

ISSN 2949-351X



МНОГОУРОВНЕВОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ
И ПРАКТИКИ

2022
2 (39)

МНОГОУРОВНЕВОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО: ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

2022. № 2 (39)

Научный журнал

Журнал зарегистрирован
в Национальном центре ISSN Российской Федерации 06.05.2022 г.
как электронное сетевое издание

Учредитель ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет»

Редакционная коллегия

Е. Е. Николаева, д-р экон. наук (*гл. редактор*) (г. Иваново)
Е. Е. Иродова, д-р экон. наук (*зам. гл. редактора*) (г. Иваново)
Д. Б. Бабаев, канд. экон. наук (г. Иваново)
А. Б. Берендеева, д-р экон. наук (г. Иваново)
Р. С. Ибрагимова, д-р экон. наук (г. Иваново)
В. И. Куликов, д-р экон. наук (г. Иваново)
А. С. Лифшиц, д-р экон. наук (г. Иваново)
А. И. Новиков, д-р экон. наук (г. Владимир)
В. А. Новиков, д-р экон. наук (г. Иваново)
Е. В. Сапир, д-р экон. наук (г. Ярославль)
В. В. Чекмарев, д-р экон. наук (г. Кострома)

С. Г. Коновалова (*технический секретарь*) (г. Иваново)

Адрес редакции:
153025, г. Иваново,
ул. Тимирязева, 5, к. 720
e-mail: ketep@ivanovo.ac.ru,
politeconom@yandex.ru

Журнал размещен на сайтах
www.elibrary.ru
www.ivanovo.ac.ru

MULTILEVEL SOCIAL REPRODUCTION: QUESTIONS OF THEORY AND PRACTICE

2022. № 2 (39)

Scientific journal

The journal is registered
in the National ISSN Center of the Russian Federation on 06.05.2022
as an electronic online publication

Founded by Ivanovo State University

Editorial Board

- E. E. Nikolaeva*, Doctor of Economics (*Chief Editor*) (Ivanovo)
E. E. Irodova, Doctor of Economics (*Vice-Chief Editor*) (Ivanovo)
D. B. Babaev, Candidate of Economic Sciences (Ivanovo)
A. B. Berendeeva, Doctor of Economics (Ivanovo)
R. S. Ibragimova, Doctor of Economics (Ivanovo)
V. I. Kulikov, Doctor of Economics (Ivanovo)
A. S. Lifshits, Doctor of Economics (Ivanovo)
A. I. Novikov, Doctor of Economics (Vladimir)
V. A. Novikov, Doctor of Economics (Ivanovo)
E. V. Sapir, Doctor of Economics (Yaroslavl)
V. V. Chekmarev, Doctor of Economics (Kostroma)
- S. G. Konovalova* (*Technical Secretary*) (Ivanovo)

Address of the editorial office:
153025, Ivanovo,
Timiryazew str., 5, office 720
e-mail: ketep@ivanovo.ac.ru,
politeconom@yandex.ru

The magazine is posted on the websites
www.elibrary.ru
www.ivanovo.ac.ru

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| <i>Колонка главного редактора</i> | 7 |
| ОБЩАЯ ТЕОРИЯ ВОСПРОИЗВОДСТВА | |
| <i>Новиков В. А.</i> Развитие стратегического планирования в России на федеральном и региональном уровнях | 9 |
| <i>Жамбровский С. В., Новиков А. И.</i> Взгляд на оздоровление нации через призму общественного воспроизводства | 16 |
| <i>Кремлев У. Н., Новиков А. И.</i> Спорт как фактор поддержания и повышения потенциала общественного здоровья | 22 |
| <i>Романова О. С.</i> Взаимосвязь экономики и педагогики: современные тенденции | 29 |
| МАКРОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА | |
| <i>Бибикова Е. А., Егоров В. Н., Курникова И. В., Махмудова Ф. А.</i> Цифровой рубль: возможности будущего | 34 |
| <i>Коне М.</i> Основные проблемы экономического развития Республики Мали | 40 |
| <i>Мишин Е. Б.</i> Экономика хозяйствующих субъектов и иллюзии обеспечения их экономической и энергетической безопасности | 46 |
| МЕЗОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА | |
| <i>Савин В. Э.</i> Роль туристической отрасли в формировании регионального бренда Ивановской области | 55 |
| <i>Сафаров С. М.</i> Роль Территориального общественного самоуправления в развитии внутреннего туризма в малых городах и на сельских территориях | 60 |
| <i>Фомичев А. П.</i> Проблемы и перспективы инновационного развития Ивановской области | 65 |

**МИКРОУРОВЕНЬ
ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА**

| | |
|---|------------|
| <i>Антипина Ю. А.</i> Современные тенденции развития российского рынка аутсорсинга бухгалтерских услуг | 71 |
| <i>Балабанова Н. В., Курникова И. В.</i> Управление рисками в эпоху цифровизации | 77 |
| <i>Голубев А. С.</i> Системный подход к диагностике причин сопротивления организационно-управленческим изменениям | 82 |
| <i>Ильин Д. Ю.</i> О росте конкурентоспособности сети предприятий розничной торговли | 87 |
| <i>Киселева А. А.</i> Качество трудовой жизни и качество трудовой мотивации педагогов общеобразовательной школы | 94 |
| <i>Куликов В. И.</i> Стратегическое управление в ритейле: особенности и современные проблемы | 103 |
| <i>Лаврентьева А. А.</i> Особенности маркетинга инновационного продукта | 111 |
| <i>Лифшиц А. С., Мбамби Ф. Е.</i> Совершенствование управления рисками высшего учебного заведения | 117 |
| <i>Чернова О. В.</i> Гибкость предприятия как условие обеспечения его экономической безопасности | 127 |
| <i>Информация для авторов журнала</i> | 134 |

CONTENTS

| | |
|---|----|
| <i>An editorial</i> | 7 |
| GENERAL THEORY OF REPRODUCTION | |
| <i>Novikov V. A.</i> Development of strategic planning in Russia at the federal and regional levels | 9 |
| <i>Zhambrovsky S. V., Novikov A. I.</i> A look at the health of the nation through the prism of public reproduction | 16 |
| <i>Kremlev U. N., Novikov A. I.</i> Sport as a factor of maintaining and increasing the potential of public health | 22 |
| <i>Romanova O. S.</i> The relationship between economics and pedagogy: current trends | 29 |
| MACRO LEVEL SOCIAL REPRODUCTION | |
| <i>Bibikova E. A., Egorov V. N., Kournikova I. V., Makhmudova F. A.</i> Digital ruble: opportunities for the future | 34 |
| <i>Kone M.</i> Main problems of the economic development of the Republic of Mali | 40 |
| <i>Mishin E. B.</i> The economy of business subjects and the illusions of ensuring their economic and energy security | 46 |
| MESOLEVEL SOCIAL REPRODUCTION | |
| <i>Savin V. E.</i> The role of tourism branch in the formation of Ivanovo region brand | 55 |
| <i>Safarov S. M.</i> The role of territorial public self-government in the development of domestic tourism in small towns and rural areas | 60 |
| <i>Fomichev A. P.</i> Problems and prospects of innovative development of the Ivanovo region | 65 |

**MICRO LEVEL
SOCIAL REPRODUCTION**

| | |
|--|------------|
| <i>Antipina Yu. A.</i> Modern trends in the development of the Russian accounting outsourcing market | 71 |
| <i>Balabanova N. V., Kurnikova I. V.</i> Risk management in the era of digitalization | 77 |
| <i>Golubev A. S.</i> Systemic approach to the diagnosis of the reasons for resistance to organizational and management changes | 82 |
| <i>Ilyin D. Yu.</i> On the growth of the competitiveness of the network of retail trade enterprises | 87 |
| <i>Kiseleva A. A.</i> The quality of working life and the quality of work motivation of secondary school teachers | 94 |
| <i>Kulikov V. I.</i> Strategic management in retail: features and current problems | 103 |
| <i>Lavrent'eva A. A.</i> Features of marketing of innovative product | 111 |
| <i>Lifshits A. S., Mbambi F. E.</i> Improving the risk management of higher education institutions | 117 |
| <i>Chernova O. V.</i> Flexibility as a condition for ensuring the economic security of the enterprise | 127 |
| <i>Information for the authors of the journal</i> | 134 |

Колонка главного редактора

Наша страна сегодня переживает непростые времена в политической, экономической, социальной, культурной сферах. Меняются приоритеты в общественной жизни, интересы хозяйствующих субъектов, структура экономики, ассортимент выпускаемой продукции, требования к профессиональным знаниям и навыкам, формы социальной поддержки нуждающихся, тематика культурных мероприятий и проч. Однако законы общественного воспроизводства остаются неизменными и продолжают действовать. Жизнь продолжается. Производство обеспечивает удовлетворение потребностей общества в необходимых товарах и услугах. Рыночные механизмы выполняют свои функции, а государство адаптирует инструменты регулирования к сложившейся ситуации, стараясь создать условия для роста уровня и качества жизни людей. Однако в процессе общественного воспроизводства возникают новые проблемы, которые требуют изучения и поиска способов их разрешения. Это находит отражение в статьях, представленных преподавателями, студентами, аспирантами, хозяйственниками в очередном (втором) номере журнала «Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики».

В рамках теории общественного воспроизводства поднимаются вопросы как экономического, так и социального плана. Это основы стратегического планирования на макро- и мезоуровнях экономики (В. А. Новиков), обеспечение экономической и энергетической безопасности российских хозяйствующих субъектов (Е. Б. Мишин), укрепление общественного здоровья (С. В. Жамбровский, А. И. Новиков, У. Н. Кремлев), взаимодействие экономики и педагогики (О. С. Романова). Исследуются не только общетеоретические темы, но и проблемы и перспективы развития национальных экономик. Так, коллектив авторов (Е. А. Бибикова, В. Н. Егоров, И. В. Курникова, Ф. А. Махмудова) рассматривает перспективы цифровизации платежной системы нашей страны (введение цифрового рубля), а М. Конне анализирует факторы, влияющие на экономическое развитие республики Мали.

Не остается без своих исследователей и мезоуровень общественного воспроизводства. Изменившиеся внешнеэкономические условия функционирования российской социально-экономической системы актуализируют темы, связанные с региональной экономикой. В центре внимания исследователей оказывается туристическая отрасль и ее влияние на регионы, малые города и сельские поселения нашей страны (В. Э. Савин, С. М. Сафаров), а также перспективы инновационного развития регионов, в том числе Ивановской области (А. П. Фомичев).

Наибольшее внимание авторами данного номера журнала уделено микроуровню общественного воспроизводства. Это можно объяснить тем, что предприятия (организации) являются основой экономики

любого уровня, именно здесь решаются ключевые задачи импортозамещения, технико-технологического прорыва, обеспечения расширенного воспроизводства, развития человека как личности, удовлетворение частных и общественных потребностей. Круг вопросов, изучаемых авторами, включает в себя стратегическое управление (В. И. Куликов), управление рисками (Н. В. Балабанова, И. В. Курникова, А. С. Лифшиц, Ф. Е. Мбамби), конкурентоспособность предприятий (Д. Ю. Ильин), инновационный менеджмент, качество трудовой жизни и мотивация сотрудников (А. С. Голубев, А. А. Киселева), маркетинг инновационного продукта (А. А. Лаврентьева), гибкость и адаптивность предприятия (О. В. Чернова), современные тенденции развития рынка аутсорсинга бухгалтерских услуг (Ю. А. Антипина).

Проблематика исследований авторов нашего журнала расширяется. Мы будем рады видеть результаты их дальнейшей научной работы, а также статьи новых авторов, которые готовы не только публиковать свои материалы, но и обсуждать вопросы, поднимаемые другими исследователями.

Приглашаем на страницы нашего журнала научных работников, студентов, обучающихся на бакалавриате, в магистратуре и аспирантуре, представителей бизнеса и власти!

Е. Е. Николаева,
доктор экономических наук, главный редактор

ОБЩАЯ ТЕОРИЯ ВОСПРОИЗВОДСТВА

УДК 338.2

В. А. Новиков

РАЗВИТИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РОССИИ НА ФЕДЕРАЛЬНОМ И РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЯХ

Аннотация. В статье рассматриваются различные аспекты стратегического планирования в России на макро- и мезоуровнях. Анализируются правовые основы стратегического планирования на современном этапе развития экономики нашей страны. Дается сравнительная характеристика основных плановых документов на федеральном и региональном уровнях. Показывается необходимость совершенствования системы плановых органов. Оцениваются перспективы реализации целевых плановых установок в современных условиях, осложненных санкционными ограничениями. Выделяются современные тенденции в развитии стратегического планирования в России на макро- и мезоуровнях, связанные с ростом масштабов и разнообразием форм плановой деятельности. Показывается, что совершенствование плановой деятельности осуществляется в направлении обеспечения её комплексного и системного характера. Выделяются нерешенные проблемы в области стратегического планирования, направления их решения.

Ключевые слова: стратегическое планирование, макроуровень и мезоуровень экономики, плановые документы, целевые плановые установки, плановые органы.

V. A. Novikov

DEVELOPMENT OF STRATEGIC PLANNING IN RUSSIA AT THE FEDERAL AND REGIONAL LEVELS

Abstract. The article discusses various aspects of strategic planning in Russia at the macro and meso-levels. The legal foundations of strategic planning at the present stage of economic development of our country are analyzed. The comparative characteristics of the main planning documents at the federal and regional levels are given. The necessity of improving the system of planning bodies is shown. The prospects for the implementation of targeted planned installations in modern conditions complicated by sanctions restrictions are evaluated. Modern trends in the development of strategic planning in Russia at the macro and meso-levels associated with the growth of the scale and variety of forms of planning activities are highlighted. It is shown that the improvement of planned activities is carried out in the direction of ensuring its complex and systematic nature. Unresolved problems in the field of strategic planning are highlighted, based on.

Key words: strategic planning, macro-level and meso-level of economy, planning documents, target planning installations, planning bodies.

В СССР на протяжении продолжительного периода времени существовала и совершенствовалась мощная система планового управления экономикой, включавшая различные территориальные плановые органы

(республиканские, областные, районные плановые комиссии), органы планового управления в отраслевом разрезе. Возглавлял и координировал работу этой системы Госплан СССР, задачи и полномочия которого были достаточно детально определены, а его председатель являлся членом правительства СССР. Эта система планирования соответствовала условиям огосударственной экономики и с формированием в России модели смешанной экономики ушла в прошлое со всеми своими достоинствами и недостатками.

После завершения длительного и болезненного реформирования модели экономического развития России в XXI веке на повестку дня стал вопрос о разработке такого инструмента государственного регулирования формирующейся смешанной экономики, как государственное стратегическое планирование на макро- и мезоуровнях. Возможность и целесообразность государственного стратегического планирования в многоуровневой смешанной экономике, его формы и особенности активно анализировались и анализируются в научной литературе. Имеется и практический опыт использования индикативного планирования в странах с развитой смешанной экономикой (Япония, Франция). Проблемы развития индикативного макроэкономического планирования в России уже рассматривались нами ранее [6, 7, 8, 9]. В данной статье объектом анализа является стратегическое планирование не только на макро-, но и на мезоуровне.

В условиях преобладания в экономике государственной собственности на средства производства могут использоваться директивная (административно-командная) и индирективная формы макроэкономического планирования.

Использование первой целесообразно в основном в чрезвычайных обстоятельствах (война, подготовка к войне, восстановление разрушенного хозяйства), а также при необходимости быстро реализовать крупные дорогостоящие проекты (космическая программа СССР). Директивное планирование позволяет концентрировать ресурсы в интересах решения нескольких важнейших задач, но, как оказалось, не способно в обычных условиях обеспечить производство потребительских товаров высокого качества и в широком ассортименте из-за отсутствия конкуренции, слабости мотива прибыли и слабого воздействия потребителей на производителей.

Индирективная форма планирования предполагает имитацию конкуренции (социалистическое соревнование), включенность мотива прибыли. Однако попытки использования этой формы планирования на основе развития хозрасчетных отношений в нашей стране оказались не очень успешными.

В связи с формированием в нашей стране модели смешанной экономики актуализируется разработка проблем индикативного государственного стратегического планирования на макро- и мезоуровнях. В рамках самого индикативного планирования выделяют такие его разновидности, как конъюнктурная, структурная и стратегическая его формы [5, с. 137–140].

При характеристике становления и развития макро- и мезоэкономического планирования в нашей стране нужно, прежде всего, выделить аспект формирования правовых основ государственного стратегического планирования.

В 2014 году в России был принят Федеральный закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации» устанавливающий правовые основы стратегического планирования в России на разных уровнях [15]. Несколько позднее на его основе принимались соответствующие законы на региональном уровне. Например, в 2016 году был принят Закон Ивановской

области от 01.06.2016 г. № 40-ОЗ «О стратегическом планировании в Ивановской области» [4]. Региональный закон не противоречит закону, принятому на федеральном уровне, и содержит те положения федерального закона, которые относятся и к региональному уровню. Поэтому имеет смысл более детально охарактеризовать именно Федеральный закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации».

В данном законе определяются субъекты стратегического планирования и определяются их полномочия в данной сфере: 1) полномочия органов государственной власти Российской Федерации в сфере стратегического планирования (ст. 4); 2) полномочия органов государственной власти субъектов Российской Федерации в сфере стратегического планирования (ст. 5); 3) полномочия органов местного самоуправления в сфере стратегического планирования (ст. 6). сквозной характер носят такие полномочия, как постановка приоритетных целей и задач социально-экономического развития, разработка и реализация документов стратегического планирования [15].

В статье 11 закона дается перечень документов стратегического планирования на разных уровнях. В этот перечень наряду с различными прогнозами, специализированными стратегиями входят носящие комплексный и сквозной характер стратегии социально-экономического развития в целом: «Стратегия социально-экономического развития Российской Федерации» (ст. 16), «Стратегии социально-экономического развития макрорегионов» (ст. 21), «Стратегия социально-экономического развития субъекта Российской Федерации» (ст. 32), «Стратегия социально-экономического развития муниципального образования» (ст. 39). На практике вскоре названия этих основных документов стратегического планирования отчасти изменились. Так, на федеральном уровне были приняты «Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2024 года от 01.10.2018 г. (этот термин в законе присутствовал), «Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года». Важное значение имеет и выделение стратегий не только по территориальному принципу, но и по отраслевому принципу (ст. 19).

По нашему мнению, Федеральный закон о стратегическом планировании в Российской Федерации, носящий рамочный характер, создает хорошую основу для организации плановой деятельности на разных уровнях в территориальном разрезе. Недостаточно внимания, на наш взгляд, уделяется проработке вопросов взаимодействия в планировании государственных органов и хозяйствующих субъектов, государственно-частного партнерства.

На основе отмеченных правовых актов в последние годы в нашей стране были приняты и реализуются такие документы стратегического планирования, как «Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2024 года от 01.10.2018 г., «Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года», «Стратегия социально-экономического развития Ивановской области до 2030 года» [3, 10, 14].

Прежде чем переходить к анализу этих современных документов стратегического планирования, нужно отметить некоторые тенденции в развитии стратегического планирования, выделенные нами ранее:

– во-первых, наблюдается усложнение форм макроэкономического планирования;

- во-вторых, можно отметить рост масштабов плановой деятельности, увеличение объема и детализации проработки плановых документов;
- в-третьих, происходит усиление комплексности и системности плановой деятельности;
- в-четвертых, осуществляется развитие системы управления макроэкономическим планированием [9, с. 50].

К этому можно добавить ещё такой положительный момент, как расширение временного горизонта планирования (даже по сравнению с планированием в СССР), которое базируется на среднесрочных и долгосрочных прогнозах.

К числу спорных моментов и проблем, еще требующих своего решения в рамках развития стратегического планирования в нашей стране на макро- и мезоуровнях, на наш взгляд, можно отнести следующее.

1. Нужно отметить серьезные различия в целевых установках, содержащихся в принятых плановых документах, хотя их действие рассчитано на один и тот же период времени. Очевидно, что в такой ситуации должна обеспечиваться определенная взаимосвязка целей на разных уровнях.

Так, в Основных направлениях деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2024 года от 01.10.2018 г. «Национальные цели развития Российской Федерации и приоритеты деятельности Правительства Российской Федерации» выглядят следующим образом: 1) обеспечение устойчивого естественного роста численности населения Российской Федерации и повышение ожидаемой продолжительности жизни до 78 лет (к 2030 году – до 80 лет); 2) обеспечение устойчивого роста реальных доходов граждан, а также роста уровня пенсионного обеспечения выше уровня инфляции. Снижение в два раза уровня бедности в Российской Федерации; 3) улучшение жилищных условий не менее 5 млн семей ежегодно; 4) ускорение технологического развития Российской Федерации, увеличение количества организаций, осуществляющих технологические инновации, до 50 процентов от их общего числа; 5) обеспечение ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере; 6) вхождение Российской Федерации в число пяти крупнейших экономик мира, обеспечение темпов экономического роста выше мировых при сохранении макроэкономической стабильности, в том числе инфляции на уровне, не превышающем 4 процентов; 7) создание в базовых отраслях экономики, прежде всего в обрабатывающей промышленности и агропромышленном комплексе, высокопроизводительных экспортно-ориентированных секторов, развивающихся на основе современных технологий и обеспеченных высококвалифицированными кадрами [10].

В принятом в 2021 году Едином плане по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года дана значительно отличающаяся группировка национальных целей развития: 1) сохранение населения, здоровье и благополучие людей; 2) возможности для самореализации и развития талантов; 3) комфортная и безопасная среда для жизни; 4) достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство; 5) цифровая трансформация; 6) региональное развитие [3].

В Стратегии социально-экономического развития Ивановской области до 2030 года, которая разрабатывалась с учетом общенациональных приоритетов социально-экономического развития, формулируется основная

стратегическая цель – повышение качества жизни населения региона, создание условий для развития человеческого капитала на основе реализации промышленного, научного и культурнотуристического потенциала.

Эта цель конкретизируется в решении ряда задач: 1) создание условий для формирования благоприятного инвестиционного климата на территории региона, в частности вхождение Ивановской области в ТОП-10 Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации к 2023 году; 2) создание новых рабочих мест и развитие предпринимательской инициативы в каждом муниципальном образовании; 3) помощь в развитии предприятий в новых секторах экономики региона, высокотехнологичных и инновационных компаний, цифровой экономики, стимулирование выхода компаний на экспорт [14].

В этих документах отчетливо просматриваются два общих аспекта; во-первых, социальная ориентация, нацеленность на решение задач, связанных с повышением благосостояния и развитием людей; во-вторых, нацеленность на развитие высокотехнологичного инновационного предпринимательства. Это, безусловно, положительное обстоятельство.

Однако нужно отметить и некоторые обстоятельства, которые, на наш взгляд, нельзя оценить положительно. Во-первых, при таких различиях в формулировках целей трудно обеспечить согласованность плановых документов, эффективный текущий и итоговый контроль реализации планов. Во-вторых, одной из характеристик целей стратегического планирования на уровне предприятия является их функциональность. Иначе говоря, целевые установки должны формулироваться высшим руководством фирмы таким образом, чтобы руководство нижестоящих подразделений могло их трансформировать в конкретные понятные задания для своих подчиненных. Подобное требование функциональности целей, на наш взгляд, должно в определенной степени соблюдаться и в отношении целей территориальных субъектов планирования различных уровней, что позволит более эффективно согласовывать интересы страны, регионов, муниципалитетов. Значительные отличия целей, очевидно, этому препятствуют.

2. Второй проблемой, требующей своего решения является необходимость дальнейшего совершенствования органов стратегического управления. Уже созданы на федеральном уровне «Совет при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам», на региональном (Ивановская область) – «Управление стратегического планирования и государственных программ» Департамента экономического развития и торговли Ивановской области. Однако в настоящее время в нашей стране отсутствует единый специализированный плановый орган. Масштабная и сложная работа по координации управленческих действий, как мы уже отмечали, требует создания специальных плановых органов. Так, в свое время во Франции был создан Генеральный комиссариат по планированию, в Японии – Управление экономического планирования. В России также представляется целесообразным создание подобного органа, руководители и персонал которого будут на профессиональной основе заниматься исключительно плановой работой и нести полную ответственность за ее результаты [9, с. 51].

3. Необходимо совершенствовать систему отчетности и оценки результатов стратегического планирования. Здесь можно выделить несколько аспектов проблемы.

Во-первых, уже 2024 году будут подводиться итоги выполнения «Основных направлений деятельности Правительства Российской Федерации» и промежуточные итоги реализации «Единого плана по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года». При отмеченных выше различиях в целевых установках в этих документах возникнут, на наш взгляд, определенные сложности в выявлении существующих тенденций развития социально-экономических процессов в России, современных новых возможностей и угроз.

Во-вторых, отчеты о выполнении плановых заданий должны носить не только бухгалтерский характер (сколько денег выделено и потрачено), но и экономико-теоретический, что позволит адекватно оценивать современное состояние отечественной экономики, в том числе в территориальном и отраслевом разрезе, а также выявлять причины возникающих проблем, новые возможности для развития. В Ивановской области на протяжении 8 лет реализуется программа «Экономическое развитие и инновационная экономика Ивановской области» [2]. Регулярно публикуются квартальные и годовые отчеты [1]. Однако они, по нашему мнению, не позволяют составить достаточно полное представление о состоянии региональной экономической системы, в том числе в сравнении с другими регионами, новых возможностях и угрозах, тенденциях развития.

В-третьих, вызывает сомнение достижимость некоторых важных целей. Так, в «Основных направлениях деятельности Правительства Российской Федерации» заявлена амбициозная цель – увеличение в России количества организаций, осуществляющих технологические инновации, до 50 % от их общего числа [10]. Однако за три года (2018–2020 гг.) удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации в общем числе обследованных организаций вырос по России с 19,8 % до 23,0 %, по Ивановской области – с 12,2 % до 22,9 %. За тот же период объем инновационных товаров в процентах от общего объема отгруженных товаров по России изменился с 6,5 % до 5,7 %, по Ивановской области – с 0,6 % до 2,9 % [13, с. 954, 958].

Резюмируя изложенное, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, в России взят твердый курс на развитие системы стратегического планирования на разных уровнях экономики. Продолжается совершенствование и развитие этой системы.

Во-вторых, необходимо продолжение работы по развитию системы плановых органов, согласованию целевых установок в различных плановых документах.

В-третьих, нужно обеспечить широкое научное и общественное обсуждение принимаемых плановых документов, достигнутых результатов в планировании, что позволит повысить качество плановой деятельности.

В-четвертых, в условиях санкционных ограничений может потребоваться не только корректировка плановых заданий, но и изменение подходов к составлению и реализации планов с расширением элементов директивности.

Библиографический список

1. Годовой отчет о реализации государственной программы Ивановской области «Экономическое развитие и инновационная экономика Ивановской области». URL: <https://derit.ivanovoobl.ru/upload/medialibrary/dbb/Otchet-GP-459-2021.docx> (дата обращения: 06.11.2022).

2. Государственная программа Ивановской области «Экономическое развитие и инновационная экономика Ивановской области». URL: <https://derit.ivanovoobl.ru/upload/medialibrary/345/PP-459-13112013-red-12072022.pdf> (дата обращения: 08.11.2022).
3. Единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года. URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/edinyy_plan_po_dostizheniyu_natsionalnyh_celej_razvitiya_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2024_goda_i_na_planovyy_period_do_2030_goda.html (дата обращения: 08.11.2022).
4. Закон Ивановской области от 01.06.2016 г. № 40-ОЗ «О стратегическом планировании в Ивановской области». URL: <http://publication.pravo.gov.ru/File/GetFile/3700201606060014> (дата обращения: 08.11.22).
5. Кузык Б. Н., Кушлин В. И., Яковец Ю. В. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование. М.: Экономика, 2011. 604 с.
6. Лифшиц А. С., Ибрагимова Р. С., Новиков В. А., Куликов В. И. Промышленная политика и антикризисное управление предприятиями: монография. М.: РИОР: ИНФРА-М, 2017. 246 с.
7. Новиков В. А. К вопросу о развитии макроэкономического планирования в России // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2015. Вып. 1(23). С. 6–11.
8. Новиков В. А. Новый этап в развитии стратегического планирования в России // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2019. Вып. 4 (42). С. 30–35.
9. Новиков В. А. Проблемы и перспективы развития макроэкономического планирования в России // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2021. Вып. 4 (50). С. 49–53.
10. Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2024 года от 01.10.2018 г. URL: <http://government.ru/news/34168> (дата обращения: 08.11.2022).
11. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2024 года. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/makroec/prognozy_socialno_ekonomicheskogo_razvitiya/prognoz_socialno_ekonomicheskogo_razvitiya_rf_na_period_do_2024_goda_.html (дата обращения: 08.11.2022).
12. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года. URL: <http://static.government.ru/media/files/41d457592e04b76338b7.pdf> (дата обращения: 08.11.2022).
13. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2021: стат. сб. / Росстат. М., 2021. 1112 с.
14. Стратегия социально-экономического развития Ивановской области до 2030 года. URL: <https://derit.ivanovoobl.ru/upload/medialibrary/bfb/PP-220-27042021-red-14062022.pdf> (дата обращения: 08.11.2022).
15. Федеральный закон Российской Федерации от 28.06.2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841 (дата обращения: 08.11.2022).

Информация об авторе / Information about the author

НОВИКОВ Виктор Алексеевич – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и организации предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, vikanovikov@yandex.ru
NOVIKOV Viktor Alekseevich – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship Organization, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, vikanovikov@yandex.ru

УДК 330.31

С. В. Жамбровский, А. И. Новиков

ВЗГЛЯД НА ОЗДОРОВЛЕНИЕ НАЦИИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

Аннотация. Подчеркивается значимость ивановской школы по проблемам многоуровневого общественного воспроизводства, в рамках деятельности которой исследуются вопросы общественного здоровья. Приводится фактура вклада владимирской школы в изучении проблем не только общественного здоровья, но и оздоровлении нации.

Приводится логика исследования, основанная на диалектическом взаимодействии общественного и индивидуального, решение задач по охране здоровья в рамках экономики общественного сектора (общественных благ) и медицинской помощи в рамках концепции субсидиарного государства.

Подчеркивается важность политэкономического подхода в свете действия законов диалектики: в свете единства и борьба противоположностей – проявление «Болезни» и «Здоровья», а в свете закона перехода количественных изменений в качественные и наоборот – эффективность функционирования сферы здравоохранения.

Процесс оздоровление нации рассматривается через призму общественного воспроизводства, дается анализ демографического состояния российского общества, отмечается негативное воздействие экологических факторов на самочувствие людей, отмечается необоснованный переток расходов на здравоохранение за счет расширения платных услуг на плечи населения.

Приводится анализ институционального несовершенства функционирования медицинской отрасли и инфраструктурной недостаточности. Доказывается, что в плане изменения негатива в сфере здравоохранения требуются системные изменения, что соответствует целям и задачам «чаяния народа».

Ключевые слова: многоуровневое общественное воспроизводство, общественное здоровье, оздоровление нации, диалектическое единство, политэкономический подход.

S. V. Zhabrovsky, A. I. Novikov

A LOOK AT THE HEALTH OF THE NATION THROUGH THE PRISM OF PUBLIC REPRODUCTION

Abstract. The importance of the Ivanovo school on the problems of multi-level social reproduction is emphasized, within the framework of which issues of public health are studied. The invoice of the contribution of the Vladimir school in the study of problems not only of public health, but also the improvement of the nation is given.

The logic of the research is given, based on the dialectical interaction of the public and the individual, the solution of health problems within the framework of the economy of the public sector (public goods) and medical care within the framework of the concept of a subsidiary state.

The importance of the political economy approach is emphasized in the light of the laws of dialectics: in the light of unity and the struggle of opposites – the manifestation of «Disease» and «Health», and in the light of the law of the transition of quantitative changes into qualitative ones and vice versa - the effectiveness of the functioning of the healthcare sector.

The process of healing the nation is considered through the prism of social reproduction, an analysis of the demographic state of Russian society is given, the negative impact of environmental factors on people's well-being is noted, an unreasonable flow of health care costs due to the expansion of paid services on the shoulders of the population is noted.

An analysis of the institutional imperfection of the functioning of the medical industry and infrastructural insufficiency is given. It is proved that in terms of changing the negative in the healthcare sector, systemic changes are required, which corresponds to the goals and objectives of the «aspirations of the people».

Key words: multilevel social reproduction, public health, nation health improvement, dialectical unity, political economy approach.

В журнале «Вестник Ивановского государственного университета», серия «Экономика» вышла очередная статья Б. Д. Бабаева и Н. Ю. Смольницкой по проблемам общественного здоровья [1, с. 15–25]. В своей статье вышеуказанные авторы структурировали общественное здоровье и выделили аспекты физического, интеллектуального, морально-нравственного и пассионарного здоровья. Анализ прошлых публикации этих авторов по заданной тематике, учитывая диссертацию Н. Ю. Смольницкой на соискание кандидата экономических наук (2009 г.) [11], позволил сделать вывод о том, что их исследования во многом носят теоретико-методологический характер.

Тема общественного здоровья стала предметом активного исследования в междисциплинарном плане в стенах Владимирского филиала РАНХиГС [9]. Направления исследования ученых и аспирантов Владимирского филиала во многом согласуются с ивановскими коллегами, но доказательная база включает элементы более широкого спектра и касаются в большей степени управленческих аспектов развития сферы здравоохранения [5].

В ряде статей была предпринята попытка затронуть тему оздоровление нации, актуальную в последнее время в связи с пандемией и событиями на Украине, через призму общественного воспроизводства. Учитывая, что в ивановском госуниверситете сложилась научная школа по проблемам общественного воспроизводства, представляется, что данная статья будет способствовать проявлению интереса к оздоровлению нации и у сторонников ивановской научной школы. В этом плане следует выделить докторскую диссертацию, защищенную в 1987 г. в стенах Ивановского госуниверситета Э. Н. Кулагиной, «Система экономических отношений по охране здоровья и ее роль в общественном воспроизводстве при социализме» [7]. Ивановская научная школа по проблемам многоуровневого общественного воспроизводства (Б. Д. Бабаев, Е. Е. Николаева, А. Б. Берендеева и др.) придерживается концепции, согласно которой общественное воспроизводство есть системное единство природных, экономических, институциональных и социальных процессов [2, с. 22–27]. В рамках этой концепции рассмотрим процесс оздоровление нации в его исторической сущности, в конкретном времени и пространстве.

Выделим следующие направления и логику исследования (см. рис.).

В теоретическом плане тема оздоровление нации, как и тема воспроизводства общественных отношений, среди ученых либерального плана крайне непопулярна, так как затрагивает области экономики общественного сектора с неизбежной распределительной системой и развитие сферы здравоохранения в концепции субсидиарного государства.

Логика исследования

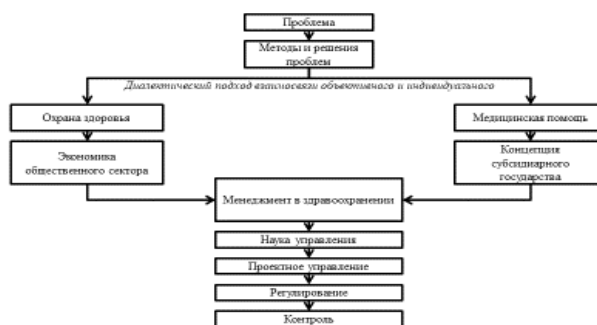


Рис. Логика исследования общественного здоровья

Всеобщие объективные законы диалектики, в частности единство и борьба противоположностей, в категорийном плане подразумевают, с одной стороны, «Здоровье», с другой – «Болезнь». С позиции эффективности вложений заслуживает внимание точка зрения академика А. Камалова: деньги надо вкладывать в человека, а не в болезнь [6]. По его мнению, одно из направлений – это вложение в профилактику заболеваний, а не в «болезни». Такой подход предполагает решение задач, с одной стороны, по охране здоровья, с другой, – по организации медицинской помощи больному. И это составляет основное содержание логики оздоровления нации.

Насколько эффективно происходит этот процесс, должен показать другой закон диалектики – переход количественных изменений в качественное состояние и наоборот. В рамках политэкономического подхода должны устанавливаться причинно-следственные связи нарушения воспроизводственного процесса оздоровления нации по причине количественных изменений (уменьшения), следуя концепции ивановской школы: природной, экономической, институциональной или социальной составляющих.

В рамках расширенной трактовки оздоровления нации через призму общественного воспроизводства (позиция Владимирской школы) представим природную (экологическую) систему, экономическую, институциональную (организационную) и социальную системы в виде мегасистемы, отличающейся неоднородностью экономических и природных пространств, трудно совместимыми функциями и уровнем социального развития. Тогда в рамках теории расширенного воспроизводства должно произойти качественное изменение мегасистемы, включающее достижение равновесия на более низком уровне.

Во-первых, выделим демографическую фактуру. В соответствии с Всероссийской переписью населения «Перепись населения 2020»¹ учтено

¹ «Перепись населения 2020» проведена с 15 октября по 14 ноября 2021 г. в соответствии с Конституцией Российской Федерации, Федеральным законом от 25 января 2002 г. № 8-ФЗ «О Всероссийской переписи населения», постановлением Правительства Российской Федерации от 7 декабря 2019 г. № 1608 «Об организации Всероссийской переписи населения 2020 года» (с изменениями), основными

147,2 млн человек, постоянно проживающих в России. По сравнению с переписью 2010 года, население России увеличилось на 2,05 млн человек (1,4 %). Увеличение происходило из-за миграционного прироста на фоне естественной убыли населения (превышение числа умерших над числом родившихся) практически в течение всего межпереписного периода. По сравнению с переписью 2010 года численность населения увеличилась в 28 субъектах Российской Федерации², в остальных регионах численность уменьшилась. В частности, во Владимирской области уменьшилась и составила к уровню 2010 года 93,4 % [10]. В соответствии с данными Росстата произошло снижение рождаемости, в том числе из-за снижения числа женщин детородного возраста и уменьшения суммарного коэффициента рождаемости, приходящегося на одну женщину – 1,504. Наблюдается высокая смертность населения, в том числе от предотвратимых причин. Смертность от предотвратимых причин в России почти в 2 раза выше, чем в странах ЕС. Отмечается неудовлетворительное здоровье детей. До 40 % детей рождаются больными или заболевают в период новорожденности [8].

Во-вторых, с позиции влияния природной (экологической) системы на оздоровление нации в настоящее время, по данным ФБУЗ «Центр гигиенического образования населения», влияние экологии на здоровье человека составляет от 25–50 % от совокупности всех воздействующих факторов. А через 30–40 лет, по прогнозам экспертов, зависимость физического состояния и самочувствия граждан РФ от экологии возрастёт до 50–70 %. Таким образом, экологическое загрязнение представляет серьёзную опасность как для здоровья населения отдельного города/района в целом, так и для каждого конкретного жителя нашей страны [3].

В-третьих, с точки зрения состояния экономики, сферы здравоохранения. Расходы на здравоохранение находятся на втором месте в расходной части бюджета. Несмотря на увеличение финансирования медицинской отрасли из федерального и региональных бюджетов финансовое состояние отрасли остается критическим и почти половину расходов на приобретение медицинских услуг несет население.

В-четвертых, в России наблюдается сокращение численности населения трудоспособного возраста. И несмотря на некоторое снижение темпов выбытия трудоспособных граждан (в начале третьего тысячелетия до 1 млн человек в год), с учетом высокого уровня заболеваемости этой категории населения и смертности в России обострилась проблема трудовых ресурсов. Несмотря на принимаемые Правительством РФ меры в России сохраняется дифференциация регионов и доходов населения, велика доля бедного населения³. Почти половина населения имеет доходы в районе прожиточного

методологическими и организационными положениями Всероссийской переписи населения 2020 г., утвержденными приказом Росстата от 9 сентября 2021 г. № 549.

² Наиболее значительно выросло число жителей Москвы и Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области, Краснодарского края. Сократилось население во многих регионах Дальневосточного, Центрального, Северо-Западного и Приволжского федеральных округов.

³ По итогам 2021 года за чертой бедности в России находились 16,1 млн россиян, или 11 % населения, сообщил Росстат. С конца прошлого года ведомство считает долю малоимущих по новой методике, устанавливая значение границы бедности. В четвертом квартале 2021 года количество граждан с доходами ниже границы бедности было меньше показателя за весь год – 8,5 % населения страны, или 12,4 млн

минимума. В условиях роста цен на основные статьи семейного бюджета такой уровень доходов создает социальные риски, в том числе в части приобретения дополнительных медицинских услуг. В России наблюдается увеличение доли пожилого населения (старше трудоспособного возраста) с 21 до 26 %. Это обстоятельство предъявляет повышенные требования к социальной медицине.

В-пятых, с позиции влияния институциональной (организационной) системы на оздоровление населения. Во втором десятилетии XXI в. обострились проблемы в первичном звене сферы здравоохранения: не хватает более 25 тыс. врачей и более 130 тыс. медицинских работников среднего звена, не хватает специалистов узкого профиля, значительная часть материально-технической базы поликлиник и амбулаторий требуют обновления и капитального ремонта, устарело оборудование, автотранспорт, 499 населенных пунктов численностью от 100 до двух тысяч человек не обеспечены первичной медицинской помощью⁴. Поручения Президента РФ по уровню заработной платы для врачей и медперсонала не выполняется, что провоцирует отток медицинских кадров из бюджетной медицины в частную.

В России сложилась модель сферы здравоохранения, в которой «перемешаны» фрагменты бюджетной, страховой и рыночной систем. В плане оздоровления нации наблюдается отсутствие всякой рациональности, замена принципа оптимизации принципом удовлетворенности, уход от общего равновесия и устойчивости системы здравоохранения к множеству точек равновесия, уход от выяснения причин кризиса отечественного здравоохранения в дискурс мейнстрима в свете концепции субсидиарного государства.

Чтобы устранить негативные последствия в сфере здравоохранения следует, в первую очередь, повысить устойчивость системы здравоохранения, для чего необходимы системные изменения. В числе первоочередных мер должны быть реализованы изменения положения медработников в обществе, учитывая, что врач – это дорогостоящий ресурс, гибкое использование инструментария по материальному и моральному стимулированию медицинских кадров, повышению их зарплат. Только тогда можно привлечь дополнительные кадры в медицинскую отрасль, а значит, решить проблему с доступностью медицинской помощи.

По заявлению ректора ВШОУЗ Г. Улумбековой: «Решение проблем российского здравоохранения – это благополучие и устойчивость нашего с вами Отечества. Мы должны ответить на чаяния нашего народа и выполнить цели, поставленные Президентом страны» [3].

Библиографический список

1. Бабаев Б. Д., Смольницкая Н. Ю. Политико-экономическая трактовка здоровья как категории // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2022. № 3. С. 15–25.

человек. Но годовой уровень в итоге соответствует значению третьего квартала, когда за чертой бедности находились также 16 млн человек, или 11 % населения, что на 4,8 млн меньше, чем первом квартале.

⁴ Во Владимирской области обеспеченность врачами составляет 27,7 на 10 тыс. населения // Бюллетень «Здравоохранение». Издание Счетной палаты РФ. 2020. № 2 (267). С. 31.

2. Бабаев Б. Д., Николаева Е. Е. Общественное воспроизводство как системное единство природных, экономических, институциональных и социальных процессов // Вестник Тверского государственного университета. Сер.: Экономика и управление. 2017. № 2. С. 22–27.
3. Влияние окружающей среды на здоровье человека // ФБУЗ «Центр гигиенического образования населения» Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. Официальный сайт. URL: <http://cgon.rosпотребнадзор.ru/content/62/781> (дата обращения: 10.10.2022).
4. Доклад на круглом столе ОНФ «Основные стратегические задачи по сохранению здоровья детей и их социальной защиты в рамках реализации национальных проектов «Здравоохранение», «Демография» и плана основных мероприятий, проводимых в рамках Десятилетия детства». URL: <https://disk.yandex.ru/d/wLETWKiAj1d32w> (дата обращения: 01.11.2022).
5. Илларионов А. Е., Картухин В. Ю., Жамбровский В. Ю., Новиков А. И., Тогуннов И. А. Народосохранение и (или) сбережение здоровья людей: социальные, экономические, правовые, медицинские и экологические аспекты: монография / под общей ред. А. И. Новикова. Владимир: Владимирский филиал РАНХиГС, 2010. 325 с.
6. Камалов А. Деньги надо вкладывать в человека, а не в болезнь // Российская газета. 2019. 22 февраля. № 40 (7798).
7. Кулагина Э. Н. Система экономических отношений по охране здоровья и ее роль в общественном воспроизводстве при социализме: автореф. дис. ... д-ра экон. наук, 08.00.01. Иваново, 1987. 31 с.
8. Неудовлетворительное здоровье детей. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-zdorovya-detey-pervogo-goda-zhizni-i-opredelyayuschie-ego-factory> (дата обращения: 20.04.2022).
9. Новиков А. И., Илларионов А. Е. Цели и задачи институтов сбережения здоровья людей в условиях пандемии и оценка их деятельности // Региональная экономика: опыт и проблемы: материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф. (Гутманские чтения), 15 мая 2020 года / под общ. ред. А. И. Новикова и А. Е. Илларионова. Владимир: Владимирский филиал РАНХиГС, 2020. С. 71–79.
10. Предварительные итоги Всероссийской переписи населения 2020 года // Российская газета. 2022. 30 мая. № 114 (8762).
11. Смольницкая Н. Ю. Общественное здоровье: взаимосвязь политико-экономического и прикладного аспектов: дис. ... канд. экон. наук, 08.00.01. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2009. 227 с.

Информация об авторах / Information about the authors

ЖАМБРОВСКИЙ Сергей Валерьевич – аспирант, Владимирский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), г. Владимир, Россия, GambrovskiS@yandex.ru

ZHAMBROVSKY Sergey Valerievich – Postgraduate student, Vladimir Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Vladimir, Russia, GambrovskiS@yandex.ru

НОВИКОВ Александр Иванович – доктор экономических наук, профессор, Владимирский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), г. Владимир, Россия, novikov-ivanovo50@yandex.ru

NOVIKOV Alexander Ivanovich – Doctor of Economics, Professor, Vladimir Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Vladimir, Russia, novikov-ivanovo50@yandex.ru

УДК 330.32

У. Н. Кремлев, А. И. Новиков

**СПОРТ КАК ФАКТОР ПОДДЕРЖАНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
ПОТЕНЦИАЛА ОБЩЕСТВЕННОГО ЗДОРОВЬЯ**

Аннотация. Раскрыта сущность «общественного здоровья» как междисциплинарной категории, заявлены и решены задачи влияния спорта на потенциал общественного здоровья, раскрыта сущность здорового образа жизни, выделены показатели общественного здоровья, направления его формирования и риски здоровью человека в свете современных вызовов. Расширен предмет исследования за счет таких наук, как «саналогия» и «валеология», определены группы экономических отношений, влияющих на общественное здоровье.

Детализированы принципы формирования здорового образа жизни среди студентов, сформирована поведенческая модель в молодежной среде, введена самооценка студентами своего состояния здоровья, предложена модель базовых принципов пяти «П», которая предусматривает кроме базовых 4 «П» позитивный настрой к формированию ЗОЖ.

Ключевые слова: общественное здоровье, здоровый образ жизни, фактор, спорт, студенты, самооценка состояния здоровья, поведенческая модель.

U. N. Kremlev, A. I. Novikov

**SPORT AS A FACTOR OF MAINTAINING AND INCREASING
THE POTENTIAL OF PUBLIC HEALTH**

Abstract. The essence of «public health» as an interdisciplinary category is revealed, the tasks of the impact of sports on the potential of public health are stated and solved, the essence of a healthy lifestyle is revealed, indicators of public health, directions of its formation and risks to human health in the light of modern challenges are highlighted. The subject of research has been expanded at the expense of such sciences as «sanalogy» and «valeology», groups of economic relations that affect public health have been identified.

The principles of forming a healthy lifestyle among students are detailed, a behavioral model is formed in the youth environment, self-assessment by students of their state of health is given, a model of the basic principles of the five «Ps» is proposed, which provides, in addition to the basic 4 «Ps», a positive attitude towards the formation of a healthy lifestyle.

Key words: public health, healthy lifestyle, factor, sport, students, self-assessment of health status, behavioral model.

Тема общественного здоровья в достаточной степени актуальна как для ученых, так и органов государственной власти. Решение проблем общественного здоровья заявлено в национальных проектах «Демография», «Здравоохранение», в инициативах правительства (42 инициативы)¹, программах развития здравоохранения, образования, физического воспитания и спорта и других подзаконных актах.

© Кремлев У. Н., Новиков А. И., 2022

¹ Распоряжение Правительства РФ от 6 октября 2021 г. № 2816-р.

Общественное здоровье зависит от множества факторов. В данной статье остановимся на вопросах влияния спорта и физического воспитания на общественное здоровье, а более широком плане и на здоровье нации, которые можно рассматривать в качестве цели и задачи настоящего исследования.

Предложим следующую логику исследования.

Во-первых, необходимо раскрыть сущность здорового образа жизни, а именно – что такое здоровый образ жизни.

Во-вторых, важны критерии общественного здоровья в виде совокупностей показателей здоровья как отдельного человека, так и населения страны в целом. К критериям состояния здоровья населения можно отнести показатели медико-демографического и физиологического характера.

В-третьих, принципиальное значение имеют вопросы обоснования основных направлений формирования здорового образа жизни. К ним можно отнести институциональное сопровождение проектов в этой сфере, инфраструктурная обеспеченность, благоприятные внешние условия и внутренний настрой самого человека по преодолению гиподинамии и уменьшению факторов риска здоровью.

В-четвертых, важны такие факторы, влияющие на формирование здоровья человека, как образ жизни², экологические, природно-климатические и развитие сферы здравоохранения.

В-пятых, негативное влияние на здоровье человека влияют курение, злоупотребление алкоголем, психозмоциональный стресс, которые определяют риск здоровью человека.

В теоретико-методологическом плане следует выделить такие предметные науки, как «санология» (наука о здоровье здоровых, наука о здоровье группы риска) и «валеология» (наука об общественном здоровье).

С учетом дополнительно заявленной предметной области доминирующую роль в обеспечении общественного здоровья занимает образ жизни человека и его внутренняя культура. Это проявляется в процессе труда, ведения быта, организации досуга, удовлетворении материальных и духовных потребностей, нормах общения и поведения.

Обобщение литературных источников позволило выделить несколько ключевых факторов, влияющих на общественное здоровье. По степени значимости можно распределить эти факторы следующим образом: образ жизни, занятия спортом, ограничение алкоголя и отказ от курения, сбалансированное питание, сон. Мы разделяем концепцию поведения человека, исходя из принципа, что физическое воспитание и спорт являются ключевыми факторами поддержания и повышения потенциала общественного здоровья, как отдельного индивида, так и нации в целом.

Основой здорового образа жизни выступает сам человек, который одновременно является и объектом, и субъектом формирования ЗОЖ. Формирование ЗОЖ должно происходить с учетом возможностей как каждого индивида (физических, психических, интеллектуальных и социальных), так и группы людей.

Рассмотрим вопросы влияния физического воспитания на общественное здоровье через призму экономических отношений.

² По данным Всемирной организации здравоохранения, здоровье человека не менее, чем на 50 % зависит от образа жизни.

Экономические отношения являются базой формирования общественного здоровья на всех фазах воспроизводственного процесса. В структуре экономических отношений по поводу здоровья можно выделить несколько групп отношений:

Первая группа отношений отражает поведение человека в быту, его поведение вне трудовой деятельности. При этом важными факторами влияния на здоровье человека выступают: организация питания, занятие спортом, здоровый отдых, включая сон и т. д.

Во вторую группу входят отношения, связанные с трудовой деятельностью. Наиболее важными факторами, влияющими на здоровье человека, выступают: доходы, род деятельности, уровень квалификации, режим работы и т. д.

Третью группу отношений отражают условия формирования ЗОЖ, институциональное сопровождение и инфраструктурная обеспеченность для занятия спортом.

В четвертую группу входят отношения, связанные с экологией, организация охраны окружающей среды от загрязнения и рациональное природопользование³. Нарушение экологии провоцирует у человека различные хронические заболевания.

В пятую группу входят отношения, характеризующие уровень социальной устойчивости, уровень бедности и индивидуальной безопасности [2, с. 85–92].

Б. Б. Прохоров характеризует общественное здоровье как «основной признак, основное свойство человеческой общности, ее естественное состояние, отражающее индивидуальные приспособительные реакции каждого члена общности людей и способность всей общности в конкретных условиях наиболее эффективно осуществлять свои социальные и биологические функции» [5, с. 38].

Таким образом, *общественное здоровье предстает как целостная система отношений, обеспечивающая развитие как личности, так и общества.*

Существует несколько сценариев динамики численности населения в России, которые во многом согласуются с данными ООН. Разбег составляет от 90 млн человек до 200 млн человек к 2050 году.

Мы убеждены, что сценарии развития России зависят от системы жизненных принципов и модели поведения сегодняшних студентов. Поэтому обратимся к материалам опросов студентов, проведенных как с нашим участием, так и социологических исследований других исследователей.

Формирование ЗОЖ среди студентов

1. Для выделения ключевых сообщений о формировании здорового образа жизни был использован метод экспертного опроса. Гипотезы участников экспертного опроса были протестированы методом фокус-группы. Представ-

³ В 103 городах страны, где проживает более 50 млн человек, предельно допустимые концентрации вредных веществ в выбросах в атмосферу превышаются в 10 и более раз. Экологический ущерб наносится буквально на всех уровнях народного хозяйства. Самым тяжелым и опасным его проявлением является ухудшение состояния здоровья населения. В начале 1990-х годов в стране примерно 20 % всех заболеваний были непосредственно вызваны загрязнением окружающей природной среды.

ляют интерес результаты разноплановых опросов студентов, которые можно, по нашему мнению, положить в практику формирования здорового образа жизни (ЗОЖ). На протяжении 9 лет (2007–2016 гг.) ежегодно более полутора сотен студентов ивановских и владимирских вузов принимали участие в написании небольшого сочинения относительно их представления о ЗОЖ. Обработка сочинений позволила получить результаты, на основании которых можно развернуть дискуссию о возможных направлениях развития ЗОЖ. К написанию сочинений привлекались студенты первых трех курсов. Это будущие биологи и химики, нано технологи, землеустроители, студенты, обучающиеся по направлениям «Государственное и муниципальное управление», «Прикладная информатика», «Менеджмент».

2. Опрос проводился на протяжении десяти и более лет. Студенты первой фазы опроса (2010–2012 гг.) в настоящее время вышли на передовые позиции общественной жизни. Среди девушек приоритетными ценностными ориентациями выступали: счастливая семейная жизнь и здоровье. Занятость и работа в конце рейтинга приоритетов. Юноши отдали предпочтение здоровью, относительно равномерно распределились вопросы семейной жизни, материальной обеспеченности, любви. В конце списка – вопросы личной свободы. Это в некоторой степени совпадает с общероссийской тенденцией увеличения рождаемости и снижение демографического порога (2007–2014 гг.).

3. После кризиса 2014–2016 годов опрос показал некоторые изменения в предпочтениях студентов. Девушки на первые места выдвинули вопросы здоровья и развития, в середине ценностных ориентиров оказались вопросы семьи и любви, в конце списка вопросы, отражающие развлечение и отдых. У юношей вопросы здоровья не так ярко выражены, но по сравнению с девушками семья и работа преобладают.

Примерно в эти же годы проводился опрос студентов первого, второго и третьего курсов Ивановского государственного университета в рамках проекта «Вуз – территория здорового образа жизни», в части «Самооценки студентами ИвГУ здорового образа жизни», преимущественно студентов биохимического факультета [7]. Результаты опроса дали следующие результаты. Среди студентов 1 и 3 курса оказались вопросы способности к адаптации к современным вызовам, далее – не быть больным, быть способным решать повседневные задачи. В совокупности они определяют активную жизненную позицию человека. Поведенческие склонности оказались в конце рейтинга.

В России в соответствии с данными Росстата произошло снижение рождаемости за межпереписной период (2010–2020 гг.), в том числе из-за снижения числа женщин детородного возраста и уменьшения суммарного коэффициента рождаемости, приходящегося на одну женщину – 1,504.

Наблюдается высокая смертность населения, в том числе от предотвратимых причин. Смертность от предотвратимых причин в России почти в 2 раза выше, чем в странах ЕС. Отмечается неудовлетворительное здоровье детей. До 40 % детей рождаются больными или заболевают в период новорожденности [3]. Эти тенденции отражают в принципе уровень здоровья среди студентов ИвГУ. К основной группе здоровья были отнесены 112 студентов или 38,9 %, второй и третьей специальной медицинской – 60 %.

Относительно самооценки состояния здоровья ответы распределились следующим образом (см. табл. 1, 2).

Таблица 1

Самооценка состояния здоровья студентов

| Считаете ли Вы себя здоровым человеком? | 1 курс | | 2 курс | | 3 курс | | Всего | |
|---|--------|------|--------|------|--------|------|--------|-------|
| | Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % |
| Да, безусловно, так | 22 | 24,4 | 16 | 19 | 21 | 18,4 | 59 | 20,5 |
| Скорее да, чем нет | 25 | 27,8 | 31 | 36,9 | 49 | 43 | 105 | 36,05 |
| По разному | 17 | 18,9 | 22 | 26,2 | 22 | 1,8 | 61 | 21,2 |
| Скорее нет, чем да | 10 | 11,1 | 13 | 15,5 | 15 | 13,2 | 38 | 13,2 |
| Нет, не считают | 7 | 7,7 | 2 | 2,4 | 1 | 0,8 | 10 | 3,5 |
| Не могут определенно сказать | 7 | 7,7 | - | - | 4 | 3,5 | 11 | 3,8 |
| Кол-во студентов | 90 | | 84 | | 114 | | 288 | |

Таблица 2

Изменение состояния здоровья студентов за время обучения в вузе

| Ответы | 1 курс | | 2 курс | | 3 курс | | всего | |
|------------------------------------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|
| | Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % | Кол-во | % |
| Значительно изменилось к лучшему | 10 | 11,1 | 7 | 8,3 | 8 | 7 | 25 | 8,7 |
| Незначительно изменилось к лучшему | 19 | 21,1 | 8 | 9,5 | 20 | 17,5 | 47 | 16,3 |
| Практически не изменилось | 40 | 44,4 | 40 | 47,6 | 49 | 43 | 129 | 44,8 |
| Незначительно изменилось к худшему | 7 | 7,7 | 21 | 25 | 24 | 21 | 52 | 18 |
| Значительно изменилось к худшему | 2 | 2,2 | 5 | 6 | 7 | 6,1 | 14 | 4,7 |
| Не могут определенно сказать | 12 | 13,3 | 3 | 3,6 | 6 | 5,3 | 21 | 7,3 |
| Кол-во студентов | 90 | | 84 | | 114 | | 288 | |

Опрошенные студенты практически единодушно отметили, что за время обучения в университете их состояние здоровья не изменилось или незначительно улучшилось, почти 2/3 опрошенных. Отсюда следует, что не стоит делать ставку на повышение потенциала общественного здоровья с течением времени.

Во Владимирской области вместе со студенческим сообществом был заявлен проект «Здоровая нация» в рамках более масштабного проекта «Владимирская область – территория здорового образа жизни».

В рамках этого проекта в сентябре 2022 года был организован опрос студентов первокурсников Владимирского филиала РАНХиГС в части отношения к спорту.

Результаты показали, что из 279 студентов, заполнивших анкету, более 60 % ранее регулярно занимались спортом. В плане выбора видов спорта среди опрошенных предпочтение отдается игровым видам спорта, а именно: волейбол, баскетбол, футбол и др.

Анкетирование позволило, с одной стороны, определить физкультурный потенциал среди студентов Владимирского филиала РАНХиГС, с другой, – заявку в адрес государственных структур в части создания соответствующей материально-технической базы.

Анализ этих факторов и в некоторой степени позволяют сформировать среди студентов поведенческую модель ЗОЖ, которая были предметом обсуждения на дискуссионных площадках [4, с. 14–19; 5, с. 214–222].

Несмотря на некоторое расхождение полученных результатов с официальными отчетами, приведенными в документе «Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года» (распоряжение Правительства РФ от 24 ноября 2020 г. № 3081-р) мы считаем, что за современной молодежью будущее, которое ассоциируется с патриотизмом, трудолюбием, здоровым образом жизни, чувством собственного достоинства.

С точки зрения управления процессом формирования общественного здоровья предлагаем добавить в модель базовых принципов четырех «П»⁴ перейти к более совершенному проекту – 5 «П» на базе вовлеченности пациента в процесс лечения [1, с. 93–96].

Библиографический список

1. Герасименко Н. Ф. 4П-медицина – новое направление развития здравоохранения // Здравоохранение России: Федеральный справочник. Т. 13. М., 2012. С. 93–96.
2. Жилина Ж. А., Новиков А. И., Цветков С. А. Защита от бедности: проблемы и пути решения // Вестник ВлГУ. Сер.: Экономика. 2016. № 2 (3). С. 85–92.
3. Неудовлетворительное здоровье детей. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-zdorovya-detey-pervogo-goda-zhizni-i-opredelyayuschie-ego-faktory> (дата обращения: 20.04.2022).
4. Новиков А. И. Ценностные интересы современной молодежи: региональный аспект (по материалам Владимирской и Ивановской областей) // Социально-экономический потенциал региона и перспективы его развития: сб. тр. по материалам Всерос. конф. с междунар. уч., 19–20 ноября 2014 г. Иваново: Иван. гос. хим.-техн. ун-т, 2014. С. 14–19.
5. Новиков А. И., Жилина Ж. А., Цветков С. А. Взгляды студенческой молодежи на проблемы современной России (по материалам Владимирской и Ивановской областей) // Российская государственность и революция: социально-политические и культурные детерминанты развития России в XX–XXI веках: Калягинские чтения: материалы науч.-практ. конф. 14–15 октября 2016 г. / под ред. Р. В. Евстифеева. Владимир: Владимирский филиал РАНХиГС, 2016. С. 214–222.
6. Прохоров Б. Б., Горикова И. В., Шмаков Д. И., Тарасова Е. В. Общественное здоровье и экономика. М.: МАКС Пресс, 2007. 288 с. С. 38.
7. Самооценка студентами ИвГУ здорового образа жизни. URL: <http://ivanovo.ac.ru/students/health/self-assessment.php> (дата обращения: 15.09.2022).

⁴ Первое «П» – это выявление предрасположенности к заболеванию. Второе «П» – возможность предотвращения болезни. Третье «П» – создание условий индивидуального подхода к лечению. Четвертое «П» – участие пациента в сохранении собственного здоровья.

Информация об авторах / Information about the authors

КРЕМЛЕВ Умар Назарович – аспирант, Владимирский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), г. Владимир, Россия, GambrovskiS@yandex.ru

KREMLEV Umar Nazarovich – Postgraduate student, Vladimir Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Vladimir, Russia, GambrovskiS@yandex.ru

НОВИКОВ Александр Иванович – доктор экономических наук, профессор, Владимирский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), г. Владимир, Россия, novikov-ivanovo50@yandex.ru

NOVIKOV Alexander Ivanovich – Doctor of Economics, Professor, Vladimir Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Vladimir, Russia, novikov-ivanovo50@yandex.ru

УДК 331.104

О. С. Романова

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЭКОНОМИКИ И ПЕДАГОГИКИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Аннотация. Экономика и педагогика – являются науками, которые имеют общие функции и цели, хотя их взаимосвязь не является очевидной. В рамках данного исследования мы предпринимаем попытку нахождения общих задач, выявление направлений взаимного влияния, поиск связующих научных категорий и понятий. Мы рассматриваем взаимодействие экономики и педагогики в процессе обучения и воспитания личности в образовательных учреждениях.

Ключевые слова: экономика, педагогика, экономическая педагогика, экономическая культура.

O. S. Romanova

THE RELATIONSHIP BETWEEN ECONOMICS AND PEDAGOGY: CURRENT TRENDS

Abstract. Economics and pedagogy are sciences that have common functions and goals, although their relationship is not obvious. Within the framework of this research, we attempt to find common tasks, identify areas of mutual influence, and search for connecting scientific categories and concepts. We consider the interaction of economics and pedagogy in the process of teaching and educating a person in educational institutions.

Key words: economics, pedagogy, economic pedagogy, economic culture.

Экономика и педагогика – это две науки, которые на первый взгляд сложно назвать взаимосвязанными. Тем не менее, существуют определенные связи и общие цели, как с практической, так и с теоретической точки зрения. Следует рассмотреть основные актуальные направления их взаимовлияния.

Экономическая теория изучает экономические отношения, характер которых зависит от системы интересов и мотивационной структуры конкретных участников хозяйственной деятельности организации. Именно педагогика имеет главной целью – формирование личности с определенным полезным для общества ценностным мировоззрением. Система ценностей формируется с помощью таких направлений педагогики как воспитание и наставничество. Педагогика воспитывает и обучает, а экономика с помощью конкретного мотивационного механизма на разном уровне формирует определенные экономические интересы. Как правило, в данном случае именно экономика требует, а педагогика дает. Обратимся к недавнему прошлому, когда господствующая в стране политическая идеология формировала единую для всех советских граждан систему ценностей. В условиях плановой экономики стремление к общности и единообразию формировалось еще на школьной скамье.

Примечательно, что экономику и педагогику объединяет их общая функция – формирование необходимых в данном социуме моделей поведе-

ния. В наши дни именно экономика определяет те навыки, знания, качества и модели поведения, которые необходимы человеку как участнику рыночных отношений. В данном случае экономика реализует воспитательную функцию как опосредованно, так и в рамках действия рыночного механизма. Умение сделать правильный выбор в условиях нескольких альтернативных вариантов становится тем, что принято называть *soft-skills*. Именно эти коммуникативные навыки стали наиважнейшими в условиях цифровизации. Профессиональные знания и личные качества в настоящее время рассматриваются современным работодателем как вторичные по отношению к навыкам общественной активности. Все это приводит к неизбежной трансформации педагогических методов и приемов воспитания. Таким образом, педагогика формирует знания, навыки и интеллект, необходимые для экономической формации.

Что же онтологически свойственно этим двум наукам? И экономика, и педагогика призваны адаптировать человека в социуме. Они оперируют общими научными категориями: потребности, интересы, социальные роли. При этом трактовки данных понятий совпадают по своей сущности.

Обратимся к влиянию педагогики на экономику. Социальный статус, место человека в системе отношений собственности во многом зависит от воспитания, уровня знаний, полученных в школе, в среднем и высшем учебном заведении. Кем будет выпускник школы: наемным работником, руководителем или собственником, зачастую зависит от тех способностей и личностных характеристик, которые сформировались у него в процессе обучения. Экономические роли могут меняться в течение жизни человека, но при этом можно говорить о предрасположенности к тому или иному образу мыслей и действий, сформированных в детстве в рамках воспитательного процесса.

Современная молодежь сталкивается с тем, что важнейшие качества для работника коммерческой структуры – это креативность, деловитость, ответственность, предприимчивость, коммуникативные навыки – развивать нужно было еще в детстве. Педагоги классической советской школы были ориентированы на воспитание хороших граждан своей страны, отличная учеба считалась нормой, а неудовлетворительное поведение было редким явлением. В настоящее время наблюдается иная тенденция, умение приспособиться под существующие условия, негативные модели поведения, плохая успеваемость стали повседневным явлением. Объяснением этому является сложившаяся ситуация на рынке труда. Для того чтобы найти высокооплачиваемую работу не требуется хорошее образование, важны лидерские качества, умение противостоять, доказывать. Все это приводит к расстроенным чувствам современных педагогов. Конечно, колоссальную роль в воспитании и формировании моделей поведения играет семья и ближайшее социальное окружение, но это тоже педагогические аспекты.

Вместе с тем, педагогика способна положительно повлиять на гуманизацию бизнеса. Обучение руководителей крупных организаций основам экономической мысли призвано повысить социальную ответственность менеджмента. Формирование экономического мышления у управленцев – это заслуга педагогов. Не каждый предприниматель может правильно принимать верные управленческие решения. Для этого требуется комплекс знаний в рамках конкретных экономических дисциплин, развивающих способности к аналитике.

Следует отметить особую взаимосвязь педагогики и институциональной экономики. Это обусловлено понятийным аппаратом и теми категориями, которыми оперирует классическая институциональная экономика. Правила и нормы формируются с помощью педагогических приемов. Именно они предопределяют институциональные основы экономики.

В системе управления персоналом также реализуется воспитательная функция. Во многих успешных компаниях широко применяется наставничество, развиваются различные формы обучения, в том числе и корпоративные университеты. Самообучение является необходимым условием профессионального развития и карьерного роста. Действительно, человек учится всю жизнь. Важно, чтобы этот процесс был им регулируемым и соответствовал существующим рыночным условиям.

Сейчас много говорят и пишут о том, что в условиях цифровой экономики существенно изменится структура рынка труда. Безусловно, необходимо учитывать эти общемировые экономические тенденции при выборе профессии. Но вместе с тем, педагогика со всей ответственностью замечает, что человек может быть максимально эффективен в той сфере деятельности, к которой у него сформирован стойкий интерес и в рамках которой развиваются способности. Очевидно, что талантливый музыкант будет финансово менее обеспечен, если он выбирает в качестве основной сферы деятельности работу в качестве педагога музыкальной школы, нежели если предпочтет работу в качестве консультанта в IT-компании. Но при этом он может реализоваться как личность, как профессионал и быть максимально полезным обществу. Конечно, всегда были и будут наиболее востребованные рынком профессии, но призвание человека должно играть определяющую роль при выборе учебного заведения.

Умение и способность работать в команде также формируются на школьной скамье. Способность педагога сплотить учеников, научить их совместно решать задачи дает им в дальнейшем возможность достаточно быстро адаптироваться в коллективе. Коллективизм в СССР достиг своего апогея в рамках бригадной работы. В наши дни возрождение совместной физической работы с ответственностью каждого за общий результат весьма затруднительно. Это обусловлено превалированием частных интересов над общими, неумением идти на компромисс, оппортунистическими настроениями.

В эпоху цифровизации крайне важно сформировать у молодого поколения инновационность мышления. Интеллектуальные способности играют важнейшую роль при развитии экономического мышления. Экономические знания должны накапливаться и анализироваться человеком в течение всей его жизни. Наличие в школах ученических бригад призвано укреплять у обучающихся потребность в общественно-полезном труде, формировать креативное мышление. Вообще творческий подход в настоящее время трактуется достаточно широко, под ним понимают и предпринимательские способности, и генерацию идей.

Преподавание экономики в школе зачастую не гарантирует получение конкретно экономических знаний, не говоря уже о развитии экономического мышления. Это объясняется крайне низким уровнем подготовки педагогов (экономические дисциплины в школе преподают не экономисты), недостаточное количество часов на курс, низкое качество рабочих программ.

Социально-трудовые отношения являются предметом изучения не только в экономике, но и в обществознании. Построение рыночных моделей

также можно отнести к предмету изучения этой дисциплины. Умение рассчитывать производительность труда, рентабельность, ликвидность и другие элементарные экономические расчеты должны присутствовать и на уроках математики. Способность составить и рационально расходовать семейный бюджет развиваться может уже в подростковом возрасте.

Важнейшей задачей преподавания экономики в школе является повышение уровня финансовой грамотности, развитие практико-ориентированного мышления. Кроме того, необходимо уже в этом возрасте сформировать экономическую культуру личности. Это тоже сфера педагогики, равно как и исключение экономически вредных действий людей.

Нам представляется целесообразным рассмотреть взаимосвязь экономики и педагогики через экономическую культуру. Существует несколько наиболее содержательных подходов к ее определению. Так, А. В. Горшкова, А. С. Кандыкова и В. М. Матушкина [2, с. 151] понимают под экономической культурой «объем усвоенных экономических знаний, умений и норм поведения в экономической сфере». А Я. Кузьминов дает более пространную трактовку, определяя ее как «способ адаптации к экономическим условиям своего существования» [1, с. 43].

Культурная составляющая в экономике присутствует чаще в форме миссии, разовых мероприятий, иногда можно говорить и об организационной культуре. Формирование потребности в нравственной составляющей экономики является важнейшей задачей педагогов. Кадровая политика должна строиться на общечеловеческих моральных ценностях и нормах. В современных школах нет специальных дисциплин, обучающих нравственным принципам и нормам, но воспитательная работа не может строиться без учета необходимости формирования у обучающихся правильного отношения к общественно значимым морально-этическим принципам. Семья не может всю нагрузку по развитию нравственно ориентированной личности взять целиком и полностью на себя. Школа в лице педагогов должна ей помочь.

Экономическая жизнь тесно связана с культурой и идеологией. Педагогика реализует некий общественный заказ. Она адаптируется под существующий политический строй, экономическую формацию. Культура достаточно стабильна, она должна иметь в своей структуре что-то неизблемое. Если педагогика будет учитывать фундаментальные культурные ценности, аккумулируя их с экономическими условиями, то результатом учебно-воспитательной работы будет носитель культурной доминанты общества, адаптированный к современным экономическим условиям.

Изменения в культуре неизбежно отражаются на экономической сфере жизни общества. Наиболее типичным является пример с существующей в наше время системой ценообразования. Никакие экономические законы не могут объяснить повышение спроса при необоснованном росте цен на товары, относящиеся к предметам роскоши.

Элитарный рынок становится более доступным для большинства граждан за счет кредитования, в том числе и ипотечного. Менталитет заемщика сформирован у подрастающего поколения с помощью социальных сетей, активной рекламы и недостатков воспитательной работе, в том числе и в школе. Стремление к обеспеченной жизни формируется у детей в достаточно юном возрасте, а вот способы достижения этого используются зачастую

далеко не нравственные. Обогащение любой ценой приводит к росту экономических преступлений.

Таким образом, можно говорить о тесной взаимозависимости экономики и педагогики, о взаимном влиянии и общности функций и целей. Практический аспект этого взаимодействия реализуется в рамках школьного обучения и воспитания, а также в процессе финансово-хозяйственной деятельности человека в течение всей жизни. Вопросы экономической педагогики и экономической культуры могут стать предметом исследования в рамках целого ряда экономических направлений.

Библиографический список

1. Кузьминов Я. И. Теоретическая музыкальная культура в современной России // Общественные науки и современность. 1993. № 5. С. 43–49.
2. Попова Н. Е., Чухланцева П. А. К проблеме формирования экономической культуры учащихся // Педагогическое образование в России. 2012. № 3. С. 151–154.

Информация об авторе / Information about the author

РОМАНОВА Ольга Сергеевна – кандидат экономических наук, доцент, педагог дополнительного образования, МБУ ДО ЦСК «Притяжение», г. Иваново, Россия, olga_romanova79@mail.ru

ROMANOVA Olga Sergeevna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Teacher of Additional Education, Municipal Budgetary Institution of Additional Education Center of Social Competencies «Attraction», Ivanovo, Russia, olga_romanova79@mail.ru

МАКРОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

УДК 336.743

*Е. А. Бибикина, В. Н. Егоров,
И. В. Курникова, Ф. А. Махмудова*

ЦИФРОВОЙ РУБЛЬ: ВОЗМОЖНОСТИ БУДУЩЕГО

Аннотация. Центральные банки развитых стран мира уже долгое время обсуждают необходимость введения цифровой валюты. К середине 2020 года в трех странах мира уже завершены тестирования национальной цифровой валюты (Уругвай, Украина, Эквадор), а Багамские острова с этого же года уже пользуются возможностями цифровой валюты Sand Dollar. Президент России Владимир Путин в 2017 году издал Указ «О стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года», который определил задачу развития технологий цифровой экономики в качестве ключевой. С этого момента прошло немало времени и появилось множество факторов, обуславливающих необходимость создания и введения цифрового рубля. В статье рассматривается понятие цифровой валюты и её отличий от криптовалюты в условиях развития современной российской рыночной экономики. Проведен анализ концепций цифрового рубля и сделан вывод о том, какое будущее стоит за цифровой экономикой и какое влияние окажет цифровой рубль на мировую финансовую систему. Целью исследования является определение преимуществ и последствий функционирования цифрового рубля в платежной системе России, а также возможные проблемы и связанные с ними риски и угрозы.

Ключевые слова: электронные деньги, цифровой рубль, цифровая валюта, Центральный банк.

*Е. А. Bibikova, V. N. Egorov,
I. V. Kournikova, F. A. Makhmudova*

DIGITAL RUBLE: OPPORTUNITIES FOR THE FUTURE

Abstract. The central banks of the developed countries of the world have been discussing the need to introduce a digital currency for a long time. By mid-2020, testing of the national digital currency (Uruguay, Ukraine, Ecuador) has already been completed in three countries of the world, and the Bahamas have already been using the possibilities of the Sand Dollar digital currency since the same year. In 2017, Russian President Vladimir Putin issued a Decree «On the Economic Security Strategy of the Russian Federation for the period up to 2030», which defined the task of developing digital economy technologies as a key one. Since then, a lot of time has passed and many factors have appeared that necessitate the creation and introduction of a digital ruble. The article discusses the concept of digital currency and its differences from cryptocurrency in the context of the development of the modern Russian market economy. An analysis of the concepts of the digital ruble was carried out and a conclusion was made about what future lies behind the digital economy and what impact the digital ruble will have on the global financial system. The purpose of the study is to determine the benefits and consequences of the function-

ing of the digital ruble in the Russian payment system, as well as possible problems and associated risks and threats.

Key words: electronic money, digital ruble, digital currency, central bank.

С сентября 2022 года Центральные банки Швеции, Норвегии и Израиля запустили платежи с использованием цифровой валюты. На современном этапе в условиях множественности геополитических рисков явно прослеживается необходимость снижения зависимости России от иностранных государств. И наиболее остро эта потребность ощущается при проведении валютных операций (прежде всего с долларом США и евро). Конвертация валютной выручки и проведение расчетов – один из наиболее насущных вопросов, требующий решения для поддержания стабильной и устойчивой финансово-хозяйственной деятельности экспортеров. Наличные рубли находятся внутри страны, а значит риск блокировки и их потери сведен практически к нулю, чего нельзя сказать о безналичной форме. Вторая форма рубля представляет собой записи на электронных счетах клиентов, которые функционируют на базе иностранного программного обеспечения, что ставит под вопрос уровень технологического суверенитета страны [4]. В случае же успешного запуска цифрового рубля в обращение Россия сможет снизить свою зависимость от недружественных стран, т. к. отпадет необходимость в осуществлении не только дополнительной конвертации, но и пересчет через третьи валюты (кросс-курс валют).

В связи с этим Банк России с февраля текущего года начал проводить пилотные операции с цифровым рублем. А по предварительным данным банки ВТБ и ПСБ уже смогли провести весь цикл операций на основе мобильного приложения. По данным ЦБ, весь 2022 год будет происходить тестирование прототипа платформы цифрового рубля, а также разработка законодательства для его внедрения. На сегодняшний день Банком России сформирована первая пилотная группа финансовых организаций, которые с января 2022 года осуществляют тестирование платформы. Всего в списке 12 банков, в числе которых ПАО «Сбербанк», ПАО «ВТБ», АО «Газпромбанк», АО «Тинькофф Банк», АО «АЛЬФА БАНК», ПАО «Совкомбанк», ПАО «Промсвязьбанк», ПАО «МТС-Банк» и ряд других.

Цифровой рубль – это цифровая валюта, которая будет выступать третьей формой рубля [9]. На сегодняшний день у национальной валюты России есть наличная форма, представляющая собой все виды монет и банкнот, и безналичная – записи в электронных финансовых системах. Соответственно один наличный рубль будет равен одному безналичному, а он, в свою очередь, одному цифровому, поэтому никакой конвертации между тремя формами рубля проводить не планируется.

Цифровая валюта представляет собой совокупность определенных электронных данных (цифровой код и обозначения), которые содержатся в информационной системе и могут быть использованы как средство платежа. Чаще всего стоимость цифровых валют привязана к национальным валютам, но также возможна привязка и к другим активам (например, драгоценным металлам). Цифровой рубль будет привязан к стоимости национальной валюты [1].

Стоит сразу отметить, что цифровая валюта и криптовалюта – не одно и то же, несмотря на то, что новая форма рубля будет основываться на технологии блокчейна. Цифровой рубль представляет собой обычный рубль,

который будет выпускать Центральный РФ (единственный эмитент – первое отличие), а значит, у него есть регулятор (второе отличие). Также у новой формы рубля есть гарантии защиты прав пользователей, которых нет у криптовалют, а именно он будет являться обязательством ЦБ РФ (третье отличие) [2]. О стоимости криптовалют, курсы которых имеют достаточно высокую волатильность, не приходится и говорить.

Как будет устроено новое платежное средство? В процессе разработки модели реализации (концепции) цифрового рубля рассматривалось 4 варианта: модели А и В – одноуровневые, С и D – двухуровневые:

- оптовая одноуровневая модель – модель А;
- розничная одноуровневая модель – модель В;
- розничная двухуровневая модель с ролью финансовых организаций как транзитных агентов – модель С;
- розничная двухуровневая модель с ролью финансовых организаций как участников расчетов – модель D.

Сравнение этих 4 концепций приведено в таблице.

Различие моделей реализации цифрового рубля

| Ключевые аспекты | Модель А | Модель В | Модель С | Модель D |
|---|----------|----------|----------|----------|
| Доступность для граждан и бизнеса | - | + | + | + |
| Снижение издержек в экономике | - | - | + | + |
| Использование инфраструктуры финансовых организаций для взаимодействия с клиентами | - | - | - | + |
| Открытие кошельков и проведение операций финансовыми организациями на платформе цифрового рубля | - | - | - | + |

Также в ЦБ поступали предложения о рассмотрении модели E, которая предусматривала существование несколько эмитентов на уровне кредитных организаций. Особенностью модели E была также токенизация безналичных рублей (не цифровой рубль). По данным Банка России, 84 % респондентов поддержали модель D, что на наш взгляд объясняется желанием сохранить привычную всем модель взаимодействия населения с финансовыми организациями. А предложенный вариант токенизации рубля будет вынесен главным регулятором на обсуждение, в ходе которого будет решаться вопрос о целесообразности его введения в текущих условиях [6]. В случае если запрос будет удовлетворен, то ТБР (токенизированный безналичный рубль) будет являться обязательством не ЦБ, а кредитных организаций, осуществляющих их выпуск. В связи с этим мы считаем, что такие рубли не должны обращаться на площадке цифрового рубля, а только могут иметь к нему доступ.

Каким образом Банк России планирует запустить в обращение новую форму рубля? Сначала ЦБ предоставит доступ к платформе цифрового рубля Федеральному казначейству и финансовым организациям, которые смогут

открыть кошельки своим клиентам. Каждый человек (в том числе и бизнес) сможет открыть только один кошелек (для цифрового рубля), при этом средства на его счете не будут отражаться на балансе финансовых организаций. Важно отметить, что в случае банкротства банка, который предоставлял доступ к платформе, кошелек клиента никуда не денется – им можно будет воспользоваться через другую финансовую организацию, которой ЦБ также предоставил доступ.

Гражданам будет предложен весь спектр услуг: пополнение, снятие, перевод и оплата товаров. Пополнение будет доступно за счет безналичного рубля, а оплата товаров – с помощью отсканированного QR-кода продавца внутри мобильного приложения банка, клиентом которого человек является. Одной из особенностей данного платежного средства является невозможность получения какого-либо процентного дохода на остаток – проценты за хранение валюты на счете начисляться не будут. Другая отличительная черта – проведение расчетов без выхода в Интернет (оффлайн-режим оплаты и переводов) также внутри мобильного приложения [6]. Это увеличит количество благополучателей, т. к. в нашей стране каждый четвертый является выходцем из малых городов, сел и деревень. Всего в таких городах проживает более 109 млн человек или 74,8 % (по данным переписи населения 2021 года).

Уже с апреля 2023 года после того, как гражданам будет предоставлен доступ к платформе цифрового рубля, мы сможем начать пользоваться возможностями будущего. Такой шаг позволит государству улучшить контроль над расходованием бюджетных средств [5, 8] и уменьшить затраты на администрирование [3]. Смарт-контракты и новые алгоритмы будут являться для нас инновационными цифровыми продуктами, которые дадут развитие всей платежной инфраструктуре России.

Что же касается обычных граждан, то для нас, это прежде всего повышение уровня безопасности денежных средств и снижение затрат на осуществление банковских операций. Внедрение цифрового рубля позволит жителям отдаленных малых городов удобнее и быстрее осуществлять движение средств между счетами. Таким образом, совокупный денежный оборот в России может ускориться на три-пять процентов.

Однако некоторые экономисты смотрят на запуск цифровой валюты с некоторым опасением и осторожностью. Так, например, старший исследователь Центра финансовых инноваций и безналичной экономики (SFICE) бизнес-школы Сколково Егор Кривошея считает, что «если данный инструмент от ЦБ будет не очень востребован, то расходы регулятора могут себя не окупить в полной мере». К тому же он отмечает, что ЦБ может составить конкуренцию коммерческим банкам по предложению банковских услуг, так как в случае перенасыщения финансового рынка цифровой рубль «может только остановить инновационное развитие индустрии, оказывая ненужное давление на коммерческих игроков».

Глава «ВТБ» Андрей Костин хоть и не является противником внедрения новой формы рубля, заявил, что есть вероятность того, что «часть бизнеса может уйти от кредитных организаций к ЦБ». Заместитель председателя «Совкомбанка» сказал, что сложно оценить, как сильно увеличатся проценты по кредитам и депозитам, так как «неопределенность последствий будет вынуждать банки повышать ставки с «запасом», на один п.п. и более».

Заместитель председателя «Сбербанка» Анатолий Попов указывает, что возможный отток средств из банков в цифровой рубль может составить от двух до четырех триллионов рублей в течение трех лет после запуска цифровой валюты. Сама же председатель ЦБ РФ Эльвира Набиуллина считает, что не произойдет серьезного перемещения денежных средств из безналичной формы в цифровую: «Я не знаю, откуда взялись эти суммы, которые называются. На наш взгляд, эти оценки ни на чем не основаны. Мы не видим, что это приведет к каким-то серьезным перетокам или изменениями. На самом деле люди будут привыкать к цифровому рублю, и если востребованность цифрового рубля возникнет, это, наверное, даже будет очень хорошо».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что помимо вышеуказанных рисков на процесс внедрения цифрового рубля окажет влияние и время, необходимое гражданам для их адаптации и принятия новой формы валюты. К тому же большая часть населения не понимает, что изменит цифровой рубль в жизни общества, т. к. на сегодняшний день уже существуют электронные кошельки, QR-коды и та же система быстрых платежей, которые значительно упрощают банковские переводы и оплату товаров и услуг онлайн. Сейчас население активно пользуется накопительными счетами, на остатки по которым начисляются проценты. Поэтому на наш взгляд массового оттока денег в цифровой рубль не произойдет. А вот отсутствие анонимности платежей даже маленького объема – это то, что может не понравиться части населения. Если посмотреть с другой стороны, то теперь мошенники будут вынуждены придумывать новые схемы отмывания денег, но здесь им необходимо обойти сам ЦБ.

Мы также считаем, что цифровой рубль РФ во взаимодействии с цифровыми валютами других стран (особенно это касается Китая) может составить конкуренцию SWIFT и ряду другим международным банковским системам. Исходя из этого, есть риск хакерских атак на платформу ЦБ [7]. С другой стороны значительно сократится скорость транзакций и их стоимость, а безопасность проводимых сделок ложится на плечи Центрального Банка. Но стоит обратить внимание и на упрощение процесса конвертации рубля на другие цифровые валюты, минуя SWIFT и другие международные платежные системы. Так как Народный Банк Китая также находится в стадии разработки e-CNY (электронного юаня), то взаимодействие новой пары цифровых валют принесет выгоды обеим сторонам.

Библиографический список

1. FrankRG. Аналитическое агентство. Официальный сайт. URL: <https://frankrg.com/35232> (дата обращения: 30.10.2022).
2. Аналитический доклад «Цифровая валюта центрального банка (ЦВЦБ): Россия в контексте мировой практики». Ассоциация Банков России, июнь 2021, Москва. URL: https://asros.ru/upload/iblock/441/d812hkh1b1u7grvjnttvghnba23a37by/2022_01_31_-_doklad-TSVTSB-_iyun-2021-goda.pdf (дата обращения: 04.11.2022).
3. *Городнова Н. В.* Цифровой рубль: анализ перспектив и последствий // Экономическая безопасность. 2021. Т. 4, № 3. С. 671–684. URL: 10.18334/ecsec.4.3.111937 (дата обращения: 04.11.2022).
4. *Заботкин А.* Цифровой рубль: возможности и варианты. URL: <https://econs.online/articles/regulirovanie/tsifrovoy-rubl-vozmozhnosti-i-varianty/> (дата обращения: 30.10.2022).

5. *Иванущенко А. В., Плюснина Е. А., Яцык А. А.* Цифровизация национальной валюты: мировой и отечественный опыт // Экономика. Право. Инновации. 2021. № 2. С. 4–11. URL: <http://dx.doi.org/10.17586/2713-1874-2021-2-4-11> (дата обращения: 01.11.2022).
6. Концепция цифрового рубля. 8 апреля 2021, Москва. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/120075/concept_08042021.pdf (дата обращения: 01.11.2022).
7. Рубль превращается в цифру // Коммерсантъ. 2020. № 221. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4566287> (дата обращения: 01.11.2022).
8. *Сахаров Д. М.* Цифровые валюты центральных банков: ключевые характеристики и влияние на финансовую систему // Финансы: теория и практика. 2021. № 25(5). С. 133–149. URL: <https://financetp.fa.ru/jour/article/view/1326?locale>
9. Федеральный закон от 31.07.2020 г. № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Доступ из СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358753/ (дата обращения: 30.10.2022).

Информация об авторах / Information about the authors

БИБИКОВА Екатерина Алексеевна – доктор экономических наук, профессор кафедры финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, eabibikova@mail.ru

BIBIKOVA Ekaterina Alekseevna – Doctor of Economics, Professor of the Department of Finance, Accounting and Banking, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, eabibikova@mail.ru

ЕГОРОВ Владимир Николаевич – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, egorovvn54@mail.ru

EGOROV Vladimir Nikolaevich – Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Finance, Accounting and Banking, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, egorovvn54@mail.ru

КУРНИКОВА Ирина Валерьевна – кандидат экономических наук, доцент, директор института социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, kyrnik@mail.ru

KURNIKOVA Irina Valeryevna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, the Chiefman of Institute of Social Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, kyrnik@mail.ru

МАХМУДОВА Фатима Азизовна – студент, кафедра финансов, бухгалтерского учета и банковского дела, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, mahmudovaf1310@gmail.com

MAHMUDOVA Fatima Azizovna – Student, Department of Finance, Accounting and Banking, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, mahmudovaf1310@gmail.com

УДК 339.1

М. Коне

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ МАЛИ

Аннотация. Изучение проблем экономического развития актуально для разработки стратегической программы прогрессивного роста. На экономическую динамику Мали оказывают влияние различные факторы. В первую очередь, это политическая нестабильность. Макроэкономические показатели страны значительно различаются по годам, в том числе большие различия наблюдаются в темпах прироста ВВП по годам, что говорит о нестабильности экономических условий и неустойчивости факторов роста экономики. Рост инфляции не позволяет решить задачу сокращения национального уровня бедности, что является важной задачей в прогнозных сценариях развития экономики Мали. Растущий государственный долг создает ограничения для экономического роста в Мали в долгосрочной перспективе. По структуре экономики Мали является аграрной страной. Промышленный сектор слабо диверсифицирован. В стране быстро растёт добывающая промышленность. Основным экспортным товаром Мали, обеспечивающим более 4/5 валютной выручки, является золото. Мали занимает третье место по добыче золота в Африке. Для развития обрабатывающей промышленности есть ограничивающие факторы, а именно недостаток водных ресурсов, недостаточное развитие энергосистем и отсутствие собственных инвестиций. Источники финансирования реального сектора экономики могут быть расширены за счёт развития фондового рынка, но его становление в Мали происходит крайне медленно. Задачу перспективного развития энергосистем Мали планируется решать с учётом солнечного потенциала. Также проблемой является опустынивание части территории. Мали ежегодно выделяет 15 % своего бюджета на сельское хозяйство. Политическая нестабильность определяет проблемы и в формировании эффективной денежно-кредитной политики. Стратегические документы развития Мали содержат задачи, решение которых будет способствовать экономическому возрождению и устойчивому развитию страны.

Ключевые слова: экономическое развитие, проблемы, факторы развития, темпы роста, промышленность, нестабильность.

М. Коне

MAIN PROBLEMS OF THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF MALI

Abstract. The study of the problems of economic development is relevant for the development of a strategic program for progressive growth. Various factors influence the economic dynamics of Mali. First of all, it is political instability. The country's macroeconomic indicators vary significantly from year to year, including large differences in GDP growth rates over the years, which indicates the instability of economic conditions and the instability of economic growth factors. Rising inflation does not allow solving the problem of reducing the national level of poverty, which is an important task in the forecast scenarios for the development of the Malian economy. Rising public debt creates constraints for economic growth in

Mali in the long term. According to the structure of the economy, Mali is an agrarian country. The industrial sector is poorly diversified. The mining industry is growing rapidly in the country. Mali's main export commodity, providing more than 4/5 of foreign exchange earnings, is gold. Mali is the third largest gold miner in Africa. There are limiting factors for the development of the manufacturing industry, namely the lack of water resources, the insufficient development of energy systems and the lack of own investments. The sources of financing for the real sector of the economy can be expanded through the development of the stock market, but its formation in Mali is extremely slow. The task of the long-term development of Mali's energy systems is planned to be solved taking into account the solar potential. Another problem is the desertification of part of the territory. Mali allocates 15 % of its budget to agriculture every year. Political instability determines the problems in the formation of an effective monetary policy. The strategic documents for the development of Mali contain tasks, the solution of which will contribute to the economic revival and sustainable development of the country.

Key words: economic development, problems, development factors, growth rates, industry, instability.

Вопрос об изучении факторов, определяющих экономическое отставание страны, является актуальным для любой страны, имеющей недостаточные темпы роста экономики. Его изучение позволяет на основании полученных выводов разработать стратегическую программу развития отстающего по макроэкономическим показателям государства.

Республика Мали расположена в центре Западной Африки и потому территорию государства считают условным географическим центром Западной Африки, перекрестком цивилизаций. Мали – страна выхода к морю, что делает её в значительной степени зависимой от соседних стран в плане внешнеторговых поставок.

Население по итогам 2021 г. составляет 21,5 млн чел. ИЧР – 0,434 (по данным за 2019 г.) [2]. Около 4 млн малийцев проживают за пределами страны. Это около 18 % от численности населения страны. Миграционные процессы в стране очень динамичны и, в первую очередь, за счёт политической нестабильности. Государство не препятствует миграции. Поэтому миграция, возникающая под влиянием разных причин, здесь имеет достаточно массовый характер, как и во многих других африканских странах. Хотя перспективы роста миграции из Мали в развитые страны в настоящих условиях ограничены, но мигранты пытаются выехать для работы через фирмы-посредники в Китай и Канаду [4].

Совокупность факторов оказывает влияние и на экономическую динамику в Мали, которая отличается большими различиями в темпах прироста ВВП по годам, что говорит о нестабильности экономических условий и неустойчивости факторов роста экономики.

В 2021 г. номинальный объём ВВП страны оценивался в 19,14 млрд. долл., что составило рост к уровню 2020 г. прирост 9,6 %. Но в 2020 г. прирост ВВП к показателю 2019 года был на уровне 1 %. Более высокий прирост характеризует только 2017 и 2018 гг., когда темп прироста ВВП Мали составлял соответственно 11,1 % и 9,5 % [3]. Более объективную оценку динамики можно получить на основе среднегодовых темпов роста реального ВВП. За период 2010–2019 гг. этот показатель составил 4,3 %. Хотя в период 2005–2011 гг. среднегодовой прирост ВВП составлял 4,8 % [5, с. 22]. По итогам

2022 г. ожидается стагнация, прирост ВВП опять будет на уровне 1 % [5, с. 21], как и в 2019–2022 гг.

Уровень инфляции в 2021 году ускорился до 4,0 % против 0,5 % в 2020 году и дефляции в минус 3,0 % в 2019 году [5, с. 19]. В 2022 году ожидается, что инфляция вырастет на 7 % [5, с. 22]. Это отрицательно скажется на покупательной способности населения. При достигнутой инфляции не получится сократить национальный уровень бедности, что является важной задачей в прогнозных сценариях развития экономики Мали.

Государственный долг увеличился на 4,6 процентных пункта к ВВП и достиг 52 % ВВП [5, с. 14], что создаёт дополнительные риски макроэкономического развития Мали в будущем. Этот вывод подтверждает и структура государственного долга. Внешний долг в 2021 году продолжал расти и достиг 30,7 % от уровня ВВП, в 2020 года этот показатель составлял 29,8 % ВВП. Внутренний долг существенно вырос в течение последних лет. Если в 2014 году он составлял лишь 6,3 % ВВП, то по итогам 2020 года его величина выросла до 17,5 % ВВП, увеличившись еще больше в 2021 году, достигнув значения 22 % от ВВП [5, с. 14].

Этот показатель важен для перспективной оценки макроэкономического развития Мали. Сравнительный анализ влияния внутреннего государственного долга и совокупного внешнего долга страны на динамику экономического роста по развивающимся странам показал, что при достижении уровня внешнего долга 60 % от ВВП среднегодовые темпы прироста ВВП снижаются на 2 % [6]. Поэтому растущий государственный долг создает ограничения для экономического роста в Мали в долгосрочной перспективе.

По структуре экономики Мали является аграрной страной. Промышленный сектор слабо диверсифицирован. В стране быстро растёт добывающая промышленность, для развития которой Мали заинтересовано в притоке мигрантов из соседних стран. В экономике основными являются отрасли добывающего сектора, т. к. месторождения золота, серебра, алмазов, редких металлов (урана, вольфрама, циркония, палладия), цветных металлов и бокситов, месторождения по добыче железной руды, минералов. Горнодобывающая промышленность составляет около 7 % ВВП. Иностранские инвестиции во второй половине XX в. в основном вкладывались в золотодобывающую промышленность. Золото является в Мали основным экспортным товаром, обеспечивающим более 4/5 валютной выручки. Мали занимает третье место по добыче золота в Африке (после Южной Африки и Ганы). По прогнозным оценкам запасы золота в стране столь велики, что и в будущем золотодобыча останется одной из ведущих отраслей экономики.

Обрабатывающая промышленность имеет в составе только несколько отраслей, которые перерабатывают производимый в стране хлопок и сельскохозяйственную продукцию. Есть предприятия по металлообработке, производству строительных материалов, химическое производство. Но общая доля этих отраслей в ВВП меньше доли добывающей промышленности. Для развития обрабатывающей промышленности есть ограничивающие факторы, а именно недостаток водных ресурсов, недостаточное развитие энергосистем и отсутствие собственных инвестиций.

Таким образом, промышленность представлена небольшим числом традиционных отраслей и в значительной степени зависит от внешнего финансирования.

Для притока иностранных инвестиций уже более 30 лет назад (в 1991 г.) при содействии Международной ассоциации развития, Мали ослабило соблюдение горных кодексов, что привело к возобновлению иностранного интереса и инвестиций в горнодобывающую промышленность. Источники финансирования реального сектора экономики могут быть расширены за счёт развития фондового рынка, но его становление в Мали происходит крайне медленно. Это связано с тем, что в условиях политико-экономической нестабильности нет стимулов к долгосрочным вложениям, сохраняется недоверие потенциальных инвесторов к финансовым операциям, законодательство по регулированию такого сегмента экономики не разработано, биржевая площадка в столице является филиалом фондовой биржи Кот-д'Ивуара.

Задачу перспективного развития энергосистем Мали планируется решать с учётом солнечного потенциала, на основе возобновляемых источников энергии. В 2020 году была введена в эксплуатацию солнечная электростанция на юго-западе Мали. Этот первый возобновляемый проект независимого производителя электроэнергии (IPP) в стране, разработанный французской «Akuo Energy».

В основном в стране преобладает аграрное производство, но более 60 % территории страны – это пустыни, и происходит рост таких земель в результате дальнейшего опустынивания, что также является проблемой, актуальность которой растёт год от года. Мали ежегодно выделяет 15 % своего бюджета на сельское хозяйство, что связано с тем, что экономика Мали сильно зависит от показателей сельскохозяйственного сектора. Но производство в этом секторе характеризуется значительными колебаниями, связанными с количеством осадков.

Если анализировать наиболее важные факторы экономического развития страны, то можно сказать, что экономика Мали зависит от иностранной помощи и мировых рыночных цен на золото и хлопок. Так, в 2021 году обрабатывающая промышленность продолжала сокращаться из-за нехватки ресурсов и замедления роста мировых цен на золото. По этой причине в 2021 году добыча золота снизилась на 4,4 % [5, с. 11]. Также развитие внешней торговли ограничивается внутриконтинентальным положением страны, что делает поставки в другие страны более дорогими. Экспортные поставки направляются на запад через Сенегал и Кот-д'Ивуар.

В настоящее время первое место среди проблем, связанных с политическими факторами, занимает отсутствие безопасности жизнедеятельности в стране из-за прибытия различных террористических группировок на север Мали. Политическая нестабильность определяет проблемы и в формировании денежно-кредитной политики, способствующей развитию страны. Денежно-кредитная политика Мали зависит от Центрального банка западноафриканских государств, который является центральным банком, обслуживающим восемь стран Западной Африки – членов Западноафриканского экономического и валютного союза (ЗАЭВС)¹. Мали не имеет суверенной банковской системы и рынка ценных бумаг. Такая ситуация определяет ограниченные возможности проводить эффективную экономическую политику в интересах своей страны. Присоединение Мали к валютному союзу стран ЗАЭВС означает отказ от выпуска национальной валюты и переход на общую денежную

¹ Бенин, Буркина-Фасо, Кот д'Ивуар, Гвинея-Бисау, Мали, Нигер, Сенегал, Того.

единицу стран объединения, какой является западноафриканский франк КФА. Политика этого банка Центрального банка стран ЗАЭВС может создавать явные препятствия для развития Мали. Так, 09 января 2022 года ЦБ ввел в отношении Мали жесткие экономические санкции в связи с нестабильной политической ситуацией.

В отчете, опубликованном в 2018 году по результатам опроса «Афробарометр», который является независимой исследовательской сетью, измеряющая отношение общества к экономическим, политическим и социальным вопросам в 30 африканских странах, основные факторы, тормозящие развитие Мали были проранжированы в соответствии с тем, как это представлено на рисунке. Результаты получены на основе личных интервью граждан, объем выборки составил более двух тысяч человек. Данная организация считается одним из лучших аналитических центров по данным отчета Global Go To Think Tank Index.

По результатам опроса, отсутствие безопасности занимает первое место как проблема, связанная с развитием.

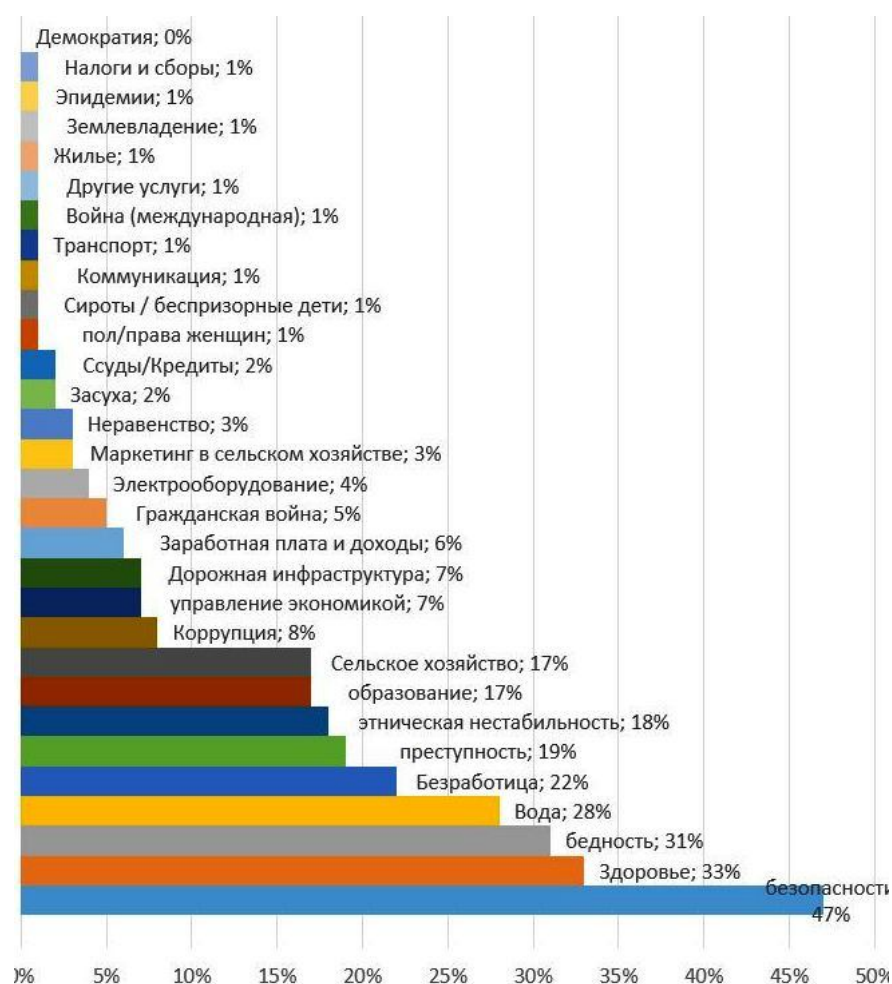


Рис. Основные проблемы развития экономики Мали [1]

Диаграмма показывает, что 47 % опрошенных указали на безопасность как главную проблему развития страны. Проникновение террористов на северные территории породило дух страха и растущее беспокойство населения. Отсутствие безопасности сказывается на экономике Мали, каждый год большая часть национального бюджета выделяется на борьбу с терроризмом. В настоящее время в обеспечении безопасности прогресс наблюдается с каждым днем.

Политика развития Мали, изложенная в стратегических документах экономического возрождения и устойчивого развития (CREDD 2019–2023), должна быть направлена на устранение коренных причин нестабильности, улучшению государственного регулирования конкуренции в эксплуатации природных ресурсов, формированию механизма инклюзивного управления природными ресурсами, развитию образования, в т. ч. за счёт создания институтов за пределами столицы, снижению коррупции и укреплению доверия в отношениях между государством и гражданским обществом.

Библиографический список

1. Афробарометр. Официальный сайт. URL: https://www.afrobarometer.org/wp-content/uploads/2022/02/ab_r7_policypaperno46_priorites_et_odd_au_mali (дата обращения: 10.11.2022).
2. Экономика Африки. URL: https://sandbigbox.com/wiki/ru/Economy_of_Africa# (дата обращения: 10.11.2022).
3. Экономика Мали. SULARU (Записки об экономике). URL: <https://www.sularu.com/vvp/MLI> (дата обращения: 10.11.2022).
4. La tragédie malienne. Р. (Французский институт международных отношений). URL: https://www.ifri.org/sites/default/files/atoms/files/lectures_3-2014 (дата обращения: 10.11.2022).
5. Mali 2022 - Note sur la situation économique (Мали 2022 - Записки об экономической ситуации). URL: <https://reliefweb.int/report/mali/note-sur-la-situation-economique-du-mali-renforcer-la-resilience-en-periode-dincertitude-renouveler-le-contrat-social> (дата обращения: 10.11.2022).
6. *Reinhart C., Rogoff K.* This Time is Different. Eight Centuries of Financial Folly. URL: https://www.researchgate.net/publication/227486731_This_Time_Is_Different_Eight_Centuries_of_Financial_Folly (дата обращения: 10.11.2022).

Информация об авторе / Information about the author

КОНЕ Мамуру – магистрант, кафедры экономической теории, экономики и предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, mamouroukone678@gmail.com

KONE Mamuru – Master's Student, Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, mamouroukone678@gmail.com

УДК 330

Е. Б. Мишин

ЭКОНОМИКА ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ И ИЛЛЮЗИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. События последних месяцев текущего года обострил и проблему энергообеспечения жизни простых граждан европейских стран, и функционирование промышленного производства. Введение санкций для нашей страны фактически оказалось иллюзией для организаторов этих санкций. Но явилось в той или иной степени угрозой для обеспечения экономической безопасности всех хозяйствующих субъектов.

Опираясь на статданные, размещённые в открытом доступе, автор рассматривает возможные последствия экономического принуждения нашей страны к поиску новых моделей, позволяющих сохранить суверенитет Российской Федерации и акцентирует внимание учёных-экономистов на повышение эффективности исследований для выработки соответствующих предложений.

Ключевые слова: экономическая и энергетическая безопасность; поиск новых моделей хозяйствования.

Е. В. Mishin

THE ECONOMY OF BUSINESS SUBJECTS AND THE ILLUSIONS OF ENSURING THEIR ECONOMIC AND ENERGY SECURITY

Abstract. The events of the last months of this year have exacerbated the problem of energy supply to the lives of ordinary citizens of European countries, and the functioning of industrial production. The introduction of sanctions for our country actually turned out to be an illusion for the organizers of these sanctions. But it was more or less a threat to the economic security of all economic entities.

Based on the statistical data posted in the public domain, the author examines the possible consequences of economic coercion of our country to search for new models that allow preserving the sovereignty of the Russian Federation and focuses the attention of economic scientists on improving the effectiveness of research to develop appropriate proposals.

Key words: economic and energy security; search for new business models.

После трёх месяцев падения «темпы экономического спада в стране замедлились», как объявило Минэкономразвития (МЭР) в оперативном докладе за июль [5]. По оценке Минэкономразвития, в июле снижение ВВП замедлилось до -4,3 % в годовом измерении после -4,9 % в июне и -4,0 % во 2 квартале 2022 года. Экономическая активность поддерживалась летом сохранением роста в добывающей промышленности и позитивной динамики в сельском хозяйстве, а также улучшением показателей строительства. В добыче полезных ископаемых, как и в июне, отмечалась положительная динамика: +0,9 % год к году после +1,4 % в июне, что обусловлено, прежде всего,

позитивными тенденциями в добыче сырой нефти, включая газовый конденсат (+2,9 % в годовом выражении в июле).

В июле и августе ситуация для компаний, сидящих на экспортной трубе, стала, однако, ухудшаться. Ценовой потолок на российскую нефть ещё не установлен, и существует лишь в проекте, а последствия уже проявляются. Индия вслед за Китаем сократила закупку российской нефти после визита делегации США. **Пекин и Дели решили не переплачивать за фьючерсы, поскольку уже в декабре российская нефть станет ещё дешевле.** За неделю, завершившуюся 26 августа, поставки нефти из России азиатским клиентам упали до минимума с первого месяца СВО. К Китаю, начавшему сокращать закупки ещё в июле, присоединилась Индия, которая с весны скупала нефть, попавшую под бойкот в Западной Европе. За месяц потоки российской нефти в Индию сжались на 40 процентов: в конце июля это было 960 тыс. баррелей в день, в середине августа – 740 тыс. баррелей, а на последней неделе – 570 тыс. [4]. Китай покупал при этом 810 тыс. баррелей в день – на 35 процентов меньше, чем в начале июня. Ещё 340 тыс. баррелей в сутки вывезли из российских портов танкеры, не указавшие на пункт назначения. Но даже если весь этот объём в конечном итоге окажется на индийских или китайских НПЗ, поставки в Азию будут минимальными с начала апреля (1,72 млн баррелей в день) [8].

Пока нефть течёт за рубеж со скоростью 4 млн баррелей в день во многом благодаря грекам – их танкерные компании берут двойную цену за вывоз российского сырья. Это порождает приступ оптимизма в правительстве, которое в третий раз с весны улучшило прогнозы. По словам первого вице-премьера А. Белоусова, ВВП в этом году может потерять меньше 3 %, хотя ещё в мае МЭР ожидало обвала на 7,8 процента. Проблема, однако, в том, что эти прогнозы ни в коем случае нельзя закладывать в бюджет на следующий год: к концу 2022 года, когда вступит в силу эмбарго ЕС, ситуация осложнится. **России нужно будет искать покупателей на 1,25 млн баррелей в день.** Пристроить эту нефть в Китай вряд ли получится: ему не нужно столько российской нефти, а его экономика замедляется. Между тем Индия в неофициальном порядке дала понять, что готова рассмотреть присоединение к потолку цен на российскую нефть, если будут обеспечены поставки из альтернативных стран: Ирана или Венесуэлы [2].

Санкции не привели к одномоментному обвалу экономики в России, но их эффект будет продолжительным – судя по всему, страна входит в долгий период стагнации.

Газовый конфликт с Европой¹ и нарастающие проблемы с экспортом нефти в Азию продолжают наносить опасные удары по российскому бюджету. В августе поступления от нефтегазовых корпораций в федеральную казну снизились четвёртый месяц подряд и оказались на минимуме с июня 2021 года [3]. **За месяц бюджет собрал 671,9 млрд р. нефтегазовых налогов – почти на 100 млрд р. меньше, чем в июле, и на 23,9 млрд р. меньше, чем в августе 2021 г.** По сравнению с максимумом, показанным в апреле,

¹ Германия планирует полностью остановить поставки газа из России в декабре 2022 года, заявил О. Шольц. По его мнению, Россия не может считаться надёжным поставщиком энергоносителей, так как нарушает свои контрактные обязательства.

когда на фоне взлетевших цен и выплаты налогов за прошлый год бюджет получил 1,797 трлн рублей от нефти и газа, сборы рухнули в 2,6 раза.

Нефтяные доходы при этом остались относительно стабильными, как следует из данных Минфина: несмотря на то, что Китай и Индия сократили закупки российских баррелей, сборы НДС на нефть выросли на 40,4 млрд р., а экспортных пошлин – на 10 млрд р. (по сравнению с июнем). Однако газовая часть бюджета продолжила падать вместе с добычей и экспортом «Газпрома», которые в августе рухнули на 34 % и 59 % соответственно. За месяц бюджет получил лишь 33,7 млрд р. налога на добычу газа – минимальную сумму с «чёрных дней» пандемии 2020 года. Для сравнения: в апреле и мае это было 70 млрд р. ежемесячно. Доходы от экспортной пошлины на газ с июльских 57,3 млрд р. подросли до 80,6 млрд р. Но по сравнению с июнем (217,4 млрд р.) их обвал стал почти трёхкратным. В августе «Газпром» снизил мощность «Северного потока» до 20 %, а объёмы прокачки в ЕС – до минимума с начала 80-х годов прошлого века. В докладе, который был подготовлен для правительства РФ, потери казны оцениваются в 400 млрд р. ежегодно [10]. В докладе моделируются три сценария для российской экономики в последующие годы. Два из трех сценариев показывают, что в следующем году спад ускорится, а экономика вернется на уровень к 24 февраля только в конце десятилетия или позже. По базовому сценарию в следующем году экономика упадёт на 8,3 % ниже уровня 2021 года, а по «стрессовому» сценарию по меньшей мере в 2024 году достигнет наибольшего падения в минус 11,9 %. По всем сценариям давление санкций усиливается и к ним может присоединиться больше стран. По оценкам доклада, к 2025 году страну могут покинуть около 200 тыс. ИТ-специалистов. В докладе предупреждается об «уменьшении объёмов производства в ряде экспортно-ориентированных секторов», начиная от нефти и газа и заканчивая металлургией, химической промышленностью и древесиной. Хотя позже возможно восстановление, эти секторы перестанут быть движущими силами экономики. Согласно докладу, полное прекращение поставок газа в Европу может стоить до 400 млрд р. в год в виде утраченных налоговых поступлений. Полностью компенсировать потерю новыми экспортными рынками не получится даже в среднесрочной перспективе. Как следствие, добычу придется сократить, что будет угрожать и целям Кремля по расширению внутренних поставок газа. Планы Европы прекратить импорт российских нефтепродуктов могут спровоцировать резкое сокращение производства, из-за чего внутренний рынок может столкнуться с дефицитом топлива. При этом если мировая экономика скатится в рецессию, предупреждает отчёт, то Россия может пострадать от дальнейшего сокращения экспорта, поскольку спрос на её продукцию исчезнет первым. Это может спровоцировать падение рубля и всплеск инфляции. Относительно импорта, основным краткосрочным риском называется приостановка производства из-за отсутствия импортного сырья и комплектующих.

На минувшей неделе «Газпром» объявил, что останавливает работу газопровода «Северный поток» на неопределённый срок. Говорится, что в ходе ремонта турбины Siemens, последнего перекачивающего агрегата, который остался на трубопроводе и позволял загрузить его на 20 % мощности, были обнаружены неисправности. Безопасная работа «Северного потока» более невозможна – соответствующее заключение выдал Ростехнадзор, а акт обнаружения утечки подписан также представителями Siemens. После остановки

«Северного потока» у компании останется маршрут через Украину, по которому ежедневно уходит на экспорт чуть больше 40 млн кубометров газа. В пересчёте на годовой объём «Газпром» будет качать в европейские страны минимальные объёмы газа с начала 1980-х гг. **По мнению экспертов, Кремль рассчитывает, что, сократив поставки, Россия вынудит замерзающую Европу раскаяться и снять санкции, но вряд ли эта стратегия оправдается. Европейцы с трудом, но переживут высокие цены на газ, а даже их оппозиционные политики не готовы идти на уступки Кремлю.**

Продолжают терять свою долю на рынке и российские металлурги. Россию попросили на выход с европейского рынка алюминия. **Россия, ежегодно экспортирующая больше 3 млн тонн алюминия, видимо, теряет свой главный рынок сбыта.** В Европе, куда ранее вывозилось порядка 40 % российского алюминия, начинается сезон заключения контрактов на 2023 год, и ведущие покупатели сторонятся российского металла, хотя он не попал под санкции ЕС, в отличие от угля, древесины и нефти². Один из крупнейших потребителей алюминия, компания Novelis, подразделение индийской Hindalco Industries, отказалась использовать российский металл для снабжения своих европейских заводов. Компания провела первый закупочный тендер с поставками в 2023 году и в его условиях указала, что не будет принимать алюминий российского происхождения [7]. Novelis, как правило, задаёт «тон» рынку, и за ней могут последовать другие покупатели, а это вызовет необходимость реформатирования торговых цепочек в условиях, когда европейские заводы страдают от роста цен на газ и сокращают производство. **В отличие от нефти, экспортировать алюминий в Китай практически невозможно** – Китай является крупнейшим в мире производителем алюминия в объёмах в 10 раз больше российских (36 млн тонн в год).

В то же время в российском сельском хозяйстве рост выпуска в июле составил +0,8 % год к году после +2,1 % в мае-июне. Более заметную поддержку экономике оказало активно спонсируемое правительством РФ увеличение объёмов работ в строительстве (+6,6 % в годовом масштабе в июле после +0,1 % в июне).

Тем не менее, у России возникли проблемы с экспортом зерновых. **Отгрузки зерна из России в июле-августе упали на 22 %**, до 6,3 млн тонн по сравнению с прошлым годом. Продукты питания освобождены от западных санкций, но банкиры и страховщики осторожно относятся к ведению бизнеса с Россией, а судоходные компании опасаются отправлять свои суда в зону боевых действий. Кроме того, существуют проблемы с поиском судов для российского Чёрного моря, некоторые банки не хотят открывать аккредитивы на пшеницу российского происхождения. Также сообщается, что страховщики настороженно относятся к российскому зерну.

² США обсуждали санкции против российского алюминия в первую неделю СВО, но отказались от этой идеи, ссылаясь на то, что это ударит по мировому рынку. В результате «Русал» – крупнейший в России производитель – за первую половину года потерял лишь 11 % продаж в физическом объёме, а по выручке даже выиграл: она выросла на 31 %, до 7,1 млрд долларов. Однако после того, как Австралия ввела санкции на поставки глинозёма в Россию, «Русал» стал убыточным: поступления на счета компании оказались меньше расходов на 1,4 млрд долларов.

При отсутствии явных признаков улучшения ситуации Росстат неожиданно зафиксировал в июле рост промышленного производства в обрабатывающих секторах. Там выпуск оказался на 1,2 % больше июньского (с исключением сезонного и календарного фактора), а в годовом выражении промышленность в итоге практически не упала – минус 0,5 %, хотя консенсус-прогноз экономистов закладывал снижение на 2 % и больше. Кроме того, сократился спад производства в химическом комплексе (до -1,8 % в годовом исчислении в июле после -3,7 % в июне). Снижение выпуска в июле продолжилось в пищевой промышленности, деревообработке и машиностроительном комплексе.

Эксперты указывают, что промышленность во многом вытянули отрасли, ориентированные на ОПК. Практика подтверждает теоретические посылы, сформулированные ещё в 2017 году Б. Д. Бабаевым и Е. Е. Николаевой [1, с. 26]. Чтобы пополнить запасы вооружений и техники, истощённые в результате СВО, оборонные заводы работают в три смены. В частности, на особый режим перевёл сотрудников «Уралвагонзавод» – крупнейший в России производитель танков. В связи с производственной необходимостью людей привлекают к сверхурочной работе, которую обещают оплачивать в двойном размере. В итоге **лидером промышленного роста в России в июле стало производство «готовых металлических изделий», куда Росстат включает продукцию ВПК**: в июле оно взлетело почти на 30 % год к году, хотя ещё месяц назад падало на 17,5 процента. Замедлилось падение в секторе «компьютеры, электроника, оптика» – в июле производство высокотехнологичных изделий снизилось в годовом исчислении до минус 3,2 % вместо – 12,2 % в июне.

В то же время попытки России обойти санкции на поставки высокотехнологичной продукции терпят неудачу. Несмотря на беспокойство европейских чиновников, что попавшие под ограничения товары Москва начнет получать из Индии и Китая, этого не происходит. **Попытки приобрести материалы двойного назначения в Азии окончились неудачей.** Россия оказалась в ситуации, когда ей нужно покупать у ненадёжных продавцов по завышенным ценам оборудование сомнительного качества, а западные страны будут добиваться усиления давления на Россию в ближайшие месяцы, закрывая «лазейки» в санкциях и фокусируясь на «уязвимых местах» российской экономики.

По данным Бюро промышленной безопасности министерства торговли США, с момента введения санкций американским властям удалось предотвратить более 200 поставок в Россию и Беларусь. Ещё 244 подсанкционных груза на 93 млн долларов были арестованы и не достигли точки назначения. В этой ситуации Россия предпринимает попытки заменить санкционную продукцию на товары более низкого качества – например, использует потребительскую электронику в системах военных коммуникаций.

Хотя производство вооружения переживает бум, по данным западных СМИ, Россия якобы покупает артиллерийские снаряды и ракеты малой дальности в Северной Корее [6]. Представители американского правительства утверждают, что решение России обратиться к Ирану, а теперь и к Северной Корее – признак того, что санкции и экспортный контроль, введённые США и Европой, мешают Москве обеспечивать армию вооружениями.

Впрочем, независимо от того, в каком состоянии находится российская военная промышленность, она не помогает гражданской экономике, где число падающих отраслей множится: в июне их было 17, а в июле – уже 20. Ускорился спад производства одежды (минус 14,6 %), электрооборудования (-9,5 %), мебели (-10,5 %), машин и оборудования (-12,7 %). Полноценный обвал – на 20,4 % – Росстат зафиксировал в деревообработке, которая с начала лета находится под эмбарго ЕС. Обрабатывающие отрасли начали испытывать действие санкций, что выразилось в сокращении производства из-за падения объёмов экспорта, отсутствия необходимых комплектующих и материалов [4].

В транспортной отрасли и оптовой торговле сохраняется отрицательная динамика. В июле продолжилось сокращение грузооборота транспорта (-5,2 % в годовом выражении после -5,9 % в июне). Снижение объёмов оптовой торговли ускорилося до -25,4 % год к году после -18,3 % в июне (снижение объёмов оптовой торговли во многом связано с сокращением поставок газа).

Зато, по данным Росстата, в июле наметилась тенденция к оживлению потребительского спроса, которая ранее фиксировалась и по оперативным данным. Суммарный оборот розничной торговли, платных услуг населению и общественного питания замедлил темп снижения до -6,3 % в годовом масштабе после минус 6,9 % в июне. Источником замедления спада стало улучшение динамики оборотов розничной торговли и общественного питания³. Но тем временем российский потребительский рынок продолжает терять поставщиков качественных товаров. Шведский производитель бытовой и профессиональной техники Electrolux объявил, что уходит с российского рынка и продаёт бизнес местному менеджменту. В марте компания приостановила свою деятельность в России, а свой окончательный уход компания объяснила тем, что введённые в отношении РФ санкции «сделали невозможным продолжение бизнеса в стране».

В то же время ситуация на рынке труда в июле оставалась стабильной, что было полностью обусловлено политикой властей – ставкой на сохранение формальной занятости населения всеми способами. Уровень безработицы (по методологии МОТ) третий месяц подряд держится на исторических минимумах – 3,9 % от рабочей силы в июле.

Улучшение спроса в июле сопровождалось оживлением кредитной активности как в корпоративном, так и в розничном сегменте. Рост задолженности по кредитам в июле ускорилося до 1,1 % месяц к месяцу после 0,5 % в июне (в годовом выражении – замедление до 10,4 % после 10,9 % соответственно). В сегменте кредитования физических лиц (потребительские и ипотечные кредиты) рост кредитного портфеля, возобновившийся в июне, продолжился (+1,0 % в месячном выражении в июле после +0,4 % в июне).

³ В августе, по данным S&P Global, деловая активность в сфере услуг в России снизилась до 49,9 пункта. В июле этот показатель составлял 54,7 пункта. Это первое снижение показателя с июня, когда индекс впервые вернулся к росту после начала военной операции на Украине. Причинами падения показателя называют сокращение экспортных заказов, снижение занятости из-за попыток бизнеса сократить затраты, а также ускорение производственной инфляции. Значение индекса S&P Global менее 50 пунктов показывает снижение деловой активности в стране, выше 50 – рост.

В целом же бум потребительского кредитования, который Россия переживала прежде, обернулся теперь проблемами для миллионов заёмщиков, оказавшихся не в состоянии гасить кредиты. **Объём просроченной задолженности по потребительским кредитам (без учёта ипотеки) на 1 августа 2022 года впервые в истории превысил триллион рублей [9].** За январь-июль «просрочки» стало больше на 79,5 млрд р., или на 8 %, хотя с августа по декабрь прошлого года её объём на балансах банков медленно снижался. В общей сложности российские граждане не обслуживают больше 90 дней потребительские беззалоговые займы, автокредиты и кредитные карты на 1,018 трлн р. **Ещё 4,8 млрд р. приходится на «просрочку» по ипотеке, которая составляет около половины долгов физлиц перед банками.** За семь месяцев ни в одном регионе страны не снижается объём просроченной задолженности. Регионы-лидеры – это Крым, где просрочки стало больше на 20 %, а также Татарстан (15 %), Башкортостан (15 %) и Тюменская область (11 %). Лучше ситуация в крупных мегаполисах: москвичи нарастили просрочку лишь на 4 %, а жители Санкт-Петербурга – на 3 %.

По экспертным оценкам, **по итогам года просрочка по потребительским кредитам увеличится на 130–150 млрд р. и перейдет рубеж в 1,1 трлн р.,** побив исторический рекорд за всё время существования банковской системы РФ.

Рост корпоративного кредитования ускорился до 1,2 % в месячном выражении в июле после 0,5 % в предыдущем месяце благодаря улучшению динамики рыночного кредитования при продолжении реализации льготных кредитных программ.

Одновременно с июльской статистикой Росстатом были опубликованы данные по инвестициям в основной капитал, которые оказались лучше ожиданий. Инвестиции в основной капитал по полному кругу организаций во втором квартале 2022 года выросли на 4,1 % год к году в реальном выражении. В номинальном выражении – на 21,2 %. Инвестиции крупных и средних организаций при этом продемонстрировали рост на 22,4 % год к году (в номинальном выражении).

В разрезе отраслей наибольший вклад в увеличение инвестиций во втором квартале 2022 года (по крупным и средним организациям) в номинальном выражении внесли обрабатывающая промышленность, главным образом за счёт экспортно-ориентированных отраслей (химическая отрасль, металлургия, нефтепереработка); добыча полезных ископаемых; транспортировка и хранение; строительство. Вместе с тем снижение инвестиций продемонстрировала деятельность в области информации и связи.

В структуре инвестиций в основной капитал по видам основных фондов (по полному кругу организаций) во втором квартале 2022 года опережающий рост наблюдался по инвестициям в объекты интеллектуальной собственности. Также высокими темпами росли инвестиции в здания и сооружения (как жилые, так и нежилые). Вместе с тем более слабую динамику продемонстрировали инвестиции в машины и оборудование.

Между тем скандальная ситуация, возможно, сложилась вокруг политики дедолларизации. Утверждают, что Россия ранее вложила средств на более чем 100 млрд долларов, или 17,1 % своих резервов, в китайский юань – однако перевести их в рубли или другие валюты без разрешения Китая Россия не может. Получить такое разрешение, по оценкам экспертов, Кремлю

будет сложно. Дальнейшая **продажа юаней требует отдельного соглашения с Китаем, которого будет трудно достичь во время кризиса**⁴. Да и имеются риски, что такое соглашение может стать поводом для вторичных санкций против финансовой системы Китая.

Пекин очень боится санкций против своего финансового сектора. Так, крупнейшая в мире китайская платёжная система UnionPay ограничила работу с российскими банками-эквайерами, в отношении которых ввели санкции. UnionPay запретила обслуживание своих карт, выпущенных иностранными банками, в их POS-терминалах. UnionPay ограничила партнёрства с санкционными банками как в части эквайринга, так и в части эмиссии «по своей инициативе». В частности, по устной команде был отключён приём иностранных карт UnionPay. Такое решение могло быть принято из-за риска вторичных санкций.

В китайской «западне» оказались последние не замороженные резервы России. При этом данные о вложенных РФ в юань 100 млрд долларов могут оказаться устаревшими, а реальная сумма – существенно выше. Дело в том, что эти данные от 1 января 2022 года – и с тех пор они не обновлялись. После введения санкций Центральный банк РФ перестал сообщать о разбивке валютных резервов. Поэтому инвестиции в юань могут достигать 180 млрд долларов. Потратить эти 180 млрд долларов РФ планирует в течение следующих 3–5 лет на покрытие издержек на замену иностранных технологий и на перенос транспортной инфраструктуры на новые рынки в Азии.

Вместе с тем, аналитики обратили внимание, что сейчас Россия работает над планом покупки 70 млрд долларов как в юанях, так и в валютах других «дружественных» стран до конца 2022 года. Причём даже при всех сопутствующих рисках. Такие валюты, как дирхам ОАЭ подвергаются высоким политическим рискам – поскольку эти правительства могут изменить свою политику в отношении РФ, а турецкая лира страдает от серьёзных девальваций, да и китайцы опустили курс юаня до уровня 2020 года.

В результате нефтяного эмбарго, которое начнёт действовать в декабре, доходы России от экспорта нефти и нефтепродуктов уже в феврале 2023 года

⁴ Кризис на рынке недвижимости Китая достиг новой вехи – Garden Holdings Co., один из крупнейших девелоперов, сообщил о падении прибыли на 96 %, обвинив в этом «серьёзную депрессию» на рынке жилья, где «выжить могут только сильнейшие». Прибыль Garden Holdings Co. в первом полугодии показала рекордное снижение с момента листинга бумаг компании в Гонконге в 2007 году из-за обострения кризиса на рынке жилья. В Китае растут тревожные настроения, так как некогда сильный рынок недвижимости находится под угрозой краха. В последнюю четверть века рынок жилья был основным двигателем роста экономики Китая, и он является одним из крупнейших классов активов в мире с номинальной стоимостью от 55 до 60 трлн долларов. Его размер превышает капитализацию фондового рынка США. Тревожные сигналы появились в прошлом году, когда второй по величине девелопер, Evergrande, не смог погасить свой офшорный долларовый долг. Мрачные перспективы для рынка недвижимости Китая обусловлены жёсткими мерами по борьбе с COVID-19 и перебоями в цепочках поставок, которые задушили экономическую активность во второй по величине экономике мира. Ослабление экономики Китая может усугубить ситуацию для застройщиков. Если Китай не сможет остановить экономический кризис, то он обернётся не только волатильностью юаня, но и спадом мировой экономики.

сократятся на 75 %. Это на 30–40 % снизит доходы бюджета. Это означает, что денег на СВО у РФ будет гораздо меньше, а между тем именно в 2023 году РФ планирует увеличить штатную численность армии на 137 тыс. для продления спецоперации.

Библиографический список

1. *Бабаев Б. Д., Николаева Е. Е.* Общественное воспроизводство как системное единство природных, экономических, институциональных и социальных процессов // Вестник Тверского государственного университета. Сер.: Экономика и управление. 2017. № 2. С. 22–27.
2. Индия ищет гарантии поставок до любых переговоров по ограничению России // The Economic Times. 06.09.2022. URL: <https://economictimes.indiatimes.com/news/india/india-seeks-supply-surety-before-any-talks-on-russia-cap/articleshow/94013629.cms> (дата обращения: 15.09.2022).
3. Информация о дополнительных нефтегазовых доходах федерального бюджета // Министерство финансов Российской Федерации. Официальный сайт. URL: <https://minfin.gov.ru/ru/statistics/fedbud/oil/> (дата обращения: 01.10.2022).
4. *Каукин А. С., Миллер Е. М.* Динамика промышленного производства во II квартале 2022 года. URL: <https://www.iep.ru/ru/doc/37578/dinamik-a-promyshlennogo-proizvodstva-vo-ii-kvartale-2022-g.pdf> (дата обращения: 20.09.2022).
5. О текущей ситуации в российской экономике. Июль-август 2022 года // Министерство экономического развития Российской Федерации. Официальный сайт. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/makroec/ekonomicheskie-obzory/o_tekushchey_situacii_v_rossiyskoy_ekonomike_iyul_avgust_2022_goda.html (дата обращения: 15.09.2022).
6. По данным разведки США, Россия покупает северокорейскую артиллерию // The New York Times. Официальный сайт. 5 сентября 2022 г. URL: <https://www.nytimes.com/2022/09/05/us/politics/russia-north-korea-artillery.html> (дата обращения: 15.09.2022).
7. Покупатель алюминия Novelis исключает сделку по поставке российского металла. Bloomberg. Markets. 2 сентября 2022 г. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-09-01/aluminum-buyer-novelis-excludes-russian-metal-in-key-supply-deal/> (дата обращения: 11.09.2022).
8. Поставки российской нефти в Азию упали до минимума с марта // Bloomberg. Business. 30 августа 2022 г. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-08-30/russian-crude-shipments-to-asia-slump-to-lowest-since-march> (дата обращения: 11.09.2022).
9. Просроченные банковские долги в рознице превысили 1 трлн рублей // Долговой консультант. Официальный сайт. 31.08.2022. URL: <https://dolgcons.ru/news/prosrochennyye-bankovskie-dolgi-v-roznicze-prevyisili-1-trln-rublej> (дата обращения: 11.09.2022).
10. Россия в частном порядке предупреждает о глубоком и длительном экономическом ущербе. Bloomberg. Politics. 5 сентября 2022 г. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-09-05/russia-risks-bigger-longer-sanctions-hit-internal-report-warns> (дата обращения: 15.09.2022).

Информация об авторе / Information about the author

МИШИН Евгений Борисович – первый заместитель директора Московского филиала АО «Атомэнергoproект», г. Москва, Россия, mishin_eb@aep.ru
MISHIN Evgeny Borisovich – First Deputy Director of the Moscow Branch of JSC Atomenergoproekt, Moscow, Russia, mishin_eb@aep.ru

МЕЗОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

УДК 338.48.658.01

В. Э. Савин

РОЛЬ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В ФОРМИРОВАНИИ РЕГИОНАЛЬНОГО БРЕНДА ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В статье рассматривается туризм как фактор формирования регионального бренда. Акцентируется внимание на факте, что в последнее время перечень туристических продуктов существенно расширился, в том числе за счет промышленного туризма. Определены направления развития промышленного туризма и целевые сегменты каждого из них. Анализируются проблемы, мешающие эффективному развитию промышленного туризма. Приводится пример реализации концепции промышленного туризма в Ивановской области.

Ключевые слова: промышленный туризм, Ивановская область, региональный бренд.

V. E. Savin

THE ROLE OF TOURISM BRANCH IN THE FORMATION OF IVANOVNO REGION BRAND

Abstract. The article considers tourism as a factor in the formation of a regional brand. Attention is focused on the fact that recently the offer of tourist products has expanded significantly, including through industrial tourism. The directions in which industrial tourism can develop are determined, the target segment of each direction is presented. Analyzes the problems hindering the effective development of industrial tourism, provides an example of the implementation of the concept of industrial tourism in the Ivanovo region.

Key words: industrial tourism, Ivanovo region, region's brand.

Постоянный рост конкуренции формирует ситуацию, когда маркетинг любой территории становится определяющим фактором ее экономического развития. Особое значение имеют здесь такие категории как бренд и имидж, которые определяют конкурентные преимущества географических регионов, находящихся в равных условиях хозяйствования. В связи с этим большинство городов все активнее занимается целенаправленным продвижением своих территорий и формированием туристического бренда с целью увеличения привлекательности региона. Данная тенденция подкрепляется тем, что в последнее время туризм стал одной из главных отраслей мировой экономики, определяющей благосостояние регионов. Отметим, что туризм – многопрофильная индустрия, инфраструктура которой включает транспорт, гостиничное хозяйство, общественное питание, культурно-развлекательные центры.

Эти и другие объекты туротрасли, с одной стороны, значительно увеличивают финансовые поступления в областной бюджет, с другой являются

источником создания новых рабочих мест, формируя эффективную профессионально-квалификационную структуру кадров. Работа в таких условиях требует от администрации территориальных образований новых подходов, которые включают в себя весь инструмент бренд-менеджмента.

Необходимо отметить, что ассортимент предлагаемых туристических услуг постоянно расширяется. Если практически до конца прошлого века основным предложением турфирм являлись «пляжные туры» со стандартным набором услуг, то сегодня их удельный вес устойчиво снижается. Развитие получают такие виды турпродуктов как паломнические туры, экстремальные туры, экотуры, гастрономический туризм и т. п. В Ивановской области, имеющей свои исторические традиции, в первую очередь, в текстильной отрасли, есть очень серьезные перспективы для эффективного развития промышленного туризма, который может стать важной составляющей регионального бренда. Под региональным брендом мы понимаем, прежде всего, образ или ассоциации, которые возникают у человека, когда он видит определенные идентификаторы территории: название, герб, туристический объект. На формирование регионального бренда влияет большое количество взаимосвязанных факторов: исторических, природно-климатических, социально-культурных, экономических и т. д. Долгое время бренды регионов формировались стихийно и лишь в последнее время у краеведов, маркетологов, чиновников складывается убеждение, что этим процессом необходимо управлять. Туристическая отрасль призвана внести значительный вклад в это управление. Что касается Ивановской области, то за более чем 100-летний период развития, сложились определенные направления, по которым формировался региональный бренд.

Попробуем соединить эти направления в определенную модель регионального бренда, представленную на рисунке.



Рис. Модель формирования регионального бренда Ивановской области

Представленные направления в теории брендинга рассматриваются как уникальные предложения (УП), на которых должно строиться стратегическое развитие и продвижение регионального бренда.

Содержание уникальных предложений представляют туристические объекты, которые являются основой создания туристических продуктов – туров. Посмотрим, в какой степени уникальные предложения соответствуют возможностям стратегического развития Ивановской области.

Уникальное предложение «Колыбель Революции» основывается на событиях 1905–1907 гг., когда регион активно участвовал в первой русской революции. Туристические объекты представлены как историческими местами (река Талка, Музей Первого Совета и др.), так и памятниками, сооруженными в годы Советской власти (мемориальные комплексы на пл. Революции и р. Талка, памятник «Отцу Афанасьеву» и т. д.). Туры на основе этого уникального предложения создавались в 70–80-х годах прошлого века в рамках туристического маршрута «Золотое кольцо России». Однако, «революционная тема» постепенно теряет свою актуальность и значимость, в силу того, что, во-первых, события все дальше и дальше уходят в прошлое и уже не имеют живых свидетелей, во-вторых, потенциальных потребителей явно недостаточно для формирования целевого сегмента, особенно с точки зрения въездного туризма из других регионов.

Что касается уникального предложения «Город Невест», то сегодня оно остается только в сознании потребителей. Слава «города невест» закрепилась за регионом во второй половине XX века, когда сюда из «трудоизбыточных» регионов активно привлекались кадры преимущественно женского пола для работы на только что построенных крупных текстильных предприятиях. Сегодня ситуация изменилась и статистика свидетельствует, что количество мужчин и женщин примерно одинаковое. Тем не менее, сложившийся «миф» не стоит развеивать, он еще может сыграть значительную роль при построении туристических маршрутов, но уже не в качестве основного уникального предложения, а как «добавленные ценности» (терминология брендинга), а именно: демонстрационные показы моделей, мастер-классы шитья, фестивали и т. д. Недавно созданный в городе частный «Музей Невест» так же будет активно способствовать этому.

Исходя из вышесказанного, единственно реальное уникальное предложение, на котором можно создавать туристический продукт – это «Русский Манчестер», и делать это необходимо в рамках тренда на развитие промышленного туризма, активно продвигаемого сейчас как на федеральном, так и региональных уровнях.

Промышленный туризм как явление имеет довольно глубокие исторические корни. Еще в начале XX века широкой популярностью среди туристов пользовались посещения винных заводов во Франции, сыроварен Швейцарии и др. Однако это были лишь отдельные факты, как самостоятельное направление развития туротрасли промышленный туризм получил официальный статус совсем недавно, в 2016 году. В этом году был принят международный и соответствующий ему российский стандарт ГОСТ Р ИСО 13810-2016 «Промышленный туризм». Согласно этому стандарту промышленный туризм включает два направления: 1) посещение объектов промышленного наследия (неработающих, но имеющих историческое значение предприятий);

2) экскурсии на действующие предприятия с целью ознакомления с технологией производства определенных продуктов [1, с. 124].

Ивановский регион имеет потенциал в обоих направлениях. В первом случае это большое количество зданий текстильных фабрик, история которых уходит в 18–19 века, во втором направлении объектов гораздо меньше, но значимость его развития трудно переоценить, поскольку оно помогает возродить региону славу «Русского Манчестера».

К сожалению, развитию промышленного туризма мешает «закрытость» многих предприятий для массовых аудиторий. Проблем здесь много, однако большинство из них легко решаемы, если собственник будет воспринимать свое предприятие не только как производственный, но и как туристический объект. В этой связи слушателями института дополнительного образования ИвГУ проведен социологический опрос руководителей промышленных предприятий о возможности организации на них экскурсионных маршрутов. Результат исследования показал, что из 27 охваченных опросом предприятий только семь хотели бы и считают себя полностью готовыми к приему туристов. Остальные же указали ряд причин, мешающих реализации экскурсионных концепций. Основными из них стали следующие:

- непонимание «выгодности» экскурсий своим предприятию. Руководители таких компаний считают, что проведение экскурсий кроме дополнительных затрат ничего не дает предприятию;
- отсутствие квалифицированных кадров и других ресурсов для проведения экскурсий;
- непригодность производственных помещений для организации экскурсионных маршрутов.

Первая проблема исчезнет сразу же, как только руководитель перестанет видеть в промышленном туризме только экономическую эффективность. Да, эффект от него сложно измерить в рублях и других экономических показателях (хотя в ряде случаев и это имеет место, например, на заводе шампанских вин в п. Новый Свет, где туризм является существенной статьей дохода предприятия). По нашему мнению, эффект от промышленного туризма формируется в следующих направлениях.

1. Промышленный туризм является мощным инструментом HR-брендинга, т. е. позиционирование компанией себя как эффективного работодателя. Такие целевые сегменты как школьные и студенческие группы значительно пополняют свой профориентационный багаж и вероятность будущей работы на посещаемом предприятии значительно увеличивается.

2. Промышленный туризм становится эффективной маркетинговой коммуникацией по продвижению предприятием своей продукции. Человек, получивший положительные эмоции от созерцания технологического процесса производства товара, с большой долей вероятности превратится из потенциального покупателя в реального. Кроме этого, поделившись своими впечатлениями от экскурсии с родственниками, друзьями, знакомыми, существенно расширит сегмент потребителей продукции предприятия.

3. Промышленный туризм значительно увеличивает возможность контактов по обмену опытом и другим взаимоотношениям с элементами внешней среды компании (потребителями, посредниками, поставщиками и т. д.). Кроме этого расширяются возможности привлечения на предприятие квалифицированных кадров, где так же присутствуют элементы HR-брендинга.

Как можно заметить, каждое из указанных направлений эффективности формирует свою целевую аудиторию, а именно:

- старшеклассники и студенты профильных вузов;
- массовый потребитель, заинтересованный в покупке продукции предприятия;
- специалисты аналогичных и смежных предприятий, желающие познакомиться с особенностями технологии производства.

Естественно, экскурсия с каждой целевой группой будет иметь свои особенности как по форме, так и содержанию.

Как только собственники и руководство устранят первую проблему, две другие будут требовать чисто технических шагов, которые при желании легко реализуются.

Так в качестве экскурсоводов можно использовать как специалистов своего предприятия, обучив их методике проведения экскурсий, так и экскурсоводов турфирм, соответственно, познакомив их с технологией производства. Более предпочтительным, на наш взгляд, является первый вариант, поскольку, во-первых, обучение экскурсоводов более доступно, во-вторых, серьезно обучить человека, не имеющего базовых знаний технологии производства значительно сложнее, чем методике экскурсий, где очень большое значение имеют личные качества экскурсовода. Как следствие, у экскурсоводов, подготовленных по второму варианту, могут возникнуть значительные проблемы при работе с сегментом специалистов, где особенно требуются углубленные знания технологии.

Что касается третьей проблемы, то она должна решаться в первую очередь специалистами по технике безопасности. При проектировании маршрутов наиболее опасные места либо ограждаются, либо ограничиваются разметкой. Кроме того могут использоваться различные средства защиты (каска, очки и т. д.). Для участков, куда обеспечить массовый доступ невозможно, может использоваться видеосъемка.

В качестве общего вывода еще раз хочется подчеркнуть, что промышленный туризм привлекателен и выгоден как для потребителей-туристов, так и для туристических объектов – промышленных предприятий. Кроме того, промышленный туризм активно формирует и продвигает бренд региона, являясь его неотъемлемой частью. Темпы роста промышленного туризма зависят, главным образом, от понимания и признания руководителями предприятий значительной роли промышленного туризма в стратегическом развитии бизнеса.

Библиографический список

1. Савин В. Э. Основы брендинга: учеб. пособие. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2012. 126 с.
2. Чудновский А. Д. Менеджмент туризма: учеб. М.: Финансы и статистика, 2017. 285 с.

Информация об авторе / Information about the author

САВИН Валентин Эдуардович – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, valentin.savin.29@mail.ru

SAVIN Valentin Eduardovich – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, valentin.savin.29@mail.ru

УДК 332.025

С. М. Сафаров

РОЛЬ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВЕННОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В РАЗВИТИИ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В МАЛЫХ ГОРОДАХ И НА СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЯХ

Аннотация. В статье автор раскрывает потенциал института территориального общественного самоуправления (ТОС) в качестве инструмента развития туризма в малых городах и на сельских территориях.

Дефицит сопутствующей инфраструктуры и объектов нематериального культурного наследия не позволяет данным территориям полностью реализовать свой туристский потенциал и стать центрами притяжения в регионе.

Использование потенциала территориальных общественных самоуправлений способно придать дополнительный импульс развитию туристской сферы за счет увеличения количества средств размещения туристов, пунктов общественного питания, а также объектов туристского интереса.

Ключевые слова: территориальное общественное самоуправление, внутренний туризм, туризм, развитие сельских территорий.

S. M. Safarov

THE ROLE OF TERRITORIAL PUBLIC SELF-GOVERNMENT IN THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM IN SMALL TOWNS AND RURAL AREAS

Abstract. In the article, the author reveals the potential of the institution of territorial public self-government (TPS) as a tool for the development of tourism in small towns and countryside areas.

The lack of related infrastructure, as well as objects of intangible cultural heritage, does not allow these territories to fully realize their tourism potential and become centers of attraction in the region.

Using the potential of territorial public self-governments can give an additional impetus to the development of the tourism sector by increasing the number of tourist accommodation facilities, catering points, as well as objects of tourist interest.

Key words: territorial public self-government, domestic tourism, tourism, countryside areas development.

В новых социально-экономических условиях, вызванных, в том числе последствиями введенных санкций в феврале 2022 года, резко возрастает значимость развития внутреннего туризма. Важность данной отрасли экономики подтверждается перечнем поручений, данных Президентом РФ по итогам пленарного заседания форума «Сильные идеи для нового времени» автономной некоммерческой организации «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов», состоявшегося 20 июля 2022 года [3].

В частности, дано поручение рассмотреть вопрос о создании условий для развития кемпинг-туризма, национальной системы туристских троп,

включающей в себя местные (локальные), региональные и федеральные группы, и сопутствующей инфраструктуры.

Туризм является одним из приоритетных направлений экономики России в целом, а также ее отдельных регионов. Однако направление внутреннего туризма развито достаточно слабо по сравнению с иными странами. Одной из причин складывающейся ситуации является недостаточный уровень развития сопутствующей инфраструктуры. Наиболее отчетливо это проявляется в малых городах, а также сельской местности. Туристский потенциал, имеющийся на этих территориях, используется не полностью (или практически не используется) по причине отсутствия достаточного количества средств размещения, а также пунктов питания.

Особое внимание в контексте рассматриваемого вопроса необходимо уделить событийному туризму. Это один из видов туризма, развитие которого способно уменьшить отток населения из малых городов и сельских территорий, сохранить рабочие места, превратить небольшой населенный пункт в центр притяжения за счет привлечения на территорию туристов.

Условием развития событийного туризма на конкретной территории является связь территории с событиями, имеющими большую историческую значимость для отдельно взятой территории или страны в целом. При отсутствии таковых в качестве туристского потенциала могут рассматриваться объекты нематериального культурного наследия, которые могут заинтересовать жителей иных регионов: народные промыслы; народные песни и танцы; театрализованные представления, отражающие особенности быта различных исторических эпох и т. д.

Инициативы творческих коллективов и индивидуальных исполнителей, представляющих сферу культуры, могут быть настолько значительны и уникальны, что их результаты их деятельности (изделия народных промыслов, картины, концертные номера) могут стать частью культурной программы мероприятий в области событийного туризма регионального и межрегионального уровней.

Если органы власти небольших населенных пунктов (включая сельские территории) заинтересованы в увеличении количества туристов на своей территории, то организаторы мероприятий в области событийного туризма должны выстраивать программы таким образом, чтобы подчеркнуть самобытность и уникальность территории в целях повышения заинтересованности в ее посещении и в дальнейшем.

Профессиональные творческие коллективы, имеющие известность во всей стране, часто не готовы приезжать на праздничные мероприятия местного значения (день города и т. д.). Кроме того, приглашение таких коллективов влечет достаточно высокие траты для организаторов мероприятий. Поэтому возникает необходимость поиска таких мастеров на территории своего или соседнего муниципального образования. Более того, появляется задача по созданию условий для появления и развития на территории объектов нематериального культурного наследия, их включению в программы развития туризма в регионе, а также межрегионального сотрудничества в данной сфере.

Вышеизложенное свидетельствует о том, что развитие внутреннего туризма в малых городах и сельских территориях сдерживается рядом факторов, в число которых входит недостаточный уровень развития сопутствующей

инфраструктуры, а также дефицит объектов нематериального культурного наследия для проведения мероприятий по привлечению туристов.

В связи с этим, перед органами власти и иными структурами, ответственными за развитие туристской отрасли, стоит задача развития сельского туризма за счет привлечения в данную сферу новых участников, реализации комплекса мер, направленных на ее развитие и обеспечение устойчивого развития сельских территорий в целом.

Существенный потенциал развития локального туризма (создание и развитие местных троп и сопутствующей инфраструктуры) заключен в деятельности местных сообществ (территориальные общественные самоуправления – ТОС), осуществляющих деятельность в малых городах и на сельских территориях.

В ряде регионов (Республика Алтай, Архангельская, Белгородская, Волгоградская, Ленинградская, Рязанская, Ярославская области, Республики Бурятия, Коми, Татарстан, (Саха) Якутия, Краснодарский край, и другие) ТОС активно работают в сфере туризма [2]. Их деятельность связана с обустройством гостевых домов, туристских троп, оборудованием ремесленных мастерских, созданием музеев, поддержкой фольклорных коллективов, и др.

Однако в целом вклад данных организаций в процессы развития туризма является несущественным. Препятствием являются такие факторы, как невысокий уровень активности населения в осуществлении инициатив через механизм ТОС, невысокий уровень участия молодежи в инициативах ТОС, невысокая доля ТОС, зарегистрированных в качестве юридического лица (наиболее активных организаций, способных развивать туристский продукт и вносить определенный вклад в развитие отрасли), недостаточный уровень информационной работы, проводимой органами местного самоуправления с с территориальными общественными самоуправлениями.

Наличие данной проблемы подтверждается результатами исследования АНО «Агентство развития сельских инициатив», проведенного при поддержке Фонда президентских грантов [1]. Согласно выводам авторов исследования, развитию сельского туризма, в числе иных факторов, препятствует недостаток профильных и иных некоммерческих организаций. А в качестве рекомендаций по развитию сельского туризма предлагается, в числе иных мер, усиление взаимодействия с территориальными общественными самоуправлениями.

Вышеизложенное обуславливает необходимость оценки возможностей ТОС в сфере туризма для дальнейшей разработки системы мер по включению данных организаций в процессы развития сельского и в целом – регионального туризма.

Потенциал территориальных общественных самоуправлений в качестве субъектов туристской деятельности можно оценить с нескольких сторон.

Прежде всего, ТОС можно рассматривать как часть туристской инфраструктуры. Здесь необходимо выделить деятельность указанных организаций как средств размещения (гостевые дома), пунктов питания, центров производства и реализации сувенирной продукции.

Далее, территориальные общественные самоуправления могут рассматриваться в качестве центров сохранения и возрождения объектов нематериального культурного наследия. Результатом работы данных организаций являются не только благоустроенные территории, но и сохранение (возрождение)

народных ремесел, обычаев, традиций, праздников. Значимость реализуемых инициатив для сферы культуры региона может быть такова, что творческие проекты местных сообществ могут стать частью программ событийного туризма, проводимых на региональном и межрегиональном уровнях.

Кроме того, территории ТОС можно рассматривать в качестве элемента национальных троп: местом, где туристы, не отклоняясь далеко от основного маршрута, могут пополнить запасы провизии, отдохнуть, получить необходимую помощь.

Таким образом, потенциал ТОС в сфере туризма позволяет данным организациям принимать активное участие в развитии данной отрасли и сельских территорий в целом. Для наиболее полной реализации имеющего потенциала необходимо усиление взаимодействия в данной сфере между ключевыми субъектами развития территории – органами власти, реализующими мероприятия в области развития туризма, территориального общественного самоуправления, а также структурами ТОС.

Одним из условий успешного включения местных сообществ в процессы развития сельского туризма должно стать повышение их активности. Для этого необходимы разработка и реализация мер, направленных на:

- развитие у руководителей указанных организаций компетенций в области предпринимательской деятельности;
- увеличение количества территориальных общественных самоуправлений, зарегистрированных в качестве юридического лица;
- привлечение в сферу туризма предпринимателей из числа ТОС;
- предоставление творческим коллективам возможностей для реализации культурных инициатив и превращения результатов их работы в туристский продукт, который можно продвигать;
- информационную поддержку: включение инициатив ТОС в действующую систему поддержки регионального туризма (размещение информации об организациях на сайтах и в справочниках, помощь при организации контактов с представителями деловых кругов и органами власти в других регионах);
- финансовую поддержку (организация участия ТОС в профильных мероприятиях межрегионального и федерального уровня) и т. д.

Результатом включения местных сообществ в сферу туризма (в частности, сельского) станет повышение туристской привлекательности территории за счет реализации потенциала данных организаций. Инфраструктурный эффект при этом проявится в создании новых средств размещения и пунктов питания гостей. Еще одним результатом деятельности ТОС станет развитие событийного туризма на территории вследствие увеличения потока туристов, желающих познакомиться с новыми объектами нематериального культурного наследия.

Социальный эффект от включения территориальных общественных самоуправлений в сферу туризма проявится в создании новых рабочих мест на сельских территориях. Появятся условия для сокращения оттока жителей и сохранения населения в пределах конкретных территорий, привлечения инвестиций, общему повышению качества жизни населения.

Библиографический список

1. *Лебедева И.* Возможности и инициативы ТОС в сельском туризме. Успешный опыт // Научно-исследовательский Центр «Проектирование территориального развития». URL: <https://turizmmt.ru/upload/%D0%9B%D0%92%D0%A2%D0%9E%D0%A1%D0%B2%D1%81%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%82%D1%83%.pdf> (дата обращения: 17.09.2022).
2. *Лебедева И. В., Копылова С. Л.* Текущее состояние сельского туризма в России. Выявление проблем и перспектив в развитии сельского туризма в стране (2019 год). М.: АНО АРСИ, 2019. 44 с. URL: https://xn--e1aeceegnklghcsq1m.xn--p1ai/assets/files/books/report-research_rural-tourism-in-russia_arsi_2019.pdf (дата обращения: 17.09.2022).
3. Сайт Президента Российской Федерации. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/assignments/orders/69217> (дата обращения: 18.09.2022).

Информация об авторе / Information about the author

САФАРОВ Сурен Мартуниевич – кандидат экономических наук, директор ООО «СИНЕРГИЯ», г. Калуга, Россия, suren_run@mail.ru

SAFAROV Suren Martunievich – Candidate of Economic Sciences, Director of LLC «SINERGIYA», Kaluga, Russia, suren_run@mail.ru

УДК 332.021

А. П. Фомичев

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Перспективной задачей социально-экономического развития РФ до 2030 г. является переход к инновационному типу развития. В статье рассмотрены условия эффективного социально-экономического развития региональной экономики на основе инновационной политики. Отмечено что наличие у региона сравнительных преимуществ в инновационных характеристиках является фактором долгосрочного развития территории. Кластерная политика в экономическом развитии региона обеспечивает ускорение инноваций благодаря сетевой структуре кластера и, как следствие, обеспечивает рост эффективности экономики. В Ивановской области региональная инновационная политика нацелена на активизацию инновационной деятельности в традиционных отраслях региональной промышленности, развитие которых объединено в рамках концепции текстильного кластера. В качестве организационных инноваций региональной политики можно рассматривать применение механизма инновационных ваучеров, проект по созданию инновационного научно-технологического центра «Энергодolina». Для достижения стратегической цели ускоренного инновационного развития Ивановской области необходимо решить ряд задач, решение которых в сочетании с применением более совершенных механизмов в рамках региональной экономической политики обеспечит устойчивый экономический рост экономики регионов и экономики РФ на качественно новой долгосрочной основе.

Ключевые слова: инновационное развитие, кластерный подход, концепция, инновационная политика, инновационные ваучеры.

A. P. Fomichev

PROBLEMS AND PROSPECTS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE IVANOVNO REGION

Abstract. A promising task of the socio-economic development of the Russian Federation until 2030. is the transition to an innovative type of development. The article considers the conditions for effective socio-economic development of the regional economy based on innovation policy. It is noted that the presence of comparative advantages in the region in innovative characteristics is a factor in the long-term development of the territory. The cluster policy in the economic development of the region ensures the acceleration of innovations due to the network structure of the cluster and, as a result, ensures the growth of the efficiency of the economy. In the Ivanovo region, the regional innovation policy is aimed at enhancing innovation activities in the traditional sectors of the regional industry, the development of which is united within the framework of the textile cluster concept. As an organizational innovation of regional policy, one can consider the use of the mechanism of innovation vouchers, the project to create an innovative scientific and technological center «Energodolina». To achieve the strategic goal of accelerated innovative development of the Ivanovo region, it is necessary to solve a number of tasks, the solution of which, in combination with the use of more

advanced mechanisms within the framework of regional economic policy, will ensure sustainable economic growth of the regional economy and the economy of the Russian Federation on a qualitatively new long-term basis.

Key words: innovation development, cluster approach, concept, innovation policy, innovation vouchers.

Концепцией долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2030 г., предусмотрен переход к инновационному социально ориентированному типу развития в качестве одного из важнейших приоритетов [5]. В соответствии с этой стратегической целью сформированы концептуальные основы механизма, который обеспечить её достижение. Одной из наиболее важных составляющих механизма реализации концепции долгосрочного развития является формирование новых центров социально-экономического развития регионов на базе интенсивного развития транспортной и энергетической инфраструктуры как факторов роста предпринимательской активности.

В соответствии с Концепцией рост конкурентного потенциала территорий предполагается путем создания сети территориально-производственных кластеров, как взаимосвязанных центров экономического роста. Аналогичный подход заложен и в другие стратегические документы [3].

Актуальными задачами для достижения стратегической цели являются:

1) повышение эффективности государственного участия в развитии науки и технологий;

2) обеспечение инвестиционной привлекательности сегмента исследований и разработок, что позволит повысить долю негосударственного финансирования российского инновационного сектора;

3) совершенствование механизма государственно-частного партнерства в инновационной сфере;

4) создание конкурентоспособной на мировом уровне инновационной системы, как инструмента активизации инновационных процессов в национальной экономике;

5) использование опыта зарубежных стран в построении эффективной национальной инновационной системы.

При разработке стратегии развития территориально-производственных кластеров важным вопросом является обоснование приоритетов промышленной политики на основе объективной оценки сравнительных преимуществ региональной экономической системы, формируемых, в том числе, за счёт инновационного потенциала. Как фактор конкурентоспособности территории инновационный потенциал относится по классификации М. Портера к группе факторов, приобретаемых в процессе исторического развития и накапливаемых при эффективном управлении экономической системой [1]. Отсюда можно сделать вывод, что данный фактор является самовозрастаемым, в отличие, например, от природных факторов, объём которых лимитирован первоначальными значениями. Таким образом, наличие у региона сравнительных преимуществ в инновационных характеристиках является фактором долгосрочного развития территории.

В «Стратегии социально-экономического развития Ивановской области на период до 2030 года», установлено, что кластерная и территориальная политика путём развития индустриальных парков и создания территорий опережающего развития являются важнейшими инструментами промышленного

развития региона. Изучению кластеров уделяется достойное внимание в научных исследованиях. В частности, было отмечено, что кластеры благодаря быстрому распространению информации, технологий и навыков усиливают конкурентоспособность предприятий, работающих в его составе. Сетевая структура кластера обеспечивает ускорение инноваций и, как следствие, обеспечивает рост производительности труда [2]. На основе того, что кластеры являются важным инструментом развития экономики в регионах, территориальной и кластерной политике уделяется особое внимание в документах стратегического развития регионального и федерального уровня. Дальнейшая реализация развития кластерного подхода в региональной политике повысить конкурентный потенциал регионов и национальной экономики в целом.

Региональная инновационная политика нацелена на активизацию инновационной деятельности в традиционных для Ивановской области отраслях промышленности (текстильной, швейной и машиностроения), развитие которых объединено в рамках концепции текстильного кластера. В соответствии с этим широкое внедрение ИКТ является одним из важнейших приоритетов развития региона. Внедрение информационно-коммуникационных технологий может рассматриваться как общий фактор развития, т. к. влияет на развитие всех видов экономической деятельности, что найдет отражение в росте обобщающих показателей по региональной экономике в целом.

В региональной инновационной политике предусмотрено, что в базовых отраслях экономики Ивановской области возрастет инновационная активность за счёт применения достижений в области нанотехнологий, энерго- и ресурсосберегающих способов производства. Перспективная оценка интенсивного распространения инноваций в текстильной и швейной промышленности региона основана, во-первых, на имеющихся инновационных разработках по созданию новых материалов и совершенствованию применяемых технологий, во-вторых, на создании условий для дальнейшего развития индустриальных парков, среди которых широко известны индустриальный парк «Родники», «Иваново-Вознесенск», «Меланж», многопрофильный индустриальный парк «Кинешма»; в-третьих, на основе реализации инвестиционных программ развития, предполагающих формирование наиболее благоприятных условий для привлечения инвесторов, таких традиционных центров текстильного производства как города Наволоки и Южа.

В качестве организационной инновации региональной политики можно рассматривать применение механизма инновационных ваучеров, которые являются финансовым документом, обеспечивающим оплату ряда наукоёмких услуг, необходимых субъектам предпринимательской деятельности, планирующим инновации. Успешная реализация данного механизма позволит активизировать взаимосвязи между агентами рынка инноваций и, следовательно, к повышению инновационной активности, в том числе и со стороны предприятий традиционных отраслей специализации в Ивановской области.

И хотя за рубежом инновационные ваучеры не являются новым инструментом поддержки инновационной активности, но в российской практике государственного управления развитием регионов они используются недостаточно для поддержки бизнеса с инновационной составляющей. Для эффективной работы данного инструмента в рамках инновационной политики в Ивановской области необходимо сформировать и апробировать алгоритм ра-

боты с инновационными ваучерами. В некоторых российских регионах уже есть положительный опыт такой работы.

Таким образом, решение задач инновационного развития формирует условия для появления инновационных инструментов их реализации.

Практическое применение инновационных ваучеров взаимосвязано с другими направлениями региональной инновационной политики. В частности, положительный эффект ожидается от увеличения объема софинансирования из средств областного бюджета расходов на совместные проекты с высшими учебными заведениями. Интегральный эффект от данного направления ожидается в развитии процессов кластеризации в Ивановской области.

Например, создание на базе ФГБОУ ВО «Ивановский государственный энергетический университет имени В. И. Ленина» научно-технологической долины перспективных разработок в сфере электроэнергетики с последующим коммерческим использованием – это и будет являться инструментом интенсификации кооперационных связей между наукой и бизнесом, необходимой для роста инновационной активности в регионе. В перспективе (в период до 2031 г.) на этой основе в Ивановской области планируется создание всероссийского отраслевого научно-технологического центра компетенций в тепловой энергетике (Инновационный научно-технологический центр Ивановской области («Энергодolina»). Целью создания на территории Ивановской области инновационного научно-технологического центра является реализация следующих направлений научно-технологической деятельности:

- комплекс работ по проведению тестирований и испытаний (лабораторных, опытных, опытно-промышленных) инновационного оборудования, включая разработку программ и методик испытаний, проведение исследований и испытаний, обработку и интерпретацию их результатов;

- инжиниринговая деятельность, ориентированная на проектирование инновационного оборудования, в том числе на разработку программно-технических комплексов (виртуальных тренажеров, полигонов, автоматизированных систем);

- разработка и апробация инновационных технологий.

Создание в регионе научно-технологической долины станет еще одним стимулом для развития сервисных компаний в инновационном секторе энергетики и создания высокопроизводительных рабочих мест.

Важной составляющей инновационной политики можно рассматривать расширение сотрудничества промышленных предприятий и научных организаций области с ведущими отечественными и зарубежными инновационными компаниями из списка дружественных стран. Организовать это можно посредством деловых миссий, выставок, конференций, с участием представителей бизнеса и науки Ивановской области, что позволит активизировать процесс обмена информацией в сфере инновационной деятельности, а также процесс ретрансляции актуальных компетенций в региональные научные и бизнес-структуры [4].

Для достижения стратегической цели ускоренного инновационного развития Ивановской области необходимо решить ряд задач, направленных на повышение инвестиционной привлекательности территории региона.

- 1) Актуализировать региональную нормативно-правовую базу в сфере научно-технической и инновационной деятельности.

2) Разработать и реализовать меры по привлечению частных инвестиций в инновационный сектор, развитию государственно-частного партнерства, коммерциализации результатов в сфере научных исследований.

3) Уменьшить период, по истечении которого обновляется реестр организаций-разработчиков научно-технической и инновационной продукции, а также сформировать реестр разработок, имеющих высокую степень готовности к внедрению и производить его редактирование в текущем режиме.

4) Создать инфраструктуру информационного обеспечения инновационной сферы, в составе которой должны функционировать система государственной экспертизы научно-технических и инновационных проектов, системы сертификации инновационной продукции, система подготовки кадров для инновационной деятельности.

5) Внедрять эффективные механизмы долевого финансирования региональных научно-технических программ и инновационных проектов, механизмы венчурного финансирования.

Актуальность данных задач объясняется рядом причин, на основе влияния которых целевые показатели «Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 г.» не были достигнуты.

Официальные статистические данные за 2019 г. по РФ показывают, что лишь 18,2 % организаций, осуществлявших инновации, участвовали в совместных проектах по выполнению исследований и разработок. Научные организации были партнёрами инновационных организаций только в 51,2 % совместных проектов. Инновации по заказам пользователей составили в 2017–2019 гг. 26,9 %. По Ивановской области показатели данной группы значительно ниже. Только 8,6 % организаций, осуществлявших инновационную деятельность, в 2019 г. участвовали в совместных проектах по выполнению исследований и разработок. Доля совместных проектов с участием научных организаций составила в этом же году лишь 2,9 % от общего числа организаций, осуществлявших инновационную деятельность, с участием образовательных организаций высшего образования – 1,4 %. Аналогичные данные по РФ – 9,3 % и 5,8 % соответственно. Таким образом, данные по Ивановской области не свидетельствуют о том, что научный потенциал региона способствует росту его инновационного потенциала [1].

Решение поставленных задач и применение более совершенных механизмов в рамках региональной экономической политики обеспечит устойчивый экономический рост экономики регионов и экономики РФ на качественно новой долгосрочной основе.

Роль государства в процессе перехода на инновационный путь развития состоит в создании такого инвестиционно-инновационного климата в стране, когда развитие конкурентной среды будет формироваться на основе нововведений.

Библиографический список

1. *Денисова Т. А.* Инновационный потенциал региональной экономической системы // Научно-исследовательская деятельность в классическом университете: традиции и инновации: материалы Междунар. науч.-практ. фестиваля. Иваново, 2022. С. 256–262. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49584260&pf=1> (дата обращения: 02.11.2022).
2. *Николаев М. А., Махотаева М. Ю.* Методологические аспекты оценки эффективности инновационных кластеров // Вестник Псковского государственного

- университета. 2012. № 1. С. 48–59. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-aspekty-otsenki-effektivnosti-innovatsionnyh-klasterov> (дата обращения: 02.11.2022).
3. Об утверждении стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года: Постановление Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р.
 4. Об утверждении стратегии социально-экономического развития Ивановской области на период до 2025 г. (в ред. Постановлений Правительства Ивановской области от 31.03.2022 г. № 137-п, от 14.06.2022 г. № 263-п).
 5. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 г. (Москва, Минэкономразвития России, март 2013 г.).

Информация об авторе / Information about the author

ФОМИЧЕВ Александр Павлович – магистрант, кафедра экономической теории, экономики и предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, aleksandrfofomichev2016@mail.ru

FOMICHEV Alexander Pavlovich – Master's Student, Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, aleksandrfofomichev2016@mail.ru

МИКРОУРОВЕНЬ ОБЩЕСТВЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА

УДК 334.752

Ю. А. Антипина

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА АУТСОРСИНГА БУХГАЛТЕРСКИХ УСЛУГ

Аннотация. Аутсорсинг бухгалтерских услуг является устойчивой деловой практикой как в России, так и за рубежом, т. к. при правильной организации обеспечивает снижение финансовых затрат коммерческих организаций, более качественное ведение бухгалтерского учета, позволяет повысить результативность ведения бизнеса, за счет концентрации внимания на основных бизнес-процессах. Главный эффект от передачи бухгалтерского учета сторонней организации – экономический, и устойчивость факторов, его обеспечивающих, показывает, что их можно рассматривать в качестве факторов формирования тенденции роста числа компаний, работающих на рынке аутсорсинговых услуг. Но ключевыми субъектами, вовлеченными в оказание услуг в сфере учетных функций на условиях аутсорсинга, на российском рынке являются несколько крупных компаний.

В настоящей статье рассматривается вопрос о современных тенденциях развития рынка аутсорсинга бухгалтерских услуг в нашей стране. Выявляются факторы, определяющие устойчивое развитие этого сегмента финансовых услуг, а также факторы, которые являются источниками ряда проблем. В соответствии с анализом факторов формулируются практические направления развития российского рынка аутсорсинга бухгалтерских услуг, которые можно сгруппировать по содержанию как административные, организационные и технологические тенденции. В статье раскрыто их основное содержание.

Ключевые слова: аутсорсинг, аутсорсинг бухгалтерских услуг, бухгалтерский учет, тенденции, факторы развития.

Yu. A. Antipina

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ACCOUNTING OUTSOURCING MARKET

Abstract. Outsourcing of accounting services is a sustainable business practice both in Russia and abroad. if properly organized, it provides a reduction in the financial costs of commercial organizations, better accounting, allows you to increase the effectiveness of doing business, by focusing on the main business processes. The main effect of the transfer of accounting to a third party is economic, and the stability of the factors that provide it shows that they can be considered as factors in the formation of a growth trend in the number of companies operating in the outsourcing services market. But the key entities involved in the provision of services in the field of accounting functions on the terms of outsourcing in the Russian market are several large companies.

This article discusses the issue of current trends in the development of the market for outsourcing accounting services in our country. The factors that

determine the sustainable development of this segment of financial services, as well as the factors that are the sources of a number of problems, are identified. In accordance with the analysis of factors, practical directions for the development of the Russian market of outsourcing of accounting services are formulated, which can be grouped by content as administrative, organizational and technological trends. The article reveals their main content.

Key words: outsourcing, outsourcing of accounting services, accounting, trends, development factors.

Аутсорсинг, являясь следствием разделения труда, является фактором роста экономической эффективности деятельности хозяйствующих субъектов. Вследствие этого аутсорсинг является устойчивой деловой практикой как в России, так и за рубежом. Субъекты малого и среднего предпринимательства в целях минимизации финансовых затрат обращаются к внешним специалистам, вовлеченным в процесс оказания обозначенных выше финансовых услуг. По мнению экспертов, внедрение аутсорсинга благоприятно отражается на развитии и совершенствовании рынка бухгалтерских услуг.

Аутсорсинг бухгалтерских услуг действительно является одним из эффективных механизмов передачи непрофильных функций компании, в частности бухгалтерских процессов или отдельных функций бухгалтерии профессиональному поставщику данных услуг. Неуклонное развитие аутсорсинговой практики объясняется целым рядом преимуществ, среди которых в качестве основных выделяют следующие [4, с. 48; 7, с. 35]:

– экономия ресурсов – в основном стоимость услуг организации-аутсорсера меньше, чем затраты самого предприятия на выполнение этой функции. Это достигается за счет сокращения рабочих мест, экономии на зарплатах, налогах и социальных отчислениях. Также, расходы сокращаются за счет того, что организация-аутсорсер использует свое помещение, программное обеспечение, переобучение и повышение квалификации оплачивает также аутсорсер;

– повышение качества – аутсорсер специализируется только на оказании услуг в сфере бухгалтерского учета, она является его профильной и основной, т. е. организация-аутсорсер профессионально выполняет переданную ей функцию по проведению бухгалтерского учета;

– повышение гибкости предприятия-заказчика в случае изменения рыночной конъюнктуры, т. е. предприятие сможет быстрее подстраиваться под потребительские предпочтения или изменения законодательства;

– надежность предоставляемых услуг – по трудовому законодательству нельзя требовать выхода на работу сотрудника, который на больничном, но при передаче бизнес-процесса компания избавляет себя от этого риска, т. к. если заболел или не справился один сотрудник, то на замену просто приходит другой. Есть договор, в котором прописаны все обязанности и ответственность за их несоблюдение. Таким образом, компания застрахована от простоев в случае болезни или увольнения;

– повышение эффективности основной деятельности – после передачи функций компания сосредотачивается на основной деятельности, а ресурсы, которые были задействованы в переданных функциях, организация может перераспределить и инвестировать в профильную деятельность;

– получение доступа к технологиям более высокого уровня за счет сотрудничества и взаимодействия с аутсорсером, который имеет большой опыт работы в сфере оказания бухгалтерских услуг, владеет актуальной информацией об изменениях в нормативной базе по ведению бухгалтерского учёта;

– сокращение расходов на актуализацию знаний специалистов бухгалтерской службы предприятия, оплату их участия в программах профессионализации по направлению «Бухгалтерский учет», что в современных условиях при интенсивном обновлении информации по бухгалтерскому учету, налогообложению и законодательству для бухгалтера.

Таким образом, главный эффект от передачи бухгалтерского учета сторонней организации – экономический, и устойчивость факторов, его обеспечивающих, показывает, что их можно рассматривать в качестве факторов формирования тенденции роста числа компаний, работающих на рынке аутсорсинговых услуг. Бухгалтерский аутсорсинг наиболее успешно функционирует в следующих зарубежных странах [2]:

– Израиль – 95 % компаний, субъектов предпринимательства активно прибегают к бухгалтерскому аутсорсингу;

– США – 91 % бизнес-структур пользуются услугами компаний, оказывающих услуги в сфере бухгалтерского учета;

– Япония – 76 % юридических лиц и предпринимателей прибегают к бухгалтерскому аутсорсингу;

– Россия – 27 % участников, осуществляющих предпринимательскую и иную экономическую деятельность, используют услуги бухгалтерского аутсорсинга.

Изучим отличительные особенности развития российского рынка аутсорсинга бухгалтерских услуг.

В 2021 г. наибольшую долю данного рынка имеют услуги по ведению бухгалтерского и налогового учета. Недостаточная развитость сектора аутсорсинга по расчету заработной платы и кадровому учету обусловлена тем, что названные функции проще в реализации и реализуются соответствующими службами предприятий и организаций.

В России наблюдается постепенный рост доходов организаций от оказания специализированными компаниями бухгалтерских услуг, что благоприятно отражается на развитии и совершенствовании рынка аутсорсинга.

В 2021 г. наибольший вклад в формирование института аутсорсинга привнесли услуги в сфере бухгалтерского и налогового учета (см. рис.).

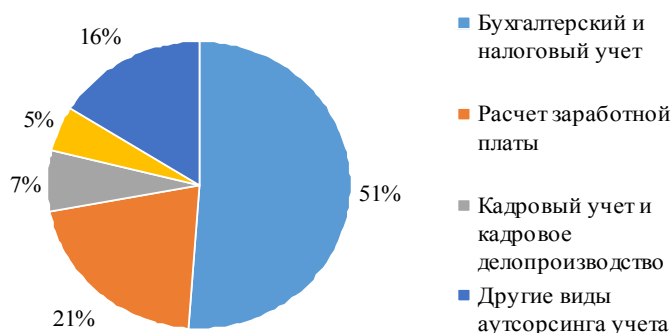


Рис. Структура рынка аутсорсинга бухгалтерских услуг [3]

По итогам рэнкинга крупнейшего в России рейтингового агентства RAEX (Эксперт РА) ключевыми субъектами, вовлеченными в оказание услуг в сфере учетных функций на условиях аутсорсинга, на российском рынке являются несколько крупных компаний [7]:

- «СберРешения», объем выручки в 2021 г. составил почти 2,3 млрд р.;
- «Северсталь – Центр Единого Сервиса», объем выручки в 2021 г. составил 1,4 млрд р.;
- UniconOutsourcing, объем выручки – 1,2 млрд р.;
- «Мое дело» с объемом выручки около 1 млрд р.

В течение 2018–2021 гг. выручка ключевых компаний рынка ежегодно возрастала (за некоторым исключением по данным за 2020 г.) [6].

Российский рынок аутсорсинговых услуг развивается в соответствии с общими изменениями в социально-экономической жизни общества, вследствие чего цифровизация и информатизация активно внедряются в сферу бухгалтерского аутсорсинга. В настоящее время общим вектором развития данного сегмента рынка является цифровизация, вследствие чего развивается автоматизация всего комплекса бухгалтерских услуг, хотя программные продукты в этой сфере деятельности отличаются достаточно высокой сложностью и требуют высокого качества программной инженерии. В связи с этим возникают новые перспективные задачи.

Для того, чтобы более обоснованно обозначить тенденции развития рынка аутсорсинга в ближайшем будущем важно обратить внимание на актуальные проблемы в данной сфере деятельности.

Основными недостатками аутсорсинга бухгалтерских услуг являются следующие:

- утрата конфиденциальности информации – в сторонней фирме сохранение коммерческой тайны невозможно проконтролировать, хотя в договоре аутсорсинга может быть пункт об ответственности за нарушение конфиденциальности;
- зависимость от внешних исполнителей снижение оперативности предоставления необходимой для управления предприятием информации;
- риск банкротства аутсорсера – приведет к невыполнению переданных функций и возникновению убытков у заказчика;

– снижение качества ведения бухгалтерского учёта, проблемы во взаимоотношениях с налоговыми органами при недобросовестной работе фирмы аутсорсера;

– недостаточно «проработанное» законодательство в сфере аутсорсинга.

Таким образом, развитие российского рынка аутсорсинговых услуг будет определяться рядом направлений административного, организационного и технологического содержания.

Во-первых, в целях усиления принципа законности и принципа открытости деятельности организаций-аутсорсеров планируется создать единый Реестр, в котором будут отражены такие данные как перечень компаний, оказывающих бухгалтерские услуги по аутсорсингу; перечень компаний, вошедших в топ лидеров, с указанием основных характеристик их организационной работы; перечень компаний, нарушивших российское законодательство в сфере бухгалтерского учета, не исполнивших обязанности по оказанию качественных услуг, распространивших сведения, являющиеся коммерческой тайной.

Во-вторых, для развития анализируемого сегмента рынка большое значение имеет разработка единой цифровой платформы, обеспечивающей: а) упрощение процесса практического взаимодействия юридических лиц, субъектов малого и среднего предпринимательства, являющихся получателями услуг, и компаниями, оказывающими бухгалтерские услуги; б) автоматизацию процесса сбора, систематизации и структурирования информации, необходимой для проведения бухгалтерского учета; в) осуществление контроля над процессом оказания услуг компании-аутсорсера.

В-третьих, функциональные возможности программного обеспечения, используемого в аутсорсинге бухгалтерских услуг, должны обеспечивать решение более широкого круга практических задач, в том числе автоматическое формирование базы данных, защиту передаваемых данных, автоматизацию всех вычислений, автоматическое заполнение форм отчетности, проверку правильности форм отчётности на основе счётного и логического методов, взаимоувязку показателей разных форм отчётности, формирование рабочих документов из базы данных бухгалтерского учета, защиту документов от искажения, анализ больших объемов данных и экономическую обоснованность формируемых выводов, обмен данными между специалистами аутсорсинговой компании в сетевом режиме, возможность выбора формата выводимых на печать документов.

Создания Единого реестра компаний, оказывающих услуги в сфере бухгалтерского учета, и Единой цифровой площадки позволит минимизировать риски передачи непрофильных функций компании, в частности бухгалтерских процессов или отдельных функций бухгалтерии профессиональному поставщику данных услуг.

В целом, российский рынок аутсорсинга бухгалтерских услуг будет расширяться и качественно совершенствоваться в реализации выполняемых функций, т. к. это соответствует тренду развития бизнеса в современном мире.

Библиографический список

1. *Алексанова Т. Н.* Бухгалтерские услуги на аутсорсинге // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. 2020. № 12. С. 137–141.

2. Аутсорсинг бухгалтерских услуг в России и зарубежных странах. URL: <http://www.cbo-perspektiva.ru> (дата обращения: 10.09.2022).
3. Аутсорсинг учетных функций 2022 года. URL: https://raex-rr.com/pro/b2b/outsourcing/reports_according_IFRS_rating/2022/analytics/outsourcing2022/ (дата обращения: 10.09.2022).
4. *Зубарева Е. В., Борисова Э. Н.* Перспективы аутсорсинга учетных процессов в российской практике // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики*. 2021. № 4. С. 47–54.
5. Рейтинг компаний в области аутсорсинга учетных функций: бухгалтерский и налоговый учет. URL: https://raex-rr.com/pro/b2b/outsourcing/accounting_and_tax_service_rating/2022/ (дата обращения: 10.09.2022).
6. Рейтинг крупнейших групп и компаний в области учетных функций. URL: https://raex-rr.com/pro/b2b/outsourcing/outsourcing_of_accounting_functions_rating/2022/ (дата обращения: 10.09.2022).
7. *Тагирова В. И.* Оценка потребностей малого бизнеса в аутсорсинге // *Экономика и управление: проблемы, решения*. 2022. Т. 2, № 5 (125). С. 34–40.

Информация об авторе / Information about the author

АНТИПИНА Юлия Александровна – магистрант, кафедра экономической теории, экономики и предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, julia10a@mail.ru

ANTIPINA Yulia Aleksandrovna – Master's student, Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, julia10a@mail.ru

УДК 004

Н. В. Балабанова, И. В. Курникова

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация. В данной статье рассматриваются система управления рисками в условиях реализации цифровой трансформации в организации. Выделены основные меры, способствующие предотвращению инновационных рисков. Выявлены основные тенденции в области изменения системы управления рисками в эпоху цифровизации.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровизация, цифровая экономика, риск, бизнес-процесс, риск-менеджмент.

N. V. Balabanova, I. V. Kurnikova

RISK MANAGEMENT IN THE ERA OF DIGITALIZATION

Abstract. This article discusses the risk management system in the context of the implementation of digital transformation in an organization. The main measures contributing to the prevention of innovation risks are identified. The main trends in the field of changing the risk management system in the era of digitalization are identified.

Key words: digital transformation, digitalization, digital economy, risk, business process, risk management.

Управление рисками (процесс управления рисками) – непрерывный процесс, который включает в себя несколько этапов: идентификацию, анализ, оценку и приоритизацию рисков, а также планирование и исполнение планов реагирования на риски, выработку и реализацию мероприятий по управлению рисками, контроль за исполнением планов, мероприятий и мониторинг (оценку) эффективности процесса управления рисками.

В контексте экономического кризиса ключевыми инструментами цифрового управления рисками выступают инструменты сбора и анализа больших данных, инструменты анализа и оценки, а также ИТ-архитектура системы управления рисками. В результате перехода большинства российских компаний в условиях пандемии на дистанционный формат работы разрозненные элементы корпоративной ИТ-архитектуры уже не могут обеспечить эффективную или действенную основу для выявления, анализа, оценки и управления цифровыми рисками [3].

Как выстроен процесс управления рисками в компании? В процессе управления рисками идет постоянное наблюдение за внутренними процессами компании и внешними воздействиями. При выявлении риска идет его дальнейший анализ и принимается решение по тому, какие действия необходимо предпринять, чтобы ущерб для компании в случае реализации риска оказался минимальным. После выполнения всех запланированных действий риск снова измеряется и происходит оценка эффективности действий по снижению риска.

Компаниям необходимо уделять огромное внимание процессу управления рисками по ряду причин. Первая – управление рисками повышает

вероятность достижения поставленных целей. Вторая – управление рисками повышает эффективность распределения ресурсов. И третья – управление рисками повышает инвестиционную привлекательность акционерную стоимость компании.

В 2018 году компания PWC проводила серию опросов на тему «Взгляд на риски». В опросе приняло участие 1500 руководителей в области управления рисками из 76 стран мира. В результате опроса были определены основные виды деятельности, влекущие за собой повышенные риски в инновационной деятельности компаний. Вне зависимости от вида деятельности, эксперты выделяют риски кибербезопасности, как наиболее опасные в инновационной деятельности компаний по внедрению цифровых технологий. Согласно ранее проведенным исследованиям PWC в области информационной безопасности было установлено, что компании плохо подготовлены к противодействию постоянно растущим и меняющимся угрозам нарушения кибербезопасности и конфиденциальности данных [5]. Возможно, именно поэтому угрозы нарушения кибербезопасности или конфиденциальности относят к категории самых быстрорастущих рисков, связанных с любым из рассмотренных направлений внедрения инноваций. Вне зависимости от того, идет ли речь о выходе на новые рынки, создании стратегических союзов или новых моделей сбыта, наибольшие опасения респондентов неизменно вызывают угрозы нарушения кибербезопасности.

Очевидно, что чем лучше компании подготовлены к такого рода инновационным рискам и способны быстро на них среагировать, тем более успешно будут внедрены новые цифровые решения в бизнес-процесс.

Таким образом, возрастает роль управления рисками в организациях. Вместе с тем, большинство руководителей риск-менеджмента крупных компаний считают, что не внедрение цифровых решений в бизнес-структуры компании влечет больший риск, чем внедрение, поскольку не принятие такого рода решения может обернуться компании большими потерями.

В ходе исследования были определены компании:

– «консерваторы» – те, кто не охотно внедряет цифровые решения, их служба риск-менеджмента еще не адаптировалась к инновационным изменениям;

– «новаторы» – те, кто уже успел внедрить несколько цифровых, не собираются останавливаться и уже изменили подходы в области управления инновационными рисками.

Основными мерами в области предотвращения инновационных рисков компании выделили:

– принятие риска;

– пересмотр риск-аппетита (риск-аппетит – это максимальный уровень риска, который организация готова принять в своем стремлении к достижению целевых показателей, до того момента как понадобится принимать меры по снижению риска);

– отсрочка реализации деятельности во избежание риска по итогам его оценки;

– снижение риска;

– пересмотр целей и стратегии;

– распределение риска.

Отличительными особенностями изменения архитектуры управления рисками компаний «новаторов» стали:

– высокий уровень вовлеченности на всех этапах внедрения инноваций;

- использование разнообразных стратегий (среди них чаще всего встречается распределение рисков и пересмотр риск-аппетитов);
- развитие новых навыков и способностей сотрудников, освоение новой методологии управления рисками;
- применение широкого набора механизмов и показателей, используемых для мониторинга и оценки эффективности программ управления рисками, а также внесения необходимых корректировок в соответствии с выявленными уязвимостями.

Отметим, что риск является неотъемлемой частью процесса цифровой трансформации. Экономический кризис, вызванный пандемией COVID-19, подтвердил обоснованность этого утверждения. Ускорение темпов внедрения цифровых технологий стало следствием перехода большинства российских компаний на удаленный формат работы. Управление рисками должно быть включено в цифровую трансформацию бизнес-процессов. Можно выделить несколько сфер управления рисками: безопасность данных; проактивное смягчение последствий и управление рисками, связанными с цифровой трансформацией бизнес-процессов; анализ надежности цифровых систем и инфраструктуры. Эти сферы должны органично быть интегрированы в структуру стратегии цифровой трансформации компании и, соответственно, должны быть поддержаны собственником и менеджерами компании [1].

Проактивное управление рисками становится приоритетным направлением деятельности организации по мере продвижения ее по пути цифровой трансформации. Это означает, что по мере того, как владелец и руководители повышают эффективность выявления и обеспечения реализации приоритетов в области безопасности, гибкость реагирования организации на изменения во внешней среде и операционную эффективность, они в большей степени способны осуществлять меры по снижению рисков в рамках системы управления организацией [2].

В ходе исследования также была проведена оценка эффективности риск-менеджмента компаний по управлению рисками, связанными с различными цифровыми решениями. Очевидна разница между уровнем подготовленности риск-менеджмента компаний «новаторов» по сравнению с компаниями «консерваторов». Если обратиться к исследованию KPMG, то можно провести аналогию с тем, что в наиболее крупных компаниях, которые активно внедряют различные цифровые технологии и выделяют значительные средства на инновационные проекты, имеют гораздо более подготовленную и эффективную систему риск-менеджмента. Таким образом, можно сделать вывод о том, что внедрение цифровых технологий влечет за собой изменение системы управления рисками в компаниях.

Риск-менеджмент неотъемлемая составляющая внедрения инноваций. Немаловажно то, в какой степени она способна влиять на бизнес-стратегию компании, принимая решение совместно с бизнес-подразделениями на этапе рассмотрения новых возможностей и одобрения либо запрета на дальнейшую реализацию инициативы.

В большинстве видов инновационной деятельности служба риск-менеджмента компаний «новаторов» оказывает значительное влияние (более 50 %) на стратегию развития компания в области внедрения цифровых решений. Таким образом, совместно с бизнес-подразделениями система оказывает влияние на стратегию в инновационной деятельности компании. Было

выявлено, что наибольшее внимание уделяется развитию навыков и компетенций сотрудников. Немало важную роль играет сотрудничество с другими бизнес-подразделениями компании. Примерно одинаковое внимание уделяется использованию инструментов в области непрерывной оценки рисков, их мониторинга и контроля. Также в компаниях используется постоянный пересмотр риск-аппетитов и использование новых технологий сбора данных в режиме реального времени для осуществления более качественного управления рисками инновационной деятельности компаний [4].

Оценить эффективность системы можно по ряду параметров:

наличие актуальной отчетности и информации по рискам для их учета при принятии бизнес-решений;

– достижение целей бизнеса;

– сопоставление совокупного профиля рисков компании с ее риск-аппетитом;

– улучшение основных финансовых показателей;

– увеличение или уменьшение количества замечаний по итогам проверок, проведенных регулирующими органами;

– увеличение или уменьшение количества недостатков, выявленных службой внутреннего аудита или внешним аудитором.

Также для оценки эффективности работы службы риск-менеджмента могут привлекаться внешние эксперты.

Таким образом, можно выявить следующие тенденции в области изменения системы управления рисками в эпоху цифровизации.

1. В компаниях, активно внедряющих цифровые решения в бизнес-процесс, система риск-менеджмента в большей степени успела адаптироваться и более эффективно способна управлять инновационными рисками, также в таких компаниях система управления рисками в большей степени влияет на бизнес-стратегию организации в области инноваций.

2. Регулярное вовлечение на всех этапах внедрения инноваций. Отличие от прежней системы управления рисками заключается в затраченном времени и характере участия в инновационной деятельности. В ходе реализации цифровых инноваций система риск-менеджмента в два раза чаще дает рекомендации относительно внедрения инновационных видов деятельности, чаще приостанавливает реализацию той или иной инициативы на основании оценки возникших рисков и предлагает альтернативный план действий с учетом рисков.

3. Применяется широкий спектр мер (4 и более) по предотвращению и минимизации рисков, используется метод экспертной поддержки, происходит постоянные пересмотр риск-аппетитов, осуществляется постоянный контроль ситуации на рынке, конкурентной среды.

4. Развитие новых навыков, компетенций и инструментов. Для наиболее успешной адаптации системы управления рисками в эпоху цифровизации, требуются новые навыки в управлении рисками, возникает необходимость использования более совершенных инструментов непрерывной оценки рисков, сбора информации в режиме реального времени.

5. Использование различных способов мониторинга и оценки эффективности УР. Оценка эффективности по различным критериям помогает руководителям, ответственным за управление рисками, улучшать работу в тех областях, где отмечаются недостатки или возможность их появления, что

позволяет высшему исполнительному руководству и совету директоров принимать оперативные решения о стратегических инициативах, а представителям бизнеса – устранять любые несоответствия риск-аппетиту в профиле рисков.

Библиографический список

1. Балабанова Н. В., Журавлев А. Ю. Исследование проблематики управления рисками цифровой трансформации бизнес-процессов // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2021. № 4. С. 20–26.
2. Балабанова Н. В., Курникова И. В. К вопросу о развитии риск-менеджмента на российских предприятиях // Устойчивое экономическое развитие: проблемы и перспективы: сб. науч. ст. по материалам Всерос. науч.-практ. конф. / под ред. Ю. Б. Бородиной. Новосибирск: НГУЭУ, 2022. С. 25–30.
3. Переславцева И. И. Управление рисками в условиях цифровой трансформации. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-riskami-v-usloviyah-tsifrovoy-transformatsii/viewer> (дата обращения: 14.10.2022).
4. Практичный и эффективный подход к управлению рисками. URL: <http://www.pmtoday.ru> (дата обращения: 14.10.2022).
5. Разумное управление рисками в цифровой трансформации. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/risk-study.html> (дата обращения: 16.10.2022).

Информация об авторах / Information about the authors

БАЛАБАНОВА Наталья Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории, экономики и предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, nvbalabanova@mail.ru

BALABANOVA Natalia Vladimirovna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, nvbalabanova@mail.ru

КУРНИКОВА Ирина Валерьевна – кандидат экономических наук, доцент, директор института социально-экономических наук, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, kurnik@mail.ru

KURNIKOVA Irina Valeryevna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Director of the Institute of Socio-Economic Sciences, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, kurnik@mail.ru

УДК 338.242

А. С. Голубев

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ДИАГНОСТИКЕ ПРИЧИН СОПРОТИВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИМ ИЗМЕНЕНИЯМ

Аннотация. В статье рассматриваются основные группы факторов, обуславливающих причины возникновения сопротивления организационно-управленческим изменениям на предприятии. Установлено разграничение влияния внешних и внутренних факторов с акцентом на причины, зарождающиеся на самом предприятии, т. к. они обладают наибольшей силой, вследствие чего возникает сопротивление. Отмечена актуальность регулирования факторов по различным направлениям на разных стадиях жизненного цикла организации в условиях внедрения инноваций. Дана характеристика структурным, культурным, экономическим, информационным, технико-технологическим и личностным причинам сопротивления изменениям. Рассмотрены способы диагностики данных направлений для заблаговременного определения наиболее уязвимых сфер и направлений. Отмечена необходимость проведения мероприятий по развитию лидерских качеств у руководителей и специалистов различного уровня, направленных на успешное внедрение инноваций и преодоление сопротивления со стороны различных категорий и групп работников предприятия.

Ключевые слова: сопротивление изменениям, инновационный менеджмент, организационное поведение, организационная структура, организационная культура, причины сопротивления.

А. S. Golubev

SYSTEMIC APPROACH TO THE DIAGNOSIS OF THE REASONS FOR RESISTANCE TO ORGANIZATIONAL AND MANAGEMENT CHANGES

Abstract. The article discusses the main categories of factors that determine the causes of resistance to organizational and managerial changes in the enterprise. A distinction has been made between the influence of external and internal factors with an emphasis on the causes that arise in the enterprise itself, since they have the greatest strength, as a result of which resistance arises. The relevance of regulation of factors in various areas at different stages of the life cycle of an organization in the context of innovation is noted. Structural, cultural, economic, economic, informational, technical-technological and personal reasons are described. Methods for diagnosing these areas for early identification of the most vulnerable areas and areas are considered. The necessity of carrying out activities for the development of leadership qualities among managers and specialists of various levels, aimed at the successful implementation of innovations and overcoming resistance from various categories and groups of employees of the enterprise, was noted.

Key words: resistance to change, innovation management, organizational behavior, organizational structure, organizational culture, causes of resistance.

В условиях постоянно изменяющейся внешней среды, ключевое значение для повышения эффективности компании приобретает вопрос адаптации предприятия, его приспособляемости и соответствия уровню научно-технического процесса. Внедрение технико-технологических инноваций может быть полезным и эффективным лишь в случае гармонии с уровнем организационно-управленческой системы, изменения в которой являются неотъемлемым.

На всех стадиях жизненного цикла организации важным и неотъемлемым процессом является обновление и преобразование той или иной подсистемы, основой которого выступает внедрение инноваций и организационный процесс. В современных условиях компаниям необходимо наиболее безболезненно адаптироваться к новшествам с целью повышения своей конкурентоспособности. В связи с этим возникает снижение производительности, вовлеченности персонала в трудовую деятельность, обусловленное теми или иными негативными ожиданиями. Перед менеджерами появляется задача в преодолении этого сопротивления.

Сопротивление принимает различные формы в зависимости от отношения и поведения персонала. В зависимости от того, выражается ли сопротивление явно или скрыто, осознанно или неосознанно. Таким образом, с учетом уровня участия следует дифференцировать между принимающим решения участником, т. е. заинтересованной стороной и лицом, кого эти изменения затрагивают непосредственно. В качестве дополнительного критерия следует учитывать, какую роль играет конкретный работник (или группа работников) в процессе внедрения изменений.

В научной литературе активно анализируется инновационное поведение и типы его участников, т. е. персонала. Так, В. Н. Еремин выделяет несколько ролей, встречающихся среди работников предприятия в процессе внедрения инноваций: инноваторы, энтузиасты, сторонники нововведений, колеблющиеся по отношению к нововведениям, нейтралы, скептики и консервативно относящиеся к нововведениям [1, с. 263]. Работники могут порождать скрытое или открытое, активное или пассивное сопротивление изменениям по целому ряду причин. Постараемся систематизировать эти причины и выделить среди них основные группы.

В организации работы предприятия, такие факторы как инициатива, принятие ответственности и готовность к сотрудничеству выступают важными предпосылками преодоления сопротивления появляющимся изменениям. Однако, факторы, сдерживающие инициативу работников, ведущие к повышению пассивности организационной культуры компании могут приводить к недостаточной готовности к изменениям, вследствие чего возникает сопротивление.

На систему сопротивляемости предприятия непосредственное влияние оказывают как внешние, так и внутренние факторы. Отметим, что к внешним следует отнести взаимодействие с финансовыми партнерами (увеличение кредиторской задолженности, появление возможности банкротства в кризисное для компании время и т. п.), влияние государственных законодательных институтов (издание нормативно-правовых актов), влияние деловых сообществ, влияние рынка трудовых ресурсов, информационное давление со стороны средств массовой информации и иные факторы [4, с. 212].

Если рассматривать внутренние факторы, то здесь следует выделить несколько групп, выступающих предпосылками появления сопротивления внедряемым изменениям.

Первая группа, которую можно выделить – это структурные причины. Возникает непосредственное влияние типа организационной структуры предприятия, которая может быть недостаточно гибкой. Через этот инструмент происходит распределение полномочий, дифференциация поставленных задач, важнейшие процессы координации. В данной ситуации возникает риск того, что деятельность приобретает конвергентную форму и изменения, внедряемые в организацию, начинают блокироваться изначально, т. к. выходят за пределы регулируемых областей. Формальная организационная структура, построенная на линейно-функциональном принципе, может порождать проблему организационного эгоизма, что сокращает готовность работников различных групп к сотрудничеству и инновациям.

Вторая группа – культурные причины. Здесь следует отметить влияние типа организационной культуры, сформированной на предприятии, сочетаемость субкультур, аспекты организационного поведения. Организационная культура компании выступает важнейшим инструментом реализации инновационной стратегии в том случае, если является активной. Организация, организационная культура которой является активной, всегда ориентирована на развитие и повышение эффективности деятельности.

В. И. Куликов определяет активную организационную культуру как культуру формирования активности, обеспечивающей повышение результативности деятельности организации [2, с. 479]. Так, активная организационная культура является важным фактором сокращения сопротивления организационно-управленческим изменениям. В компаниях, которые имеют активную культуру, внедрение инновационных преобразований, как правило, находит поддержку со стороны персонала, не встречая сильного внутреннего сопротивления.

Но как управлять уровнем активности организационной культуры? Особенно остро встает этот вопрос в условиях длительного функционирования предприятия. Регулирование уровня активности организационной культуры является перспективным инструментом менеджмента. Проводится анализ через противопоставление ценностей активной и ценностей пассивной организационной культуры по ряду сфер формирования данных ценностей: личностные психологические качества работника, производственные условия предприятия, результаты производственной деятельности. По каждому из направлений проводится парный анализ приоритетных ценностей, присущих той или иной культуре, строится профиль, на основании которого формулируются выводы и предлагаются мероприятия по регулированию.

Какие конкретные мероприятия необходимо проводить менеджеру для повышения активности культуры предприятия и сокращения сопротивления инновационным процессам? Среди мероприятий, направленных на решение данной проблемы, можно выделить: обучение и повышение квалификации сотрудников, преодоление информационных барьеров, привлечение различных групп персонала к участию в реализации проекта, стимулирование кадров различными инструментами поддержки, кадровые назначения и перестановки. Формирование активной организационной культуры, направленной на внедрение инноваций, предполагает постепенное вытеснение пассивных черт, а также негативно активных культур из системы предприятия. Данная группа причин

возникновения сопротивления организационно-управленческим изменениям неразрывно связана с предыдущей и является взаимодополняющей.

Среди причин возникновения сопротивления организационно-управленческим изменениям можно выделить группу экономических факторов. В первую очередь, сюда относятся финансовые, социально-экономические, организационно-экономические элементы. Процесс внедрения инноваций может непосредственно влиять на форму оплаты труда работников, а недостаточное финансирование инновационных процессов снижает эффективность инновационной деятельности и может навредить результатам экономической деятельности предприятия. В компании может возникнуть проблема дисбаланса и несогласованности подразделений основного производства с бухгалтерией и планово-экономическим отделом по вопросам планирования и распределения финансовых ресурсов. Это порождает проблему рассогласованности целей, децентрализует организационную структуру, а, следовательно, снижает эффективность деятельности и конкурентоспособность фирмы, что в современных условиях может привести к банкротству предприятия.

На систему данных факторов непосредственное влияние так же оказывает уровень активности организационной культуры предприятия. Избежать обострения негативного влияния данных элементов можно с помощью мер, направленных на регулирование и совершенствование организационной культуры компании.

Перейдем к рассмотрению следующей группы факторов, влияющих на сопротивление организационно-управленческим изменениям – информационной. В ряде ситуаций на предприятии могут возникать барьеры, связанные либо с перегрузкой информацией, либо с ее нехваткой. В современных условиях, роль информации во всех сферах общественного воспроизводства велика. Массивы информации, поступающей в организацию, должны быть грамотно и рационально распределены, что является значительной нагрузкой на структурные звенья, подразделения, службы.

Распределение полномочий, делегирование конкретных задач регламентируется организационной структурой компании, а, следовательно, информационная нагрузка должна учитываться при формировании оптимальной структуры. В условиях внедрения изменений данная структура должна быть наиболее гибкой, т. к. массивы и потоки данных дифференцируются в инновационном процессе, постоянно дополняются и могут требовать новых ресурсов. Менеджмент предприятия должен минимизировать риски возникновения информационных барьеров с помощью делегирования полномочий.

Следующая группа причин, обуславливающих возникновение сопротивления изменениям – технико-технологические факторы. Предприятие, в котором ведется активное внедрение как технико-технологических, так и организационно-управленческих изменений должно не только соответствовать уровню материально-технического оснащения, но и обеспечивать постоянное совершенствование всех элементов производственной цепочки, актуальное на сегодняшний день с учетом анализа как отечественных, так и зарубежных конкурентов, научно-технического прогресса, ведущих игроков рынка в данной отрасли. Предприятие должно регулярно проводить мероприятия, направленные на сокращение рисков, связанных с недостатком мощностей и ресурсов технико-технологического процесса для повышения степени готовности и способности к эффективному внедрению инноваций.

Следующая категория причин – это личностные факторы. Проблема влияния индивидуальных характеристик работника на инновационный процесс раскрыта в литературе по менеджменту. А. С. Лифшиц наряду с демографическими особенностями персонала отмечает инертность работников, страх определенных последствий инновационного процесса, отсутствие доверия к менеджерам различного уровня (проблема лидерства) [3, с. 233]. К демографическим характеристикам относятся пол, возраст, образование, уровень квалификации.

Например, молодые сотрудники значительно проще относятся к различным изменениям на предприятии. Уровень образования может влиять на отношение к инновациям благодаря пониманию целей и необходимости данного нововведения, в то же время, может способствовать возникновению барьера из-за критического отношения. Данную проблему помогают минимизировать мероприятия, направленные на развитие лидерских качеств, проводимые для руководителей и специалистов различного уровня.

Таким образом, все группы факторов, которые были рассмотрены, взаимосвязаны между собой и являются неотъемлемыми частями инновационного менеджмента. Для принятия эффективных управленческих решений в области нововведений минимизация таких рисков является обязательной составляющей и должна проводиться в рамках как стратегического, так и оперативного управления.

Основными инструментами регулирования процесса сопротивления организационно-управленческим изменениям в компании выступает оптимизация организационной структуры, направленная на повышение гибкости через выделение новых звеньев: подразделений, рабочих групп, а так же делегирование полномочий, назначение ответственных за весь цикл внедрения инноваций. Это необходимо для успешной реализации инновационного процесса, второй составляющей выступают мероприятия, направленные на регулирование и повышение активности организационной культуры предприятия.

Библиографический список

1. *Еремин В. Н.* Теория менеджмента: организационное поведение: учеб. пособие. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2018. 392 с.
2. *Куликов В. И.* Регулирование производственной активности организации: монография. М.: Наука, 2004. 624 с.
3. *Лифшиц А. С.* Управленческие решения: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2015. 244 с.
4. *Яцура А. Д., Цветочкина И. А.* Методы преодоления сопротивления изменениям в организации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 3-2 (61). С. 212–215.

Информация об авторе / Information about the author

ГОЛУБЕВ Александр Сергеевич – аспирант кафедры менеджмента, направление 38.06.01 «Экономика и управление», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, golubewalex@bk.ru

GOLUBEV Alexander Sergeevich – Post-graduate student of the Department of Management, direction 38.06.01 «Economics and Management», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, golubewalex@bk.ru

УДК 338. 242

Д. Ю. Ильин

О РОСТЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация. В статье раскрываются возможные конкурентные преимущества (конкурентная сила) и конкурентные слабости предприятий розничной торговли при реализации принципа минимизации дублирования параметров, в результате чего удастся представить направления и факторы роста конкурентоспособности предприятия розничной торговли (сети ритейла) как взаимосвязанные и взаимообусловленные, т. е. как систему. Данная система учитывает реалии цифровой трансформации предприятий и организаций розничной торговли. Определены ограничения для развития ритейла в городе Иваново. Приведены примеры межформатной и ассортиментной конкуренции предприятий розничной торговли. Предложено расширение используемых форматов сети «Кенгуру» за счет специализации ряда магазинов на продаже широкого и глубокого ассортимента инструментов. Дан ряд других предложений по привлечению новых покупателей (особенно оптовых клиентов) и повышению степени лояльности реальных клиентов группы компаний «Кенгуру».

Ключевые слова: конкурентные преимущества, омниканальность, межформатная конкуренция, ассортиментная конкуренция, лояльность потребителей.

D. Yu. Ilyin

ON THE GROWTH OF THE COMPETITIVENESS OF THE NETWORK OF RETAIL TRADE ENTERPRISES

Abstract. The article reveals the possible competitive advantages (competitive strength) and competitive weaknesses of retailers when implementing the principle of minimizing the duplication of parameters. As a result of which it is possible to present the directions and factors of growth in the competitiveness of a retailer (retail chain) as interrelated and interdependent, i. e. as system. This system takes into account the realities of digital transformation of enterprises and retail organizations. Restrictions for the development of retail in the city of Ivanovo have been determined. Examples of interformat and assortment competition of retailers are given. It is proposed to expand the used formats of the network «Kenguru» due to the specialization of a number of stores in the sale of a wide and deep range of tools. A number of other proposals were given to attract new customers (especially wholesale customers) and increase the degree of loyalty of real customers of group of companies «Kenguru».

Key words: competitive advantages, omnichannel, cross-format competition, assortment competition, consumer loyalty.

В условиях острой конкурентной борьбы формирование и реализация конкурентных преимуществ является условием не только развития, но и выживания предприятий розничной торговли.

М. Портер подчеркивал, что «термины «конкурентное преимущество» и «устойчивость конкурентных преимуществ» употребляются на каждом

шагу» [3, с. 16]. При этом следует различать конкурентные преимущества и конкурентоспособность предприятия (организации). М. Портер предостерегал от одномерного подхода к конкурентным преимуществам. «В большинстве более ранних работ в этой области содержатся указания на то, что преимущества создаются за счет масштаба компании или доли рынка. Очевидно, что это – чрезмерное упрощение: масштаб компании или доля рынка могут быть важнее, чем факторы издержек или дифференциации, лишь в некоторых областях бизнеса. Более того, часто фирмы небольшого и среднего размера успешнее работают на рынке, чем крупные компании. Наконец, даже тогда, когда размер компании или доля рынка определяют ее успех, они часто оказываются лишь следствием конкурентных преимуществ, а вовсе не причиной» [3, с. 17].

А. И. Пригожин называет комплекс критериев конкурентных преимуществ и конкурентных слабостей компаний. В их число входят разнообразие, комплексность ассортимента, качество персонала, доля рынка и динамика доли рынка, качество товара, цена, уровень технологии, оборудования, разнообразие и развитость сбытовых каналов, проактивность, качество рекламы, надежность поставок, наличие сервиса, дополнительных услуг, репутация, производительность труда [4, с. 462]. Очевидно дублирование критериев конкурентных преимуществ (слабостей). Производительность труда, надежность поставок, разнообразие и развитость сбытовых каналов влияют на затраты предприятия и соответственно на цены товаров (услуг). Проявление проактивности – самое широкое (практически по всем названным областям конкурентных преимуществ). Возникает проблема дублирования критериев. Строго говоря, дублирование может быть обнаружено и в сочетании критериев уровень технологии, оборудования и качество персонала, цен на товары и качества товаров с одной стороны, и репутации предприятия, с другой стороны. Эти же критерии могут пересекаться с критериями доли рынка и динамики рынка. Самостоятельное присутствие вышеназванных критериев обоснованно только если рассматривать качество персонала, уровень технологий и оборудования, надежность поставок, разнообразие и развитость сбытовых каналов, наличие сервиса и дополнительных услуг как факторы обеспечения достойной репутации предприятия. В силу этого наличие отдельного критерия «репутация предприятия» неоправданно. Критерии «цены товаров» и «качество товаров» автономны при условии, что во внимание при анализе конкурентных преимуществ принимаются прогнозные цены и качество товаров, отличные от базисных цен и качества, повлиявших на фактические доли на рынке предприятия и ее динамику.

Вместе с тем, как отмечал Г. Хэмел в предисловии к монографии С. Келлера и К. Прайса «Больше, чем эффективность: Как самые успешные компании сохраняют лидерство на рынке», «сегодня все большую роль играют не конкурентные преимущества в конкретный период времени, а эволюционные преимущества организации. Проблема в том, что большинство руководителей знают, как создать организацию, отлично справляющуюся со своими задачами на коротком отрезке времени, но вот ответ на вопрос, как построить бизнес, который сможет уверенно приумножать доходы в долгосрочной перспективе, получить гораздо сложнее» [2, с. 9].

Конкурентные преимущества имеют отраслевые особенности. Следует согласиться с М. Ю. Тверским в том, что тремя китами торговли являются

ассортимент, интерфейс и логистика [6, с. 55]. «Интерфейс – это некий протокол, формализованный свод правил стыковки двух (или нескольких) систем, платформа для взаимодействия... Весь комплекс коммуникаций торгового оператора и есть интерфейс в классическом его проявлении» [6, с. 62]. М. Ю. Тверской выделяет две группы элементов интерфейса – часть предложенной продавцом ценности и как он рассказывает о нем потенциальному покупателю с помощью уникального торгового предложения. В интерфейс физического розничного магазина входят месторасположение магазина, размер его торговой площади, внутренний дизайн помещения магазина и его состояние, принципы внутреннего устройства магазина, включая применяемые методы мерчандайзинга, принципы общения продавцов с покупателями, методы ценообразования, модель рекламы и продвижения магазина [6, с. 35, 63–64].

Важнейшим конкурентным преимуществом являются конкурентоспособные цены с учетом формата магазина. Супермаркет не может быть таким же дешевым, как дискаунтер. Коммерческий директор «Перекрестка» Д. Медведев утверждает, что «в «Перекрестке» начали ориентироваться на понятие «справедливой» цены. Они не будут такими низкими, как в «Магните» или в «Ашане», они будут чуть выше. Но мы будем пытаться сделать так, чтобы клиент чувствовал: эту премию он платит за дело, за какой-то сервис, за то, что магазин выглядит лучше, за то, что в нем есть другой ассортимент, лучше обслуживание, меньше очередей» [1, с. 230–231].

В цифровой экономике важен переход от многоканальной к омниканальной торговле, когда используется вся возможная комбинация каналов продаж и коммуникаций с покупателями. Г. Ричардс и С. Гринстед обращают внимание на то, что «когда все имеющиеся каналы используются для организации продаж в единообразном фирменном ключе, это может способствовать повышению эффективности... Рост продаж при использовании омниканальной схемы обусловлен простотой доступа для потребителей, возможностью сделать более взвешенный выбор и расширенным спектром услуг, предлагаемых покупателям. Наличие информации о запасах во всех каналах и возможность выбрать наиболее экономически эффективное место отгрузки (распределительный центр, центр комплектации заказов, магазин, склад поставщика) повышает эффективность и способствует сохранению рентабельности» [5, с. 253].

Компания «Кенгуру» представляет из себя предприятие оптовой и розничной торговли, с соответствующей структурой.

Каналы продаж разделяются на розничные (офлайн-магазины, интернет-магазин) и оптовые (офлайн, магазин оптового клиента онлайн).

Ассортимент компании представлен широким перечнем категорий товаров для дома, ремонта и сада и включает в себя примерно 60 000 SKU. SKU (аббр. англ. *stock keeping unit* «единица складского учёта») – устоявшийся международный термин, обозначающий идентификатор товарной позиции (артикул), единицу учёта запасов, используемый на предприятии для формирования статистики по реализованным товарам/услугам.

К сожалению, в г. Иваново наблюдается крайне неблагоприятная обстановка для развития сферы ритейла:

1) низкие доходы населения (в среднем белая зарплата в городе Иваново не превышает 30 000 р.);

2) непропорционально заработной плате высокие цены на товары и услуги;

3) высокие процентные ставки по кредитам, что делает в принципе невозможным осуществление какой-либо предпринимательской деятельности с нуля;

4) отсутствие поддержки малого и среднего бизнеса со стороны государства;

5) усиление налоговой нагрузки.

Компания работает только с проверенными поставщиками, придерживается стратегии «win-win» (взаимовыгодное сотрудничество). Собственных торговых марок у компании нет.

Говоря о конкурентах, следует упомянуть межформатную и ассортиментную конкуренцию.

Яркий пример межформатной конкуренции – «Кенгуру» и «Леруа Мерлен». Масштабы торговой площади и продаж разные, но сегмент один и тот же.

По ассортименту «Кенгуру» способен конкурировать с «Пятерочкой» и «Магнитом» по товарной номенклатуре «бытовая химия», «элементы питания» и др.

В «Кенгуру» имеется свой собственный грузовой и легковой автопарк, причем часть автопарка сдается в аренду, за счет чего формируется дополнительный источник прибыли.

Рассмотрим возможности формирования дополнительных конкурентных преимуществ группы компаний (ГКК) «Кенгуру».

В сети «Кенгуру» возможно добавление нового формата для ряда магазинов. Новый формат магазина, как комплексное торговое предложение – специализированный магазин «Кенгуру» по продаже какой-то одной товарной группы.

Слоган под логотипом компании «Кенгуру» можно придумать такой: «Это все тот же Кенгуру, но в этот раз мы сделали акцент на инструменте, чтобы еще больше радовать Вас нашими уникальными предложениями».

Например, это может быть инструмент (от отверток и гаечных ключей до мотоблоков и снегоуборочных машин). Это позволит сделать ассортимент узким, но глубоко проработанным. Надо смотреть правде в глаза: Кенгуру не способен полноценно конкурировать с ключевыми игроками рынка «Сварыч», «Все инструменты» и «Бигам» по профессиональному инструменту.

Данная мера позволит ГКК «Кенгуру» конкурировать с другими торговыми сетями сразу в 3-х форматах (гипермаркет, магазин «у дома» и специализированный магазин), что позволит сделать анализируемого торгового оператора уникальным в своем роде.

Данная деятельность несет, естественно, риски. Но чтобы минимизировать их, следует пробовать продвигать данный формат в более успешных регионах, таких как Москва, Московская область и Ярославль. Перед запуском такого формата следует запустить рекламу по радио, чтобы проинформировать потенциальных покупателей о готовящемся открытии магазина. Да, стоимость аренды будет высокой, но и спрос в этих городах намного выше, чем, к примеру, в Иваново, что позволит в короткий промежуток времени окупить все затраты торгового оператора. В противном случае, если плохо пойдут продажи, можно в дальнейшем переоборудовать данный магазин под формат магазина «у дома».

В рамках реализации конкурентных преимуществ компании в области программы лояльности можно немного видоизменить принцип работы карт лояльности. На данный момент, карта «Кенгуру» является одновременно и дисконтной и бонусной.

На мой взгляд, логика российского покупателя такова, что лучше иметь «синицу в руке, чем журавля в небе». Иными словами, лучше при покупке какого-либо товара иметь фиксированную скидку по карте, чем копить баллы, которые потом могут сгореть. А покупатель об этом даже не узнает. Поэтому могу предложить переход от дисконтно-бонусной системы к дисконтной системе с разными статусами владения (см. табл.).

Новая программа лояльности «Кенгуру»

| Статус карты лояльности | Номинал перехода на другой уровень в общем объеме покупок на 1 человека (р.) | Размер скидки (приблизительный) | Что карта дает покупателю кроме скидки |
|-------------------------|--|---------------------------------|--|
| Бронзовый | 0–40 000 | 4 % | <ul style="list-style-type: none"> – подписка на новости ритейлера по проводимым акциям, спецпредложениям; – поздравление с днем рождения и другими праздниками; – доступ к личному кабинету на сайте; – информирование о «черной пятнице» |
| Серебряный | 40 000–90 000 | 12 % | <ul style="list-style-type: none"> – все вышеперечисленное; – рассылка промокодов и секретных скидок по СМС и электронной почте; – информирование о наличии ограниченной партии товара (годных остатков) по привлекательной цене; – информирование о закрытых распродажах, продаже брачного товара с большой скидкой |
| Золотой | 90 000–150 000 | 20 % | <ul style="list-style-type: none"> – все вышеперечисленное; – бесплатное участие в жизни компании (встречи с представителями компании в рамках Ютуб-проекта, на лекциях и других занятиях, например, разбор ситуаций в корпоративном университете «Кенгуру»); – возможность внесения идей и предложений в развитие фирмы |
| Платиновый | 150 000 и более | 25 % | <ul style="list-style-type: none"> – все вышеперечисленное; – открытый диалог с собственником фирмы в рамках бизнес-завтрака |

Также могут быть предложены другие меры по улучшению положения компании:

а) подарочные карты. В Кенгуру можно приобрести карты номиналом 500, 1000 и 3000 р. По опыту сетей «Лента» и «ДНС», можно не ограничивать номинал карт лояльности. Это позволит покупателям более точно планировать свой бюджет и выбирать тот номинал, который им необходим. Это повысит объем реализации подарочных карт;

б) нужно развивать Ютуб-канал. По моим сведениям последнее видео было выложено на канале 3 месяца назад, причем это очень короткие видео, носящие в основном образовательный характер. Примечательная идея YouTube – развлекательный контент и видео длительностью не больше 45 минут.

Так почему бы Кенгуру не начать развивать данный формат интервью продолжительностью от 30 минут до 1 часа? На встречи можно приглашать оптовых покупателей и обсуждать с ними актуальные тренды современного ритейла, тем самым развивать Ютуб – канал, который сейчас насчитывает всего 599 человек!

Формат интервью несложный, главное – умело подобрать актуальные вопросы собеседнику и «раскрутить» беседу в позитивном ключе.

Сценарий можно построить примерно таким образом:

1) представление, знакомство собеседников, приглашенный гость вкратце рассказывает о себе;

2) приглашенный гость рассказывает, почему ему нравится посещать магазины, о главных конкурентных преимуществах «Кенгуру» перед другими игроками рынка;

3) приглашенный гость рассказывает, как «Кенгуру» оказывает влияние на деятельность его организации (если это юридическое лицо);

4) разговор на тему мирового и российского ритейла, о ключевых тенденциях мирового рынка;

5) завершение беседы, прощание.

Это мероприятие повысит узнаваемость «Кенгуру» в российском обществе, тем самым вырастет число подписчиков в социальных сетях. Полагаю, это благоприятно отразится на прибыли компании.

Библиографический список

1. *Аронов Н. В.* Цивилизация X5. От магазинов без товаров до магазинов без продавцов. Как «Перекресток» и «Пятерочка» изменили российскую торговлю. М.: АСТ, 2021. 336 с.
2. *Келлер С., Прайс К.* Больше, чем эффективность: Как самые успешные компании сохраняют лидерство на рынке: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2018. 409 с.
3. *Портер М.* Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2017. 716 с.
4. *Пригожин А. И.* Методы развития организаций: Организации: природа (цели, стадии развития, патологии). Профессия консультанта по управлению. Организационная диагностика. Методы выработки решений. Управленческое консультирование нововведений. Изд. 2-е, перераб. и доп. М.: ЛЕНАНД, 2017. 848 с.
5. *Ричардс Г., Гринстед С.* Инструментарий логистики и управления цепями поставок: Более 100 инструментов для управления цепями поставок, транспортом, складированием и запасами: пер. с англ. М.: Интеллектуальная литература, 2020. 376 с.

6. *Тверской М. Ю.* Retailing для русскоговорящих: управление предприятием розничной торговли. СПб.: Питер, 2022. 480 с.

Информация об авторе / Information about the author

ИЛЬИН Даниил Юрьевич – магистрант 2 курса направления 38.04.02 «Менеджмент», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, idy.1999@mail.ru

ILYIN Daniil Yurievich – 2nd year Graduate student of the direction 38.04.02 «Management», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, idy.1999@mail.ru

УДК 338. 242

А. А. Киселева

КАЧЕСТВО ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ И КАЧЕСТВО ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИИ ПЕДАГОГОВ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ

Аннотация. В статье раскрыты методологические и методические основы измерения и оценки качества трудовой жизни сотрудников современных организаций, представлены результаты адаптации методики измерения качества трудовой жизни, разработанной А. С. Лифшицем, применительно к труду педагогов общеобразовательной школы. Апробация адаптированной методики выявила наиболее значимые проблемы в сфере качества трудовой жизни учителей средней школы № 62 г. Иванова. К ним относятся: восприятие оплаты труда как несправедливой и не соответствующей представлениям о достойном ее уровне, предельная загруженность педагогов, авральный и цейтнотный характер их труда. Вместе с тем большинство педагогов уверено в гарантиях сохранения рабочего места и перспективах работы в школе. Однако сила мотивации и устойчивость мотивации к выполнению индивидуального плана педагога находятся на низком и среднем уровне, что препятствует росту творческого потенциала учителей и невысокой степени его использования, пассивности педагогов, в т. ч. и при возникновении конфликтных ситуаций. В конфликтных ситуациях преобладают стратегии компромисса и ухода от конфликтов при слабой ориентации на сотрудничество. В результате нельзя констатировать высокое качество не только трудовой мотивации, но и качества трудовой жизни.

Ключевые слова: качество трудовой жизни, качество мотивации к труду, интегральный показатель качества трудовой жизни, ограничения роста качества трудовой жизни, поведение педагогов в конфликтных ситуациях.

А. А. Kiseleva

THE QUALITY OF WORKING LIFE AND THE QUALITY OF WORK MOTIVATION OF SECONDARY SCHOOL TEACHERS

Abstract. The article reveals the methodological and methodological foundations for measuring and evaluating the quality of working life of employees of modern organizations, presents the results of adapting the methodology for measuring the quality of working life, developed by A. S. Lifshits, in relation to the work of teachers of a general education school. Approbation of the adapted methodology revealed the most significant problems in the field of the quality of working life of teachers in secondary school № 62 in Ivanovo. These include: the perception of remuneration as unfair and inconsistent with ideas about its worthy level, the maximum workload of teachers, the emergency and time pressure nature of their work. At the same time, the majority of teachers are confident in the guarantees of job retention and the prospects of working at school. However, the strength of motivation and the stability of motivation to fulfill the individual plan of the teachers are at a low and medium level, which prevents the growth of the creative potential of teachers and the low degree of its use, the passivity of teachers, including in the event of

conflict situations. In conflict situations, strategies of compromise and avoidance of conflicts prevail with a weak orientation towards cooperation. As a result, it is impossible to state the high quality of not only labor motivation, but also the quality of working life.

Key words: quality of working life, quality of motivation to work, integral indicator of the quality of working life, restrictions on the growth of the quality of working life, behavior of teachers in conflict situations.

Измерение качества трудовой жизни имеет принципиальное значение для анализа, прогнозирования и управления организационным поведением сотрудников. В то же время повышение качества трудовой жизни должно рассматриваться как важная социально-экономическая цель организации.

Концепция качества трудовой жизни зародилась в 70-е гг. 20 в., и была ответом на мотивационный кризис. Мотивационный кризис был вызван отчуждением труда сотрудников. Отчуждение труда состояло в отдаленности рядовых сотрудников от центров принятия решений, невозможности влиять на устранение ключевых проблем выживания и развития организаций, отсутствии участия в капитале и прибыли организаций. Также очевидно, что отчужденность труда была вызвана не только экономическими, но и психологическими причинами.

Практика управления трудом показала ограниченность тейлористской модели управления трудом.

Фредерик Уинслоу Тейлор «положил начало научному исследованию профессий и оценке рабочего потока с целью достижения более высокой производительности труда... Ф. Тейлор первым начал разбивать рабочие задания на мелкие операции и анализировать возможности рабочих, а затем, на основе полученных результатов, он искал пути повышения производительности труда. Методы труда им пересматривались для того, чтобы обеспечить максимальное использование производственных навыков. Эти новые представления сочетали в себе достижения инженерной мысли с навязчивой идеей тотального контроля» [2, с. 763].

Модель управления трудом Ф. Тейлора характеризуется не только предельным упрощением трудовых процессов, но и их высокой интенсификацией при игнорировании социально-психологических аспектов трудовой деятельности, необходимости сочетания материального и нематериального стимулирования трудовой деятельности.

Между тем современное управление персоналом ушло от одномерности. С. П. Дырин предложил многоуровневую модель управления персоналом, включающую уровень корпоративной культуры – базовый уровень, социально-психологический уровень, оперативно-кадровый уровень, социально-бытовой уровень [1, с. 27].

А. С. Лифшиц обращает на особое внимание, которое уделяется в концепции качества трудовой жизни вопросу достойного места работы в жизни человека. Необходимо балансировать роль труда в жизни человека из-за возможного положительного или отрицательного воздействия трудовой деятельности на другие стороны жизни. Труд, карьера, командировки не должны идти в ущерб отдыху, времени, уделяемому семье и друзьям [4, с. 49].

Положения концепции качества трудовой жизни были учтены при исследовании качества трудовой жизни учителей средней общеобразовательной школы № 62 г. Иванова. Было опрошено 8 педагогов школы.

Качество трудовой жизни педагогов общеобразовательных школ ранее исследовались вологодскими учеными. Так, в 2020 г. преподавателями Вологодского государственного университета Г. В. Леонидовой и Г. В. Белеховой был организован и проведен научный семинар «Удовлетворенность школьных учителей качеством трудовой жизни (по результатам социологического опроса)». В опросе принимали участие 272 учителя общеобразовательных школ Вологодской области. Была выявлена низкая удовлетворенность (20 % опрошенных) содержанием педагогической деятельности. По мнению организаторов опроса, низкая удовлетворенность трудом связана либо с отсутствием заметных позитивных изменений (морального устаревания технического оборудования, слабость профсоюзных организаций, излишняя формализация образовательного процесса), либо неспешностью улучшений, которые перекрываются негативным влиянием других аспектов труда (рост отчетности и излишняя бюрократизация, низкая оплата труда, необходимость быстрой адаптации к меняющимся условиям образовательного процесса) [3].

В то же время профессию учителя относят к профессиям повышенного риска в силу повышенной продолжительности дня, высокой нервно-психической напряженности и социальной ответственности. Начинается исследоваться такое понятие, как профессиональное здоровье учителя. А. А. Печеркина и М. Г. Синякова определяют профессиональное здоровье учителя как состояние организма, при котором он способен сохранять и активизировать эмоциональные, когнитивные, мотивационные, рефлексивные, регуляторные механизмы, обеспечивающие работоспособность, эффективность и развитие личности работника во всех условиях и на всех этапах профессиональной деятельности [6, с. 165].

Вместе с тем оценивать качество трудовой жизни учителей на основе изучения удовлетворенности и неудовлетворенности трудом (а также объективных факторов удовлетворенности и неудовлетворенности трудом) представляется искусственно ограниченным подходом. А. С. Лифшиц пришел к выводу, что «качество трудовой жизни следует расширить за счет включения в него силы и устойчивости мотивации сотрудников к достижению организационных целей. Хорошо известно, что между удовлетворенностью трудом, с одной стороны, и силой и устойчивостью мотивации, с другой, имеется известное противоречие. Удовлетворенность трудом – статическая категория, отражение прошлого и настоящего. Сила и устойчивость мотивации – категории будущего, отражающие соотношения оптимистических и пессимистических ожиданий. При этом высокая степень удовлетворенности трудом на данный момент не означает ее автоматический перенос (пролонгацию) на силу и устойчивость мотивации к достижению поставленных целей. В то же время низкая удовлетворенность трудом наверняка будет препятствовать формированию достаточных значений силы и устойчивости мотивации» [5, с. 79].

Методика А. С. Лифшица измерения качества трудовой жизни [5] была адаптирована применительно к сфере труда учителей общеобразовательных школ. Соответственно в комплексе изучались удовлетворенность и неудовлетворенность учителей трудом, сила и устойчивость мотивации к выполнению индивидуального плана педагога (см. табл. 1, 2, 3).

Таблица 1

Оценка факторов удовлетворенности трудом

| № | Фактор удовлетворенности | Оценка в баллах (диапазон; медиана; мода) |
|----|---|--|
| 1 | Творческий характер труда | 2–10; 7,5; 8 |
| 2 | Разнообразие трудовой деятельности | 3–10; 6,5; 8 |
| 3 | Напряженность (интенсивность) труда | 0–10; 4,5; – |
| 4 | Соответствие уровня зарплаты представлениям о достойной оплате труда | 0–3; 2,5; 0 |
| 5 | Соответствие уровня зарплаты представлениям о справедливой оплате труда | 0–5; 1; 1 |
| 6 | Условия труда | 6–9; 6,5; 7 |
| 7 | Возможность полноценно отдохнуть во время отпуска | 2–10; 6,5; 9 |
| 8 | Отношения с начальством, включая администрацию школы | 4–10; 8,5; 10 |
| 9 | Отношения с коллегами | 7–10; 9; 10 |
| 10 | Отношения со школьниками | 5–10; 8,5; 10 |
| 11 | Гарантии сохранения рабочего места | 7–10; 8,5; 10 |
| 12 | Возможности карьерного роста | 2–10; 7,5; – |
| 13 | Работа с молодыми преподавателями в школе | 5–10; 8; 10 |
| 14 | Возможности повышения квалификации | 6–10; 8,5; 10 |
| 15 | Средний балл (диапазон) | 5,1; 6,6; 7,2 |

Из табл. 1 видны не только существенный разброс в восприятии значительного числа факторов удовлетворенности трудом, но и крайне низкие оценки уровня достойности и степени справедливости оплаты труда педагогов.

Таблица 2

Оценка факторов неудовлетворенности трудом

| № | Фактор неудовлетворенности | Оценка в баллах (диапазон; медиана; мода) |
|---|--|--|
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Неопределенность будущих педагогических результатов | 1–10; 8,5; 10 |
| 2 | Невозможность сконцентрироваться на приоритетном направлении педагогической деятельности | 1–7; 2,5; 1 |
| 3 | Авральный и цейтнотный характер работы | 3–10; 9,5; 10 |
| 4 | Несоответствие уровня зарплаты представлениям о достойной оплате труда | 8–10; 10; 10 |
| | Несоответствие уровня зарплаты представлениям о справедливой оплате труда | 7–10; 10; 10 |
| 6 | Необходимость освоения новых цифровых технологий | 1–10; 4,5; 3 |
| 7 | Несвойственная работа (не соответствующая функциональным обязанностям педагогических работников) | 2–10; 6; 6 |
| 8 | Отсутствие достаточной дифференциации в оплате труда в зависимости от научно-методических и педагогических результатов труда | 2–10; 4,5; 4 |

Окончание табл. 2

| 1 | 2 | 3 |
|----|--|-----------------|
| 9 | Предельная загруженность учебной работой и дефицит времени на профессиональное самообразование и личностный рост | 7–10; 10; 10 |
| 10 | Сложные и стрессовые отношения с частью школьников | 0–8; 3; 0 |
| 11 | Отсутствие системы карьеры (профессионально-квалификационного продвижения в школе) | 0–8; 3,5; 0 |
| 12 | Средний балл (диапазон) | 4,3–8,5; 5,9; 5 |

Данные табл. 2 позволяют увидеть помимо проблемы выплаты достойной и справедливой оплаты труда другие важные «болевы точки» – авральный и цейтнотный характер работы, и предельную загруженность учебной работой и дефицит времени на профессиональное самообразование и личностный рост.

В табл. 3 приведены исходные данные для расчета силы и устойчивости мотивации одного из учителей средней школы № 62 к выполнению индивидуального плана педагога. Сила мотивации подразделялась на абсолютную и относительную. Абсолютная мотивация определялась как разность положительной и отрицательной мотивации. Положительная мотивация – мотивация достижения, отрицательная мотивация – мотивация избегания или сопротивления. Относительная сила мотивации определялась как отношение абсолютной мотивации к нормативу максимальной мотивации (если значение абсолютной мотивации положительно) или к нормативу минимальной силы мотивации (если значение абсолютной мотивации является отрицательным). При расчете нормативов максимальной мотивации учитываются максимально возможные значимости и вероятности реализации положительных мотивов, а при расчете нормативов минимальной силы мотивации – минимально возможные значимости и вероятности реализации отрицательных мотивов, Устойчивость мотивации определялась аналогично расчету относительной силы мотивации в пределах факторов внутренней мотивации.

Таблица 3

Исходные данные для расчета силы и устойчивости мотивации к выполнению индивидуального плана педагога (ИПП)

| Положительная и отрицательная мотивация к достижению поставленных целей | Значимость мотива | Вероятность реализации мотива |
|---|-------------------|-------------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| Достижение ИПП позволяет повысить доход | В | С |
| Достижение ИПП позволяет сохранить рабочее место | Н | С |
| Выполнение ИПП – путь перехода на более высокую должность | Н | С |
| Процесс достижения целей педагогической деятельности (ПД) дает возможность самостоятельно принимать решения | С | С |
| Процесс достижения целей ПД позволяет применять знания и опыт | В | В |

Окончание табл. 3

| 1 | 2 | 3 |
|---|---|---|
| Достижение целей ПД позволяет получать новые знания и опыт | В | В |
| Достижение целей ПД позволяет применять организационные способности | В | С |
| Достижение целей ПД помогает развивать организационные способности | В | С |
| Зависимость от качества ПД работы школы | В | В |
| Высокая вероятность достижения целей ПД | С | С |
| Улучшение финансово-экономического положения школы при достижении поставленных целей школьными педагогами | Н | С |
| Конструктивная критика со стороны дирекции школы | С | С |
| После достижения целей доход преподавателя не изменится | Н | С |
| После достижения целей доход преподавателя в условиях инфляции снизится- | Н | С |
| Достижение целей ПД требует непосильной ответственности | Н | Н |
| Достижение целей ПД требует предельного напряжения сил, нервов | С | С |
| Предвзятая и несправедливая критика со стороны высшего руководства | В | Н |
| Процесс достижения целей ПД не позволяет применять полученный опыт | Н | Н |
| Система оплаты школьных учителей не соответствует ее чрезмерной напряженности | В | С |
| Цели ПД устанавливаются без учета личного опыта и знаний | С | В |

Условные обозначения, используемые в таблице:

В – высокое значение; С – среднее значение; Н – низкое значение.

$$См1 = (0,8 * 0,5 * 2 + 0,2 * 0,5 * 3 + 0,5 * 0,5 * 3 + 0,8 * 0,8 * 4) - (0,2 * 0,5 * 2 + 0,2 * 0,2 * 2 + 0,5 * 0,5 * 1 + 0,8 * 0,2 * 1 + 0,8 * 0,5 * 1 + 0,5 * 0,8 * 1) = 4,41 - 1,49 = 2,92$$

См1 – сила абсолютной мотивации к выполнению индивидуального плана преподавателя у учителя 1.

$$\text{Норматив максимальной положительной мотивации: } 0,8 * 0,8 * 12 - 0,2 * 0,2 * 8 = 7,36$$

$$СМО1 = (2,92/7,36) * 100 = 39,6 \%$$

СМО1 – относительная сила мотивации учителя 1.

Норматив устойчивости мотивации (норматив внутренней мотивации): 6,20 (не учитываем положительные и отрицательные мотивы, относящиеся к внешней инструментальной мотивации).

$$Ум1 = (3,36/6,20) * 100 = 54,20 \%$$

Ум1 – устойчивость силы мотивации учителя 1.

По остальным учителям результаты расчетов относительной силы и устойчивости мотивации приводятся в рамках определения интегрального показателя качества трудовой жизни.

После исследования удовлетворенности и неудовлетворенности трудом, силы и устойчивости мотивации к выполнению индивидуального плана преподавателя, перед нами встала задача интегральной оценки качества трудовой жизни. Использование относительных величин отменяет необходимость применения поправочных коэффициентов, учитывающих различие диапазонов шкал, применяемых при определении отдельных составляющих интегрального показателя и интерпретации полученных значений. Интегральная величина качества трудовой жизни определяется по формуле 1:

$$K_{\text{тп}} = B_1 \times K_{\text{уп}} - B_2 \times K_{\text{нп}} \pm B_3 \times C_{\text{т}}^o + B_4 \times S_{\text{т}}, \quad (1)$$

где B_1, B_2, B_3, B_4 – весовые коэффициенты, сумма которых равна единице.

Необходимо также видеть особенности учета перспективности в системе оценки качества трудовой жизни. Результаты анкетирования показывают наличие ощущения перспективности у всех опрошенных преподавателей. Это позволяет обосновать единое соотношение между факторами «настоящего времени» ($K_{\text{уп}}$ и $K_{\text{нп}}$) и факторами перспективы $C_{\text{т}}^o$ и $S_{\text{т}}$.

Также необходимо разграничить ближнюю и дальнюю перспективу. С первой связана сила мотивации, а со второй – устойчивость мотивации.

Для данного (сложившегося к настоящему времени) педагогического состава школы с учетом возраста сотрудников, творческого потенциала и творческой атмосферы на кафедре, гарантий сохранения рабочих мест, факторы «настоящего» более приоритетны по сравнению с факторами перспективы, что неудивительно. Большинство зрелых людей предпочитает «синицу в руке по сравнению с журавлем в небе». Также в силу материальных ограничений и отсутствия системы управления карьерой и молодые сотрудники в основном ориентируются на решение текущих задач, а не перспективный профессиональный и личностный рост.

Проведенные расчеты показали невысокую силу мотивации при средней и низкой величинах устойчивости мотивации у педагогов. Приемлемое значение устойчивости мотивации у одного из сотрудников совершенно не означают уверенности в завтрашнем дне, под которой следует понимать не только гарантии сохранения рабочего места. В современных условиях уверенность в завтрашнем дне связана с уверенными ожиданиями в повышении степени удовлетворенности трудом. Однако представители педагогического состава школы являются «неисправимыми оптимистами», что позволяет установить соотношение между факторами настоящего и будущего как 60:40. Внутреннее деление значимости факторов настоящего таково: 40:60 («ложка дегтя портит бочку меда»). Внутреннее деление значимости факторов будущего: 30:70, так как в отличие от ситуативного настоящего образ будущего как фактор восприятия качества трудовой жизни базируется на постоянных мотивах. Изменяющаяся сила мотивации лишь корректирует этот образ.

Таким образом, вес коэффициента удовлетворенности трудом – 0,24 (0,6 * 0,4), вес коэффициента неудовлетворенности трудом – 0,36 (0,6 * 0,6),

вес силы мотивации – 0,12 (0,4* 0,3), вес устойчивости мотивации – 0,28 (0,4* 0,7).

Представим результаты определения коэффициентов качества трудовой жизни в виде таблицы (см. табл. 4).

Таблица 4

Результаты определения коэффициентов качества трудовой жизни
учителей школы № 62

| № | Должность | $K_{уп}$ | $K_{инт}$ | $K_{тп}$ | $S_{тп}$ | | $K_{тп}$ в % от максимума (0,64) или минимума (-0,36) |
|---|-----------|----------|-----------|----------|----------|--|---|
| 1 | Учитель 1 | 0,67 | 0,56 | 0,40 | 0,54 | $0,24 * 0,67 - 0,36 * 0,56 + 0,12 * 0,40 + 0,28 * 0,54 = 0,16$ | $(0,16 / 0,64) * 100 = 25,00 \%$ |
| 2 | Учитель 2 | 0,79 | 0,85 | 0,30 | 0,42 | 0,04 | 6,25 % |
| 3 | Учитель 3 | 0,61 | 0,67 | 0,06 | 0,13 | -0,05 | 13,90 % |
| 4 | Учитель 4 | 0,51 | 0,72 | 0,29 | 0,36 | -0,01 | 2,77 % |
| 5 | Учитель 5 | 0,59 | 0,43 | 0,41 | 0,26 | 0,11 | 17,20 % |
| 6 | Учитель 6 | 0,65 | 0,50 | 0,10 | 0,30 | 0,07 | 10,90 % |
| 7 | Учитель 7 | 0,72 | 0,45 | 0,21 | 0,33 | 0,13 | 20,31 % |
| 8 | Учитель 8 | 0,72 | 0,51 | 0,10 | 0,26 | 0,07 | 10,90 |

Диапазон возможных значений $K_{тп}$ находится в интервале: [-0,36; +0,64].

В результате исследования выявлены низкие положительные и отрицательные значения интегрального показателя качества трудовой жизни.

Наряду с качеством трудовой жизни изучались трудовые конфликты в педагогическом коллективе. Мы остановились на изучении стратегий поведения учителей в конфликтных ситуациях на основе известного теста Томаса.

Установленные стратегии межличностного взаимодействия в конфликтных ситуациях представлены в табл. 5

Таблица 5

Стратегии межличностного взаимодействия в конфликтных ситуациях
преподавателей кафедры менеджмента

| № | Должность | Соперничество | Сотрудничество | Компромисс | Избегание | Приспособление |
|---|-----------|---------------|----------------|------------|-----------|----------------|
| 1 | Учитель 1 | 2 | 4 | 8 | 7 | 9 |
| 2 | Учитель 2 | 5 | 7 | 5 | 6 | 7 |
| 3 | Учитель 3 | 3 | 3 | 10 | 7 | 7 |
| 4 | Учитель 4 | 3 | 5 | 11 | 6 | 5 |
| 5 | Учитель 5 | 4 | 4 | 8 | 10 | 4 |
| 6 | Учитель 6 | 2 | 6 | 5 | 9 | 8 |
| 7 | Учитель 7 | 2 | 5 | 9 | 8 | 6 |
| 8 | Учитель 8 | 2 | 5 | 10 | 7 | 6 |

Из табл. 5 видно, что приоритетной стратегией поведения в конфликтных ситуациях для трех учителей является стратегия компромисса, для трех – стратегия уклонения, для одного учителя – стратегия приспособления, и только один педагог предпочитает использовать стратегию сотрудничества. Между тем только стратегия сотрудничества позволяет разработать и реализовать стратегические планы организации.

Библиографический список

1. *Дырин С. П.* Российская модель управления персоналом в условиях промышленного предприятия. СПб.: Питер, 2006. 224 с.
2. Классики менеджмента: энциклопедия / под ред. М. Уорнера; пер. с англ. СПб.: Питер, 2001. 1168 с.
3. *Леонидова Г. В., Белехова Г. В.* Качество трудовой жизни учителя общеобразовательной школы. URL: [fsc.vssc.ac.ru/index.php?forum=1508](https://www.vssc.ac.ru/index.php?forum=1508) (дата обращения: 31.10.2022).
4. *Лифшиц А. С.* Управление человеческими ресурсами: теория и практика: учеб. пособие. М.: РИОР: ИНФРА-М, 2018. 266 с.
5. *Лифшиц А. С.* Качество трудовой жизни профессорско-преподавательского состава в регионе: состояние и резервы роста // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2021. Вып. 4. С. 76–86.
6. *Печеркина А. А., Сиякова М. Г.* Профессиональное здоровье учителя: понятие, составляющие, личностные и поликультурные детерминанты // Система профессионального образования в России: проблемы и перспективы: монография. Новосибирск: СИБПРИНТ, 2010. С. 149–177.

Информация об авторе / Information about the author

КИСЕЛЕВА Анна Алексеевна – магистрант 2 курса направления 38.04.02 «Менеджмент», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, anna.kiseleva2209@gmail.com

KISELEVA Anna Alekseevna – 2nd year Graduate student of the direction 38.04.02 «Management», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, anna.kiseleva2209@gmail.com

УДК 339.37

В. И. Куликов

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В РИТЕЙЛЕ: ОСОБЕННОСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Аннотация. Стратегическое управление в ритейле, с одной стороны, базируется на общих теоретических, методологических и методических основах, с другой стороны, имеет существенную специфику, обусловленную особенностями данной сферы хозяйственной деятельности.

В статье выделены особенности стратегического управления в ритейле. Как важнейшая стратегическая задача определяется обеспечение полного соответствия ассортимента торгового предприятия платежеспособному спросу покупателей. Отмечается, что выбор стратегии позиционирования предприятия на рынке предполагает закрепление за ним определенного контингента покупателей, формирование у них устойчивой лояльности. Указана важность разработки стратегии развития интерфейса компании и стратегии формирования уникального торгового предложения. Отмечены особенности стратегического анализа в ритейле.

В качестве наиболее значимых проблем стратегического управления в ритейле выделены: высокая нестабильность поставок товаров; большие различия в динамике роста цен на разные товары, способные привести к изменению структуры продаж и структуры покупок; повышение универсальности ассортимента торговых организаций, усложняющее анализ конкурентной ситуации; предварительная подготовка к реагированию в случае возникновения экстраординарной ситуации, приостанавливающей традиционную торговлю; усиление маркетплейсов.

Ключевые слова: ритейл, стратегическое управление, стратегическая ситуация, стратегическое позиционирование, неопределенность.

V. I. Kulikov

STRATEGIC MANAGEMENT IN RETAIL: FEATURES AND CURRENT PROBLEMS

Abstract. Strategic management in retail, on the one hand, is based on general theoretical, methodological and methodological foundations, on the other hand, has significant specifics due to the peculiarities of this sphere of economic activity.

The article highlights the main features of strategic management in retail. The most important strategic task is to ensure that the assortment of a trading company fully meets the effective demand of customers. It is noted that the choice of the company's positioning strategy in the market involves securing a certain contingent of customers for it, forming their stable loyalty. The importance of developing a strategy for the development of the company's interface and a strategy for the formation of a unique trading offer is indicated. The features of strategic analysis in retail are noted.

The most significant problems of strategic management in retail are: high instability of the supply of goods; large differences in the dynamics of price growth for different goods, which can lead to a change in the structure of sales and the structure of purchases; increasing the versatility of the assortment of trade organizations,

complicating the analysis of the competitive situation; preliminary preparation for responding in the event of an extraordinary situation that opposes traditional trade; strengthening of marketplaces.

Key words: retail, strategic management, strategic situation, strategic positioning, uncertainty.

Стратегический менеджмент, сформировавшийся в XX веке как наука и как сфера управленческой деятельности, в XXI веке стал еще более актуален. Это связано с резким повышением турбулентности среды, в которой функционируют предприятия. Высокая неопределенность ситуации характерна, по существу, для всех сфер хозяйственной деятельности, в том числе и для ритейла. А это означает, что стратегическое управление является необходимым условием не только прогрессивного развития предприятия в долгосрочной перспективе, но и самого его существования.

Если рассматривать проблемы стратегического управления предприятий промышленности и предприятий ритейла, то можно заметить много общего в содержании, процессах, методах и формах реализации.

Очевидно, что для успешного и устойчивого развития предприятий в промышленности, в ритейле, в любых других сферах хозяйственной деятельности необходимо формирование рациональной системы стратегического управления. При этом следует иметь в виду многоаспектность данной системы.

Во-первых, это совокупность управленческих процессов, интегрированных в единое целое: стратегический мониторинг, стратегический анализ, определение миссии и стратегических целей, постановка стратегических задач, определение стратегических альтернатив, выбор стратегии, разработка стратегического плана, организация реализации стратегии, оценка и контроль реализации стратегии [1, с. 28]. Процессная система стратегического управления в значительной мере базируется на принципе итерационности.

Во-вторых, это совокупность управленческих подразделений и должностных лиц, осуществляющих в тесном взаимодействии друг с другом обеспечение процесса стратегического управления: информационную, аналитическую и организационную подготовку стратегических решений, принятие данных решений, организацию их выполнения, стратегический контроль и других.

В-третьих, это совокупность методов стратегического управления, интегрированных в единую методическую систему, обеспечивающую аналитически обоснованное принятие стратегических решений и их последующую реализацию.

Однако, очевидно, что специфика ритейла как особенной сферы хозяйственной деятельности [3, с. 23], предопределяет существенные особенности и стратегического управления соответствующими предприятиями.

Важнейшая стратегическая задача промышленных предприятий – обеспечить устойчивый и все возрастающий спрос на производимую ими продукцию. Этого можно добиться уникальностью продукции, высоким качеством, привлекательной ценой, обеспечивающими более высокую конкурентоспособность. Повышения конкурентоспособности промышленники добиваются решающим образом за счет совершенствования технико-технологической базы производства, нахождения инновационных решений. Переход к выпуску новой продукции всегда является сложным процессом, несущим в себе

множество рисков. При переходе к производству других видов продукции риски многократно возрастают.

Предприятия розничной торговли, составляющие основу сферы ритейла, реализуют продукцию огромного количества производителей, которые конкурируют между собой на прилавке ритейлера. Стратегическая задача этих предприятий – обеспечить полное соответствие ассортимента торгового предприятия платежеспособному спросу покупателей. А это предполагает правильный выбор товара и правильный выбор поставщика этого товара.

Ошибка в выборе товара и поставщика может привести к убыткам торгового предприятия. Однако риски здесь несопоставимы с рисками промышленников. Можно закупить пробную партию, взять товар на реализацию. Катастрофы, скорее всего, не произойдет, даже если какой-то конкретный товар определенного производителя вообще не будет продан. Ведь он один из множества товаров. Для его реализации, как правило, не требуется дорогостоящая подготовка. Таким образом, экспериментировать с новыми товарами ритейлерам значительно проще, чем производственникам.

В ритейле важнейшее значение имеет выбор стратегии позиционирования предприятия на рынке, которая позволит закрепить за собой определенный контингент покупателей, сформировать у них устойчивую лояльность. В сознании покупателя должно быть четко закреплено, что это магазины: «Косметика класса «Люкс», «Мебель «Эконом», «Натур Продукт», «Все продукты для всех», «Недорогое повседневное и у дома» и т. п.

Для обеспечения спроса на продукцию промышленных предприятий его местоположение, состояние производственных помещений не имеют такого значения, как для ритейлеров. Для последних это играет решающую роль. Поэтому одним из важнейших стратегических направлений в ритейле является выработка стратегии в области интерфейса компании.

К существенным особенностям сферы ритейла относятся требования к подготовке и профессиональным качествам работников основной деятельности. Профессии производственных рабочих, в большинстве своем, являются специализированными. Для торгово-оперативных работников характерна высокая универсальность. Возможно довольно легкое перемещение работников с одного рабочего места на другое, из одного магазина в другой магазин. Однако ритейлу присущи высокие требования к торгово-оперативным работникам в области культуры обслуживания покупателей. Это ставит серьезную стратегическую задачу формирования организационной культуры магазина как среды максимального комфорта для покупателя.

Существенные особенности характерны для способов достижения уникальности предложения и выделения из массы конкурентов. В промышленности важнейшие пути – обеспечить уникальность продукта, соответствующие качественные и ценовые характеристики. Для ритейла это может быть уникальность ассортимента и интерфейса, которые смогут обеспечить приверженность покупателей данной торговой организации. Соответственно, большую значимость имеет обеспечение такой уникальности, которая позволит выделить данную организацию из множества других магазинов.

Особенности в формировании стратегической ориентации предприятий ритейла определяют специфику стратегического анализа, обеспечивающего разработку рациональной стратегии развития.

1. Нужно четко выделить рынок, на котором осуществляет свою деятельность соответствующая компания, и рынок каждого магазина (ресторана, салона) данной компании. При этом нужно учитывать, что рынок может быть разным для разных товарных групп магазина. Например, для товарной группы «Моющие средства» это может быть рынок данного микрорайона, а для товаров, предназначенных для ремонта жилых помещений – рынок города в целом.

2. Нужно определить конкурентов, которые могут быть разными по разным товарным группам. Так у гипермаркетов, имеющих широкий ассортимент товаров, конкурентами будут выступать не только аналогичные гипермаркеты, то и магазины, специализирующиеся на продаже продовольственных товаров, парфюмерии и косметики, хозяйственных товаров, бытовой техники и т. д. При этом конкурентом для гипермаркета может оказаться магазин, рынком которого является отдаленный район, и который, казалось бы вообще не должен пересекаться с гипермаркетом. Но, очевидно, что покупатель может купить повседневными продукты, как в магазине своего района, так и в гипермаркете, мимо которого он проезжает.

3. Учитывая представленность предприятий ритейла по разным товарным группам на разных рынках, необходимо также осуществлять и соответствующее дифференцированное матричное стратегическое позиционирование предприятий (позиция на рынке традиционных фруктов, позиция на рынке экзотических фруктов).

4. Матричное стратегическое позиционирование целесообразно проводить не по отдельным видам реализуемых товаров, а по товарным группам, наиболее значимым категориям и магазинам (ресторанам, салонам) соответствующих сетей.

При определении стратегической позиции предприятия по товарным группам и наиболее значимым категориям оценка дается по качественным характеристикам совокупности товаров, составляющих товарную группу или категорию, глубине ассортимента и уровню цены на аналогичную продукцию.

Стратегическая позиция магазинов может определяться на основе экспертных оценок двумя взаимодополняющими способами.

1) На основе сопоставления с конкурентами по характеристикам представленных в магазине товаров и условиям их реализации. В качестве таких характеристик можно выделить: расположение магазина, уровень интерфейса, степень соответствия широты и глубины ассортимента запросам потребителей, степень соответствия качества товаров запросам потребителей, уровень цен. Пример оценки данных характеристик представлен в таблице 1.

Таблица 1

**Оценка характеристик конкурирующих магазинов,
определяющих их стратегическую позицию**

| Характеристики | Кв | Экспертная оценка характеристик конкурирующих магазинов | | | | | |
|-----------------------------|------|---|------|-------------|------|-------------|------|
| | | Магазин № 1 | | Магазин № 2 | | Магазин № 3 | |
| | | Ох | Оз | Ох | Оз | Ох | Оз |
| Широта ассортимента | 0,10 | 8 | 0,80 | 5 | 0,50 | 6 | 0,60 |
| Глубина ассортимента | 0,14 | 6 | 0,84 | 7 | 0,98 | 10 | 1,40 |
| Уровень цен | 0,20 | 9 | 1,80 | 6 | 1,20 | 5 | 1,00 |
| Внутренний дизайн помещения | 0,08 | 5 | 0,40 | 9 | 0,72 | 8 | 0,64 |
| Уровень качества товаров | 0,21 | 6 | 1,26 | 6 | 1,26 | 7 | 1,47 |
| Качество обслуживания | 0,12 | 5 | 0,60 | 7 | 0,84 | 9 | 1,08 |
| Удобство расположения | 0,15 | 7 | 1,05 | 10 | 1,50 | 9 | 1,35 |
| Итого | 1,00 | - | 6,75 | - | 7,00 | - | 7,54 |

Кв – весовой коэффициент характеристики,

Ох – экспертная оценка характеристики данной товарной группы данного магазина по 10-ти балльной шкале,

Оз – экспертная оценка характеристики с учетом значимости.

Экспертные оценки данных характеристик могут использоваться как при построении дифференцированных матриц стратегического позиционирования «Привлекательность рынка – стратегическая позиция», так и при определении интегральной оценки стратегической позиции с учетом уровня их значимости.

2) На основе сопоставления с конкурентами по характеристикам организационно-управленческой деятельности магазина. Для осуществления дифференцированного стратегического анализа и построения соответствующей матрицы ДСА могут быть использованы следующие характеристики:

- доля на рынке;
- сравнительная рентабельность;
- способность конкурировать по ценам и качеству товаров;
- приверженность покупателя торговой организации;
- компетентность реагирования на изменение ситуации;
- уровень используемых технологий розничной торговли.

Стратегическое позиционирование магазинов целесообразно осуществлять с дифференциацией по товарным группам. Пример данной оценки стратегической позиции (по 10-балльной шкале) приведен в таблице 2.

Таблица 2

**Оценка стратегической позиции конкурирующих магазинов
по характеристикам организационно-управленческой деятельности**

| Характеристики | Кв | Молочные товары | | | | Мясные товары | | | |
|---|------|-----------------|------|-----------|------|---------------|------|-----------|------|
| | | Магазин 1 | | Магазин 2 | | Магазин 1 | | Магазин 2 | |
| | | Ох | Оз | Ох | Оз | Ох | Оз | Ох | Оз |
| Доля на рынке | 0,22 | 8 | 1,76 | 9 | 1,98 | 8 | 1,76 | 6 | 1,32 |
| Сравнительная рентабельность | 0,20 | 9 | 1,80 | 6 | 1,20 | 8 | 1,60 | 7 | 1,40 |
| Способность конкурировать по ценам и качеству товаров | 0,18 | 8 | 1,44 | 5 | 0,90 | 7 | 1,26 | 6 | 1,08 |
| Приверженность покупателя торговой организации | 0,20 | 7 | 1,40 | 6 | 1,20 | 8 | 1,60 | 7 | 1,40 |
| Компетентность реагирования на изменение ситуации | 0,11 | 9 | 0,99 | 7 | 0,77 | 7 | 0,77 | 8 | 0,88 |
| Уровень используемых технологий розничной торговли | 0,09 | 10 | 0,90 | 8 | 0,72 | 9 | 0,81 | 6 | 0,54 |
| Итого | 1,00 | – | 8,29 | – | 6,77 | – | 7,80 | – | 6,62 |

Учет особенностей стратегического управления в ритейле позволяет решать его современные проблемы. К числу наиболее значимых можно отнести следующие.

1. Высокая нестабильность поставок товаров, востребованных потребителями. Это относится:

– во-первых, к товарам, поставляемым странами, которые в настоящее время ввели соответствующие санкции;

– во-вторых, к товарам, производимым в России, но с использованием подсанкционных материалов и комплектующих.

В большинстве случаев эту проблему удастся довольно легко решить. Широта и глубина ассортимента торговых предприятий позволяет обеспечить довольно легкую переориентацию запросов потребителей с товаров, ушедших с рынка, на аналоги, часто не имеющие принципиальных потребительских отличий.

Проблема обостряется в тех сегментах розничного рынка, где замены на другой товар соответствующего качества обеспечить не удается. Помощь в решении этой проблемы обеспечивает «серый импорт», разрешенный государством. Такой импорт является одновременно и поддержкой потребителей, и поддержкой ритейлеров.

2. Помимо общего инфляционного роста цен имеет место значительные различия в динамике закупочных, а, соответственно, и розничных цен по отдельным товарным группам и категориям. По одним товарам имеет место запредельный рост цен, по другим цены растут незначительно, а по некоторым

наоборот снижаются. Для товаров эластичного спроса это ведет к изменению структуры продаж. А это означает, что необходимо своевременно изменить и структуру закупок.

3. Повышение универсальности ассортимента торговых организаций, что сильно расширяет круг конкурентов и затрудняет стратегический анализ. Магазины, специализирующиеся на продовольственных товарах (например «Магнит»), активно включают в свой ассортимент бытовую химию, парфюмерию, посуду и т. д. Особенно высокой неопределенностью отличается стратегическая ситуация с изменением ассортимента товаров предприятий-конкурентов (существующих и потенциальных).

Неясность стратегической конкурентной ситуации по товарным группам и категориям повышает значимость такого процесса стратегического управления, как стратегический мониторинг. Этот процесс должен стать естественной составной частью процесса управления в ритейле и осуществляться не эпизодически, а на регулярной основе.

4. Приостановка традиционной деятельности магазинов в экстремальной ситуации, которая имела место условиях пандемии, в стратегической перспективе не может быть исключена. Вероятность возникновения такой угрозы сравнительно невелика, но степень ее влияния на ритейл не позволяет игнорировать эту проблему.

Многие предприятия розничной торговли уже в условиях пандемии смогли смягчить (кто-то значительно, кто-то небольшой степени) удар от такой ситуации за счет интернет-торговли. Развитие этого направления розничного бизнеса позволит обладать большей готовностью к деятельности в соответствующих экстремальных ситуациях.

5. Колоссальное усиление маркетплейсов. Сейчас можно говорить о высокой степени цифровизации бытовой жизни. Покупка через маркетплейсы стала обыденностью. Ассортимент товаров, реализуемых таким образом все время растет.

Для традиционного ритейла это очень острая проблема. Неопределенность стратегической ситуации резко усиливается. Активное развитие интернет-торговли самой розничной организацией не позволяет решить проблему.

Во-первых, маркетплейсы, как правило, реализуют товары по пониженным ценам. Торговой организации обеспечить такой уровень цен при обеспечении рентабельной деятельности очень сложно.

Во-вторых, изменились предпочтения населения по отношению к формам торгового обслуживания. Владение цифровыми технологиями, активная жизнь в виртуальном пространстве делают очень комфортными покупки на маркетплейсах.

В-третьих, маркетплейс – это место с колоссальной широтой и глубиной ассортимента, где представлены аналогичные товары самых разных производителей. Поэтому покупатель без больших усилий может свой выбор.

Для предприятий розничной торговли в конкуренции с маркетплейсами основные направления обеспечения эффективной деятельности (для многих выживания) являются:

– четкая дифференциация всего реализуемого ассортимента на те товарные группы и категории, для которых важно ознакомление с реальной вещью, и те, для которых достаточно виртуальной информации;

– развитие омниканальности торговой организации, позволяющей находить товар, например, на сайте магазина, затем изучать его на натуральных образцах и, в конечном счете, делать интернет-заказ непосредственно в магазине [2, с. 26];

– реализация стратегии ценовой доступности для покупателей реализуемых товаров.

Высокая нестабильность и неопределенность стратегической ситуации в сфере ритейла требует активного использования при выборе стратегии развития предприятия аналитических методов, обеспечивающих как обобщенную оценку ситуации в целом, так и дифференцированную по отдельным направлениям деятельности. Так, выделение совокупности реализуемых и привлекательных для компании стратегических альтернатив может осуществляться на основе метода количественного SWOT-анализа в модификации «SWOT-товарная группа» и «SWOT-категория». Такой подход к оценке, выбору и ранжированию стратегических альтернатив позволит учесть интегрированное влияние внешних и внутренних, позитивных и негативных факторов на целесообразность введения, расширения или снятия в общем ассортименте предприятия товарной группы или категории. Это даст возможность даже в условиях неблагоприятного развития ситуации обеспечить устойчивость предприятия и эффективность его деятельности в стратегической перспективе.

Библиографический список

1. *Москалева Е. Г.* Стратегический анализ в деятельности фирмы – функция и ее организация // Системное управление. 2013. № 2 (19). С. 28.
2. *Тверской М.* Retailing для русскоговорящих: управление предприятием розничной торговли. СПб.: Питер, 2022. 480 с.
3. *Шакланова Р. И., Юсова В. В.* Экономика торговой отрасли: учебник для бакалавров. М.: Юрайт, 2019. 468 с.

Информация об авторе / Information about the author

КУЛИКОВ Владимир Иванович – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, kulikovvi@yandex.ru

KULIKOV Vladimir Ivanovich – Doctor of Economic Sciences, docent, head of the Department of Management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, kulikovvi@yandex.ru

УДК: 339.138

А. А. Лаврентьева

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Аннотация. Определяющим фактором эффективности бизнеса является конкурентоспособность компании, в то числе за счёт эффективного маркетинга. Наряду с этим, в современных условиях основой коммерческого успеха многих ведущих фирм явилось создание инновационных продуктов. Для внедрения и реализации инновационных продуктов требуется учитывать особенности маркетинговой политики для данной товарной группы, ввиду того, что для инновационной продукции стандартные решения по ключевым элементам маркетингового плана оказываются менее эффективными ввиду специфики продукта. Разработка эффективной системы маркетинга для инновационного продукта является необходимой для обеспечения конкурентоспособности как товаров или услуг, так и их производителя. Основной целью маркетинга инноваций является проектирование потребительских свойств товара-инновации и маркетинговой тактики бизнеса по данному инновационному продукту. В статье рассматриваются особенности маркетинга инновационного продукта, учёт которых на практике обеспечит инновационному предприятию эффективную маркетинговую политику. Умение использовать результаты маркетинговых исследований перспективного спроса на инновации и инструменты коммуникационного взаимодействия с будущими потребителями инновационного продукта позволяет компаниям занимать новые сегменты дифференцируемого инновациями рынка, обеспечивает повышение их конкурентоспособности.

Ключевые слова: маркетинг, инновации, инновационный продукт, маркетинг инноваций, особенности маркетинга инноваций.

А. А. Lavrent'eva

FEATURES OF MARKETING OF INNOVATIVE PRODUCT

Abstract. The determining factor in business efficiency is the competitiveness of the company, including through effective marketing. Along with this, in modern conditions, the basis of the commercial success of many leading companies was the creation of innovative products. For the introduction and implementation of innovative products, it is necessary to take into account the specifics of the marketing policy for this product group, due to the fact that for innovative products, standard solutions for key elements of the marketing plan are less effective due to the specifics of the product. The development of an effective marketing system for an innovative product is necessary to ensure the competitiveness of both goods or services and their manufacturer. The main goal of innovation marketing is to design consumer properties of the innovation product and business marketing tactics for this innovative product. The article discusses the features of marketing an innovative product, the consideration of which in practice will provide an innovative enterprise with an effective marketing policy. The ability to use the results of marketing research on the prospective demand for innovations and tools for communication interaction with future consumers of an innovative product allows companies to occupy new

segments of the market differentiated by innovations, and increases their competitiveness.

Key words: marketing, innovation, innovative product, innovation marketing, features of innovation marketing.

В настоящее время значение эффективной маркетинговой политики понимается в бизнес-среде как важный инструмент роста доходности деятельности. Широко распространено понимание маркетинга как философии бизнеса, концепции управления. Такой взгляд основан на том, что только на основе исследования рынка, понимания факторов его динамики, реально разработать верную маркетинговую политику.

Эволюция взглядов на маркетинг свидетельствует о том, что при наличии определённых условий основной акцент в маркетинговой политике смещается на сам товар, его особенные свойства и качественные характеристики. Именно такая ситуация является стимулирующей разработку новой продукции, отличающейся рыночной новизной. Появление в определённом рыночном сегменте инновационного продукта формирует более дифференцированную товарную структуру рынка, в условиях которой становится актуальной концепция латерального маркетинга [2].

Концепция инноваций разработана Й. Шумпетером, который рассматривал инновацию как новую научно-организационную комбинацию производственных факторов, с помощью которой предприятие может использовать новые конкурентные приёмы.

Под инновационным продуктом (инновацией) понимается результат научно-технической деятельности, реализованный в виде продукции и услуг. Эти продукты и услуги обладают качественными характеристиками абсолютной или относительной научно-технической новизной, превосходят традиционное обучение в области применения и имеют экономическую эффективность исполнения, превышающую среднерыночный уровень [5].

При формировании системы маркетинга инновационного продукта необходимо учитывать, что рынок может не сразу «почувствовать» новый товар, т. к. потребитель может сначала принять его с подозрением, поскольку его никогда не существовало, надёжность и выгодность товара не рассматривается на этой стадии как сравнительные преимущества этого товара, так как продукт совершенно новый на рынке. Поэтому для инновационных продуктов особое значение имеет эффективная программа по их продвижению. В совокупности с приоритетом товарной политики в комплексе маркетинга инновационных товаров, предлагается следующее определение маркетинга инноваций. Маркетинг инноваций – система мероприятий, направленных на исследование и продвижение инновационного продукта на рынок. Важной задачей маркетинга инноваций является формирование среды (инновационной среды), которая бы воспроизводила и осуществляла целенаправленный поиск, подготовку и реализацию нововведений [3, с. 22].

Таким образом, можно говорить о таких особенностях маркетинга инновационного продукта, как: а) в комплексе маркетинга инновационного товара особое значение имеет товарная и коммуникационная политика; б) товарная политика инновационного продукта должна учитывать динамику потока инноваций, т. к. в определенных сегментах рынка быстрое обновление продукции является их отличительной характеристикой; в) коммуникативные

технологии продвижения нового товара в процессе общения с целевой аудиторией имеют особое значение. Вследствие этих особенностей сам маркетинг инновационного продукта является более сложным творческим процессом, отличающимся рядом специфических требований, фундаментальной задачей которого является формирование оригинальных и практически значимых идей по активизации, продвижению и реализации инновационных проектов.

Основное различие маркетинга инновационного продукта от маркетинга традиционной продукции заключается в том, что маркетинг инноваций работает не только с уже имеющимся товаром, но и с идеей или продуктом-новшеством.

Выделяют следующие подходы к системе маркетинга инновационной продукции:

- маркетинг инновационного продукта должен быть нацелен на правильную оценку эффективности рыночных продуктов;
- маркетинг инновационных продуктов предполагает управление творческим процессом создания уникального продукта. Основной целью маркетинга инновационных продуктов является оценка ресурсов: финансовых, человеческих, социальных, а их использование направлено на инновационные изобретения и производство различных товаров и услуг [1].

При продвижении инноваций на рынок можно использовать как традиционные инструменты маркетинга (например, PR, реклама и др.), которые используются для выведения обычных товаров, так и нестандартные инструменты. Важным аспектом в системе маркетинга инновационного товара является предоставление возможности использования пробы. Для инновационного продукта это один из самых эффективных способов показать его покупателям. Его дальнейшая судьба во многом зависит от первоначального контакта между потенциальными покупателями и инновацией. Для этого необходимо правильно организовать процесс и сформулировать взаимодействие между инициатором и заказчиком, чтобы добиться максимальных результатов в виде положительных эмоций, а затем обратиться к инновационным продуктам. Поэтому специфика маркетинга инновационного продукта заключается также в том, что коммуникационное взаимодействие направлено на внушение потребителю необходимости попробовать инновационный товар, но не на убеждении переключиться с конкурентного товара.

В научной литературе отмечаются также следующие особенности маркетинга инновационного продукта:

- 1) целью маркетинга инновационного продукта является проектирование потребительских свойств инновации и рыночной стратегии, обеспечивающей удовлетворение потребностей потребителей;
- 2) предметом воздействия выступает инновация на разных стадиях инновационного процесса;
- 3) маркетинговые инструменты ориентированы на проектирование и создание будущего спроса;
- 4) фрагментация потребителей производится на основе индивидуализации потребительских предпочтений;
- 5) невозможно получение достоверных количественных данных по рынкам и сегментам, поскольку инновационный товар сам может создавать новый сегмент рынка за счёт новизны потребительских свойств товаров [4].

Кроме того, особенности маркетинга инновационной продукции рассматриваются и следующим образом:

- 1) маркетинг инноваций использует специализированные методы планирования с целью эффективного внедрения инновационных продуктов;
- 2) он должен «находить точки соприкосновения» с другими рынками и влиять на него в своих собственных целях;
- 3) он должен быть сосредоточен на эффективном внедрении самой инновации;
- 4) маркетинг инноваций предполагает активные действия продавцов и покупателей на рынке по реализации данного продукта [8].

Особенности маркетинга инновационных продуктов во многом связаны с характеристиками рынка и объектов, которые он представляет.

По сравнению с традиционным товарным рынком, рынок инновационных продуктов имеет свои особенности, которые необходимо учитывать при формировании маркетинговой политики компании. Обычно неспособность вывести инновационные продукты на рынок объясняется следующими причинами:

- стоимость продукта завышена по отношению к финансовым возможностям потенциальных потребителей;
- новатор выводит «свои» продукты на рынок, независимо от результатов маркетинговых исследований;
- неудачное позиционирование продукта на рынке;
- результаты реакции конкурентов отличаются от ожидаемых.

В то же время шансы на успех инновационных продуктов значительно возрастут, если:

- разработчики инновационных продуктов понимают потребности потенциальных потребителей;
- сам продукт характеризуется высоким соотношением результата на единицу затрат на его приобретение;
- компания опережает своих конкурентов во внедрении инноваций;
- у компании-разработчика есть возможность выделять средства на продвижение продукта.

Специфическая ситуация на рынке инновационных продуктов определяет ряд особенностей инновационного маркетинга:

- продажа инновационных продуктов требует серьезных усилий по продвижению, потому что покупатель должен «созреть»;
- инновационные продукты по сравнению с существующими аналогичными продуктами должны иметь преимущества, которые могут ощутить потребители;
- техническая сложность инновационных продуктов требует организации послепродажного обслуживания;
- сложность инновационных продуктов требует формирования «целостного товара» с учётом его реальных и потенциальных преимуществ в комплексе [6].

Отличительными чертами маркетинга инновационного продукта по сравнению с рынком «устарелых» товаров являются:

- 1) диверсифицированная сегментация рынка и анализ потенциальных потребителей иногда сразу в нескольких отраслях одновременно;

2) инновационные продукты должны быть многофункциональными, чтобы не только удовлетворять новые или известные потребности, но и обеспечивать больше преимуществ, чем их аналоги;

3) предполагает долгосрочную и последовательную рекламную кампанию. Потребители должны привыкнуть к инновационным продуктам, «вырасти» и понять их преимущества;

4) при продвижении инновационных высокотехнологичных продуктов на рынке B2B маркетинг учитывает необходимость длительных переговоров перед продажами. Перед покупкой инновационных продуктов можно пройти процедуры экспертной оценки и утверждения с разработчиками;

5) коммерциализация инноваций предполагает организацию высококачественного послепродажного обслуживания в системе, отвечающей спросу, который может быть связан со сложностью инновационных продуктов. В то же время происходит также внедрение нового продукта с «подкреплениями»;

6) маркетинг инновационного продукта нуждается в повышении активности мероприятий по связям с общественностью, поскольку именно они создают положительный образ репутации. Для инновационных компаний требуется использовать научные конференции, форумы и другие формы коммуникации в качестве каналов коммуникации;

7) маркетинг предоставляет неограниченные возможности для обмена правами собственности, с развитием различных форм сотрудничества (например, продажа лицензий) [7].

Специфика маркетинга инновационного продукта включает также учёт особенностей маркетинговой деятельности на разных стадиях жизненного цикла инновационного товара, от разработки инновационной идеи до коммерциализации инновационного продукта.

Принятие различных маркетинговых решений в зависимости от стадии инновационного процесса:

1. Первым шагом является поиск инновационных идей. Проведение исследования рыночного спроса и предложения, определение своего собственного позиционирования на рынке. Кроме того, изучаются основные тенденции развития рынка, определяется наиболее передовое направление, а также определяются альтернативы существующему направлению.

2. Сбор наиболее удачных идей и создание на их основе высокотехнологичных образцов. На этом этапе анализируется внутренний потенциал, угрозы и возможности внешней среды для организации подготовки и выпуска готовых образцов на рынок.

3. Фаза роста предполагает расширение доли рынка и круга потребителей. На этом этапе из-за реактивных инноваций, внедряемых конкурентами, рост рынка ускоряется, и организации начинают терять свою монополию, маркетинговые инструменты нацелены на максимизацию прибыли.

4. Стадия зрелости предполагает стабильность продаж, которая зависит от предпочтений потребителей в отношении бренда. На этом этапе инновации становятся «старым» продуктом. Следовательно, основной задачей маркетинга является разработка и реализация действий по сохранению доли рынка.

5. На стадии спада удаляется с рынка устаревший продукт («старые инновации») и происходит замена более совершенными инновациями. Маркетинг нацелен на проведение активных исследований рынка и внедрение новой идеи [7].

Стадии цикла инноваций повторяются на более высоком уровне, что определяет необходимость управления маркетингом инновационных продуктов в соответствии с изменением рыночной ситуации.

Таким образом, инновационному предприятию необходимо разрабатывать маркетинговую политику с учётом рассмотренных особенностей, что обеспечит повышение эффективности его деятельности на основе успешного рыночного внедрения инноваций.

Библиографический список

1. Агафонова М. С., Аксенов П. Н. Управление эффективной системой маркетинга инновационных продуктов // Концепт. 2016. Т. 2. С. 441–445. URL: <https://e-koncept.ru/2016/46107.htm> (дата обращения: 10.11.2022).
2. Денисова Т. А., Макарова М. А. Влияние инновационных факторов на характеристики современного цикла воспроизводства // Социально-экономическое развитие России и регионов в цифрах статистики: материалы VII Междунар. науч.-практ. конф.: в 2 т. Тамбов, 2021. С. 158–164. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46260756> (дата обращения: 10.11.2022).
3. Каленская Н. В. Маркетинг инноваций: учебник. Казань: Казанский (приволжский) федеральный ун-т, 2013. 186 с. URL: https://kpfu.ru/portal/docs/F_977060511/Marketing_innovacij_Uchebnik.Kalenskaya.pdf (дата обращения: 10.11.2022).
4. Митина Э. А., Лозовой И. О. Маркетинг и инновации как главные функции бизнеса // Экономика и бизнес: теория и практика. 2016. № 12. С. 82–84. URL: <http://economyandbusiness.ru/marketing-i-innovatsii-kak-glavnye-funktsii-biznesa> (дата обращения: 10.11.2022).
5. О реестре инновационной продукции субъектов малого и среднего предпринимательства Москвы: Постановление Правительства Москвы от 07.09.2010 № 784-ПП. URL: <https://www.mos.ru/authority/documents/doc/21680220/> (дата обращения: 10.11.2022).
6. Савченко И. В. Выведение инновационных продуктов на рынок: особенности и проблемы // Мир (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. Т. 7, № 4. С. 97–102. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vyvedenie-innovatsionnyh-produktov-na-rynok-osobennosti-i-problemy> (дата обращения: 10.11.2022).
7. Сыров Д. И., Шушунова Т. Н. Учёт специфики рынка инноваций при управлении системой маркетинга инновационного продукта. // Успехи в химии и химической технологии. 2019. Т. 33, № 12 (222). С. 28–30. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41275050> (дата обращения: 10.11.2022).
8. Тимошевская Н. В. и др. Особенности маркетинга инновационного продукта // Молодой ученый. 2016. № 2 (106). С. 591–593. URL: <https://moluch.ru/archive/106/25218/> (дата обращения: 10.11.2022).

Информация об авторе / Information about the author

ЛАВРЕНТЬЕВА Анастасия Александровна – магистрант, кафедра экономической теории, экономики и предпринимательства, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, anastasia_lavrentyeva@mail.ru

LAVRENT'eva Anastasia Aleksandrovna – Master's Student, Department of Economic Theory, Economics and Entrepreneurship, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, anastasia_lavrentyeva@mail.ru

УДК 338. 242

А. С. Лифшиц, Ф. Е. Мбамби

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

Аннотация. В статье, исходя из понимания риска как частичной измеримой неопределенности, раскрыты причинно-следственные связи между факторами и рисками функционирования и развития Ивановского государственного университета, предложена модель управления рисками вуза и меры по снижению наиболее значимых финансовых и кадровых рисков. Модель управления рисками включает следующие блоки: диагностико-идентификационный, оценочно-аналитический и собственно управленческий. К основным альтернативам управления финансовыми и кадровыми рисками Ивановского государственного университета отнесены совершенствование материального стимулирования научно-педагогических работников; стимулирование научно-педагогических работников временем; создание endowment фонда Ивановского государственного университета; меры по повышению конкурентоспособности и востребованности выпускников вуза на рынке труда. Реализация мер по снижению рисков функционирования и развития ИвГУ требует скоординированных усилий со стороны федеральных и региональных органов власти, бизнес-сообщества, руководства самого университета. Предлагаемые меры носят сбалансированный характер. Баланс заключается в воздействии на приток и отток денежных средств, комплексного применения поощрительных и принудительных средств воздействия (прежде всего, экономического характера).

Ключевые слова: риск, факторы риска, причины риска, модель управления рисками, альтернативы управления рисками Ивановского государственного университета, механизм управления рисками вуза.

A. S. Lifshits, F. E. Mbambi

IMPROVING THE RISK MANAGEMENT OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

Abstract. Based on the understanding of risk as a partial measurable uncertainty, the article reveals causal relationships between factors and risks of the functioning and development of Ivanovo State University, proposes a risk management model for the university and measures to reduce the most significant financial and personnel risks. The risk management model includes the following blocks: diagnostic-identification, evaluation-analytical and proper management. The main alternatives for managing the financial and personnel risks of Ivanovo State University include the improvement of material incentives for scientific and pedagogical workers; stimulation of scientific and pedagogical workers with time; creation of endowment fund of Ivanovo State University; measures to increase the competitiveness and demand for university graduates in the labor market. The implementation of measures to reduce the risks of functioning and development of IvSU requires coordinated efforts on the part of federal and regional authorities, the business community, and the leadership of the university itself. The proposed measures are balanced. The balance lies in the impact on the inflow and outflow of funds, the complex use of incentive and coercive means of influence (primarily of an economic nature).

Key words: risk, risk factors, risk causes, risk management model, risk management alternatives of Ivanovo State University, university risk management mechanism.

Одним из важнейших процессов современного менеджмента является управление рисками. Риски, обусловленные комплексом внешних и внутренних факторов по отношению к организации, должны быть системно исследованы и подвергнуты целенаправленному воздействию с учетом интересов и возможностей социально-экономической системы.

Любая деятельность человека, так или иначе, связана с риском. Не является исключением и научная и образовательная деятельность в высшем учебном заведении (вузе). Все это обусловлено не только многофакторной динамикой объекта управления и его макро- и микросредой, но и человеческим фактором, участвующем в процессе управления и в основных «производственных» процессах, к которым в первую очередь относится подготовка обучающихся (бакалавров, магистров и аспирантов) и научно-исследовательская работа всех форм и уровней.

Для определения понятия «риск» его необходимо сравнить с другими возможными условиями деятельности и принятия управленческих решений, а именно с понятиями «определенность» и «неопределенность».

Как пишет американский экономист К. К. Сио, определенность понимается как такое состояние знания, когда лицо, принимающее решение, заранее знает конкретный исход для каждой альтернативы. Иначе говоря, лицо, принимающее решение, обладает исчерпывающим знанием состояния среды и результатов каждого возможного решения [4, с. 51]. Очевидно, такое понимание определенности пригодно не только для управленческих решений, но и действий, как руководителей, так и исполнителей.

Такой же позиции на соотношение понятий «риск» и «неопределенность» придерживался Ф. Х. Найт. «Практическое различие между категориями риска и неопределенности состоит в том, что, когда речь идет о риске, распределение исходов в группе случаев известно либо благодаря априорным расчетам, либо из статистических данных прошлого опыта, тогда как в условиях неопределенности это не так по той общей причине, что ситуация, с которой приходится иметь дело, весьма уникальна, и нет возможности сгруппировать какую-либо группу случаев [2, с. 225–226].

Ф. Найт определяет риск как измеримую неопределенность, о собственно «неопределенность» называет неизмеримой. При этом он отмечал, что обычно слово «риск» употребляют весьма вольно: так называют неопределенность любого вида, связанную с непредвиденными обстоятельствами неблагоприятного толка; точно так же термин «неопределенность» подразумевает благоприятный исход. Мы говорим о риске убытков и неопределенности выигрыша... Для обозначения риска и неопределенности мы можем пользоваться терминами «объективная» и «субъективная» вероятность [2, с. 225].

Такое разграничение риска и неопределенности не представляется верным и по сути устарело. Оно появилось до формирования теории игр (точнее раздела теории игр – игр с природой). В теории игр были разработаны критерии принятия управленческих решений в условиях неопределенности, часть из которых не предполагает оценку вероятностей наступления тех или иных событий (критерий оптимизма, критерий пессимизма, критерий минимума

максимума возможного сожаления), а применение вероятностей в других критериях (критерий Лапласа-Байесса и критерий Гурвица) не является обоснованным.

В научной литературе существует три базовые концепции риска:

- концепция риска как угрозы;
- концепция риска как шанса;
- концепция риска как ресурса [3, с. 87].

Несмотря на наличие наряду с чистыми (статическими) спекулятивных рисков, риск следует трактовать только как угрозу. Шанс – возможная дополняющая реальность по отношению к динамическим рискам. Разделение рисков и шансов позволяет сопоставлять их между собой. При этом следует учитывать как серьезность и вероятность рисков, так и позитивную значимость, и вероятность шансов. Только в сочетании с шансом риск можно рассмотреть как дополнительный ресурс организационного характера, позволяющий мобилизовать ресурсы на реализацию приоритетных целей.

Любая проблема университета, так или иначе связана с рисками. Рассмотрим под этим углом зрения проблемы Ивановского государственного университета:

- снижение уровня абитуриентов, в том числе из-за бюрократизации образования, системы Единого Государственного Экзамена и недофинансирования региональных вузов (лучшие абитуриенты уезжают в крупные города);
- старение профессорско-преподавательского состава, сложности привлечения молодых специалистов в сферу научно-педагогического труда.
- усиливающаяся текучесть кадров из-за неудовлетворенности трудом (так, в сентябре 2018 г. по собственному желанию уволились 17 преподавателей ИвГУ);
- усиливающееся конкурентное давление со стороны московских вузов, имеющих большие рейтинги и лоббистские возможности, в т.ч. их филиалов, прежде всего по доходным направлениям (экономико-управленческому и юридическому);
- сложное финансовое положение многих предприятий и организаций региона, что понижает возможности трудоустройства выпускников ИвГУ (в первую очередь по укрупненному направлению «Экономика и управление»);
- непрестижность профессии учителя (часть выпускников Института гуманитарных наук и Института математических, естественных и информационных наук не хотят работать по специальности в средних общеобразовательных учреждениях);
- длительное падение доходов основной массы потребителей образовательной продукции и услуг, что наряду с другими вышеперечисленными факторами затрудняет решение задачи повышения качества образования.

Важнейшей причиной проблемы обеспечения должного качества высшего образования в региональных вузах является явное недофинансирование. Региональные вузы оказались в ситуации «опускающегося потолка» и «поднимающегося пола». В качестве потолка можно рассматривать сокращающиеся контрольные цифры приема, а в качестве пола – доведенную до 13 студентов на одного представителя профессорско-преподавательского состава норму. Дефицит финансовых средств неизбежно ограничивает возможности повышения зарплаты, что в свою очередь ведет к старению педагогических кадров при

отсутствии омоложения преподавательского состава, ремесленному подходу к педагогическому труду у ряда преподавателей. Это выражается в «много-станочничестве» (активном внешнем и внутреннем совместительстве).

Характер рисков определяется особенностями стратегической ситуации, т. е. особенностями внешней и внутренней среды университета и особенностями взаимодействия между собой факторов внешней и внутренней среды.

Внешнюю среду ИвГУ определяют следующие факторы:

– демографические процессы (снижение числа выпускников школы, достижение пенсионного возраста примерно третью трудоспособного населения региона, отток молодежи из области в иные регионы и приток в область мигрантов из среднеазиатских республик);

– напряженный финансово-экономический прогноз развития региона на ближайшие годы;

– государственная политика в области ВО, направленная на укрупнение вузов и на выделение среди них объектов приоритетного финансирования в лице национальных исследовательских университетов, существенно превосходящих по своим ресурсам ИвГУ-ШГПУ после их объединения;

– ход научно-технического прогресса (ускорение срока устаревания научного и учебного оборудования до 3–5 лет).

В число угроз, исходящих из внешней среды, следует включить следующие:

– давление демографических процессов на качественный состав ППС ИвГУ, сказывается на возрастном составе ведущих научных школ; происходит снижение доли интеллектуально подготовленной, физически и морально здоровой молодежи, из которой традиционно формируется студенческий контингент ИвГУ;

– снижение возможностей обновления научного оборудования вследствие выпадающих доходов из-за замораживания платы за обучение, что ведет к устареванию и растущему несоответствию парка научного оборудования ИвГУ уровню проводимых исследований.

В число вызовов внешней среды можно включить следующие:

– недостаточное развитие местного гражданского сообщества, дефицит в регионе динамично развивающихся предприятий и организаций, заинтересованных в развитии отношений с вузами и готовых к частно-государственному партнерству;

– недобросовестную конкуренцию со стороны отдельных негосударственных вузов и их филиалов.

В число изменений, ведущих к новым возможностям, можно включить следующие:

– миграционные потоки в нашу область создают новое направление образовательной деятельности по русскому языку, новые направления программ переподготовки также следуют из демографических тенденций и состояния рынка труда (новые образовательные программы в рамках Института дополнительного профессионального образования);

– преодоление качественного отставания компьютерной техники в части обслуживания единой информационной среды вуза в направлениях образовательной деятельности, документооборота и др., приобретение программных

и информационных ресурсов для задач образовательной деятельности по стандартам третьего поколения, способных быть использованными для перехода к новым цифровым технологиям, что позволит вывести на должный уровень образовательную деятельность.

Сильными сторонами ИвГУ являются высокая квалификация профессорско-преподавательского состава, наличие результативных научных школ, развитая научно-информационная и издательская инфраструктура, признанное качество образовательной деятельности, высокая корпоративная культура, непрерывно совершенствуемая система менеджмента качества, неизменно высокий престиж и брэнд ИвГУ в области, в стране и за рубежом. ИвГУ является лидером по ряду областей научно-образовательной и культурно-просветительской деятельности.

Слабые места ИвГУ – это, прежде всего, структурные несоответствия в системе научных направлений; старение профессорско-преподавательского состава и дефицит молодых преподавательских кадров; недостаточная готовность административно-управленческого персонала к преодолению итогов подушевого финансирования и проектно-сметного планирования.

К числу внутренних угроз относится увеличение численности преподавателей старшего, пенсионного возраста и снижение в последние два года численности преподавателей в возрасте до 30 лет; недостаток современного научного оборудования и программного обеспечения, угрожающий дальнейшему развитию научно-исследовательской деятельности.

По результатам проведенного количественного SWOT-анализа по методике В. И. Куликова [1] можно сделать вывод, что основная угроза состоит в появлении новых конкурентов, а основная возможность в конкурентной борьбе – выход на новые целевые рынки, в том числе международные. Основной слабой позицией ИвГУ на рынке высшего образования области является дефицит финансовых ресурсов, который необходимо сокращать, прежде всего, за счет внутренних источников (дополнительное образование на платной основе). Улучшение финансового положения позволит увеличить затраты на маркетинг, прежде всего, новых образовательных программ, что позволит повысить его эффективность и он из фактора слабости превратится в фактор силы.

Модель управления рисками Ивановского государственного университета включает в себя несколько блоков.

1 блок – диагностико-идентификационный. На основе экспертизы и результатов экономического анализа устанавливаются основные риски ИвГУ. При выполнении работ данного блока осуществляется переход от факторов риска к самим рискам. Данная работа осуществляется на основе проведенного количественного SWOT-анализа и проведенного на кафедре менеджмента исследования качества трудовой жизни.

2 блок – оценочно-аналитический. Оценивается вероятность наступления рисков с учетом результатов количественного SWOT-анализа и анкетирования, определяется их значимость экспертным путем, осуществляется оценка рисков, и выявляются наиболее опасные из них.

В рамках этого блока происходит диалектическое взаимодействие между анализом и оценкой рисков. В процессе предварительного анализа устанавливается значимость и вероятность наступления рисков. Затем определяется интегральный коэффициент и степень риска, выбирается критерий

минимизации рисков. В завершении с учетом выбранного критерия минимизации рисков проводится окончательный анализ рисков, уточняется его интерпретация. Составляется карта рисков.

3 блок – собственно управленческий. Разрабатываются стратегия и тактика управления рисками, оценивается экономическая и социальная эффективность, а также реализуемость альтернативных вариантов, выбираются предпочтительные из них.

Риски ограничивают, угрожают функционированию и развитию Ивановского государственного университета, и в тоже время сигнализируют о направлениях предотвращения и разрешения кризисных ситуаций.

Основными альтернативами управления финансовыми и кадровыми рисками в Ивановском государственном университете являются:

- совершенствование материального стимулирования научно-педагогических работников;
- стимулирование научно-педагогических работников временем;
- создание endowment фонда Ивановского государственного университета;
- меры по повышению конкурентоспособности и востребованности выпускников вуза на рынке труда.

В таблице представлено факторное обоснование перечня основных рисков Ивановского государственного университета.

**Факторы и перечень основных рисков
Ивановского государственного университета**

| № | Фактор | Риск | Обоснование причинно-следственной связи фактора и риска |
|---|---|--|--|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Ускорение роста рынка высшего образования (в отдельных сегментах) | Деграция в тех областях высшей образовательной деятельности, где отсутствует рост рынка | Механическое следование конъюнктуре может приводить к несбалансированному развитию вуза |
| 2 | Появление новых потребностей в образовательных программах | Неверный выбор новой образовательной программы, потеря доходов вуза | Новые потребности недостаточно изучены, а некоторые из них и неустойчивы |
| 3 | Рост средних цен на услуги высшего образования | Снижение доходов вуза из-за уменьшения притока студентов из-за необоснованных цен на услуги высшего образования | Рост цен может отпугнуть часть потребителей образовательных услуг |
| 4 | Развитие междисциплинарных исследований | Снижение качества научных исследований из-за недостаточной полифункциональности научно-педагогических работников и сложностей межфакультетского взаимодействия | Проведение междисциплинарных исследований – сложный процесс и в содержательном и в формальном отношениях |

Продолжение табл.

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|----|---|--|--|
| 5 | Выход на международные рынки | Выбор неэффективной международной образовательной деятельности | Международный рынок образовательных услуг недостаточно исследован |
| 6 | Использование новых каналов продвижения услуг высшего образования | Неэффективная профориентационная работа в средних профессиональных образовательных учреждениях | В процессе профориентационной работы может произойти распыление сил сотрудников вуза из-за отсутствия разделения потенциальных абитуриентов на перспективных и неперспективных |
| 7 | Усиление конкурентного давления | Перехват конкурентами бюджетных мест, абитуриентов и переманивание преподавателей | Причинно-следственная связь очевидна при игре с нулевой суммой |
| 8 | Уменьшение числа бюджетных мест | Снижение доходов вуза (в реальном изменении), осложнение ситуации в подразделениях, которых касается уменьшение числа бюджетных мест, снижение качества студентов Репутационные потери вуза | Уменьшение числа бюджетных мест приводит к тому, что сильные абитуриенты уходят в другие вузы |
| 9 | Снижение доходов целевой аудитории | Уменьшение доходов вуза из-за стадии жизненного цикла университета (стадия старения) | При снижении доходов целевой аудитории вузу сложно обеспечить выгодную компенсацию платного высшего образования (помощь в трудоустройстве не может быть распространена на всех абитуриентов) |
| 10 | Снижение спроса на традиционные образовательные программы | Недобор студентов и возможное уменьшение в будущем бюджетного приема. Снижение качества студентов | Снижение спроса на ряд традиционных программ (например, педагогических) связана с непривлекательностью будущих рабочих мест, а по некоторым основным образовательным программам наблюдается и сочетание непривлекательности (непрестижности) и сложности обучения (например, подготовка учителей-математиков и учителей-физиков) |
| 11 | Неразвитое стратегическое планирование | Ошибки выбора образовательных программ и приоритетных научных направлений и тем | Причинно-следственная связь очевидна |

Продолжение табл.

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|----|---|---|---|
| 12 | Спад научно-исследовательской работы | Отсутствие прорывов в фундаментальных и прикладных исследованиях | Отсутствие прорывов при спаде научной активности обусловлено непрерывным характером данного процесса (теряется поступательное движение индивидуальной и коллективной мысли, внутренняя мотивация научных открытий) |
| 13 | Небольшой приток новых научно-педагогических кадров | Снижение научного и педагогического потенциалов университета | Отток научно-педагогических кадров превышает приток, который носит локальный характер (в некоторых подразделениях вуза) |
| 14 | Недостаточно эффективный маркетинг | Снижение доходов университета из-за уменьшения числа коммерческих студентов. Ухудшение имиджа вуза | Ошибки при прогнозировании спроса и поведения абитуриентов ведут не только к потере части абитуриентов, но и искаженному представлению о качестве вуза и отдельных образовательных программ |
| 15 | Несоответствие уровня зарплаты представлениям о достойной оплате труда | Текучность среди высококвалифицированных научно-педагогических работников Снижение отдачи научно-педагогических работников | Профессорско-преподавательский состав всегда найдет способы быть личностно ограниченно рациональным (снижая трудовую отдачу или ища новое более привлекательное рабочее место при ущемлении своих материальных интересов) |
| 16 | Несоответствие уровня зарплаты представлениям о справедливой оплате труда | Снижение отдачи научно-педагогических работников | Ощущение несправедливости в оплате труда в большинстве случаев ведет к имитации высокоэффективной деятельности |
| 17 | Отсутствие достаточной дифференциации в оплате труда в зависимости от научных и научно-методических результатов труда | Снижение отдачи научно-педагогических работников | Отсутствие дифференциации в оплате труда в зависимости от результатов приводит (в разной степени) к отчуждению сотрудника от интересов и целей организации |

Окончание табл.

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|----|---|--|--|
| 18 | Предельная загруженность учебной работой (900 часов) и дефицит времени на научную работу, профессиональное самообразование и личностный рост | «Замораживание» (отсутствие роста) научного и педагогического потенциалов университета | У рационализации научно-педагогического труда есть пределы (сотрудник даже при всем желании не может успеть по нескольким направлениям). Текущая деятельность «съедает» развитие (осуществляется в ущерб развитию) |
| 19 | Авральный и цейтнотный характер работы | «Замораживание» (отсутствие роста) научного и педагогического потенциалов университета | Дефицит времени ограничивает возможности получения значимых научных и методических результатов |
| 20 | Отсутствие диссертационного совета по экономическим наукам (и некоторых других диссертационных советов) при Ивановском государственном университете | «Замораживание» (отсутствие роста), а в перспективе резкое падение научного и педагогического потенциалов университета | При отсутствии «своего» диссертационного совета замедляется процесс воспроизводства научно-педагогических кадров в университете, что грозит в будущем острым дефицитом профессоров и преподавателей |

При составлении перечня факторов учтены возможности, угрозы и слабые стороны вуза. Учтено, что не только риск часто сопровождается шансом, но и то, что упущенный шанс есть потенциальный риск.

Для снижения риска «дефицит абитуриентов» предложены отмена ЕГЭ, введение дифференцированного прогрессивного налогообложения на доходы физических лиц (в интервале 15–35 %) с предоставлением налоговой льготы при вложении средств в систему высшего образования, оптимальное обновление образовательных программ бакалавриата и магистратуры. Снижение риска «дефицит слушателей, обучающихся по программам дополнительного высшего образования» требует реализации следующей меры: создание условий (временное и финансовое) для обучения по дополнительным программам высшего образования для студентов Ивановского государственного университета. Применение прогрессивно-регрессивной системы должностных окладов (рост по отношению к базовому окладу вначале ускоряется, а затем замедляется), вовлечение студентов в научно-исследовательскую и проектную деятельность, формирование резерва на выдвижение по руководящему составу и ведущим специалистам позволит предотвратить риск «нарастание дефицита молодых научно-педагогических работников». Снижению риска «ухудшение качества студентов» может противостоять:

– выполнение большинства выпускных квалификационных работ по заказам предприятий и организаций;

– материальное стимулирование хорошо обучающихся на коммерческой основе студентов путем снижения платы за обучение, и при возможности путем перевода на бюджетные места (компенсации затрат государства на обучение студентов из бюджета).

К основным мерам предупреждения снижения научного и педагогического потенциалов ИвГУ следует отнести:

– снижение педагогической нагрузки для высококвалифицированных и перспективных преподавателей (молодых преподавателей, имеющих к настоящему времени существенные научные и научно-методические результаты);

– введение «плавающих» должностных окладов (в диапазоне 0,8–1,2 базовых окладов по должностям) с учетом результатов научно-педагогической деятельности и динамики профессиональной компетентности научно-педагогических работников.

Для предупреждения риска относительной финансовой неустойчивости ИвГУ предлагается изменение порядка определения контрольных цифр приема (не менее 12 бюджетных мест на аккредитованное направление по основным образовательным программам).

Реализация мер по снижению рисков функционирования и развития ИвГУ требует скоординированных усилий со стороны федеральных и региональных органов власти, бизнес-сообщества, руководства самого университета.

Предлагаемые меры носят сбалансированный характер. Баланс заключается в воздействии на приток и отток денежных средств, комплексного применения поощрительных и принудительных средств воздействия (прежде всего, экономического характера).

Библиографический список

1. Куликов В. И. Интегральная оценка стратегической ситуации: количественная версия SWOT-анализа // Предпринимательство. 2014. № 4. С. 18–28.
2. Найт Ф. Х. Риск, неопределенность, прибыль // Фрэнк Хейнеманн Найт: пер. с англ. М.: Дело, 2003. 360 с.
3. Силина Г. Ю., Шевченко С. Ю. Концепции современного риск-менеджмента // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. 2009. № 5. С. 81–87.
4. Сю К. К. Управленческая экономика: пер. с англ. М.: Экономика, 2000. 672 с.

Информация об авторах / Information about the authors

ЛИФШИЦ Аркадий Семенович – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры менеджмента, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, ark.lifshits2011@yandex.ru

LIFSHITS Arkadiy Semenovich – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor, Department of Management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, ark.lifshits2011@yandex.ru

МБАМБИ Франсис Еклесиа – магистрант, направление 38.04.02 «Менеджмент», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, mbambi.e@yahoo.com

МБАМБИ Francis Ekleias – Graduate student, direction 38.04.02 «Management», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, mbambi.e@yahoo.com

УДК 65.012.3

О. В. Чернова

ГИБКОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы оценки уровня гибкости предприятия.

В условиях множества разнообразных изменений компания должна уметь быстро и эффективно реагировать на эти изменения путем оперативной разработки, принятия и реализации соответствующих управленческих решений, направленных на устранение выявленных проблем и использование новых возможностей, т. е. компания должна быть гибкой.

Анализ результатов исследований отечественных и зарубежных авторов демонстрирует наличие различных точек зрения на экономическую сущность понятия «гибкость предприятия».

При изучении гибкости необходимо акцентировать внимание на временном факторе, эффективности реализуемых изменений и состоянии ресурсной базы компании.

Одним из главных вопросов обеспечения экономической безопасности предприятия является вопрос оценки уровня его гибкости с целью выявления «узких мест» в работе компании и их устранения.

Оценку уровня гибкости предприятия следует проводить по трем элементам на основе количественных и качественных показателей: оборудование и технологии, продукт и персонал, в том числе менеджмент, учитывать факторы времени и эффективности.

Ключевые слова: гибкость предприятия, адаптивность, оценки гибкости.

O. V. Chernova

FLEXIBILITY AS A CONDITION FOR ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE

Abstract. The article discusses the issues of assessing the level of flexibility of the enterprise.

In the face of a variety of changes, the company must be able to respond quickly and effectively to these changes by promptly developing, adopting and implementing appropriate management decisions aimed at eliminating identified problems and using new opportunities, i.e. the company must be flexible.

The analysis of the research results of domestic and foreign authors demonstrates the existence of different points of view on the economic essence of the concept of «enterprise flexibility». When studying flexibility, it is necessary to focus on the time factor, the effectiveness of implemented changes and the state of the company's resource base.

One of the main issues of ensuring the economic security of an enterprise is the issue of assessing the level of its flexibility in order to identify «bottlenecks» in the company's work and eliminate them.

The assessment of the level of flexibility of the enterprise should be carried out on three elements based on quantitative and qualitative indicators: equipment

and technology, product and personnel, including management, take into account time and efficiency factors.

Key words: enterprise flexibility, adaptability, flexibility assessments.

Текущая ситуация демонстрирует количественный и качественный рост рисков деятельности предприятий. Ускорение внедрения IT-технологий, пандемия коронавируса, специальная военная операция, санкции и пр. обстоятельства подрывают экономическую безопасность хозяйствующих субъектов, снижают уровень их стабильности и устойчивости и в целом уменьшают их конкурентоспособность.

В условиях множества разнообразных изменений компания должна уметь быстро и эффективно реагировать на эти изменения путем оперативной разработки, принятия и реализации соответствующих управленческих решений, направленных на устранение выявленных проблем и учет новых возможностей.

Таким образом, чтобы успешно противостоять возникающим рискам предприятие должно быть гибким, уметь приспосабливаться к новым условиям и быстро находить эффективные решения.

Тема гибкости предприятий является объектом изучения многих исследователей, однако до сих пор остаются открытыми вопросы оценки уровня гибкости предприятия и анализа факторов гибкости. Неоднозначна позиция и по содержанию этого понятия.

Обращаясь к словарям русского языка, можно увидеть, что синонимами термина «гибкость» являются слова «изворотливость», «умение приспособиться», «эластичность», «подвижность», «податливость», «пластичность» и др. Богатство русского языка позволяет полностью раскрыть данный термин с учетом конкретной ситуации его использования. В экономике и управлении гибкость рассматривается по-разному.

Некоторые авторы, см. например [3], дают широкое определение гибкости, понимая под этим свойство организации приспособляться/адаптироваться к изменяющимся условиям для увеличения своей стоимости. Гибкость предприятия определяется его способностью расти и развиваться в условиях непредвиденных изменений для обеспечения прибыльности и конкурентоспособности [2].

Б. М. Жуков называет гибкость зеркалом конкурентоспособности предприятия, основой инновационной активности, акцентируя внимание на возможности компании за счет гибкости увеличить свою добавленную стоимость [5]. В то же время, автор критикует позицию, в которой гибкость рассматривается лишь как механизм выживания или адаптации предприятия, что лишает механизм обеспечения гибкости его инновационной составляющей.

Другие исследователи дают более развернутое и детализированное определение гибкости, указывая за счет чего она достигается и в чем проявляется. Так, в [10] гибкость есть способность предприятия получать требуемый результат, который позволит изготавливать за определенные сроки закономерное количество изделий, которые могут быть востребованы рынком. То есть гибкость проявляется в способности выпускать нужные товары в нужные сроки. Подобная позиция достаточно распространена. Авторы Р. Чейз, Н. Эквилайн, Дж. Якобс, Ф. Роберт определяют гибкость как умение компании предлагать потребителям широкий ассортимент товаров [15].

П. Н. Белянин отмечает, что гибкость – это способность производственной системы автоматически или автоматизировано в кратчайшие сроки переходить к выпуску новой продукции произвольной номенклатуры в рамках ее технических характеристик и технологий изготовления [1].

В [13] под гибкостью понимают способность предприятия получать необходимый результат, позволяющий ему без коренного изменения основных производственных фондов, осваивать за определенные сроки закономерное количество изделий, которые могут быть востребованы рынком и в свою очередь позволяют в будущем периоде получить необходимый результат. Отсюда следует, что гибкость предприятия проявляется в возможности производства различной продукции на одной производственной базе, не изменяя его основные производственные фонды.

Условия гибкости рассматриваются в работе Х. Китцмана, С. Г. Фалько. Авторы подчеркивают, что гибкость характеризует способность предприятия измениться с небольшими потерями времени и производительности, усилиями и затратами [7]. Однако остается вопрос, что значит с небольшими потерями? Как их оценивать?

С учетом изложенного выше гибкость отождествляется с адаптивностью, приспособляемостью компании к изменяющейся внешней среде. Вместе с тем некоторые авторы разделяют понятия гибкости и адаптивности.

По мнению Т. В. Казаковой, Л. А. Горшковой, под адаптивностью компании следует понимать вектор/направление ее движения, в то время как гибкость показывает, как и что именно следует изменить компании с минимальными издержками, чтобы выжить в условиях неопределенности. Отметим, что авторы подчеркивают требование минимума издержек, что не является единственным критерием эффективности изменений [6]. Всего авторы выделяют три фактора обеспечения устойчивости предприятия: гибкость, адаптивность и динамичность, разделяя их на вопросы «как добиться устойчивости?», «что хотим на выходе получить?» и «как быстро это необходимо сделать?».

П. В. Егоров, А. В. Моисеева выделяют как общие, так и отличительные черты гибкости и адаптивности [4]. Если гибкость, по мнению авторов, предполагает выявление множества вариантов возможных изменений во внутренней и внешней среде, то адаптивность – только одного варианта. Гибкость предприятия проявляется в планировании его действий на каждое прогнозируемое изменение внутренней и внешней среды, в то время как адаптивность предприятия проявляется по факту наступления этих изменений. В итоге авторы формулируют адаптивность как форму гибкости предприятия, отражающую организационные способности предприятия мобилизовать ресурсы для реагирования на изменения.

Существует точка зрения, что гибкость предприятия отражает его способность реагировать лишь на непрогнозируемые факторы внешней среды, которые предприятие не может предвидеть и соответственно подготовиться к ним, в противном случае речь уже идет об адаптивности [14].

В рамках данной работы гибкость и адаптивность рассматриваются как синонимы.

С точки зрения оценки и управления гибкостью предприятия при изучении данного свойства организации целесообразно акцентировать внимание на временном факторе, эффективности мероприятий и ресурсах, отражающих

уровень гибкости компании. В условиях «сжатия» времени, проявляющихся в ускорении многих процессов и явлений, время выступает главным фактором успешности производственно-хозяйственной деятельности. Предприятие, которое медленно реагирует на вызовы внешней среды, нельзя назвать гибким.

Гибкость предприятия проявляется не только в способности компании найти правильное решение, но и в возможности его реализовать и получить желаемый (планируемый) результат. Низкая результативность действий компании в ответ на изменения во внешней среде, свидетельствует о неэффективной организационно-управленческой деятельности и в целом ведет к снижению конкурентного положения предприятия. Подобное предприятие назвать гибким нельзя.

Гибкими следует считать те организации, которые предвидят возможные изменения во внешней среде, состояние ресурсов которых позволяет реализовывать необходимые ответные мероприятия в плановом (не в авральном) режиме с минимальными потрясениями и потерями. Отсюда гибкость предприятия определяется следующими факторами: время, результаты и ресурсы.

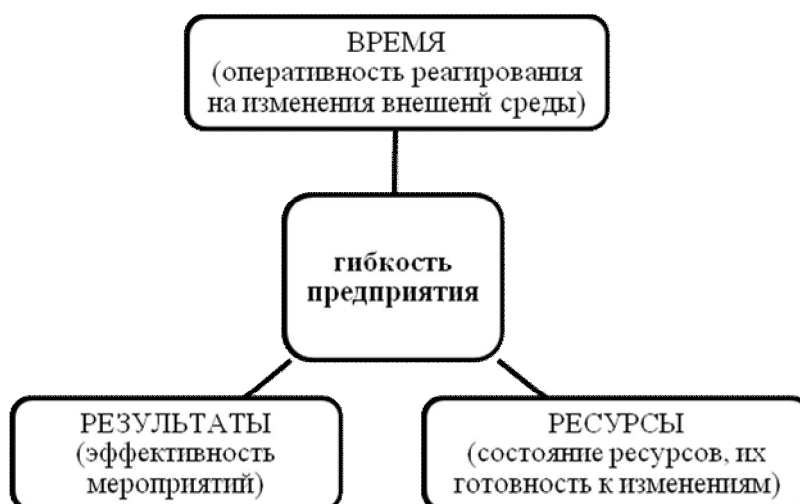


Рис. Факторы гибкости предприятия

Выделяют различные виды гибкости предприятия: стратегическую и оперативную гибкость, оборонительную и наступательную, организационную гибкость и др. Однако с точки зрения управления гибкостью представляет интерес изучение факторов/элементов, формирующих гибкость предприятия и способы ее повышения.

Понятие стратегической гибкости введено в оборот И. Ансоффом, который рассматривает стратегическую гибкость как принцип планирования деятельности предприятия с учётом возможности столкновения с различными факторами внутренним и внешним, которые могут повлиять на стандартную планируемую деятельность предприятия. П. Сенге связывает стратегическую гибкость компании с умением разрабатывать и корректировать свою стратегию [11]. В то же время ряд исследователей указывают на то, что

отсутствие стратегии может рассматриваться как лучшее состояние, которое способствует повышению стратегической гибкости компании [9].

Выделяют внутреннюю и внешнюю гибкость. Внутренняя стратегическая гибкость осуществляется перераспределением инвестиций; производственных мощностей; ресурсов; использованием резервов, помогающих смягчить воздействие случайных событий [12]. Внешней гибкостью считается независимая выживаемость предприятия в целом. Некоторые авторы говорят о противоречии этих двух видов гибкости и относительности этих понятий.

Представляется интересным понятие организационной гибкости компании, которая рассматривается в виде набора культурных ценностей и принципов, которые помогли бы сотрудникам работать в постоянно изменяющихся условиях бизнеса [6]. В обеспечении гибкости предприятия большая роль принадлежит именно персоналу организации, разрабатывающему, принимающему и реализующему те или иные мероприятия. Эффективность мероприятий, а, следовательно, и гибкость компании в целом, во многом зависит от знаний, умений и навыков ее работников

Гибкость предприятия не является константой, она меняется, что требует ее оценки и управления. Как отмечает Б. М. Жуков, гибкость предприятия эволюционирует, проходя некий жизненный цикл от формирования гибкости при соответствующих вызовах внешней и внутренней среды, постепенного усиления, достижения максимального значения до утраты востребованности в ней при достижении системой фазы устойчивого стабильного развития [5].

Уровень гибкости предприятия зависит также от этапа жизненного цикла организации. На каждом этапе жизненного цикла организации существуют различные требования к формированию ее гибкости [8]. На начальных этапах жизненного цикла предприятия гибкость и адаптация к изменениям у него очень велики, предприятие имеет возможность быстро корректировать или менять свои стратегии. На этапе зрелости очень велика сила инертности сформировавшейся организационной и управленческой структуры предприятия. На этапах формирования и развития вероятность банкротства от внутренней слабости у предприятия очень высока по сравнению с существующими конкурентами. На этапах зрелости инертность предприятия к внешним изменениям возрастает, что увеличивает вероятность возникновения кризиса.

Одним из главных вопросов обеспечения экономической безопасности предприятия является вопрос оценки уровня его гибкости с целью выявления «узких мест» в работе компании и их устранения.

А. В. Сурков рассматривает гибкость как функцию двух переменных: устойчивости и способности к обновлению. При этом устойчивость к обновлению предлагается оценивать с помощью величины активов предприятия, чистой прибыли и объема продаж, затрат на производство и реализацию продукции. Способность к обновлению характеризуется через время НИОКР, освоения продукции, ее производства и реализации, номенклатурой изделий [13].

За основу оценки гибкости предлагается рассматривать элементы оперативного управления гибкостью, представленные в [8], где гибкость предприятия оценивается через гибкость оборудования (время простоя, коэффициент загрузки), продукта (расходы на переналадку, объем работы), процесса (время ожидания, уровень незавершённого производства) и спроса (стоимость и уровень запасов).

Предлагается система показателей оценки гибкости предприятия с учетом сформулированных ранее элементов (время, ресурсы, эффективность). Система показателей представлена в таблице. Показатели следует оценивать в динамике, выявляя положительные/отрицательные тенденции.

Система показателей оценки гибкости

| Элементы гибкости | Время | Эффективность | Эффективность общая |
|----------------------------------|--|--|---|
| Оборудование и технология | Время переналадки, длительность производственного цикла | Коэффициент загрузки, уровень простоев оборудования, универсальность производственной системы, уровень автоматизации | Прибыль от продаж, рентабельность, NPV, ROI |
| Продукт | Время разработки и освоения нового товара, длительность производственного цикла | Доля новой продукции, ассортимент и номенклатура | |
| Персонал, в том числе менеджмент | Трудоемкость операций, время принятия решений, продолжительность подготовительной стадии инвестиционного проекта | Качественные показатели: креативность, взаимозаменяемость, стрессоустойчивость, умение работать в команде | |

Представленные в таблице показатели (как количественные, так и качественные), отражают комплексный подход к оценке гибкости предприятия и формируют основу для поиска инструментов по повышению уровня гибкости.

Таким образом, современные вызовы внешней среды ужесточают условия производственно-хозяйственной деятельности предприятий, требуя от них большей мобильности и гибкости. Гибкость становится обязательным условием, обеспечивающим выживаемость и развитие предприятия.

В литературе присутствуют различные точки зрения на понятие гибкости. В классическом понимании под гибкостью рассматривают способность предприятия оперативно реагировать на изменения внешней среды. В работе предлагаются три элемента гибкости: время, результаты и ресурсы. Именно через призму этих элементов рекомендуется проводить оценку гибкости компании, используя для этого систему количественных и качественных показателей, оценивая их динамику.

Библиографический список

1. *Белянин П. Н., Издон М. Ф., Жогин А. С.* Гибкие производственные системы. М.: Машиностроение, 1998. 256 с.
2. Большой экономический словарь. URL: <http://slovari.yandex.ru> (дата обращения: 12.09.2022).
3. *Гершун А. М.* Создание и реализация стратегии предприятия на базе системы взаимосвязанных показателей. URL: <http://quality.eup.ru/DOCUM2/sirs.html> (дата обращения: 12.09.2022).
4. *Егоров П. В., Моисеева А. В.* Гибкость предприятия как экономическая категория // Вестник института экономических исследований. 2019. № 1 (13). С. 5–11.

5. Жуков Б. М. Гибкость предприятия как зеркало его конкурентоспособности, усилитель роста добавленной стоимости. URL: http://www.rusnauka.com/28_NPM_2013/Economics/10_145416.doc.htm (дата обращения: 02.11.2022).
6. Казакова Т. В., Горшкова Л. А. Адаптивность, динамичность, гибкость – главные факторы обеспечения устойчивости организации в условиях неопределенности // Креативная экономика. 2022. Т. 16, № 5. С. 1911–1923.
7. Китцман Х., Фалько С. Г. Управление гибкостью предприятия на оперативном уровне. // Инновации в менеджменте. 2017. № 11. С. 26–31.
8. Лымаренко В. М. Оценка стратегической гибкости. СПб.: Межрегиональный институт экономики и права при МПА ЕВРАЗЭС, 2016. 42 с.
9. Минцберг Г., Альстренд Б., Лэмпел Д. Школа стратегий. СПб.: Питер, 2013. 567 с.
10. Самочкин В. Н. Гибкое развитие предприятия: анализ и планирование. М.: Дело, 1999. 333 с.
11. Сенге П. и др. Стратегическая гибкость: пер. с англ. СПб.: Питер, 2013. 383 с.
12. Соколов В. Стратегия: предначертанность или гибкость? URL: http://www.analytix.ru/docs/strategy/strat_3.htm (дата обращения: 18.10.2022).
13. Сурков А. В. Анализ гибкости предприятия // Лесной вестник. 2001. № 4. С. 235–239.
14. Фёдорова В. А. Сущность стратегической гибкости предприятия // Экономика транспортного комплекса. 2015. № 25. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-strategicheskoy-gibkosti-predpriyatiya> (дата обращения: 06.11.2022).
15. Чейз Р., Эквилайн Н., Якобс Дж., Роберт Ф. Производственный и операционный менеджмент. М: Вильямс, 2007. 704 с.

Информация об авторе / Information about the author

ЧЕРНОВА Ольга Вячеславовна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, Ковровская государственная технологическая академия, г. Ковров, Россия, olga-m05@list.ru

CHERNOVA Olga Vyacheslavovna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Kovrov State Technological Academy, Kovrov, Russia, olga-m05@list.ru

**Информация для авторов журнала
«Многоуровневое общественное воспроизводство:
вопросы теории и практики»**

Условия и порядок приема публикаций

Статьи направляются в редакцию **только в электронном виде** по адресу: politeconom@yandex.ru (кафедра экономической теории, экономики и предпринимательства) или главному редактору Николаевой Елене Евгеньевне (nikolaevaee@ivanovo.ac.ru).

1. Редакция принимает к публикации материалы, соответствующие специализации журнала, отличающиеся высокой степенью научной новизны, теоретической и практической значимости, ранее не опубликованные в других изданиях.

2. Авторами статей могут быть ученые-исследователи, докторанты, аспиранты, соискатели, студенты старших курсов. Для студентов, аспирантов и соискателей обязательно наличие отзыва научного руководителя, при этом отзыв не заменяет рецензию.

3. К публикации принимаются научные статьи, выполненные в строгом соответствии с требованиями к оформлению рукописей. Материалы, не отвечающие предъявляемым требованиям, к рассмотрению не принимаются.

4. Редакция оставляет за собой право распределять статьи по основным рубрикам журнала.

5. Научные статьи принимаются в течение года и в случае положительных результатов внутренней экспертизы (рецензирования) включаются в очередной номер журнала в порядке поступления.

6. Необходимым условием для включения статьи в журнал является получение положительной рецензии от экспертов редакции, признанных ученых в данной области научного знания.

7. Окончательное решение о приеме научной статьи к публикации принимается редакционной коллегией журнала. Извещение о решении редакционной коллегии направляется автору.

8. После выхода в свет журнал размещается в свободном электронном доступе на сайте Научной электронной библиотеки, на официальном сайте Ивановского государственного университета.

Требования к публикации и ее оформлению

Редакция принимает статьи, оригинальность которых составляет не менее 70 %.

Материалы, представляемые в редакцию, должны быть оформлены в виде следующих файлов:

1) текст статьи с аннотацией и ключевыми словами на русском и английском языке;

2) сведения об авторе (фамилия, имя, отчество; ученые степень и звание, должность и место работы/учебы или соискательства – на русском и английском языках; домашний и служебный адреса, номера контактных телефонов, адрес электронной почты);

3) отзыв научного руководителя/консультанта для аспирантов и соискателей (отсканированный вариант с подписью и с печатью).

Файлы должны быть поименованы по фамилии автора (например, Иванов1, Иванов2).

Электронный вариант статьи выполняется в текстовом редакторе Microsoft Word. Компьютерный набор статьи должен удовлетворять следующим требованиям: формат – А4; поля – верхнее – 2,7 см, левое и правое – 4 см, нижнее – 4,6 см; гарнитура (шрифт) – Times New Roman; кегль – 11; межстрочный интервал – одинарный; абзацный отступ – 1 см.

Минимальный объем текста статьи с аннотацией, ключевыми словами и списком литературы – не менее 12 тыс. знаков. Максимальный объем текста статьи – не более 30 тыс. знаков с пробелами. Статьи большего объема могут приниматься в случае мотивированной необходимости представить развернутые результаты исследования, а также при высокой теоретической и/или практической значимости публикации.

Материал должен быть оформлен в следующей последовательности:

В верхнем левом углу индекс УДК.

На следующей строке в верхнем правом углу **полуужирным курсивом** (Times New Roman 12) – **инициалы и фамилия автора** статьи на русском и английском языках.

Через интервал название статьи – выравнивание по левому краю, **строчными (малыми) буквами, полуужирным шрифтом**, Times New Roman 12 – на русском и английском языках.

Через интервал аннотация на русском и английском языках (150–250 слов) – Times New Roman 10; словосочетание «**ключевые слова**» и «**key words**» – **полуужирным курсивом** – Times New Roman 10, сами ключевые слова и/или словосочетания на русском и английском языках (5–6) – Times New Roman 10.

Далее через интервал – основной текст.

После основного текста через 1 интервал следует **Библиографический список** (Times New Roman 10, ФИО авторов *курсивом*). Список литературы формируется **по алфавитному принципу**, нумерация порядковая.

Ссылки в тексте статьи приводятся в квадратных скобках в строгом соответствии с приставным списком литературы. Библиографическое описание литературных источников к статье оформляется в соответствии с ГОСТами 7.1–2003, 7.0.5–2008. В выходных сведениях обязательно указание издательства и количества страниц, в ссылке на электронный ресурс – даты обращения.

Дополнительные рекомендации:

- для выделения слов, фрагментов текста можно использовать курсив, подчеркивание. Разбивка не допускается;
- переносы только автоматические;
- сноски для примечаний постраничные, ставятся автоматически;
- между инициалами и фамилией ставится непрерывный пробел (shift + ctrl + пробел);
- при цитировании используются кавычки «», при внутреннем цитировании ставятся " ";
- должно соблюдаться пунктуационное и графическое отличие «–» (тире: ctrl + минус на правой числовой клавиатуре) от «-» (дефиса);
- для обозначения промежутка между датами, номерами страниц и т. п. используется «–» (тире). Например, 1920–1930 гг., с. 258–259;

Редакция оставляет за собой право осуществлять литературную правку, корректирование и сокращение текстов статей.

Порядок рецензирования рукописей статей

1. Все статьи, поступившие в редакцию, проходят независимое рецензирование.

Статьи студентов, аспирантов и соискателей принимаются и передаются на рецензирование только при наличии положительного отзыва научного руководителя/консультанта. Сопроводительные документы должны быть подписаны и заверены печатью (присылаются сканом на электронную почту).

2. Рукопись научной статьи, поступившая в редакцию журнала, рассматривается на предмет соответствия профилю журнала, основным положениям требований к публикациям и их оформлению, утвержденным редакционной коллегией журнала (см. «Требования к публикации и ее оформлению»).

3. О поступлении статьи и ее дальнейшем рецензировании сообщается авторам по электронной почте. Если формальные требования к материалам, представленным на публикацию, не выполнены, то статья к публикации не принимается «по формальным признакам» и об этом сообщается автору.

4. Рецензирование проводится конфиденциально для автора рукописи, носит закрытый характер. Рецензенты уведомляются о том, что присланные им рукописи являются частной собственностью авторов и относятся к сведениям, не подлежащим разглашению. Для проведения рецензирования рукописей статей в качестве рецензентов могут привлекаться как члены редакционной коллегии журнала, так и высококвалифицированные ученые и специалисты, в том числе из других организаций, обладающие глубокими профессиональными знаниями и опытом работы по конкретному научному направлению. Рецензентом не может быть соавтор рецензируемой работы.

5. Рецензент оценивает: соответствие содержания статьи ее названию; актуальность и новизну рассматриваемой в статье проблемы, обоснованность и продуктивность методов исследования объекта, оригинальность решения проблемы и значимость полученных выводов, логику и стиль изложения, целесообразность публикации статьи. Рецензии на рукописи статей хранятся в редакционной коллегии в течение пяти лет со дня публикации статей, копии рецензий направляются в Министерство науки и высшего образования Российской Федерации при поступлении в редакцию соответствующего запроса.

6. Сроки рецензирования в каждом отдельном случае определяются с учетом создания условий для оперативной публикации статьи, но не более 6 месяцев. Редакция издания направляет автору представленных материалов по его запросу копии рецензии без подписи и фамилии рецензента или мотивированный отказ.

7. Если в рецензии содержатся рекомендации по исправлению и доработке статьи, ответственный секретарь журнала направляет их автору с предложением учесть при подготовке нового варианта статьи или аргументировано (частично или полностью) опровергнуть. Статья, направленная автору на доработку, должна быть возвращена в исправленном виде в течение месяца. К переработанной рукописи необходимо приложить письмо от авторов, содержащее ответы на все замечания и поясняющее все изменения, сделанные в статье (отдельным файлом и по тексту статьи выделить изменения цветом). Доработанная (переработанная) автором статья с сопровождающими комментариями повторно направляется на рецензирование. Датой поступления в редакцию считается дата возвращения доработанной статьи.

8. В случае несогласия с мнением рецензента автор статьи имеет право предоставить аргументированный ответ в редакцию журнала.

9. Редакция оставляет за собой право отклонения статей в случае неспособности или нежелания автора учесть пожелания редакции.

10. При наличии отрицательной рецензии на рукопись или на ее доработанный вариант статья отклоняется с обязательным уведомлением автора о причинах такого решения. Статья, не рекомендованная рецензентом к публикации, к повторному рассмотрению не принимается.

11. Не допускаются к публикации в научном журнале статьи:

- содержащие ранее опубликованный материал;
- содержащие недобросовестные заимствования;
- представленные без соблюдения правил оформления публикаций;
- авторы которых отказываются от технической доработки публикации;
- авторы которых не выполняют конструктивные замечания рецензента или аргументировано не опровергают их;
- представляющие собой отдельные этапы незавершённых исследований.

12. Решение о целесообразности публикации принимается редколлегией.

13. Очередность публикации статей определяется регистрационной датой их поступления в редакцию. Работы, посвящённые особо актуальным проблемам науки, а также содержащие принципиально новую информацию, могут, по решению редакционной коллегии, быть опубликованы вне очереди.

14. Редколлегия имеет право на собственное редактирование присланной рукописи без ущерба для ее содержания и авторского стиля.

15. Все материалы проходят проверку на плагиат. Оригинальность принимаемых к публикации материалов должна составлять не менее 70 %.

16. Редколлегия журнала не хранит и не возвращает рукописи, не принятые к печати. Рукописи, принятые к публикации, не возвращаются.

17. Редакция не вступает с авторами в содержательное обсуждение статей, переписку по методике написания и оформления научных статей и не занимается доведением статей до необходимого научно-методического или технического уровня.

Электронное сетевое издание

**МНОГОУРОВНЕВОЕ
ОБЩЕСТВЕННОЕ ВОСПРОИЗВОДСТВО:
ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ**

Научный журнал

2022. № 2 (39)

[12+]

Директор издательства *Л. В. Михеева*
Технический редактор *И. С. Сибирева*
Компьютерная верстка *С. Г. Коноваловой*

Выпускается в авторской редакции

Дата выхода в свет 09.12.2022 г.
Формат 70 x 108 1/16. Уч.-изд. л. 9,2.

Издательство «Ивановский государственный университет»

✉ 153025 Иваново, ул. Ермака, 39

☎ (4932) 93-43-41. E-mail: publisher@ivanovo.ac.ru