляет применение экономического управленческого механизма. Спектр экономических методик представлен элементами, составляющими экономический механизм, благодаря которым компания поступательно развивается. Речь идет о стимулах, мотивах, при наличии которых работники направляют свои усилия на достижение общей цели. Мы говорим о:
- методах, которые используют госорганы на региональном, а также федеральном уровне (налоговой системе, кредитно-финансовом механизме на уровне государства, региона);
  - методах, которые применяются на базе компании (экономических стандартах, согласно которым действует компания, системе, основанной на материальном стимулировании кадров, системе, основой которой представляет ответственность за уровень качества, эффективности трудовой деятельности, участия в капитале компании) [3].
3. Существование социально-психологических методик взаимосвязано с взаимоотношениями в социуме, предусматривая психологическое, моральное воздействие. Они направлены на активизацию патриотических, гражданских чувства регулирование ценностных ориентаций, используя мотивацию, создавая оптимальный климат, морально стимулируя работников, занимаясь социальным планированием. В рамках данных методик:
- формируются коллективы, учитывая характер, личность каждого из сотрудников, создается психологически нормальный климат, творческая атмосфера. В данном случае

требуется учет разного отношения к трудовой деятельности у разных работников;

- учет целей, миссии компании. Предусматривается информирование каждого из работников предприятия о цели, поскольку в процессе удовлетворения работником личных потребностей, происходит одновременное достижение цели компании;
- работники должны участвовать в управленческом процессе, занимаясь совместным управлением;
- устанавливаются социальные поведенческие нормы, стимулируется развитие работников в социальном направлении;
- устанавливаются моральные санкции, поощряются работники, эффективно сочетаются отрицательные, а также положительные стимулы. На базе коммерческого предприятия применение моральных санкций является неэффективным. То же самое и с моральными наградами [2].

В компаниях, на базе которых уровень зарплаты является низким, актуально применение социально-психологических, административных методик кадрового менеджментом. Речь идет о государственных компаниях. На базе компаний, в которых применяются материальные стимулы в качестве основных, предусматривается использование экономических мотивационных методик, включая социально-психологические методики. Таким образом, предусматривается применение целевого, а также комплексного подхода.

Благодаря данным мотивационным методикам, используемым на базе компаний, происходит повышение трудовой производительности, они выступают в качестве залога эффективного функционирования субъекта хозяйствования.

Существуют разные типы нематериальной мотивации:

Применение лидером похвалы в отношении подчиненного. Данная методика отмечается высокой эффективностью. Благодаря такой похвале сотрудник прилагает усилия к улучшению результатов собственной трудовой деятельности, перспективному продвижению. В связи с чем до сегодняшнего дня множество компаний прибегает к использованию досок почета (виртуальных, а также настоящих).



Продвижение по карьере. Все работники предприятия должны видеть перспективы в собственной эффективной трудовой деятельности, выполнении требуемых производственных объемах, представленные карьерным, а также профессиональным ростом.

Наличие положительного имиджа организации. На современном этапе престижной является работа на базе известного предприятия, которое востребовано в рамках той или иной бизнес-ниши. Здесь немаловажная роль отведена, как рыночному имиджу предприятия, так и положительным его характеристикам, как места работы.

Обеспечение положительной командной атмосферы. Результатом дружеских, теплых взаимоотношений в рамках коллектива является более эффективная деятельность персонала, в сравнении с коллективами, в которых часто возникают конфликты.

Проведение кадрового обучения. В случае организации такого рода обучения на бесплатном основании, следует отметить, что компания вооружилась стимулирующей методикой с нематериальным характером.

Проведение культурных, спортивных мероприятий. Проведение корпоративных мероприятий, спортивных турниров, коллективных походов в кинотеатр, на концерт, галерею, организация празднования того или иного немаловажного события, даты — это эффективная мотивация для работников. Благодаря этому происходит сближение работников, формирование дружеских взаимоотношений коллег. Вместе с тем работодатели должны использовать данную методику стимулирования пропорционально уровню качества трудовой деятельности работников на протяжении соответствующего периода.

Руководителю предприятия предоставлено право на самостоятельное определение методик кадровой мотивации, которые подходят для компании, кадрового состава. Посредством выбора оптимальных вариантов обеспечивается высокая трудовая производительность, максимальная отдача от работников. Быстрое развитие компании обеспечивается именно стремлением руководителей к формированию сплоченной, сильной, дружной, эффективной команды, для которой посылно воплощение любых идей. При наличии у руководителя желания можно найти множество методик, которые позволят мотивировать персонал.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ковалева С. В., Крамлих О. Ю. К вопросу построения российской экономической системы // Информационное общество: проблемы правовых, экономических и социально-гуманитарных наук. Материалы II международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов и студентов: сб. — 2016. — С. 62–64.
2. Кондратьев О. В. Мотивация персонала. — М.: ТЕИС, 2018. — 271 с.
3. Крамлих О. Ю. Развитие инфраструктуры рынка предпринимателей-аграрников // Становление и развитие предпринимательства в России: история, современность и перспективы. Сборник научных статей Международной научно-практической конференции 30 мая 2014 года. — 2014. — С. 27–31.
4. Лифоренко Р. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. — СПб.: Питер, 2018. — 351 с.
5. Лукашевич В. В. Основы менеджмента. — М.: Экономика, 2017. — 413 с.

*Дарья Романовна Сорокина*

Санкт-Петербургский филиал Финуниверситета, Санкт-Петербург, Россия,  
sorokina00-00@ya.ru

Научный руководитель: *Любовь Викторовна Ачба*,  
lvachba@fa.ru

## **ФИНАНСИРОВАНИЕ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

**Аннотация.** Данная статья посвящена финансированию учебных заведений среднего профессионального образования, определению проблем и разработке направлений их совершенствования.

**Ключевые слова:** финансирование бюджетных учреждений, бюджетное финансирование, образовательные услуги.

*Daria R. Sorokina*

St. Petersburg Branch of the Financial University, St. Petersburg, Russia,  
sorokina00-00@ya.ru

Scientific director: *Liubov V. Achba*,  
lvachba@fa.ru

## **FINANCING OF SECONDARY VOCATIONAL EDUCATION INSTITUTIONS: CURRENT PROBLEMS AND DIRECTIONS OF THEIR IMPROVEMENT**

**Abstract.** This article is devoted to the financing of secondary vocational education institutions, the identification of problems and the development of directions for their improvement.

**Keywords:** financing of budgetary institutions, budget financing, educational services.

Финансирование учебных заведений среднего профессионального образования в качестве финансирования государственного задания определяет две новые роли: роль государственного заказчика для учредителя и ответственного исполнителя для руководителя

учебного заведения. Поэтому, приоритетная задача для управленческих работников в ближайшем будущем — это разработка соответствующих технологий для такого государственного заказа, разработка критериев прозрачности качества образования в каждом образовательном учреждении по отдельности, а также определение достаточной аргументации с обеих сторон о возможности реализации разных видов образовательных программ.

Одна из основных проблем финансирования учебных заведений СПО — это риск необъективного формирования государственного заказа, «вертикального» вмешательства в политику учебного заведения. С другой стороны, от директора образовательного учреждения можно ожидать предоставление необъективной информации, которая отражает завышающие показатели государственного задания и объёмы субсидий. Риски ответственных решений могут быть снижены, если будет предоставлена необходимая информация: мониторинговая, прогнозная, статистическая и т. д. Поэтому можно сделать вывод, что для надежного и объективного управления учреждением среднего профессионального образования необходим стационарный аналитический центр, через который будет поступать важная информация для принятия управленческих решений.

Ограниченность бюджетных средств тормозит образовательную деятельность учебного заведения. И наоборот, дополнительные внебюджетные поступления наполняют «кошелёк» школы и стимулируют её полноценную работу и развитие. Учреждение среднего профессионального образования, как и любое другое образование, в праве осуществлять дополнительную деятельность за счёт своего кадрового потенциала и материальных возможностей для получения дополнительных финансовых средств. Она финансируется не из бюджета субъекта РФ, поэтому трактуется как внебюджетное финансирование учреждения [2].

Анализ текущей ситуации в сфере среднего профессионального образования показывает, что, несмотря на нормативно-правовую определенность в этой сфере ряд вопросов остается нерешенным. Следует сосредоточить внимание на соответствующие проблемы:

1. Разрыв между экономическими потребностями работников и специалистов среднего звена, их фактической доступностью и квалификацией для удовлетворения требований работодателей.

2. Низкая эффективность существующей системы формирования контрольных показателей при приеме в образовательные организации СПО.
3. Неспособность полного проведения всех видов практик.
4. Старение преподавательского состава.
5. Необходимость модернизации учебно-материальной основы образовательных учреждений СПО.
6. Разная степень экономических и управленческих потенциалов регионов страны.
7. Значительная разница в региональном экономическом развитии, количестве рабочих мест, уровне безработицы, минимальном доходе.
8. Утечка молодого поколения и высококлассных кадров их одних регионов в другие.
9. Низкая оценка рабочих специальностей, недостаточная привлекательность квалификаций рабочих мест и средней квалификации среди населения и т. д.

Среднее профессиональное образование становится особым центральным звеном по кадровому обеспечению в регионах страны, поэтому следует обратить внимание на необходимость внедрения адаптивных и гибких программ обучения, ориентированных на потребности работодателей. Учитывая, что среднее профессиональное образование является более практичным видом учебной деятельности, необходимо рассмотреть вопрос о пересмотре федеральных образовательных стандартов с целью увеличения количества часов на учебную и производственную практику (не менее 30 процентов).

Проблемы и задачи, которые стоят при их решении, требуют соответствующего финансирования. При системе финансирования по государственному заданию не все они достижимы, что требует проанализировать возможности других источников финансирования, на которые может повлиять учреждение.

Современная проблема заключается в том, что на государственном уровне отсутствует понимание жизненной необходимости в конкурентоспособной системе образования. В мире принято считать: общество не всегда понимает необходимость развития образования, поэтому государству с помощью разнообразных стимулирующих норм приходится подводить граждан к мысли о необходимости получения образования высокого уровня, а не уменьшать расходы на

образование. Мировая практика не знает случаев стабилизации расходов с помощью средств, направленных на их экономию. Можно достичь временного уменьшения затрат, но следствием будет потеря достигнутого уровня развития системы образования страны. Развитые государства планируют ежегодное увеличение расходов на систему образования (в абсолютных единицах).

В условиях дефицита ресурсов администрации трудно увольнять педагогов, объясняя это необходимостью приведения в соответствие соотношения количества учащихся на одного педагога и уменьшение программных часов. При дефицитном бюджете первым, кто страдает, является педагог, а аргументы относительно качества и эффективности обучения кажутся теорией, отходят на второй план.

Неэффективным является распределение средств в бюджете и не происходят желательные изменения в использовании новых источников финансирования данной отрасли.

Все же преодоление кризиса в финансировании учебных заведений значительно облегчится в случае создания благоприятной законодательной атмосферы, которая бы помогала системе образования не только выживать, но и развиваться. Так, перспективы имеет привлечение частных инвесторов, бизнеса к финансированию образования. В этом направлении необходимо усовершенствование налоговых условий, специальных программ кредитования. Но пока отсутствуют законодательные условия, которые бы разрешили строить стратегию выхода из сложившейся ситуации [4].

В следствие этого, государственное финансирование учреждений образования будет эффективным только в том случае, когда эти денежные средства будут выделяться по объективным причинам и в достаточном объеме для реализации данных задач.

В мировой практике в подавляющем большинстве развитых стран укоренились две позиции в области финансирования образования, первая — поддержка преобладающей роли государства в финансировании, вторая — поддержка со стороны рынка. Значимое финансирование образования со стороны государства, которое характеризуется консерватизмом и неким бездействием, бесспорно не может входить в механизм рынка, который определяется динамическими переменными спроса и предложения, конкуренцией и т. д. В общем, данные механизмы рынка можно сопоставить как раз со средним профессио-

нальным образованием, так как спрос на рынке труда в большей степени определяет направления этого образования.

Говоря об общем образовании, где в каждом учащемся закладываются духовные ценности и основы этичности, базовые объемы знаний, способностей, влияние и значимость рынка является поверхностным [5]. Однако, сила рыночной системы, влияющая на профессиональное образование (например, включение некоторых элементов в работу купил-продажи образовательных услуг), позволяет развить потенциал образования и стимулирует активность работы студентов в экономическом плане.

Рассматривая все положительные и отрицательные стороны принятия образования в рыночную структуру, как правило не принимают во внимание основополагающий фактор, который изначально характеризует образование как социальный институт. Имеется в виду, что данный институт отличается своей спецификой по отношению к иным сферам деятельности человека (в некотором роде она касается культуры и здравоохранения). Особенность заключается в изначальной роли образования молодых людей- это основа процесса социализации человека.

Недостаточная эффективность государственных расходов на образование обусловлена рядом факторов, основными среди которых остаются недостатки организационно-управленческой структуры отрасли. Тот объём денежных средств, выделяемых государством на оказание образовательных услуг, может быть не в состоянии покрыть базовые статьи расходов, такие как плата за энергоносители, заработные платы. Негативной тенденцией, свидетельствующей о неудовлетворительном состоянии среднего профессионального образования, является ее несоответствие мировым рынкам труда. Исходя из этого, для того чтобы достичь мировой уровень стандартов в этой отрасли образования, нужно разработать такие экономические механизмы, которые будут способны оптимизировать финансовое обеспечение среднего профессионального образования.

В связи с вышеуказанным, существуют способы привлечения дополнительного финансового обеспечения, а именно:

- 1) за счёт некоммерческих фондов;
- 2) благодаря использованию грантовой поддержки исследовательских проектов и образовательных инноваций;

3) с помощью расширения списка платных услуг, предоставляемых учебными заведениями.

С учетом масштабов отечественного бюджетного финансирования образовательных учреждений решение проблем финансирования образования должно осуществляться путем:

- усиление конкурентоспособности учреждений образования с области научных исследований через распределение дополнительных бюджетных средств на выполнение научно-исследовательских проектов, отобранных на конкурсной основе, в рамках реализации государственных научно-технических программ и создания новых технологий, а также грантовое финансирование;
- максимизация финансирования образовательных учреждений на основе результатов их аккредитации и оценки кадровой, материальной возможности и научных результатов.
- упрощение процедур закупок НИОКР и процедур получения грантов на НИОКР от международных организаций;
- разделение образовательных и управленческих функций в бюджетных учебных заведениях;
- использование финансовых стимулов для компаний, инвестирующих в проведение научных исследований и разработок в образовательных учреждениях.

Учитывая текущее состояние экономики, увеличение расходов на образование из бюджета в ближайшие годы невозможно. Поэтому одним из приоритетных направлений изменения системы образования должно быть реформирование экономических основ, направленное на оптимизацию использования таких средств и создание прозрачных финансово-экономических механизмов целевого накопления и адресного использования средств, необходимых для реализации в полном объеме конституционных прав граждан на образование [1].

Система управления и контроля за деятельностью бюджетных учреждений среднего профессионального образования должна играть особую роль в эффективном использовании финансовых ресурсов бюджета муниципального образования. Для того, чтобы улучшить текущую ситуацию, политика финансирования образования должна формироваться на основе социально-экономической целесообразности осуществляемых бюджетных расходов с учетом соединения отечественного и международного опыта.



В рыночных условиях инвестиции в человеческий капитал являются ключевым элементом стратегий, направленных на повышение экономического благосостояния страны. В настоящее время, финансовое положение учреждений профессионального образования в большинстве случаев остается печальным. Для достижения глобально мировых стандартов в этой области необходимо выстроить экономические механизмы, обеспечивающие эффективную финансовую систему обеспечения. Российской Федерации необходимо перейти от доминирующего бюджетного финансирования образования к привлечению иных источников, таких как коммерческий бизнес.

К снижению надлежащего качества образовательных услуг приводят дефицит бюджета на финансирование образования и его скрытность в области распределения на региональном и местных уровнях. Из этого вытекает, что отсутствие надлежащего оперативного контроля за использованием целевого бюджета приводит к снижению доверия общественности к государственной системе образования [3]. Для поддержания конкурентных позиций и увеличения объема собственных поступлений учреждению СПО бюджетной сферы необходимо уделять внимание диверсификации платных услуг. Это предусматривает мониторинг актуальности специальностей и учебных программ к потребностям рынка труда; расширение перечня специальностей и дополнительных платных образовательных услуг (курсы, переподготовка кадров и др.); рациональное и эффективное использование учебных и хозяйственных площадей. То есть предлагается сделать упор на повышении потенциала привлечения внебюджетных доходов. Это позволит увеличить получаемые доходы.

Итак, проведенное исследование современного состояния финансирования образования свидетельствует, что для решения проблем отрасли необходимо разработать целостную систему государственных мер, которые будут направлены на обеспечение ее эффективного развития. При этом главной задачей, как видится, должно стать обеспечение достаточного финансирования отрасли, путем оптимизации бюджетных и внебюджетных источников ее развития.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция). — URL: <http://www.consultant.ru>

- ru/document/cons\_doc\_LAW\_140174/ (дата обращения: 09.04.2022). — Текст: электронный.
2. Организация учебной и воспитательной работы в вузе. Вып. 9: сборник научных трудов / отв. за вып. Л. И. Новикова, Е. Э. Грибанская, Н. Ю. Соловьёва [и др.]. — М.: РГУП, 2019. — 580 с. — ISBN 978-5-93916-781-9. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1194113> (дата обращения: 09.04.2022). — Режим доступа: по подписке.
  3. *Пашкевич А.В.* Основы проектирования педагогической технологии. Взаимосвязь теории и практики: учебно-методическое пособие. — 3 изд., испр. и доп. — М.: РИОР: ИНФРА-М, 2020. — 194 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ISBN 978-5-369-01544-5. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1181039> (дата обращения: 09.04.2022). — Режим доступа: по подписке.
  4. *Соловьёва М.И.* Проблемы финансирования в сфере образования // Символ науки. — 2020. — № 9. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-finansirovaniya-v-sfere-obrazovaniya> (дата обращения: 10.04.2022).
  5. Российское образование. Федеральный портал. — URL: <https://www.edu.ru/search/?search=программа+развития> (дата обращения: 10.04.2022).

*Лариса Александровна Третьякова*  
Белгородский государственный национальный  
исследовательский университет, Белгород, Россия,  
lora\_tretyakova@mail.ru

## ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ

**Аннотация.** Исследования в области цифровой трансформации процессов управления в последние десятилетия вызвали огромный интерес среди ученых. Цель данной статьи изучение тематической эволюции исследований цифровой трансформации в области бизнеса и управления, поскольку существующие исследования в этих областях на сегодняшний день ограничены определенными областями.

**Ключевые слова:** цифровая трансформация, бизнес, управление, исследование, технология.

*Larisa A. Tretyakova*  
Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia,  
lora\_tretyakova@mail.ru

## DIGITAL TRANSFORMATION OF CONTROL SYSTEMS

**Abstract.** Research in the field of digital transformation of management processes in recent decades has aroused great interest among scientists. The purpose of this article is to study the thematic evolution of digital transformation research in the field of business and management, since existing research in these areas is currently limited to certain areas.

**Keywords:** digital transformation, business, management, research, technology.

Реальность развития сегодняшнего мирового экономического пространства такова, что индустриальный мир превращается в цифровой. Пандемия COVID-19 ускорила это явление. Цифровая трансформация превратилась из технологической возможности в чистую необходимость для удовлетворения потребностей и ожиданий растущего населения мира. Эти события привели к значительным изменениям во многих организациях, и цифровая трансформация внедрила новые процессы и механизмы, которые могут повлиять на ключевые структуры ведения бизнеса в экономических системах разного уровня. Основной целью цифровой трансформации является ре-

шение проблем, связанных с эффективностью и результативностью, в то время как компании, которые не быстро разрабатывают и внедряют стратегии цифровой трансформации процессов управления, вряд ли смогут идти в ногу и конкурировать в новой цифровой реальности. Однако переход к этой новой реальности не следует недооценивать, поскольку, как и любой процесс изменений, он сопряжен с рядом рисков и проблем. Из прошлых исследований мы знаем, что любые изменения трудно внедрить в организациях, как экономических системах микроуровня, и до 70% крупных организационных изменений терпят неудачу. Также известно, что компании медленно реагируют на изменения, что снижает вероятность того, что компании примут цифровую трансформацию процессов управления и реализуют её стратегии. Кроме того, существует общее заблуждение о том, что технология управляет цифровой трансформацией процессов управления, когда, вместо этого это стратегия. Пандемия COVID-19, с другой стороны, показала влияние кризиса на быструю адаптацию цифровой трансформации.

Цифровая трансформация процессов управления представляет собой серьезную проблему не только для отдельных компаний, но и для национальных экономик. Исследования цифровой трансформации, как правило, очень специализированы и ограничены конкретными областями. В настоящее время наблюдается быстрый рост числа публикаций, в которых ежегодно представляются результаты из различных дисциплин и точек зрения. Из-за этого более широкая область цифровой трансформации стала очень сложной и трудной для понимания.

Учитывая все это, неудивительно наблюдать растущее число исследователей из различных областей управления и бизнеса, таких как бухгалтерский учет, маркетинг, предпринимательство или производство, заинтересованных в том, чтобы внести свой вклад в тему цифровой трансформации и ее эволюции [2, с. 19]. Это также показывает, что ожидания высоки, поскольку первоначальные обзоры по этой теме уже доступны. Например, Хофакер, Голджечи, Пиллаи и Глигор (2020) провели обзор, в котором они изучили соответствующую литературу по цифровому маркетингу и отношениям B2B. Ли (2020) провел систематический обзор литературы, чтобы изучить, как цифровые технологии способствуют инновациям бизнес-моделей в творческих отраслях, в то время как Кнудсен (2020) провел систе-

матический обзор литературы, посвященный цифровизации в бухгалтерском учете [1, с. 206; 6, с. 1340]. Существующие обзоры имеют то общее, что они в основном сосредоточены на очень ограниченных областях бизнеса и управления; они очень узки в перспективе. Кроме того, эти обзоры не определили эволюцию термина цифровой трансформации в сферах бизнеса и управления. Тщательное изучение цифровой трансформации процессов управления, как правило, все еще находится на ранней, и исследования, проведенные по нему, слишком часто чрезмерно оптимистичны по этому поводу.

В этом контексте целью исследования цифровой трансформации процессов управления является всесторонний обзор существующих исследований по цифровой трансформации в области бизнеса и управления. Точнее, общая цель состоит в том, чтобы структурировать существующие исследования, определить их текущие тенденции и предложить обзор последних направлений и тем исследований в области цифровой трансформации процессов управления, чтобы определить их тематическую эволюцию, представленную в литературе по бизнесу и менеджменту, при этом особую актуальность имеют следующие исследовательские вопросы: как развивалась тема цифровой трансформации в сферах бизнеса и управления; какие темы были изучены в существующей литературе по бизнесу и менеджменту, касающейся цифровой трансформации.

Здесь акцент делается на бизнесе и управлении, чтобы учесть важность, придаваемую этим областям в сочетании с цифровой трансформацией. Это позволит выделить два существенных направления исследования: 1) отображение тематической эволюции исследований цифровой трансформации в области бизнеса и менеджмента; 2) обоснование синергетической структуры, которая связывает существующие исследования в области цифровой трансформации с областями бизнеса и управления. Основные результаты суммируются в рамках синергетической структуры [4, с. 20].

Прежде чем анализировать тематическую эволюцию исследований цифровой трансформации в бизнесе и управлении, полезно отличать цифровую трансформацию от других связанных терминов, которые часто используются взаимозаменяемо. К ним относятся оцифровка и цифровая трансформация. Согласно Глоссарию Gartner, оцифровка — это процесс перехода от аналоговой формы к цифровой. Многие зарубежные учёные также рассматривают автомати-

зацию процессов с помощью информационных технологий как цифровизацию.

На рубеже тысячелетий был достигнут значительный прогресс в таких технологиях, как мобильные телефоны, процессоры обработки данных, распределенные вычисления, хранилища и цифровые сотовые сети. Эти цифровые преобразования являются более продвинутыми, чем оцифровка, и относятся к категории следующего уровня, который ассоциируется с термином оцифровка. Цифровизация требует новых способов коммуникации и сотрудничества на рабочем месте и может пониматься как использование цифровых технологий и данных (оцифрованных и изначально цифровых) для получения дохода, улучшения бизнеса и замены / преобразования бизнес-процессов (а не просто их оцифровки). Это также создает среду для цифрового бизнеса. Цифровая трансформация, в свою очередь, может быть определена как интеграция цифровых технологий во все аспекты и операции организации, что, в свою очередь, приводит к инфраструктурным изменениям в том, как организация работает и обеспечивает ценность для своих клиентов. Некоторые исследователи утверждают, что цифровая трансформация идет еще дальше и коренным образом меняет бизнес-операции, продукты и процессы, что в некоторых случаях приводит к совершенно новым бизнес-моделям. Организации, независимо от их типа и размера, должны быть готовы согласовать или даже заменить свои текущие бизнес-процессы новыми, которые им могут не понравиться, это должно происходить быстрыми темпами. Цифровая трансформация требует изменения руководства, культуры и мышления, отношения к рискам, а также новых способов работы, новых технологий и готовности принять двусмысленность и постоянные изменения [3, с. 10; 5, с. 445].

Увеличение продаж и производительности, инновации в создании стоимости, а также новые формы взаимодействия с клиентами являются примерами потенциальных выгод от успешной цифровой трансформации. Цифровая трансформация предлагает такие технологии, как машинное обучение и аналитика, что, в свою очередь, может означать бесконечные возможности для организационных решений и повышения внутренней эффективности.

Хотя дискуссия о цифровой трансформации, как правило, имеет позитивную коннотацию, также все чаще рассматриваются воз-

возможные негативные последствия, с акцентом, например, на актуальность ответственных подходов к управлению цифровой трансформации или социальных и этические проблемы.

Существующая литература предполагает, что исследования в области цифровой трансформации направлены на то, чтобы охватить последние тенденции и события; как правило, это область исследований, которая начала процветать. Однако, на сегодняшний день не существует общепринятого определения термина цифровой трансформации. Это актуализирует исследования, направленные на выделение и изучение тематической эволюции цифровой трансформации в области бизнеса и управления, поскольку существующие исследования в этих областях на сегодняшний день ограничены определенными областями. Это позволит предложить синергетическую структуру, которая связывает существующие исследования в области цифровой трансформации с областями бизнеса и управления, что поможет сформировать эволюционную перспективу.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Аузан А. А. Глобальные институциональные последствия коронакризиса // Журнал новой экономической ассоциации. — 2021. — № 1 (49). — С. 204–208.
2. Хачатуров А. Е., Лукутина М. В., Белковский А. Н. Необходимость новых подходов к стратегическому планированию при переходе к шестому и седьмому технологическим укладам // Менеджмент в России и за рубежом. — 2017. — № 2. — С. 3–22.
3. Armstrong A. Ethics and ESG // Australasian Accounting, Business and Finance Journal. — 2020. — No. 14 (3). — P. 6–17.
4. Bridgman T., Cummings S., Ballard J. Who Built Maslow's Pyramid? A History of the Creation of Management Studies' Most Famous Symbol and Its Implications for Management Education // Academy of Management Learning and Education. — 2019. — Vol. 18, no. 1. — P. 81–98.
5. Helbin T., Van Looy A. Is Business Process Management (BPM) Ready for Ambidexterity? Conceptualization, Implementation Guidelines and Research Agenda // Sustainability. — 2021. — No. 13 (4). — P. 1–25.
6. Paklina S., Parshakov P., Molodchik M. Digital relational capital of a company // Meditari Accountancy Research. — 2018. — Vol. 26, no. 3. — P. 443–462.
7. Teece D. J. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance // Strategic Management Journal. — 2007. — Vol. 28. — P. 1319–1350.

*Ирина Грайровна Тумбулян*

Смоленский филиал Финуниверситета, Смоленск, Россия,  
ira.tumbulyan@mail.ru

Научный руководитель: *Галина Алексеевна Хроменкова*,  
gakhromenkova@fa.ru

## **РОЛЬ ЦИФРОВИЗАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА**

**Аннотация.** В век цифровизации человеческий капитал становится неотъемлемой частью каждого производственного процесса. Движущим ядром любых научных и технических трансформаций является сам человек. Для того чтобы идти в ногу со временем и оставаться востребованным на рынке труда, человеку следует цифровизировать свои знания, навыки и умения.

**Ключевые слова:** человеческий капитал, цифровизация, компьютеризация, новые технологии, новые знания.

*Irina G. Tumbulyan*

Smolensk Branch of the Financial University, Smolensk, Russia,  
ira.tumbulyan@mail.ru

Scientific director: *Galina A. Khromenkova*,  
gakhromenkova@fa.ru

## **THE ROLE OF DIGITALIZATION IN THE FORMATION OF HUMAN CAPITAL**

**Abstract.** In the age of digitalization, human capital is becoming an integral part of every production process. The driving core of any scientific and technical transformations is the person himself. In order to keep up with the times and remain in demand in the labor market, a person should digitalize their knowledge, skills and abilities.

**Keywords:** human capital, digitalization, computerization, new technologies, new knowledge.

Человеческий капитал стал широко используемым термином в экономических теориях роста для обозначения дополнительного фактора производства, который зависит не только от количества, но и от качества. Человеческий капитал имеет решающее значение для повышения конкурентоспособности компании на рынке и опре-



деляется как способ оценки рабочей силы, имеющейся в компании, организации или стране, что является самым основным и важным ресурсом для обеспечения экономического роста, сопровождаемого повышением производительности и эффективности. Истинное значение человеческого капитала заключается в том, чтобы знать ключевую роль, которую играют работники в выполнении тех задач, которые необходимы для достижения успеха компании. В конце концов, чем больше возможностей человеческой команды, тем более эффективными будут задачи, выполняемые в рамках бизнеса, и предлагаемые цели будут достигнуты.

Я считаю, что человеческий капитал является одним из важнейших экономических институтов. Данный вид капитала играет огромную роль в производительности любой компании и работоспособности персонала организации зависит именно от качества и высокого уровня человеческого капитала. Большинство людей заблуждаются, думая, что человеческому капиталу не стоит придавать много внимания и вкладывать в него какие-либо средства. Однако многие забывают, что в век быстро развивающихся технологий и нескончаемого потока информации, которая обновляется с каждой минутой, только человеческие знания и навыки помогут предприятию выбраться из кризисной ситуации. Это является главной причиной того, что человеческий капитал уже можно считать полноценным фактором производства и ставить в один ряд с такими факторами как земля и труд.

Что же входит в понятие человеческого капитала? Под этим термином подразумеваются следующие важнейшие аспекты, которые выполняют значительно весомую функцию формирования рабочего персонала организации и его дальнейшего функционирования, а именно: знания, навыки, умения, работоспособность, квалификация, уровень образования, выносливость, продуктивность, мобильность. Наличие перечисленных выше качеств у работников являются не только желательными, но и необходимыми для обеспечения нормальной работоспособности фирмы.

Из всей совокупности факторов, которые составляют общий человеческий капитал можно выделить, по моему мнению, самый важный — интеллектуальный капитал, ведь именно совокупность нужных знаний и навыков работников может вытащить предприятие из глубокой кризисной ямы. Качество образования населения и по-

лученные знания являются определяющими факторами, поскольку благодаря им развиваются навыки, которые в дальнейшем будут применяться на практике. Образование не должно носить чисто формальный характер, поэтому формирование человеческого капитала каждой компании для ее человеческих ресурсов — это всегда разные инвестиции, которые оцениваются в зависимости от прибыльности, которую ожидается получить от этих инвестиций в человеческий капитал. Нынешние учебные процессы в большинстве компаний направлены на повышение компетентности и производительности труда сотрудников, поскольку результаты деятельности любой корпорации зависят от таланта и способностей персонала. Как писал Т. Стюарт в своём труде «Богатство от ума: Деловой бестселлер»: «Под «интеллектуальным капиталом» я подразумеваю не горстку докторов наук, добывающих истину за закрытыми дверями какой-нибудь лаборатории. И не интеллектуальную собственность, такую как патенты и авторские права, хотя она и является его составной частью. Интеллектуальный капитал — это сумма знаний всех работников компании, обеспечивающая ее конкурентоспособность» [1].

Новые технологии прочно вошли в нашу жизнь. С одной стороны человечество каждый день придумывает новые способы облегчения жизни людей, но с другой стороны, в современных реалиях человек должен научиться контролировать и управлять тем потоком информации, который поступает к нему ежедневно в огромных количествах. Таким образом, это объясняет то, насколько важно в двадцать первом веке инвестировать в человеческий капитал. Человеку, который ставит перед собой большие цели и хочет добиться в будущем высоких результатов, следует уделять должное внимание человеческому капиталу и как можно больше инвестировать в своё саморазвитие и образование.

Важно отметить, что термин человеческий капитал тесно связан с технологиями, поскольку именно люди, в конце концов, собираются использовать технологические достижения в интересах своей компании или организации. Поэтому их способность учиться и адаптироваться к новым технологиям и рабочим процессам будет иметь решающее значение для успеха их деятельности. Кроме того, цифровизация экономических процессов является единственным вариантом для более эффективного управления ресурсами, в особенности данная тенденция является актуальной, когда наблюдается на-

пряжённое состояние экономической системы не только отдельной организации, но и страны в целом. Цифровая трансформация относится к использованию технологических инструментов в глобальной бизнес-стратегии для создания новых рабочих процессов, направленных на автоматизацию, инновации и улучшение взаимодействия между сотрудниками.

Компьютеризация, развитие и усовершенствование сферы человеческого капитала особенно важно во время социально-экономических потрясений. Например, недавние события 2020 года, которые запомнились пандемией Covid-19, привели к большим сбоям в сфере экономики. Организации делали и продолжают делать всё возможное, внося своевременные корректировки в свои бизнес-модели и процессы, чтобы попытаться оставаться конкурентоспособными в быстро меняющемся ландшафте. Тем не менее данная ситуация показала, что фирмы должны готовить своих работников к любым сбоям, для того чтобы организация могла поддерживать свою работу в штатном режиме даже в тяжёлых кризисных условиях. Таким образом, можно сделать вывод, что подготовка работников к неопределённому будущему зависит от включения человеческого элемента во все сферы деятельности предприятия и способности организации реализовать потенциал своих рабочих кадров таким образом, чтобы они могли, как реагировать на незапланированное будущее, так и предвидеть его. Чтобы процветать в условиях постоянных сбоев, организации должны использовать потенциал своих работников и своих команд. Организации, которые понимают и активизируют кадровый потенциал, смогут лучше использовать человеческую изобретательность и достичь организационной скорости и гибкости. В пример можно привести компанию Service Now, занимающуюся цифровым документооборотом, которая также признала ценность использования потенциала работников для роста и высокой производительности во время кризиса. «Таланты будут работать там, где им доверяют и уважают, а их продуктивность, индивидуальность и креативность проявятся новыми и необычными способами — необычными потому, что люди хотят делать то, чего никогда раньше не делали, а не потому, что так они делали всегда» — говорит генеральный директор компании Билл Макдермотт. Из всего вышесказанного следует, что лидеры предприятий должны найти способы создания общего чувства цели, которое

мобилизует людей на решительное движение в том же направлении, что и при решении текущих и будущих задач организации.

Движущей силой цифровизации во всех сферах общественной жизни, компьютеризации производственных процессов, открытия новых закономерностей в экономической науке и великих научных достижений является сам человек. Следовательно, переход к новой экономической модели будет тем успешнее, чем быстрее в самом человеке будут происходить определённые изменения, которые будут создавать предпосылки для жизнедеятельности, творчества и коммуникаций в условиях нового цифрового общества. Причем все указанные факторы будут все время претерпевать новые изменения.

Следует также обратить внимание на такое важное для настоящего времени понятие, как цифровая компетентность. Появление такого термина даёт понять, что для жизни в современном мире каждому человеку требуются новые знания и навыки, которые в дальнейшем могут обеспечить комфортное существование в нашем быстроменяющемся мире. Не случайно, что в 2018 году Европейский Парламент и Совет Европы приняли решение добавить цифровую компетентность в 8 ключевых компетентностей, необходимых современному человеку на протяжении жизни, на уровне с такими традиционными компетентностями, как грамотность, речь, возможность самовыражения, способность к обучению, коммуникабельность, способность к предпринимательству и др. [2]. Нетрудно заметить, что цифровая компетентность становится ключевым фактором, определяющим высокий уровень человеческого капитала.

Цифровая компетентность включает в себя уверенное, критическое и ответственное использование цифровых технологий для обучения, работы и участия в общественной жизни. Данное качество также предусматривает наличие соответствующих знаний, навыков и мировоззрения, в частности: информационную грамотность; способность работать с информационными данными, осуществлять коммуникации и сотрудничество с другими участниками общественных процессов; возможность создавать цифровой контент (включая программирование); организацию безопасности (включая цифровое благополучие и решение проблем кибербезопасности).

Также немаловажное значение в процессе цифровизации человеческого капитала имеет активное участие граждан в цифровом обществе и обеспечение свободного доступа человека к информации. При

этом необходим условием является то, что процесс доступа должен быть простым, быстрым и с минимальными затратами.

Подводя итоги всему вышесказанному, можно сделать вывод, что процесс цифровизации играет огромную роль в возникновении нового человеческого капитала. Мир вокруг нас меняется с каждым днём, а вместе с тем меняются и взгляды человека на этот мир. Именно новые идеи, знания, современные убеждения, свобода слова и выбора, а также другие важные качества создают новые возможности для развития человеческого капитала.

Богатством любой страны является человек. В будущем экономический рост страны возможен от увеличения финансирования таких направлений экономики, как качество рабочей силы, человеческий капитал, здравоохранение, культура и инфраструктура. Развитие материальных, интеллектуальных и духовных возможностей человека, накопление человеческого капитала становится важной задачей государства [3]. Формирование преимущественно нового цифрового человеческого капитала в экономике означает построение принципиально нового инновационного этапа социально-экономического развития. Не следует забывать, что центральным звеном всех трансформаций, которые происходят и будут происходить в обществе, является сам человек. Из данного суждения следует вывод, что цифровизация и компьютеризация сфер общественной жизни и человеческого капитала будет реализована лишь в том случае, когда цифровые изменения произойдут в самом человеке. Ведь именно человечество является драйвером и движущей силой экономических, социальных, политических и культурных процессов, происходящих в мире.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Стюарт Т.* Богатство от ума: Деловой бестселлер / пер. с англ. В. А. Ноздровой. — Мн.: Парадокс, 1998.
2. Digital competence: the vital 21<sup>st</sup>-century skill for teachers and students. (2020). School Education Gateway. — URL: <https://www.schooleducationgateway.eu/en/pub/resources/tutorials/digital--competence-the-vital-.htm>
3. *Носкова К. А.* Формирование, накопление и развитие человеческого капитала // Гуманитарные научные исследования. — 2013. — № 5.

*Анастасия Евгеньевна Умерова*

Липецкий филиал Финуниверситета, Липецк, Россия,  
Umerova.nastyusha@mail.ru

Научный руководитель: *Ольга Николаевна Пастухова*,  
ONPastukhova@mail.ru

## ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН В ОЦЕНКЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА

**Аннотация.** Защита окружающей среды в настоящее время является одной из ключевых приоритетных областей развития в мире. Поиск точных инструментов для оценки влияния экономики, промышленности или производства отдельных продуктов или услуг имеет решающее значение для эффективной и действенной политики в области защиты окружающей среды. Технология блокчейн, изначально связанная с финансовым сектором и криптовалютами, представляет собой инновационное решение, которое все чаще внедряется другими сферами экономики и отраслями промышленности. В данной статье представлены возможности и эффекты использования технологии блокчейн в оценке жизненного цикла (LCA), что соответствует текущим тенденциям развития этого метода. Анализ исследований, проведенных в этой области, также позволил представить не только преимущества блокчейна в LCA, но и ограничения этой технологии и возможные направления дальнейших исследований.

**Ключевые слова:** блокчейн, оценка, жизненный цикл, финансовые ресурсы, политика устойчивого развития, эффективность производства.

*Anastasia E. Umerova*

Lipetsk branch of the Financial University, Lipetsk, Russia,  
Umerova.nastyusha@mail.ru

Scientific director: *Olga N. Pastukhova*,  
ONPastukhova@mail.ru

## BLOCKCHAIN TECHNOLOGY IN LIFE CYCLE ASSESSMENT

**Annotation.** Environmental protection is currently one of the key development priorities in the world. Finding accurate tools to assess the impact of an economy, industry, or the production of individual products or services is critical to effective and efficient environmental policy. Blockchain technology, originally associated with the financial sector and cryptocurrencies, is an innovative solution that is increasingly being implemented by other sectors of the economy and industries. This article presents the possibilities and effects of using blockchain technology in life cycle assessment (LCA), which corresponds to the current development trends of this method. An

analysis of the research conducted in this area also made it possible to present not only the advantages of blockchain in LCA, but also the limitations of this technology and possible directions for further research.

**Keywords:** blockchain, evaluation, life cycle, financial resources, sustainable development policy, production efficiency.

Охрана окружающей среды, рациональное использование природных ресурсов и включение экологического учета в экономический учет являются одними из современных приоритетов всех европейских развитых государств в реализации политики устойчивого развития. 14 июля 2021 года Европейская комиссия приняла ряд предложений, направленных на то, чтобы климатическая, энергетическая, транспортная и налоговая политика государств соответствовала сокращению чистых выбросов парниковых газов не менее чем на 55 % к 2030 году по сравнению с уровнями 1990 года. Достижение этих показателей сокращения выбросов в следующем десятилетии имеет решающее значение для того, чтобы к 2050 году Европа стала первым в мире климатически нейтральным континентом и воплотила в жизнь Европейский зеленый курс. Одними из ключевых элементов, которые содержатся в основных положениях, данной технологии являются приоритеты охраны окружающей среды, переработка правил определения фактической себестоимости продукции или услуг, включая расчеты всех затрат, связанных с производством товаров и услуг вместе с их утилизацией, что соответствует стандарту ISO 14001: стандарт 2015 [1]. Руководящие принципы ISO 14001:2015 являются основой методологии оценки воздействия на окружающую среду, связанного со всеми стадиями жизненного цикла коммерческого продукта, процесса или услуги, известной как Life Cycle Assessment (LCA) [2]. Оценка затрат на производство и использование продукта на основе метода ОЖЦ означает учет воздействия на окружающую среду, общество и экономику на протяжении всего жизненного цикла продукта. Метод LCA учитывает затраты на использование сырья, затраты на обработку материалов, техническое обслуживание, использование и окончательную утилизацию или переработку. Связывание оценки ОЖЦ со стандартами серии ISO 14 040 позволяет признать себестоимость производства изделия следующими методами:

- от колыбели до ворот: от добычи сырья и транспортировки его на фабрику;

- от колыбели до могилы: от добычи сырья до использования и утилизации продукта;
- от ворот до ворот: от одной определенной точки к другой на оси жизненного цикла продукта.

Растущее осознание ответственности бизнеса, необходимость внедрения экологических стандартов или рационального управления ресурсами — это лишь некоторые из «мотиваторов» для поиска решений, которые, с одной стороны, отвечают требованиям охраны окружающей среды, а с другой стороны, снижают затраты на потребление и повышают экономическую эффективность процессов производства или обслуживания. В этой сфере технология блокчейн находит все более широкое применение и поддержку реализуемых бизнес-процессов.

Блокчейн — это технология, которая все чаще используется в современном мире. Его создателем является Сатоши Накамото, который в 2008 году применил эту технологию в криптовалютах [3]. Идея блокчейна предполагает создание цепочек данных между любыми двумя страницами и их хранение в распределенной облачной среде. Эта технология чаще всего ассоциируется с криптовалютами, финансовыми рынками или транзакциями, но все шире применяется в других областях промышленности или экономики — здравоохранении, умной энергетике, защите авторских прав.

Первоначально технология блокчейн использовалась для создания одноранговой сети и была ориентирована на криптографию и смарт-контракты. Изучив литературу по блокчейну и возможностям его использования, можно подчеркнуть очень значимую функцию, которая позволяет собирать и обрабатывать огромные объемы данных в режиме реального времени. Это принципиальное преимущество этой технологии, которая предполагает такое широкое использование. Следовательно, финансовая сфера стала естественным сектором для использования этой технологии. Две ветви использования блокчейна из возможностей использования этой технологии относятся к экономике и промышленности, а также к управлению данными.

Организация производственных процессов, цепочек поставок и управления складом требует обработки значительного объема информации. Это еще одна область, которая находится в рамках возможности принятия технологии блокчейн. Другими областями применения блокчейна являются:



- медицинский сектор;
- образование;
- управление;
- логистика.

Поскольку, как подчеркивают многие исследователи, блокчейн — это прежде всего некая база данных, поддерживающая считывание и передачу данных (информации) посредника и в то же время обеспечивает безопасность журналов событий с помощью использования метки времени. Существующие области использования технологии блокчейн сосредоточены на финансовых приложениях или обработке больших объемов данных, например, персональных данных в медицинских или страховых услугах. Если классифицировать и систематизировать блокчейны, изучив литературу в области блокчейна, то можно разделить результаты исследований по категориям на: присущие блокчейну характеристики и надстройки к блокчейну. К первой категории относятся публикации, описывающие такие особенности блокчейна, как децентрализация, неизменность и прозрачность. Однако во второй категории публикации были сгруппированы по таким признакам технологии блокчейн, как: подлинность, конфиденциальность, смарт-контракты, поощрения и развертывание.

Технологии блокчейн позволяют: обеспечить прослеживаемость и прозрачность определения цели и области применения на уровне инвентаризационного анализа — используя концепцию Интернета вещей (IoT), собирая и интегрируя данные, собранные в режиме реального времени и на уровне оценки воздействия — создавать аналитические формы. Четыре фазы метода LCA, определенные стандартом ISO, поддерживаются блокчейном, что обеспечивает операционное превосходство на всех уровнях.

Проблема анализа и сопоставления большого количества данных в методе ОЖЦ, указанных в литературе по этому вопросу, возникает на ее первом этапе. Согласно предположению, ОЖЦ должен всесторонне исследовать жизненный цикл продукта, начиная с получения сырья, производства, использования продукта, его повторного использования, технического обслуживания, переработки и, наконец, его утилизации. Временные ограничения, доступность данных и финансовые ресурсы окажут окончательное влияние на эффективность метода LCA. Использование блокчейна решает другие проблемы LCA

с количественными данными, касающимися потребления материалов и энергии в производственных процессах на втором уровне. Технология IoT поддерживается датчиками и устройствами, которые генерируют огромное количество данных в режиме реального времени, что позволяет более точно определить потенциальное влияние обсуждаемых категорий воздействия, например, потребление энергии или изменение климата [4].

Использование блокчейна на трех этапах метода ОЖЦ позволяет на последнем, четвертом, интерпретационном этапе правильно оценить жизненный цикл товара только на основе релевантных данных. Более того, упомянутый сбор огромных объемов данных в режиме реального времени значительно увеличивает возможности и функциональность метода LCA: более эффективное использование производственных ресурсов, более эффективное управление цепочками поставок, сокращение времени производства, и, как следствие, получение предприятиями конкурентного преимущества.

Вышеупомянутое преимущество технологии блокчейн — возможность сбора, обработки и анализа огромных объемов данных в режиме реального времени, что является базовым элементом корректной оценки ОЖЦ, также может быть ее величайшей угрозой. Технология блокчейн облегчит обмен информацией посредством деятельности LCA, и некоторые заинтересованные стороны, например, руководство компании или акционеры, могут рассматривать доступ к такой информации как элемент конкурентного преимущества и, следовательно, могут считать ее конфиденциальной.

Другим фактором, определяющим возможность использования блокчейна в LCA, является участие многих заинтересованных сторон, вовлеченных в процесс сбора и обработки данных (например, обширный производственный процесс), что представляет собой серьезную проблему в организации и управлении этим процессом

Внедрение новых технологий позволяет реализовать новые возможности, но частой проблемой при оценке жизненного цикла по-прежнему остается низкая доступность запасов жизненного цикла (ИЖЦ). Безусловно, новые технологии, такие как блокчейн, IoT, позволят собирать, объединять и анализировать большие объемы данных, что произведет революцию в процессе инвентаризации данных, необходимом для эффективного использования LCA. Тем не менее, существенным ограничением является относительно низкое

распространение этих технологий. Успешным примером внедрения блокчейна является голландский молочный сектор, где процесс инвентаризации данных (LCI) длился до нескольких месяцев, а использование интерфейса прикладного программирования позволило сократить этот период до нуля и обеспечить практически немедленный доступ к этой информации данных, и, таким образом, повысилась эффективность метода LCA.

Энергетический сектор является еще одним примером, где технология блокчейна успешно повышает экономическую и экологическую эффективность процесса производства энергии. Преимущества использования блокчейна включают, среди прочего: снижение транзакционных издержек за счет устранения или уменьшения потребности в посредниках в работе системы, повышение согласованности энергетических стандартов, сбор данных о производстве энергии и выбросах CO<sub>2</sub> в режиме реального времени.

Поддержка метода ОЖЦ технологией блокчейн, несомненно, является верным направлением повышения эффективности и устранения ограничений этого метода при расчете оценки воздействия на окружающую среду. Кроме того, возможность обработки данных в режиме реального времени благодаря использованию IoT позволяет более широко использовать LCA в каждой отрасли экономики или отрасли.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Стандарт ISO. 14001:2015: [Электронный ресурс]. — URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200134681> (дата обращения: 09.04.2022).
2. Life Cycle Assessment (LCA): [Электронный ресурс]. — URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Life-cycle\\_assessment](https://en.wikipedia.org/wiki/Life-cycle_assessment) (дата обращения: 09.04.2022).
3. Nakamoto S. Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. 2008: [Электронный ресурс]. — URL: <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf> (дата обращения: 09.04.2022).
4. Internet of things, IoT: [Электронный ресурс]. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 09.04.2022).

*Никита Дмитриевич Цыганенко*

Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия,  
tsyganenkond@gmail.com

Научный руководитель: *Игорь Юрьевич Фомичев*,  
ifomic@mail.ru

## **ВЕКТОР РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЁРСТВА В РОССИИ: ПРОФСОЮЗНЫЙ АСПЕКТ**

**Аннотация.** Автором рассмотрены наиболее важные вопросы функционирования системы социального партнёрства в России. Всесторонне рассмотрены проблемы взаимодействия сторон социального партнёрства.

**Ключевые слова:** профсоюз, social partnership, социальное партнёрство, гражданское общество, занятость население, отраслевое соглашение.

*Nikita D. Tsyganenko*

Tyumen industrial University, Tyumen, Russia,  
tsyganenkond@gmail.com

Scientific director: *Igor Y. Fomichev*,  
ifomic@mail.ru

## **THE VECTOR OF DEVELOPMENT OF SOCIAL PARTNERSHIP IN RUSSIA: THE TRADE UNION ASPECT**

**Abstract.** The author considers the most important issues of the functioning of the system of social partnership in Russia. The problems of interaction between the parties of social partnership are comprehensively considered.

**Keywords:** trade union, civil society, employed population, industry agreement.

Развитие социального партнёрства в социально трудовой сфере государства влияет на материальное и нематериальное благосостояние общества. Образование и функционирования гражданского общества невозможно без существования отлаженного функционирования системы трудовых отношений.

Формирование основ таких отношений в рамках России непосредственно зависит от следующих сторон: органов власти (т.е. государства), работодателя (т.е. собственника производства) и общественных организаций — профессиональных союзов. Общественные

организации, будучи заинтересованной в благосостоянии рабочего класса стороной, отстаивают права своих членов перед сторонами, стремящимися нарушить права человека на достойные трудовые отношения.

Текущая ситуация в сфере социального партнёрства неудовлетворительна. Профессиональные союзы в России в сложившейся ситуации держат вектор на развитие социально-трудовых отношений, стремятся всесторонне улучшить условия труда [1].

Развитие социального партнёрства происходит в России происходит по инициативе профсоюзных организаций и органов государственной власти. Так, в ходе общероссийского голосования за внесение поправок в Конституцию РФ от 01.07.2020, принято решение внести в текст понятие «Социальное партнёрство»:

«В Российской Федерации создаются условия для устойчивого экономического роста страны и повышения благосостояния граждан, для взаимного доверия государства и общества, гарантируются защита достоинства граждан и уважение человека труда, обеспечиваются сбалансированность прав и обязанностей гражданина, социальное партнерство, экономическая, политическая и социальная солидарность [2]» (статья 75.1 Конституции РФ).

Тематика активных действий профессиональных союзов в РФ и опыт зарубежных коллег поднимается в научных статьях с завидной периодичностью. Председатель ФНМР Михаил Викторович Шмаков рассказывает о современных вызовах и профсоюзных ответах в материале статьи «О действиях профсоюзов в современных условиях» [3].

Существуют различные формы социального партнёрства:

- заключение отраслевых соглашений;
- заключение коллективных договоров;
- участие представителей работников и работодателей в процессе управления организацией;
- решение трудовых споров с участием сторон партнёрства;
- расширение возможностей занятости.

Если разобраться вышеперечисленных пунктах, можно увидеть пробелы в тех или иных сферах социально-трудовой жизни общества.

Одной из основных проблем функционирования системы социального партнёрства является отсутствие повсеместного заключения соглашений разного уровня между сторонами социального партнёрства. Коллективный договор — это двустороннее соглашение между

работодателем и наемным сотрудником организации либо представителем сотрудника, то есть профессиональным союзом. Отсутствие органов государственной власти и муниципального управления предполагает наименьший контроль факта исполнения коллективного договора. Однако, существуют случаи трехстороннего заключения коллективного договора с непосредственным участием собственника организации, профсоюзов, органов государственной власти. Касательно заключения коллективных договоров — этот пункт выполняется стабильно только в организации определенных сфер и сегмента производства. Частое явление — невыполнение этого пункта то в организациях малочисленных либо организациях муниципальных.

Открытым остаётся вопрос заключения отраслевых соглашений. Подписание соглашений и развития коллективной договорной системы взаимодействия между работодателями и общественными организациями обусловлено важнейшими функциями:

- отстаивание прав и интересов сторон и их сбалансированность;
- регулирование трудовых отношений согласно экономическому состоянию организации;
- своевременное и беспристрастное решение трудовых конфликтов;
- и др.

В структуру соглашений обычно входят следующие аспекты:

- оплата труда;
- требования к условиям и безопасности трудовой деятельности;
- режим проводимые трудовой деятельности, а также режим отдыха;
- профессиональное обучение;
- участие сторон в системе социального партнёрства.

Для работодателя и собственника организации заключение соглашений выгодно. Предоставление дополнительных льгот и улучшенных условий в социально-трудовой сфере непосредственно влияет на рабочий класс, задействованный в производстве.

При всех плюсах заключение отраслевых соглашений разных уровнях и коллективных договоров, работодатели не стремятся проводить переговоры по вопросу заключений соглашений. К примеру, в настоящее время у Всероссийского Электропрофсоюза уже более года не существует отраслевого тарифного соглашения с объединением работодателей [4].

Другой важной проблемой является социального партнёрства является обеспечение занятости населения. Под целями занятости понимают:

- обеспечение экономического роста;
- активная политика рынка труда;
- социальная и трудовая защита уязвимых групп трудящихся;
- снижение уровня безработицы;
- оптимально соотношение времени занятости и величины оплаты труда.

Целью государственной политики занятости является создание благоприятных условий для занятости населения и обеспечения квалифицированными кадрами организаций через экономическую стабилизацию, повышение качества рабочей силы, развитие систем обучения кадров, эффективные действия государственной службы занятости на рынке труда [5].

Контекст социальных наук предусматривает рассмотрение общества через призму процесса функционирования и взаимодействия социальных субъектов, который организуется прежде всего социальными институтами [6]. Социальное партнёрство претендует на статус общественного института. Обратившись к категориальному социологическому аппарату, можно сформулировать институционализацию социального партнёрства следующим образом:

«Социальное партнёрство — искусственно созданная система регулирования социально-трудовых отношений, потенциально объединяющая значительную часть населения России и ставящая своей целью регламентирование трудовых отношений, основываясь на сбалансированности интересов сторон партнёрства».

Подводя итоги вышесказанного необходимо отметить важность для России развития социального партнёрства. Однако, стоит уточнить, что инициативность сторон социального партнёрства в настоящее время неравноценна и существует необходимость роста заинтересованности во взаимодействии и мотивации отдельных сторон.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. *Петров А. В., Сунарчина М. М.* Социальное партнерство как фактор развития современной культуры труда: региональный аспект // Общество. Среда. Развитие. — 2015. — № 1. — С. 72–76.

2. Новый текст Конституции РФ с поправками 2020. — Текст: электронный // Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации: официальный сайт. — 2022. — URL: <http://duma.gov.ru/news/48964> (дата обращения: 13.04.2022).
3. Шмаков М. В. О действиях профсоюзов в современных условиях // Профсоюзы. — 2012. — № 5. — С. 14–19.
4. Программа «Профсоюзы» радио Sputnik: почему Всероссийский Электропрофсоюз и объединение работодателей не смогли заключить отраслевое тарифное соглашение? — Текст: электронный // Общественная организация «Всероссийский электропрофсоюз»: официальный сайт. — 2022. — URL: <https://www.elprof.ru/about/info/news/5222/> (дата обращения: 13.04.2022).
5. Казимов К. Г. Социальное партнерство: практическое пособие по созданию корпоративного ресурса знаний юридического лица. — М.: ЭНАС, 2008. — 192 с.
6. Фомичев И. Ю., Цыганенко Н. Д., Павлова И. В. Современные профсоюзы: новые качества старых функций // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. — 2021. — № 4.
7. Цыганенко Н. Д., Фомичев И. Ю. Значимость профсоюзов в формировании устойчивого положения гражданского общества в социальном пространстве // Социология. — 2020. — № 2. — С. 81–86.

---

Издательство «Скифия-принт».  
Санкт-Петербург, ул. Большая Пушкарская, д. 10

Подписано в печать 00.08.2022. Заказ № 14087.  
Формат 60 × 90 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Бумага офсетная.  
Печ. л. 14. Тираж 500 экз.

Отпечатано в типографии «Скифия-принт».  
Санкт-Петербург, ул. Большая Пушкарская, д. 10